

# **PROSIDING** **KONFERENSI** **PENYIARAN** | **TAHUN** **INDONESIA** | **2022**

***“Mewujudkan Media Komunikasi dan Penyiaran  
yang Berbasis Etika, Moral dan Kemanusiaan  
menuju Peradaban Baru”***

**Penulis:**

**Reni Juliani,  
Reza Febriansyah, dkk**

**Editor:**

**Alip Kunandar,  
Yanti Dwi Astuti**



**Penerbit:**

**Prodi Ilmu Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**



**Susunan Panitia**  
**Konferensi Penyiaran Indonesia 2022**  
**Yogyakarta, 23-24 Mei 2022**

**Pengarah:**

Prof. Dr. Phil. Al Makin, M. Ag (Rektor UIN Sunan Kalijaga)

Prof. Dr. Iswandi Syahputra, M. Si (Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga)

Dr. Phil. Sahiron, M.A. (Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan)

Dr. Abdur Rozaki (Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerjasama)

Dr. H. Abd. Syakur, S.Ag., M.Si (Kabiro ADUM)

Dr. Mamam Rahmatullah, M.M (Kabiro AAKK)

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si (Dekan FISHUM)

Prof. Dr. marhumah, M.Pd (Dekan FDK)

**Penanggungjawab:**

Dr. Sulistyarningsih, M.Si (Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga FISHUM)

Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si (Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan FISHUM)

Dr. Badrun, M.Si (Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerjasama FISHUM)

Dr. Rama Kertamukti, M.Sn (Kaprosdi Ilmu Komunikasi FISHUM)

Nanang Mizwar Hasyim, M.Si (Kaprosdi KPI FDK)

**Ketua:** Dr. Drs. H. Bono Setyo, M.Si

**Wakil Ketua:** Khoiro Ummatin, M.Si

**Kesekretariatan:** Niken Puspitasari, MA, Mochammad Sinung Restendy, M.Sos, Dra. Ermas Andriyani, Rahmat Zaenuddin, Fina Rudati, S.I.Kom

**Divisi Call for Paper:** Lukman Nusa, M.I.Kom (Koordinator)

**Reviewer:** Dr Diah Ajeng Purwarni, M.Si dan Dr. Fatma Dian Pratiwi, M.Si

**Penerbitan (Proceeding dan Jurnal):** Alip Kunandar, M.Si dan Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A

**Hospitality:** Maya Sandra Rosita Dewi, M.I.Ikom dan Durrotul Mas'udah, M.A

**Acara:** Rahma Attaymini, M.A dan Lelita Azaria Rahmadiva, S.I.Kom

**Divisi Humas, Media, dan Kerjasama:** Dra. Rahmi Tri Mei Maharani, M.M (Koordinator)

**Dokumentasi:** Tri Muryani, S.Sos & Tim Kreatif Fishum

**Liputan dan Publikasi:** Dra. Weni Hidayati dan Bakhtiar Alfian, S.I.Kom

**Kerjasama:** Tariq Yazid, M.A dan Handini, M.I.Kom

**Divisi Tempat dan Perlengkapan:** Fatma Amilia, S.Ag., M.Ag (Koordinator), Dr. H. Zamakhsari, M.Pd

**Tempat:** Setiyono

**Perlengkapan:** Arif Maryono dan Andi Irawan, S.E.

**Divisi Pameran:** Ir. Aulia Faqih Rifai, M.Kom (Koordinator), Drs. H. Didik Junaidi, M.M, Sri Puspita Murni, S.E, Najib, S.I.Kom, Septiana Ayu Paramita

**Divisi IT (Jaringan dan Streaming):** Dra. Hj. Evi Septiani TH, M. Si (Koordinator), Muhammad Taufiq Nuruzzaman, S.T., M.Eng., Ph.D, Hendra Hidayat, S. Kom, Rahmadhan Gatra, S.T., M.Kom, Euis Marlina, S.Kom, Nurul Mara'ati Sholehah, S.T

**Divisi Observasi Lapangan:** Drs. Siantari Rihartono, M.Si dan Ahmad Zuhri, M.I.Kom

**Divisi Gala Dinner:** Endah Susilandari, S.H., M.H (Koordinator), Enny Iroh Hayati, S.E., M.Si, Nurita Yuliasianti, S.IP

# **Prosiding Konferensi Penyiaran Indonesia 2022**

**“Mewujudkan Media Komunikasi dan  
Penyiaran yang Berbasis Etika, Moral dan  
Kemanusiaan menuju Peradaban Baru”**

Penulis:

Reni Juliani, Reza Febriansyah, dkk

Editor:

Alip Kunandar, Yanti Dwi Astuti

Yogyakarta, 23-24 Mei 2022



Penerbit:

Program Studi Ilmu Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**Prosiding Konferensi Penyiaran Indonesia 2022**

**“Mewujudkan Media Komunikasi dan Penyiaran yang Berbasis Etika, Moral dan Kemanusiaan menuju Peradaban Baru”**

xvi+440; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-90704-8-9

Cetakan pertama, Oktober 2022

- Editor** : Alip Kunandar, M.Si dan Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A
- Reviewer** : 1. Dr. Diah Ajeng Purwarni, M.Si (Koordinator/reviewer)  
2. Dr. Fatma Dian Pratiwi, M.Si (Koordinator/reviewer)  
3. Dr. Puji Iestari, M.Si (Ketua APJIKI)  
4. Drs. Setio Budi H., M.Si (UAJY)  
5. Dr. Aleem Febri Soni (UNHAS)  
6. Fx. Ari Agung Praštowo, S.Sos., M.I.Kom (UNPAD)  
7. Sri Astuty, S.Sos, MSi (ULM)  
8. Dr. Ni Made Ras Amanda, M.Si (UNUD)  
9. Suci Lukitowati, SP, MA (UNTAN)  
10. Awang Darmawan, S.I.Kom, MA (UNESA)  
11. Ronald Alfredo, S.Sos., M.Ikom (UNPATI)  
12. Andi Andrianto, M.Ikom (Kepala Litbang KPI pusat)
- Desain Sampul** : Galuh Patria
- Penata Letak** : Amin Fadlillah

Diterbitkan oleh:

**Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Web: uin-suka.ac.id

Tlp: (0274) 512474

---

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

## **SAMBUTAN**

### **REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

Assalamualaikum Warrohmatullohi Wabarokatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas terselenggaranya Konferensi Penyiaran Indonesia di Yogyakarta pada tahun 2022 ini.

Apresiasi yang tinggi perlu kita berikan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang telah menggagas dan melaksanakan konferensi ini demi menciptakan iklim penyiaran Indonesia yang lebih baik.

Menciptakan iklim penyiaran yang baik, tentu saja bukan hanya tugas dari KPI dan lembaga penyiaran semata. Masyarakat sebagai khalayak juga harus dilibatkan di dalamnya. Dalam hal ini, para akademisi sebagai bagian dari masyarakat memiliki peran penting untuk ikut serta mendorong upaya-upaya tersebut.

Oleh karena itu, saya menyambut baik upaya KPI melibatkan para akademisi untuk ikut menyumbangkan hasil pemikirannya dalam bentuk telaah ilmiah ini. Dengan landasan ilmiah, para akademisi mampu melihat, menganalisis, melakukan kritik konstruktif, hingga memberikan masukan-masukan yang solutif dalam segala aspek penyiaran. Baik dari sisi penyelenggaraan, regulasi, isi siaran, hingga

dampak yang ditimbulkan dan diharapkan dari penyiaran tersebut.

Akhir kata, semoga sumbangsih para akademisi ini menjadi bagian penting dalam ikhtiar bersama menciptakan iklim penyiaran yang berkualitas, bermanfaat, dan memperkuat identitas kebangsaan kita. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warrohmatullohi Wabarokatuh.

Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A

## **SAMBUTAN**

### **DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA UIN SUNAN KALIJAGA**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunianya kepada kita semua.

Penyiaran pada dasarnya adalah upaya komunikatif untuk memberikan tontonan dan tuntunan bagi khalayaknya. Dengan tontonan, masyarakat mendapatkan informasi yang bermanfaat dan juga hiburan yang menyenangkan. Dengan tuntunan, khalayak diharapkan menjadi manusia yang sehat. Sehat secara psikologis untuk menjadi manusia seutuhnya, dan sehat secara sosiologis untuk menjadi bagian dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Menyajikan tayangan sehat yang menjadi tontonan sekaligus tuntunan tentu saja bukan hal yang mudah. Ini adalah tugas bersama, dari para pelaku penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai regulator, hingga masyarakat itu sendiri. Para pelaku penyiaran hendaknya tidak hanya memikirkan aspek ekonomisnya semata, tetapi juga harus menempatkan kepentingan masyarakat sebagai pijakan utamanya. Masyarakat harus menyadari posisinya bukan hanya sebagai objek penyiaran, tetapi juga menjadi subjek yang

secara aktif ikut menciptakan iklim penyiaran yang lebih baik. KPI sebagai pengemban amanah negara melalui undang-undang, harus dapat menjembatani keduanya dengan melahirkan regulasi yang mengakomodasi berbagai kepentingan tersebut. Sebagai bagian dari masyarakat, para akademisi juga harus aktif dalam upaya tersebut.

Sumbangan pemikiran para akademisi yang kemudian diterbitkan dalam buku ini diharapkan tidak menjadi naskah akademis semata, melainkan juga menjadi panduan praktis dalam berbagai aspek penyelenggaraan penyiaran; dari mulai teknologi, regulasi, konten, hingga dampaknya.

Semoga upaya yang dilakukan ini menghasilkan dunia penyiaran yang kita idamkan bersama, dunia penyiaran yang sehat, bermanfaat, dan bermartabat. Amin ya rabbal 'alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si

## **SAMBUTAN**

### **DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA**

Assalamualaikum Warrohmatullohi Wabarakatuh.

Alhamdulillah atas segala nikmat yang diberikan Alloh SWT kepada kita semua sehingga diberikan kelancaran atas terlaksananya Konferensi Penyiaran Indonesia di Yogyakarta. Segenap Panitia, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Komisi Penyiaran Indonesia, Akademisi, Praktisi Media, Pemerhati Penyiaran, Insan Pers, Para Mahasiswa dan semua yang terlibat sangat luar biasa menyuguhkan Gerakan Literasi Sejuta Pemirsa dengan adanya Pameran dan Seminar Nasional yang telah diselenggarakan.

Ini merupakan bagian dari edukasi kepada masyarakat bagaimana memberikan tayangan yang tidak sekedar rekreatif tapi juga *smart watching*. Komunikasi, Media, dan Program Siaran menjadi kajian menarik dan mencerdaskan. *Moment* Pagelaran Konferensi Penyiaran Indonesia bisa menjadi rujukan dan pilihan yang tepat dalam menyuguhkan komunikasi massa yang ideal bagi masyarakat dengan melihat hasil analisa, riset, kajian, observasi, artikel maupun tayangan program.

Etika dan moral yang menjadi tema kuat dalam penyelenggaraan konferensi ini pun patut untuk diapresiasi, karena

dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, *new media* dan berbagai macam aplikasi jangan sampai membuat kita lupa diri bahwa kita adalah manusia. Jangan sampai manusia yang membuat teknologi, tetapi teknologi yang membentuk manusia. Apalagi fenomena yang negatif saat ini. Anak anak yang kecanduan media bahkan diasuh oleh media sehingga hilang peran orangtua yang seharusnya.

Akhirnya, suksesnya acara, pemilihan tema yang tepat dan kolaborasi yang menguatkan semoga membawa masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif produk media. Sehingga terwujud masyarakat Indonesia yang mampu, terampil, aktif, kritis dan selektif dalam menggunakan media komunikasi dan informasi dengan referensi keilmuan dan pemahaman yang tepat. Cerdaskan Bangsa melalui media, Konferensi Penyiaran Indonesia luar biasa, UIN Suka untuk Bangsa, UIN Suka Mendunia.

Wassalamualaikum Warrohmatullohi Wabarokatuh.

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd

## KATA PENGANTAR

Era keterbukaan komunikasi dan informasi telah menghadirkan banyak kemudahan dan manfaat, namun disisi lain juga telah memunculkan banyak permasalahan dan tantangan. Ketika masyarakat disuguhi lebih banyak pilihan sumber informasi, penyebaran informasi palsu (HOAX) juga kian marak. Simpangsiur informasi di tengah masyarakat berpotensi memicu konflik, mengganggu stabilitas nasional, hingga merugikan masyarakat luas.

Di tengah situasi inilah peran strategis industri media dan penyiaran semakin perlu diperkuat. Industri media dan penyiaran secara umum diharapkan bisa menjadi garda terdepan dalam melawan *hoax* dengan selalu memberikan informasi akurat, sehat, dan terpercaya. Hal tersebut sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar tidak terjadi kebingungan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Selain itu, di kalangan akademisi dan peneliti juga memainkan peran yang krusial. Perkembangan teknologi informasi dan inovasi media dan penyiaran harus diimbangi dengan kajian dan penelitian yang selalu *update*, relevan, dan kontekstual. Hal ini bertujuan supaya masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif produk-produk media. Mengingat juga bahwa saat ini masyarakat dapat memproduksi dan menyebarkan konten melalui media sosial,

upaya-upaya edukasi dan literasi digital juga sangat diperlukan. Para akademisi dan peneliti berperan untuk melakukan kajian dan penelitian dalam bidang media dan penyiaran, yang hasilnya dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat untuk lebih terampil, kritis, etis, dan selektif dalam menggunakan media komunikasi. Oleh karena itu, kajian dan penelitian dalam bidang media dan penyiaran perlu untuk terus dikembangkan, sejalan dengan laju inovasi teknologi informasi, media, dan penyiaran yang tidak pernah berhenti.

Berangkat dari hal-hal di atas, Konferensi Penyiaran Indonesia Tahun 2022 pun mengusung tema **“Mewujudkan Media Komunikasi dan Penyiaran yang Berbasis Etika, Moral dan Kemanusiaan menuju Peradaban Baru”**. Konferensi ini diharapkan dapat terus mendorong akademisi, peneliti dan praktisi, baik dari di bidang komunikasi maupun lintas perspektif keilmuan lainnya untuk berdialog dan terus melahirkan penelitian dan kajian-kajian perihal berbagai aspek dan dinamika pada media komunikasi.

Yogyakarta, Mei 2022

Ketua Panitia



Dr. H. Bono Setyo, M.Si

## DAFTAR ISI

Sambutan Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga ...	v
Sambutan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.....	vii
Sambutan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.....	ix
Kata Pengantar .....	xi
Daftar Isi .....	xiii

### **DINAMIKA PENYIARAN INDONESIA**

<b>Program Pesona Indonesia Mempertahankan Budaya Lokal di Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara</b> <i>Reni Juliani, Reza Febriansyah</i> .....	3
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

<b>Penggunaan <i>Open Source Intelligence</i> dalam Liputan Pembakaran Halte Sarinah di Narasi TV</b> <i>Tresnanda Anargyo Saktiko, Formas Juitan Lase</i> .....	20
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Kepatuhan Siaran Berita Televisi Nasional Terhadap P3-SPS dan Etika Jurnalistik</b> <i>Dewanto Samodro, Windhi Tia Saputra, Vinta Sevilla</i> .....	47
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Motif dan Dilema Repost Konten On The Spot Trans 7 &amp; Channel Youtube Tiang TV</b>	
<i>Ivan Dhimas, Sri Hastjarjo, Yulius Slamet,.....</i>	81
<b>Radio Sebagai Media Pendidikan Multikultural (Studi Kasus: Radioedukasi.kemendikbud)</b>	
<i>Meilani Dhamayanti La Mani .....</i>	105
<b>Tantangan Industri Penyiaran Terhadap Migrasi Sistem Analog ke Digital: Respon Stakeholder Atas Perubahan UU No. 32 Tahun 2002</b>	
<i>Rahman Asri.....</i>	119
<b>Urgensi Penguatan Fungsi Pengawasan Komisi Penyiaran di Era Disrupsi Media</b>	
<i>Edi Pranoto.....</i>	137
<b>Representasi Penerimaan Khalayak Pada Tayangan Infotainment</b>	
<i>Yani Hendrayani, Radita Gora .....</i>	147
<b>Mengulik Potret Tranformasi Digital pada Sistem Informasi Desa-Desa Berlahan Gambut di Indonesia</b>	
<i>Sri Astuty.....</i>	161
<b>Konvergensi Media Sebagai Dampak Terjadinya Digitalisasi dan Praktiknya pada Media Indonesia</b>	
<i>Kartika Ratri .....</i>	175
<b>“Dari Jendela Smp” Ajarkan Anak Kenal Cinta Sebelum Waktunya</b>	
<i>Agus Naryoso.....</i>	196
<b>MEDIA MASSA DAN ONLINE</b>	
<b>Festivalisasi Terorisme dalam Bingkai Media Massa</b>	
<i>Rinaldi.....</i>	213
<b>Drama Korea: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Anak Muda di Kota Kendari</b>	
<i>Sitti Utami Rezkiauwaty Kamil: La Tarifu, Muh. Aswan Zanynu, Jumrana, La Ode Musrin, Laylli Juwariyah, Nurul Inayah Isamu, Francis Rumate.....</i>	239

<b>Pemanfaatan Whatsapp Status Sebagai Pengenalan Kegiatan Petani Milenial di Yogyakarta</b> <i>Ririn Puspita Tutiasri, Aulia Rahmawati, Dian Hutami Rahmawati, Kusumajanti</i> .....	259
<b>Pengalaman Mahasiswa dalam Menelusuri Informasi Vaksinasi di Media</b> <i>Nadra Ideyani Vita, Nina Siti Salmaniah Siregar, R. Drajatno Widi Utomo</i> .....	274
<b>Pesan Komunikasi dalam Penipuan Digital pada Masa Pandemi Covid-19</b> <i>Fitri Ariana Putri, Najahan Musyafak</i> .....	295
<b>Stratifikasi Sosial Pada Media Sosial Instagram di Indonesia</b> <i>Diego</i> .....	313
<b>Tingkat Literasi Media Orang Tua di Kota Padang Sebagai Pendamping Konsumsi Media Anak-Anak di Era Digital</b> <i>Alna Hanana, Novi Elian</i> .....	333
<b>ISU-ISU KOMUNIKASI KONTEMPORER</b>	
<b>Urgensi Kesadaran Etika Berinternet (Netiket) Bagi Warganet Indonesia</b> <i>Rose Emmaria Tarigan</i> .....	351
<b>Komunikasi Perdamaian dan Hukum dalam Konflik Kariuw dan Ori di Maluku Tengah</b> <i>Yustina Sopacua, Medyline Agnes Elias</i> .....	373
<b>Meningkatkan Pelayanan Informasi Melalui <i>Public Relations</i> yang Harmonis dan Humanis Pada Publik</b> <i>Siantari Rihartono</i> .....	389
<b>Orang Basudara dalam Membangun Perdamaian di Kota Ambon</b> <i>Fransina Matakena, Dortje Lopulalan, Prapty Muwarni</i> .....	406

**Peran Komunitas Penggerak Literasi dalam Menjaga  
Perdamaian Melalui Literasi Digital di Provinsi Maluku**  
*Ode Dermansya, Ronald Alfredo* ..... 420

# **DINAMIKA PENYIARAN INDONESIA**



**PROGRAM PESONA INDONESIA  
MEMPERTAHANKAN BUDAYA LOKAL DI  
TELEVISI REPUBLIK INDONESIA SUMATERA  
UTARA**

***PESONA INDONESIA PROGRAM TO PRESERVE  
LOCAL CULTURE ON TELEVISION CENTER  
OF THE REPUBLIC OF INDONESIA NORTH  
SUMATRA***

**Reni Juliani<sup>1</sup>, Reza Febriansyah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar,  
Meulaboh, Aceh

Email: renijuliani@utu.ac.id<sup>1</sup>, febriansyahreza291@gmail.com<sup>2</sup>

**Abstrak**

*Seiring perubahan zaman dan pesatnya perkembangan budaya luar yang berkembang di Indonesia membuat pergeseran terhadap budaya asli yang ada di Indonesia. Perubahan tersebut akan berdampak terhadap mudarnya budaya asli yang ada di Indonesia. Dalam rangka menjaga ketahanan budaya di Indonesia terutama di Sumatera Utara Seperti Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) merupakan salah satu televisi lokal dengan slogan “Cerminan Budaya Sumatera Utara” yang berjejaring nasional berada di pusat kota Medan. Program siaran yang mengangkat budaya lokal maupun me-relay budaya nasional yang dikemas menjadi satu yaitu “Pesona Indonesia”. Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti tertarik ingin meneliti mengenai “Pesona Indonesia Sebagai Strategi Program Penyiaran Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Di Stasiun TVRI Sumatera Utara”.*

*Konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Strategi program yang dikemukakan oleh Morissan (Morissan, 2008:273) ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut juga dengan manajemen strategis program yang terdiri dari: perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Sumatera Utara tepatnya di kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI Sumatera Utara dalam hal ini sudah menjalankan salah satu fungsinya yaitu ikut serta dalam melestarikan budaya lokal di Sumatera Utara sesuai Amanat Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran. TVRI Sumatera Utara melakukan perencanaan program Pesona Indonesia sebagai target jangka panjang yaitu memperkenalkan budaya-budaya lokal kepada masyarakat terutama kaum milenial. Pesona Indonesia sebagai strategi program penyiaran dalam mempertahankan budaya lokal memiliki kekuatan untuk dapat melestarikan budaya lokal.*

**Kata Kunci:** *Pesona Indonesia, Budaya Lokal, TVRI SUMUT*

### **Abstract**

*Along with the changing times and the rapid development of foreign cultures that developed in Indonesia, the original culture in Indonesia changed. These changes will affect the disappearance of the original culture in Indonesia. In order to maintain cultural resilience in Indonesia, especially in North Sumatra, Television of the Republic of Indonesia North Sumatra (TVRI SUMUT) is one of the local television channels with the slogan "Cultural Reflection of North Sumatra" that has a national network in downtown Medan. A broadcast program that highlights local culture and conveys national culture wrapped in one, namely "Pesona Indonesia". Based on the description above, the researcher is interested in researching "The Enchantment of Indonesia as a Broadcasting Strategy Program in Maintaining Local Culture at the TVRI Station of North Sumatra". The concept used in this research is the theory of program strategy proposed by Morissan (Morissan, 2008:273) in terms of management aspects or often referred to as strategic management programs consisting of: program planning, program production and purchasing, program execution using a qualitatively descriptive*

*approach method. This research was conducted in North Sumatra, precisely in the city of Medan. The results showed that TVRI North Sumatra implemented one of its characteristics in this case, namely participation in local culture in North Sumatra according to the mandate of Act No. 32 of 2002 on broadcasts. TVRI North Sumatra implemented a long-term planning program for Pesona Indonesia, namely the introduction of local cultures, especially for millennials. Pesona Indonesia as a broadcast program strategy to preserve local culture has the power to preserve local culture.*

**Keywords:** *Pesona Indonesia, local culture, TVRI SUMUT*

## **PENDAHULUAN**

Seiring perubahan zaman dan pesatnya perkembangan budaya luar yang berkembang di Indonesia membuat pergeseran terhadap budaya asli yang ada di Indonesia. Hal ini di buktikan dengan adanya perubahan gaya hidup yang meniru budaya luar, cara berbicara yang memadukan gaya budaya asing dan Indonesia. Sebagai contoh preferensi bangsa kita terhadap istilah asing untuk menamai sesuatu, mulai dari restoran, hotel, salon, tempat hiburan, pendidikan, bahkan nama untuk anak-anaknya yang lebih senang menggunakan istilah asing (Panuju, 2017). Perubahan tersebut akan berdampak terhadap memudarnya budaya asli yang ada pada program-program siaran televisi di Indonesia.

Penyiaran merupakan wahana komunikasi massa dasar yang telah terbukti efektivitasnya (Mufid, 2010). Hal ini dikarenakan media massa seperti televisi adalah kelas yang mengatur dan berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan. Dengan model konglomerasi, pengelolaan media sepenuhnya ditujukan pada pemenuhan “hasrat ekonomi” pemilik modal (Haryono, 2020). Terkadang demi kepentingan ekonomi, identitas suatu bangsa akan disepelkan demi mengejar kebaruaran dan kepopuleran yang sedang *booming* di dunia penyiaran (Sudiby, 2004). Program penyiaran dikembangkan dengan kriteria: dilakukan pensesgmentasian pemirsa. Kegiatan ini sering disebut dengan kriteria *audiens* yaitu seberapa minta *audiens* untuk menyaksikan suatu program (Djamal, 2017).

Setelah melakukan kriteria *audiens*, perlu dilakukan analisis lebih lanjut, lalu kemudian dikembangkan program sesuai kebutuhan, setelah itu adanya pengujian dan evaluasi (Miarso, 2004).

Rugulasi siaran televisi ibarat kanvas sedangkan program siaran adalah lukisan dan pelukisnya adalah para kru produksi program siaran (Latief, 2017). Beberapa Regulasi penyiaran sebagian besar mengarah kepada penataan teknis, seperti perizinan dan segala tata cara penyelenggaraan siaran (Wahyuni, 2013). Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menginstruksikan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) untuk diterapkan oleh televisi nasional dengan berjejaring bersama televisi lokal. Undang-undang tersebut mempunyai amanah yang bertujuan menjaga kearifan lokal di mana konten mengenai kearifan lokal bagiannya diperbesar dalam proses penyiarannya. Kearifan lokal yang dimaksud adalah berbagai macam tempat wisata dan budaya-budaya tradisional di daerah setempat. Hal ini akan mempunyai dampak positif dalam pendidikan serta terwujudnya pendekatan antara televisi lokal dengan masyarakat (Khalayak). Salah satu peran televisi lokal adalah membangkitkan perekonomian dan ikut serta mempertahankan budaya-budaya lokal. (Juditha, 2015). Dalam Undang-Undang No.32 juga menekankan bahwa televisi lokal dalam memproduksi program siaran maka televisi lokal harus mengutamakan serta menggali terhadap potensi-potensi yang ada didaerah setempat.

Program televisi atau acara televisi merupakan semua rancangan yang disiarkan yang memiliki unsur-unsur pesan, hiburan atau pendidikan di dalamnya (Latief, 2020). Secara umum program siaran televisi terbagi menjadi dua yaitu program hiburan populer dan informasi. Lingkup program hiburan populer adalah *entertainment* sedangkan program informasi yaitu program berita (Latief dan Utud, 2017). Pembuatan suatu program televisi harus mengikut semua prosedur penyiaran yang benar baik dari aspek profesi produser, jurnalis, sutradara, editor dan *quality control*. Hal ini bertujuan agar program tersebut memiliki kualitas (Fachruddin, 2017) karena suatu program acara pada satu kelompok masing-masing mempunyai korelasi yang kuat (Sutopo dan Suemardjo, 1999).

Dalam rangka menjaga ketahanan budaya di Indonesia terutama di Sumatera Utara Seperti Televisi Republik Indonesia

Sumatera Utara (TVRI SUMUT) merupakan salah satu televisi lokal dengan slogan “Cerminan Budaya Sumatera Utara” yang berjejaring nasional berada di pusat kota Medan. Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) yang berdiri sejak tahun 1970 merupakan televisi publik daerah milik Televisi Republik Indonesia cabang utama Sumatera Utara yang melayani wilayah Sumatera Utara (tvri.go.id). Media ini ikut berperan dalam menjaga kelestarian budaya di Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat dari slogan Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) yaitu “Cerminan Budaya Sumatera Utara” serta adanya penayangan program siaran terkait budaya lokal maupun nasional.

Media massa Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) memiliki 29 program acara. Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) me-relay 92% program TVRI Nasional dan 8% menayangkan program khusus Sumatera Utara yang memiliki durasi selama 10 jam perharinya dari pukul 08.00-18.00 WIB (Tvri.go.id). Dalam hal ini Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) membagi siaran acara menjadi lima kelompok yaitu: pendidikan, hiburan, olahraga, budaya dan informasi. Berikut program siaran yang ditayangkan Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT).

**Tabel 1. Program Siaran TVRI SUMUT**

<b>Pendidikan</b>	<b>Hiburan</b>	<b>Olahraga</b>	<b>Budaya</b>	<b>Informasi</b>
Belajar dari rumah.	1. Appu	1. Dibalik sang juara.	Pesona Indonesia	Indonesia hari ini
2. Sahabat pagi.	2. The trains.	2. Kick off.	Indonesia	2. Dunia Dalam berita.
3. Gemar matematik	3. Mari menggambar	3. Olah raga kampung.		3. Info covid 19 terkini.
		4. Otomotif		4. Indonesia sehat.
		5. Rumah bulu tangkis.		
		6. Salam olahraga.		

Sumber: Data Penelitian (2022)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) mempunyai program siaran yang mengangkat budaya lokal maupun me-relay budaya nasional yang dikemas menjadi satu yaitu “Pesona Indonesia”. Dalam program acara ini Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) menayangkan berbagai bentuk siaran kearifan lokal seperti Sumatera hari ini, seni dan budaya, seni tradisi. Program acara yang ditayangkan pun berisi tentang kebudayaan seperti adat pernikahan, pengenalan tradisi daerah setempat, musik, tarian, bahasa masyarakat lokal dan pengenalan budaya lokal lainnya yang dikemas secara live yang menunjukkan tempat pariwisata serta informasi mengenai Sumatera Utara. Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) juga membuat sebuah talk show dengan konsep budaya yaitu budaya melayu seperti berbalas pantun dan tarian. Hal ini merupakan sebagai wujud pelestarian dan mengenalkan budaya lokal kepada masyarakat serta mempertahankan keberadaan budaya-budaya tersebut melalui stasiun Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) sesuai dengan amanat UU. No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Maka dari itu diperlukan sebuah taktik khusus atau strategi khusus dari Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) yang merupakan lembaga penyiaran lokal berjangka nasional supaya dapat menayangkan program siaran yang melestarikan budaya lokal yang unik dan menarik sehingga menciptakan daya tarik serta minat masyarakat untuk ingin mengenal budaya lokal serta melestarikan budaya lokal lebih jauh lagi. Sehingga harapan untuk mempertahankan budaya lokal melalui televisi bukanlah hanya menjadi khalayan semata namun hal tersebut dapat di wujudkan sesuai dengan slogan Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) yaitu “Cerminan Budaya Sumatera Utara”.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti tertarik ingin meneliti lebih dalam lagi permasalahan ini terkait strategi TVRI SUMUT dalam menayangkan program siaran budaya lokal. Maka dari itu judul yang diangkat yaitu “Pesona Indonesia Sebagai Strategi Program Penyiaran Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Di Stasiun TVRI Sumatera Utara”.

Konsep teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Strategi Program yang dikemukakan oleh Morissan (2008) ditinjau dari sudut pandang manajemen atau sering disebut juga dengan istilah manajemen strategis (*management strategic*) program yang terdiri dari: perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Sumatera Utara tepatnya di kota Medan.

## **METODE**

Metode penelitian merupakan untaian suatu metode yang dilakukan penelitian dalam menghimpunkan data baik dengan melakukan observasi, wawancara sampai pada uji validasi dan dokumentasi dengan tujuan untuk *problem solving* terhadap sebuah permasalahan (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif yang di mana penelitian ini merupakan suatu jenis penelitian yang menggunakan rangkaian kata-kata yang tersusun secara sistematis. Dalam metode ini data-data yang dikumpulkan tidak di deskripsikan secara statistik akan tetapi disajikan dalam kata-kata yang tersusun secara sistematis. Hasil penelitian ini disajikan nanti akan berupa kata-kata yang diperoleh melalui observasi, wawancara serta dokumen pendukung. Lokasi penelitian yang dilakukan peneliti yaitu di Stasiun Televisi Republik Indonesia Sumatera Utara (TVRI SUMUT) yang berada di jalan Putri Hijau-Medan Sumatera Utara.

Penentuan Informan dalam penelitian adalah purposive sampling yaitu teknik teknik mengambil informan/narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian. Penentuan informan yang dianggap mempunyai pengetahuan luas terkait persoalan yang sedang diteliti. Berikut informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2. Informan**

No	Informan	Jumlah (Orang)
1	Setia Pandia, SH Jabatan: Sub Koordinator berita TVRI Sumatera Utara	1
2	Syahrul, ST Jabatan: Sub Koordinator Teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara	1

Sumber: Data Penelitian (2022)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini dunia penyiaran lebih dikuasai oleh pertelevisian swasta namun TVRI tetap mampu bertahan dan mempunyai tempat bagi khalayak terutama yang berada di daerah. TVRI SUMUT memiliki beberapa program siaran yang mengangkat isu-isu lokal tempat TVRI itu berdiri. Dalam hal ini, TVRI sampai sekarang menyiarkan sekitar 29 stasiun secara online yang dapat diakses melalui website resmi TVRI Sumatera Utara. Hal ini bertujuan agar mampu bersaing di dunia penyiaran publik yang semakin digital dengan konvergensi media (Adriansyah, 2017). Konversi media dari perangkat media radio maupun televisi yang beralih kepada media *online* atau *streaming* memiliki aturan yang mengikat juga. Hal ini terdapat pada UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (Saleh, dkk, 2021). Ke depan, program televisi akan digarap oleh pelaku industri kreatif, semisal *vlog* yang sangat mudah diproduksi. Hingga pada akhirnya sekta antara film, video, dan televisi tidak bisa lagi dibatasi oleh aturan standar *broadcat* dan itu tak standar *broadcast* TV (Mabruri, 2018).

Hingga saat ini TVRI selalu menyajikan program-program kearifan lokal yang ada di Sumatera Utara seperti Program Pesona Indonesia yang ditayangkan di TVRI Sumatera Utara. TVRI Sumatera Utara bertekad akan terus menjadi alat pemersatu bangsa, menjadi media pendidik, penghibur serta ikut berperan dalam melestarikan budaya. Hal ini, sesuai dengan visi misi yang sudah ditentukan oleh TVRI itu sendiri.

Morissan, M.A (Vivanda, 2014) menerangkan mengenai strategi program yang dilihat dari sudut pandang manajemen program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, penayangan dan pengawasan program. Namun pada penelitian ini hanya berfokus pada perencanaan program, produksi, penayangan dan pengawasan program pada Program Pesona Indonesia.

## **Pesona Indonesia**

Program Pesona Indonesia menjadi program yang ditayangkan oleh tvri nasional dari segala provinsi di Indonesia, yang mana memiliki program yang berkenaan dengan kebudayaan, wisata alam dan kuliner yang diproduksi secara menarik dengan bentuk *feature* dan dokumenter (Erlis, 2020). *Feature show* dasarnya merupakan fakta, keadaan atau suasana dan bukan berupa pemikiran imajinasi manusia (Latief, 2021). Sama halnya dengan dokumenter, hanya saja *Feature* disajikan lebih ringan.

Program Pesona Indonesia menelaah secara mendalam dari sisi seni, budaya, tradisi dan segala *heritage* yang dimiliki suatu daerah di Indonesia seperti keindahan alam, situs tradisi, bangunan tradisional dan sebagainya. Program ini berpusat pada segala wisata yang terdapat di Indonesia dan menampilkannya kepada khalayak akan segala kekayaan dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia sebagai negara kepulauan dengan bermacam-macam budaya dan tempat wisata yang dimilikinya. Keberagaman Indonesia menjadikan Indonesia unik dan mempunyai daya tarik sendiri. Sektor pariwisata diramalkan akan menjadi penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia (Muniroh. 2018).

## **Perencanaan Program**

Perencanaan merupakan langkah awal yang harus dilakukan dan digunakan sebagai pedoman untuk kegiatan di masa depan. Kegiatan perencanaan meliputi alternatif yang diterapkan dalam menetapkan tujuan, strategi dan kebijakan. Rencana tersebut penting dibuat dengan sungguh-sungguh supaya mencapai tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Perencanaan sendiri merupakan fungsi pertama

dalam organisasi. Hal inilah yang menjadi landasan kegiatan pengelolaan (Junaedi, 2014).

Sub Koordinator berita dan Koordinator teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara mengatakan bahwa dalam menayangkan Program Pesona Indonesia terlebih dahulu melakukan perumusan dengan mendata terlebih dahulu seluruh budaya yang ada di Sumatera Utara. Mengidentifikasi peluang dan kekuatan yaitu ketika budaya setempat mempunyai sanggar seni ataupun komunitas budaya sendiri. Selain itu kelemahan dan ancaman dalam melestarikan budaya melalui konten yaitu kurangnya peminat penonton, anggaran yang terbatas mempengaruhi hasil konten serta komunikasi yang tidak sejalan. dalam hal ini Sub Koordinator berita dan Koordinator teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara juga mengatakan bahwa tujuan dari TVRI ini salah satunya melestarikan dan mempertahankan budaya lokal serta memperkenalkan berbagai kearifan lokal kepada anak-anak yang lahir di era globalisasi.

Menurut Middleton (dalam Cangara, 2017) proses komunikasi yang efektif akan tercapai apabila strategi komunikasi dan perencanaan yang baik. *Planning* atau perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan TVRI Sumatera Utara Untuk melaksanakan pelestarian budaya melalui konten TVRI Sumatera Utara melakukan sebuah rapat yang dihadiri oleh kru, membuat sebuah *planning* untuk memproduksi konten. Hal ini bertujuan untuk menciptakan struktur organisasi yang efektif dan baik, menentukan waktu dan lokasi penggarapan program. Setelah itu menghubungi sanggar seni apabila semua sudah ditentukan. Sehingga ketika proses penggarapan konten semua akan berjalan sesuai dengan kesepakatan rapat.

Dalam melaksanakan strategi komunikasi, TVRI Sumatera Utara telah menentukan siapa saja yang bertanggung jawab dalam penggarapan Program Pesona Indonesia tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh PR Smith dalam Prigusnanto (2006) strategi komunikasi yaitu SOSTAC+3Ms dalam bagian SDM sebagaimana dijelaskan pada tahap ini merupakan tahap penentuan siapa saja yang akan melakukan perencanaan atau penanggung jawab dalam pelaksanaan strategi komunikasi. TVRI Sumatera Utara juga memperhatikan dana untuk penggarapan sebuah program. Hal ini

sesuai dengan tahap strategi komunikasi yang diungkapkan oleh PR Smith dalam Prigusnanto (2006) perencanaan strategi komunikasi yaitu SOSTAC+3Ms dalam tahap Money, yaitu menentukan berapa banyak dana dari mana biaya yang akan dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Dalam hal ini TVRI Sumatera utara menentukan 9 orang kru untuk satu program budaya lokal dan menentukan jumlah dana yang berasal dari APBN dan dana lain.

Menurut Koontz dan Cyril (dalam Suhandang 2007:51) yaitu dana dalam artian hasil yang berdasarkan tujuan yang ingin di capai berupa nilai ekonomis dan biaya yang disediakan untuk mencapai tujuan tersebut. Penggarapan sebuah konten atau program tanpa adanya dana tidak akan berjalan dengan baik. Dalam hal ini, kru TVRI Sumatera Utara memplanningkan biaya produksi dengan mengadakan rapat sebelum penggarapan konten. Anggaran ini juga, sedikit berpengaruh bagaimana program tersebut dikemas sesuai plot anggaran yang sudah disediakan. Anggaran menjadi tolak ukur keberhasilan, baik dan bagusnya sebuah konten (Yaldi Robby, 2020). setelah proses pembuatan program, TVRI Sumatera Utara juga langsung memplanningkan dan membentuk sebuah tim kru untuk membuat program budaya lokal yang secara berkesinambungan sesuai data- data yang sudah ditentukan. Kemudian hasil penggarapan program langsung diserahkan kepada tim pengedit.

## **Produksi Program**

Pernyataan Sub Koordinator berita dan Koordinator teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara mengatakan pada tahap implementasi atau pelaksanaan mereka mengadakan rapat untuk mem-*planning*-kan waktu produksi, tempat, membentuk struktur organisasi agar lebih efisien, menentukan anggaran yang berasal dari APBN dan anggaran yang tidak terikat. Adapun jumlah kru dalam memproduksi Program Pesona Indonesia yaitu sebanyak 9 orang. Merekrut kru produksi yang sesuai bidang yang ada di lapangan sangat penting dikarenakan setiap produksi membutuhkan orang yang berbeda yang akan bekerja di balik layar (Mabruri, 2013). Mereka lalu *dibriefing* terlebih dahulu. *Briefing* yaitu sebuah tahap dalam memotivasi karyawan supaya mampu bekerja keras dan proaktif, serta menuntun mereka dalam melaksanakan

rencana, sehingga menjadi fokus dan efektif serta efisien untuk mencapai tujuannya. Pelaksanaannya sendiri akan memberikan motivasi, inspirasi, semangat dan semangat bagi bawahan untuk melaksanakan kegiatan sehingga dapat berorganisasi sesuai dengan tanggung jawabnya dan dapat melaksanakan tugas yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Melalui pembinaan, manajer dapat membuat komitmen dan mendorong upaya yang dapat mendukung tujuan (Merliansyah,2021). Setelah itu menghubungi sanggar seni. Setelah ditentukan maka kru langsung bergegas melakukan syuting. Hasil dari syuting akan langsung diberikan pembagian pengeditan.

### **Penayangan Program dan Pengawasan Program**

Menurut Siswanto (2013: 151), *controlling* dapat diartikan sebagai suatu langkah yang sistematis guna mengevaluasi apakah aktivitas-aktivitas organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, apabila belum dilaksanakan diagnosis faktor penyebabnya untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan.

Sub Koordinator berita mengatakan pada tahap evaluasi dilakukan sebanyak dua (2) kali yaitu sebelum penayang dan sesudah penayangan. Sub Koordinator teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara memperkuat pernyataan Sub Koordinator Berita, yang mengatakan evaluasi sebelum tayang yaitu pada saat pengeditan dan evaluasi dilakukan setelah tayang yaitu melihat jumlah *rating* dari konten tersebut. Jika *rating* Program Pesona Indonesia baik maka konten tersebut dapat berkesinambungan ditayangkan dengan catatan adanya variasi baru yang lebih unik ditambahkan dalam konten yang bertujuan menambah daya tarik penonton. Sub Koordinator berita dan Koordinator teknik Produksi dan Penyiaran LPP TVRI Sumatera Utara juga menyampaikan tindakan korektif yang dilakukan ketika terjadi penyimpangan yaitu mencari referensi baru dan mengundang budayawan setempat. Tolak ukur keberhasilan juga disampaikan yaitu adanya pengaruh dan kebermanfaat sehingga masyarakat dapat menjaga dan melestarikan budaya lokal.

Menurut David (2011) menerangkan bahwa evaluasi menjadi tahap akhir dari manajemen strategi. Evaluasi dilakukan dengan mengkaji faktor-faktor pada saat implementasi. Pada tahap ini

evaluasi yang dilakukan TVRI Sumatera Utara yaitu sebanyak dua kali yaitu setelah penayang konten dan pada saat pengeditan konten. Evaluasi pertama saat pengeditan konten dilakukan untuk melihat kekurangan-kekurangan dalam konten tersebut serta mencut yang dianggap tidak penting. Pada tahap pengeditan apabila ditemukan sebuah penyimpangan atau tidak sesuai dengan planning yang sudah ditentukan sebelumnya tindakan alternative yang dilakukan yaitu mencari referensi baru dan mengundang budayawan setempat terkait konten budaya yang diproduksi. Namun, pihak TVRI Sumatera Utara juga menegaskan bahwa jarang terjadi penyimpang tetapi sering terjadi kesalahan seperti kurangnya property.

Evaluasi kedua dilakukan setelah penayangan yaitu melihat jumlah *rating* dari konten. Jika mendapatkan *rating* yang baik maka program dapat dilanjutkan penayangannya dalam artian konten tersebut dapat ditampilkan secara berkesinambungan yang dikemas secara unik dan menarik. Hal ini bertujuan untuk menambah jumlah penonton dan menambah daya tarik masyarakat untuk mengenal lebih jauh budaya-budaya lokal melalui TVRI Sumatera Utara. Hasil evaluasi dijadikan acuan untuk penyesuain untuk program selanjutnya. TVRI Sumatera Utara dalam hal ini melakukan tindakan yang tepat karna hal tersebut akan berpengaruh terhadap efektivitas pelaksanaan program selanjutnya.

Keberhasilan strategi TVRI Sumatera Utara sebagai lembaga penyiaran publik dalam menjalankan salah satu fungsinya yaitu ikut serta dalam melestarikan budaya lokal dilihat dari manajemen strategi yang dilakukan oleh LPP TVRI Sumatera Utara. Manajemen dan organisasi merupakan dua komponen yang saling berhubungan. Berdirinya sebuah organisasi merupakan tempat bagi manajemen. Namun posisi manajemen menjadi penentuan arah gerak organisasi tersebut. Dalam artian organisasi tidak dapat bergerak tanpa adanya manajemen. Begitu pula manajemen hanya dapat diimplementasikan pada organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara tolak ukur keberhasilan dalam menayangkan Program Pesona Indonesia yaitu bagaimana masyarakat menyikapi konten tersebut. Adanya pengaruh yang dihasilkan oleh TVRI Sumatera Utara terhadap masyarakat yang melihatnya. Dengan melalui konten budaya dapat menciptakan

kebermanfaat kepada masyarakat akan budaya di Sumatera Utara. Selain itu, yang menjadi tolak ukur keberhasilan yakni masyarakat dapat meniru dan melestarikan budaya serta mengaplikasikannya kepada generasi-generasi penerus yang belum mengenal budaya-budaya yang ada di Sumatera Utara. Hingga saat ini TVRI selalu menyajikan program-program kearifan lokal yang ada di Sumatera Utara. TVRI Sumatera Utara akan terus menjadi alat pemersatu bangsa, menjadi media pendidik, penghibur serta ikut berperan dalam melestarikan budaya. Hal ini, sesuai dengan visi misi yang sudah ditentukan oleh TVRI itu sendiri.

## **KESIMPULAN**

TVRI Sumatera Utara dalam hal ini sudah menjalankan salah satu fungsinya yaitu ikut serta dalam melestarikan budaya lokal di Sumatera Utara sesuai Amanat Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Pesona Indonesia sebagai strategi program siaran untuk melestarikan budaya lokal memiliki kekuatan untuk melestarikan budaya lokal. Sebelum memproduksi Program Pesona Indonesia, TVRI Sumatera Utara mengumpulkan data-data terkait apa saja budaya yang ada di Sumatera Utara. Setelah itu, Mengidentifikasi peluang dan ancaman dari eksternal ketika memproduksi konten. Selanjutnya TVRI Sumatera Utara juga menentukan target jangka panjang yaitu memperkenalkan budaya-budaya lokal kepada masyarakat terutama kaum milenial. TVRI Sumatera Utara melakukan implementasi setelah menentukan budaya-budaya yang ada di Sumatera Utara. Kru yang berjumlah maksimal 9 orang mengadakan rapat dan melakukan sebuah planning dengan menentukan tempat dan waktu syuting, tugas para kru, mengalokasikan anggaran yang berasal dari APBN dan anggaran yang tidak terikat. Setelah itu, menghubungi sanggar seni untuk memberitahu waktu dan tempat produksi. Jika semua sudah ditentukan maka selanjutnya memproduksi sebuah konten. Setelah program diproduksi selesai langkah selanjutnya yakni menyerahkan kepada tim pengedit untuk diedit.

Setelah melakukan persiapan dan pelaksanaan maka tahap terakhir yang dilakukan yaitu evaluasi. Ada dua (2) tahap evaluasi yang dilakukan yaitu evaluasi sebelum penayangan pada saat

pengeditan. Melihat bagian apa saja yang kurang dan di cut atau dipotong. Selanjutnya evaluasi di lakukan setelah penayangan. Dalam tahap ini evaluasi program dilihat dari rating apabila rating yang di dapat baik maka program ini dapat dapat ditayangkan secara berkesinambungan dengan variasi baru serta menambah keunikan pada konten. Hal ini dilakukan untuk menambah minat para penonton. Adapun tindakan korektif yang dilakukan TVRI Sumatera Utara ketika terjadi sebuah penyimpangan yaitu mencari referensi dan mengundang budayawan setempat untuk membahas terkait penyimpangan yang terjadi. Tolak ukur keberhasilan dalam tahap ini juga di evaluasi. Keberhasilan dari sebuah konten yang ditayangkan ketika masyarakat dapat meniru dan mengaplikasikan budaya tersebut di kehidupan sehari-hari dan ikut melestarikan budaya tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Tengku. 2017. Dendang Pantun Melayu Sebagai Strategi Program Penyiaran Dalam Mempertahankan Budaya Melayu di TVRI Sumatera Utara. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djamil, Hidajanto. 2017. *TV Programming: Sebagai Satu Kesisteman Untuk Meraih Jumlah Audiens Secara Optimal*. Jakarta: Prenada Media.
- Erlis, Iqbal. 2020. Strategi Kreatif Produser Program Pesosna Indonesia LPP TVRI Riau-Kepri Dalam Mempromosikan Budaya Melayu. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fachruddin, Andi. 2017. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana.

- Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Kajian Ekonomi Politik Media: Komodifikasi Pekerja dan Ferisisme Komiditas dalam Industri Media*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Juditha, Christiany. 2015. Televisi Lokal dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di SINDO TV Kendari). *Jurnal Penelitian komunikasi dan Pembangunan, Makasar, Vol. 16 (1): 49 – 64*.
- Junaedi, F. 2012. *Manajemen Media Massa (Teori, Aplikasi, Dan Riset)*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Latief, Rusman dan Utud, Yusiatie. 2017. *Siaran Televisi Indonesia: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana.
- Latief, Rusman, dkk. 2017. *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, dan Non-Drama*. Jakarta: Prenada Media.
- Latief, Rusman. 2020. *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenada Media.
- Latief, Rusman. 2021. *Jurnalistik Sinematografi*. Jakarta: Prenada Media.
- Mabruri, Anton. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV-Format Acara Drama*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mabruri, Anton. 2018. *Produksi Acara TV Drama*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Merliansyah, Wendi. 2021. Analisis Manajemen Program Hiburan Televisi Daerah Bingkai Wisata Pada Esa TV Bengkulu Dan Ragam Rafflesia Rakyat Bengkulu Televisi Dalam Mempertahankan Identitas Daerah. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Miarso, Yusufhadi. 2004. *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Pustekkom-Diknas.
- Mufid, Muhammad. 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Muniroh, Nelli Khori Natal. 2018. Strategi Manajemen Program “Pesonaindonesia” Di Tvri Sumatera Selatan

Dalammenjalankan Program Siaran. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasifakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

- Morissan. 2008. *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Panuju, Redi. 2017. *Siste, Penyiaran Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi & Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saleh, Amiruddi, dkk. 2021. *Etika Profesi Komunikasi*. Bogor: IPB Press.
- Siswanto. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudibyo, Agus. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta bekerja sama dengan ISAI (Institut Studi Arus Informasi).
- Suhandang, Drs. Kustadi. 2007. *Manajemen Pers Dakwah: Dari Perencanaan Hingga Pengawasan*. Bandung: Marja.
- Sutopo, Ishadi dan Soemardjo, Sumarsono. 1999. *Dunia Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vivanda, Pratika Diah. 2014. *Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program Talk Show “Ceriwis” TRANS TV*. *Skripsi*. Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Wahyuni, Hermin Indah. 2013. *Kebijakan “Media Baru” di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

**PENGGUNAAN *OPEN SOURCE INTELLIGENCE*  
DALAM LIPUTAN PEMBAKARAN HALTE  
SARINAH DI NARASI TV**

***THE UTILIZATION OF OPEN SOURCE  
INTELLIGENCE IN THE NARASI TV  
COVERAGE OF THE SARINAH BUS SHELTER  
BURNING***

**Tresnanda Anargyo Saktiko<sup>1</sup>, Formas Juitan Lase<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Kristen Indonesia

tresnanda.saktiko@gmail.com<sup>1</sup>, formas.juitan@uki.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak**

Unjuk rasa memprotes UU Cipta Kerja pada 8 Oktober 2020 berdampak pada pengrusakan sejumlah fasilitas publik salah satunya halte Transjakarta di kawasan Sarinah. Banyak media yang meliput peristiwa ini, khususnya Narasi TV sebagai media yang menggunakan metode peliputan investigasi dengan memanfaatkan *open source intelligence*. Metode ini mampu mengakses serta merangkum informasi dari platform-platform dengan sumber terbuka yang ada di internet seperti *Facebook*, *Tiktok*, *Instagram*, dan *Google images*. Namun dalam video tersebut, Narasi TV tampak membingkai sekelompok orang sebagai “pelaku” pembakaran halte Sarinah. Bukti-bukti yang digunakan untuk mendukung pembingkaiannya itu diperoleh dari platform-platform *open source* di atas. Penggunaan metode ini menjadi penting dianalisis guna menjelaskan pembingkaiannya yang dilakukan Narasi TV dalam liputan investigasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik analisis framing model Iyengar (1991). Hasil analisis menemukan 3 bingkai utama yang digunakan oleh Narasi TV yaitu pendakwaan terhadap

sekelompok orang sebagai pelaku pembakaran halte Sarinah, kecanggihan teknologi *open source intelligence* yang digunakan sebagai sumber data, dan ketidakmampuan Kepolisian mengungkap pelaku pembakaran halte Sarinah. Pemingkanaan dilakukan secara episodik dengan menampilkan gambar-gambar kontras, penggunaan visual dan narasi yang sensasional dan provokatif.

**Kata kunci:** *Framing, Jurnalisme Investigasi, Narasi TV, Open Source Intelligence*

### **Abstract**

*The demonstrations against the Job Creation Law on October 8, 2020, impacted on a number of public facilities in Jakarta. Many were set ablaze, such as the Transjakarta bus shelter in the Sarinah area. The events attracted many media outlets to cover it with varied approaches. Specifically, Narasi TV is one of using investigative reporting methods by utilizing a relatively new method of reporting called the open source intelligence. This method is able to access and summarize information from open sources platforms on the internet such as Facebook, Tiktok, Instagram, and Google images. However, in their investigative coverage, we argue that Narasi TV tried to frame a group of people as the “perpetrators” that involved in the burning of the Sarinah bus shelter. The evidence used by Narasi TV to support the framing was obtained from those open source platforms. It is important to analyze the use of this open source method in order to explain the framing of this Narasi TV coverage. This study uses a qualitative approach and Iyengar’s framing analysis technique (1991). The results shows that Narasi TV used several main frames on their coverage such as a group of people were accused of being the perpetrators, the sophistication of intelligent open source technology used as a data source, and the inability of the police to uncover the perpetrators. The Framing runs in an episodic way by displaying contrasting images, using sensational visuals and provocative narratives.*

**Keywords:** *Framing, Investigation Journalism, Narasi TV, Open Source Intelligence*

## PENDAHULUAN

Pada 8 Oktober 2020, terjadi unjuk rasa yang memprotes Undang-Undang Cipta Kerja karena dinilai kontroversial, baik isi maupun waktu pengesahannya di masa pandemi Covid-19. Undang-undang yang dinilai memberatkan ini, memaksa beberapa kelompok masyarakat seperti buruh, dan mahasiswa berunjuk rasa. Demonstrasi yang seharusnya tidak terjadi pada masa pandemi karena menimbulkan kerumunan, semakin diperparah dengan sejumlah demonstran yang merusak beberapa fasilitas public (Wibowo, 2020). Fasilitas publik seperti tempat sampah, tempat bunga di kawasan Balai Pemuda dirusak dan dibakar oleh massa. Terlihat sejumlah orang tak bertanggung jawab mencabut tempat sampah yang terbuat dari seng dan kayu di jalan-jalan kemudian membakarnya di sekitar air mancur kawasan simpang empat. Bahkan halte Transjakarta Sarinah juga tak luput dari pengrusakan dan pembakaran.

Pembakaran halte Sarinah ini menjadi perhatian publik karena terdapat dugaan mengenai pelaku pembakaran yang bukan merupakan spontanitas para demonstran tetapi oleh kelompok tertentu secara terencana. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Deputy VII Badan Intelijen Negara Wawan Hari Purwanto bahwa pembakaran halte Sarinah di tengah unjuk rasa penolakan UU Cipta Kerja dilakukan secara sistematis dan terencana (Yahya, 2020). Berdasarkan dugaan tersebut banyak media yang berusaha mengungkap mengenai peristiwa pembakaran halte Sarinah ini. Salah satunya adalah Narasi TV. Narasi TV mengungkap peristiwa pembakaran halte Sarinah melalui video liputan investigasi yang dipublikasi melalui kanal Youtube Narasi Newsroom berjudul “62 menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah| Buka Mata”.

Metode yang digunakan oleh Narasi TV dalam memperoleh data informasi untuk liputan investigasi tersebut memanfaatkan sistem kecerdasan buatan bernama *Open source Intelligence (OSINT)*. Penggunaan *OSINT* ini memerlukan keahlian khusus karena *OSINT* bekerja merangkum informasi dan memberikan pilihan informasi sesuai dengan apa yang diminta oleh penggunanya (Kinder, 2007). Oleh karena itu, penggunaan *OSINT* ini dapat dikatakan sebagai metode yang kredibel jika penggunanya juga kredibel. Selain itu pula dalam menggunakan kecerdasan buatan ini pengguna juga

harus memilah informasi yang berupa foto, dan video yang benar dan bisa dipertanggungjawabkan keasliannya dari ribuan bahkan jutaan kemungkinan foto dan video yang muncul dari sistem *OSINT* ini.

Banyak kritikus media yang menyarankan bahwa metode *open source* dapat berpotensi merusak integritas informasi. Mereka berargumen bahwa demokrasi tidak dapat berfungsi dengan baik jika terjadi distorsi, dan pengamatan yang dangkal terhadap suatu peristiwa yang diperbolehkan dalam produk-produk media. Penyediaan informasi adalah tugas suci bagi jurnalis yang mengamati peristiwa secara langsung, dan dilatih untuk memberikan sudut pandang yang tidak bias. Maka jurnalis yang menggunakan metode ini tetapi tidak memiliki keahlian mungkin hanya bisa dianggap “pengemudi amatir” yang membawa kita ke jalan yang salah (Al-Ashry Ebrahim Ali, 2019). Hal ini mengingatkan gambar visual dalam suatu produk jurnalistik memiliki kekuatan yang besar seperti temuan penelitian (Domke et al., 2002), yang menyatakan bahwa gambar visual pada produk jurnalistik mampu menyerdhanakan proses persuasi, sehingga dapat memudahkan jurnalis atau politisi menanamkan suatu perspektif kepada masyarakat.

*OSINT* atau kecerdasan buatan yang mampu mengakses sumber terbuka, adalah salah satu alat yang bisa dibilang paling berharga bagi seorang jurnalis di era jurnalisme online. Lewat sistem ini jurnalis bisa mengakses banyak informasi online yang tersedia untuk publik. Jurnalis yang melakukan *research* atau *data gathering* berbasis *OSINT* harus memiliki dasar pikiran yang kuat karena bertujuan untuk “mengintip” kebenaran di belakangnya (Hayden, 2019). Informasi yang dimaksud di sini adalah identitas-identitas “buatan” internet, avatar “anonim” di media sosial, misalnya, atau foto-foto yang di beri *filter* di Instagram, lalu dengan bermodalkan informasi-informasi tersebut jurnalis dapat menceritakan kisah yang lebih nyata, yang sebenarnya yang terjadi di sisi lain layar audiens.

Dalam kegiatan jurnalistik metode Open Source ini cukup populer digunakan karena dengan metode ini jurnalis dapat mengumpulkan petunjuk – petunjuk tentang kebenaran suatu peristiwa dan menggunakannya untuk menceritakan kisah yang menarik bagi publik. Sudah bukan rahasia lagi bahwa kebanyakan

informasi yang beredar dan tidak selalu benar, memiliki bias dan harus dianalisis dengan hati-hati dan terampil (Benford, Robert D and Snow, 2000). Bagaimanapun, berita palsu sudah menjadi bagian dari kehidupan informasi kita, hingga hari ini. Oleh karena itu, dalam disiplin ilmu analisis informasi, terdapat banyak metodologi untuk menghasilkan produk informasi yang dapat digunakan untuk membuat keputusan dalam kehidupan pribadi dan bisnis (Weinberg, 1996).

Salah satu mekanismenya adalah apa yang kita sebut pemanfaatan “open source”, atau dengan kata lain menggunakan Open Source INTelligence (OSINT) yang menjadi bagian dasar dari proses *data research* yang harus dilakukan dengan hati-hati dan metodologi, menghindari bias dan verifikasi informasi di lapangan. Tidak diragukan lagi, OSINT merupakan elemen penting dalam investigasi, baik sebelumnya, untuk bisa “mendapatkan ide”, dan mendalami aspek fundamental dari orang atau institusi yang diinvestigasi (García, 2020). Namun, harus dipahami bahwa walau informasi tersebut bebas bukan berarti pengguna dalam hal ini jurnalis bisa seenaknya menggunakannya, maka penggunaannya harus dipertimbangkan dalam analisis OSINT. Oleh karena itu, aspek yang terpenting adalah verifikasi data temuan, karena dengan metode ini pengguna (jurnalis) dapat mengalami *over information* yang bisa menyebabkan informasi yang dilaporkan dalam produk jurnalistik yang diperoleh menjadi bias (Hansen, 2015).

Pengetahuan mengenai pedoman penggunaan metode *OSINT* diperlukan karena faktor utama yang memengaruhi nilai data yang diambil melalui metode *OSINT* ini adalah relevansi dan kredibilitas. Idealnya, kredibilitas akan terwujud jika ditambah dengan kejujuran sang pencari data. Pemanfaatan *OSINT* dalam kegiatan *data gathering* secara otomatis berpotensi gagal karena empat alasan umum. Pertama, informasi yang diinginkan dan dicari mungkin tidak tersedia dari sumber mana pun yang dapat diakses umum atau berada pada *closed source (availability)*. Kedua, niat pengguna (seperti kata kunci yang dimasukkan dalam penelusuran) mungkin salah dibaca oleh sistem pengambilan (*interpretation*). Ketiga, formulasi pencarian mungkin gagal memunculkan informasi yang diperlukan (*formulation*). Keempat, pencari informasi mungkin

gagal mengenali relevansi dan signifikansi data yang ditemukan (*confusion*) (Weir, 2016).

Masing-masing faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh hubungan yang erat dan kompleks antara pertanyaan dan jawaban sehingga meningkatkan kemungkinan kegagalan. Dasar pemikiran dan kata kunci yang diformulasikan dengan buruk dapat mengakibatkan ketersediaan informasi dan data yang rendah. Meskipun begitu tanggapan yang dikumpulkan dengan buruk dapat menimbulkan kebingungan di pihak penelusur. Karena itu, metode ini memungkinkan kecenderungan “diri” jurnalis memengaruhi hasil data yang diperoleh yang berpotensi membingkai kelompok tertentu berdasarkan dari data dan informasi yang rendah tadi. Sehingga, diperlukan suatu pemahaman yang komprehensif dalam menggunakan metode ini.

Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan untuk memperlihatkan bagaimana Narasi TV membingkai video “62 menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah| Buka Mata” melalui metode *Open Source Intellegent?* Tujuannya untuk menjelaskan bentuk pembingkai peristiwa pembakaran halte sarinah yang dipublikasi oleh Narasi TV melalui pemanfaatan teknologi *OSINT*.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dan pendekatan kualitatif (Babbie, 2012; Creswell, 2010; Guba, Egon G, and Lincoln, 2005). Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis teks dengan teknik analisis framing model Iyengar (1991). Iyengar mengatakan bahwa suatu tayangan berita dapat dibagi menjadi bingkai episodik dan tematik. Episodik cenderung memberikan gambaran yang memperjelas suatu kejadian yang ingin dijadikan pusat perhatian. Produk jurnalistik yang membingkai secara episodik menyertakan visual yang kontras guna menekankan suatu kejadian (*vivid image*), kejadian sensasional untuk menarik emosi penonton (*sensational image*), atau penggambaran serta narasi provokatif untuk kembali menekankan hal-hal yang menjadi pusat perhatian dalam tayangan ini (*provocative image*) (Iyengar, 1991). Penonton tayangan yang membingkai suatu peristiwa secara

episodic cenderung tidak membutuhkan wartawan untuk susah payah menafsirkan suatu masalah yang menjadi isu utama dalam tayangan tersebut, karena penggambaran yang diberikan telah cukup menekankan isu-isu utama tayangan tersebut.

Sedangkan dalam bingkai tematik, seperti yang diungkapkan oleh Iyengar (1991) berita dapat terdiri dari informasi yang memuat tren yang sifatnya umum misalnya seperti, alasan terjadi demonstrasi, atau kelompok-kelompok apa saja yang terlibat dalam demonstrasi anarkis, serta kerugian yang diterima negara akibat demonstrasi anarkis, atau masalah kebijakan publik seperti ketepatan pemerintah menangani permasalahan demonstrasi anarkis, gerakan kelompok-kelompok penyusup yang masuk dalam kegiatan demonstrasi (*thematic images*) Dalam bingkai tematik terdapat latar cerita yang objek liputannya bersifat abstrak dan impersonal (*abstract image*).

<i>FRAME</i>	
Central organizing idea or Ideologi for making sense of relevant events, suggesting what is at issues	
<i>EPISODIC FRAME</i> (concrete instances, or portrait depicting about a specific issue)	<i>THEMATIC FRAME</i> (Larger general idea of issue at wider circumstances)
Vivid Image Contrasting images to emphasize an event	Thematic Images Information containing general trends or public policy issues
Sensational Image Sensational events to attract the emotions of the audience	Abstract Image The background of the story whose object of coverage is abstract and impersonal
Provocative Image Provocative depictions and narratives to re-emphasize things that are the center of attention in the show	

Sumber: Iyengar (1991)

Data dalam penelitian ini diperoleh dari setiap adegan (*scene*) dalam video investigasi berjudul “62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah.” Adegan yang berjumlah 47 scene ini kemudian dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Ritchie, 2003) dengan kriteria pertama adegan merupakan bagian dari keseluruhan video liputan investigasi berjudul “62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah”. Kriteria kedua adalah setiap adegan yang menampilkan simbol-simbol diskriminatif bagi suatu kelompok baik secara visual maupun melalui narasi video, seperti visual yang kontras, ataupun narasi yang provokatif, yang merugikan suatu kelompok.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa video “62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah Buka Mata” dari elemen visual maupun elemen narasi berupa transkrip audio menemukan tiga pembingkai. Temuan pertama, pembingkai sekelompok orang sebagai pelaku pembakaran halte Sarinah; kedua, pembingkai teknologi yang canggih dan terpercaya sebagai sumber data; dan ketiga, pembingkai ketidakmampuan kepolisian mengungkap pelaku pembakaran halte Sarinah.

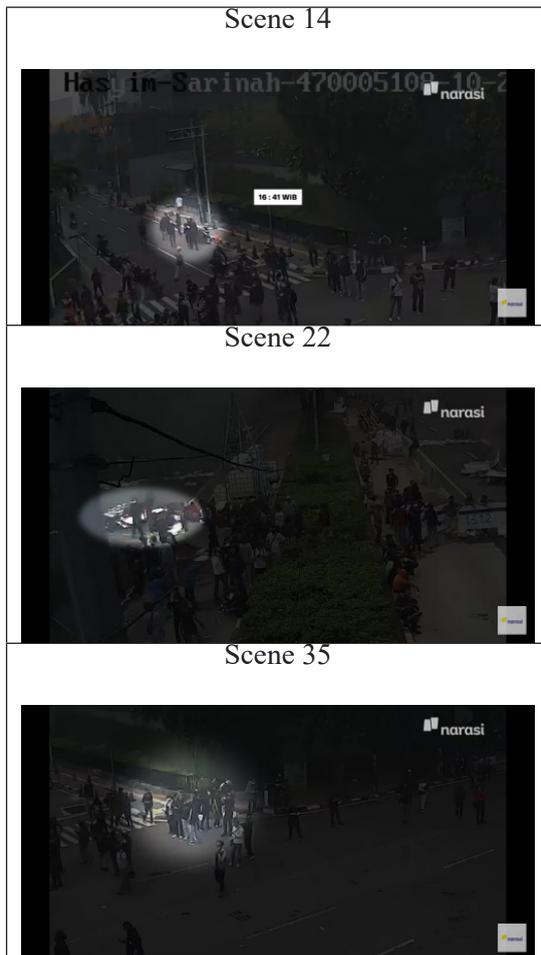
### **Pembingkai sekelompok orang sebagai pelaku pembakaran**

Narasi TV memberitakan pembakaran halte Sarinah dalam liputan investigasinya secara kronologis. Dalam liputan itu, Narasi TV membingkai sekelompok orang sebagai pelaku pembakaran berdasarkan foto dan video yang diperoleh dari platform media sosial, media online dan rekaman CCTV. Pembingkai ini dilakukan melalui bingkai episodik yaitu visual kontras, visual dan narasi sensasional, dan visual dan narasi provokatif yang diuraikan dalam tiga aspek berikut:

Pembingkai yang paling sering digunakan pada video ini adalah berupa penyempitan pandangan melalui visual yang kontras berupa lingkaran yang terang dan sekelilingnya gelap. Bingkai ini mampu memfokuskan perhatian penonton hanya pada lingkaran tersebut. Dan dalam hal ini, Narasi TV yang membuat video mengarahkan penonton untuk mencurigai kegiatan sekelompok orang dalam lingkaran tersebut, meski sejatinya sulit bagi penonton untuk mengidentifikasi identitas mereka. Teknik ini mulai digunakan pada scene 14 hingga scene 22, dan digunakan kembali pada scene 33 sampai 39. Scene 14, 22, 33 dan 39 bersumber dari CCTV yang bisa diakses publik melalui Bali Tower CCTV.

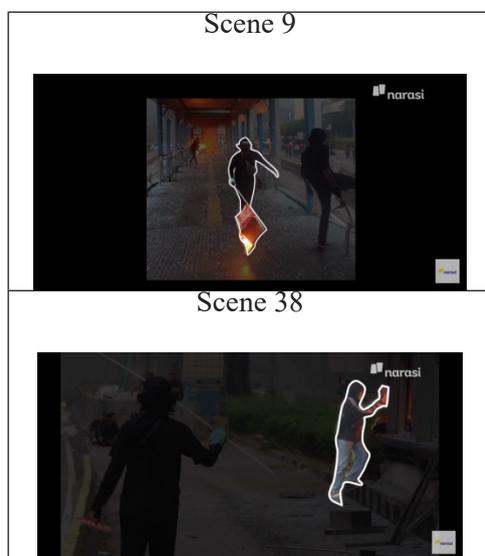
Penonjolan lewat lingkaran yang lebih kecil terus digunakan untuk membuntuti kegiatan masing-masing orang dalam kelompok yang disorot. salah satunya ditunjukkan lewat scene 22. Pada visual ini penonton diarahkan melihat seorang pria sedang membakar kardus. Narasi TV tidak menjelaskan secara menyeluruh dari mana dan ke mana orang yang membakar kardus tersebut. Juga tidak menjelaskan

siapa yang pertama kali menyulut api di luar halte. Hanya pria ini saja yang berusaha disudutkan sebagai penyebab pembakaran halte Sarinah. Sama halnya pada scene 35 terlihat kelompok yang disorot ini kembali digambarkan sedang berkumpul. Padahal, pada scene yang sama juga terlihat ada kelompok massa yang lain yang berkumpul seperti kelompok yang disorot, tetapi tidak diberi label kecurigaan. Hal ini menandakan diskriminasi terhadap kelompok yang disorot melalui proses pemingkanaan (Tankard, 2001).



**Gambar 1. Gambar Kontras Scene 14, 22, dan 35**

Visual kontras berikutnya ditemukan pada scene 9 dan 38 di mana seseorang dalam gambar ini diberi *outline* untuk meneguhkan kesalahan orang ini. Namun, sangat disayangkan peneguhan ini tidak dibarengi dengan verifikasi lebih lanjut pada sumber data yang diambil. Scene 9 bersumber dari CCTV Bali tower dan scene 38 yang bersumber dari akun tiktok @callusvanda. Pembingkaiannya ini mampu menghadirkan kesan dramatisir dari setiap gerak gerik orang yang disorot pada video ini. Hal ini membuat orang yang disorot menjadi tersudutkan padahal tidak ada bukti bahwa mereka adalah pelaku, selain penglihatan si pembuat video yang dipaksakan ke penonton (Weinberg, 1996). Tampaknya, kedua orang yang didakwa sebagai pembakar halte Sarinah ini merupakan hasil pandangan jurnalis yang dijadikan pandangan utama di video ini (Yang, 2015).



**Gambar 2. Gambar Kontras Scene 9 dan 38**

Pembingkaiannya yang sifatnya mendakwa sekelompok orang dalam video ini tidak seharusnya terjadi pada liputan investigasi, karena pada hakikatnya liputan jurnalisisme investigasi adalah sebuah upaya dekontekstualisasi terhadap semua bahan liputan ke dalam klasifikasi dan struktur pengisahan tertentu dengan menyeimbangkan dua sudut yang berbeda atau menonjolkan sudut jurnalis sebagai

alternatif, bukan sebagai sudut pandang utama yang dipaksakan (Santana, 2003).

Penggunaan OSINT atau AI based data gathering bukan hal baru di dunia jurnalisme modern. Walaupun teknologi ini sudah sangat canggih, tetap diperlukan praktik-praktik jurnalisme konvensional untuk memperkuat hasilnya. Seperti diungkapkan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya di halaman 120 dan 145 yang menyatakan bahwa dalam liputan jurnalisme investigasi cenderung lebih mendalam dalam memberitakan suatu isu dan peristiwa, sehingga publik mampu mengetahui kebenaran dalam suatu isu dari tiap sisi secara menyeluruh. Namun untuk memastikan suatu liputan investigasi dapat dikatakan layak tentu harus melalui tahap-tahap verifikasi (Kovach & Rosentiel, 2003; Matthes, 2008). Gambar/visual dapat menciptakan perasaan ‘*eye-witnessing*’ pada penonton sehingga penonton dapat memberikan persepsi walau pada tingkat keterlibatan yang rendah, maka ketika Narasi TV sebagai pemberi informasi yang seharusnya memiliki keterlibatan tinggi abai melakukan verifikasi terhadap visual yang ditunjukkan maka penonton pun di arahkan pada persepsi emosional yang salah (Parveen & Showkat, 2020; Rodriguez & Dimitrova, 2011).

Di samping itu, jurnalis yang melakukan *research* atau *data gathering* berbasis OSINT harus memiliki tujuan untuk “mengintip” kebenaran yang tertutupi dari informasi yang dikumpulkan (Hayden, 2019). Namun praktik jurnalistik yang digunakan dalam liputan investigasi ini tampak semena-mena. Perlu dipahami bahwa dalam penggunaan metode ini, aspek yang terpenting adalah verifikasi data temuan, karena dengan metode ini pengguna dapat mengalami *over information* yang bisa menyebabkan informasi yang dilaporkan dalam produk jurnalistik menjadi bias (Hayden, 2019).

Aspek pembingkaian kedua ditemukan lewat visual dan narasi yang sensasional yang menimbulkan kesan-kesan bersalah pada setiap orang yang disorot. Seperti pada scene 30, penonton diarahkan untuk setuju dengan apa yang dipercayai oleh Narasi TV. Scene ini merupakan sebuah video dan foto yang berbeda dan sangat mungkin diambil pada momen berbeda serta tidak ada yang menandakan waktu pengambilan foto dan video tersebut. Narasi TV tidak memberi ruang interpretasi alternatif bagi penonton untuk

memutuskan mana yang benar dan tidak, tetapi justru diarahkan untuk setuju dengan identifikasi yang dilakukan oleh Narasi TV (Hayden, 2019; Yang, 2015). Seharusnya ada proses verifikasi untuk memperkuat interpretasi atas sumber-sumber tersebut. Karena video-video yang menjadi sumber utama dapat diubah ataupun diedit oleh siapapun, sehingga seorang jurnalis investigasi harus memiliki pikiran dokumentatif, berpikir berdasarkan berbagai catatan-catatan dokumentatif yang telah ditemukannya. Di samping itu, juga perlu melakukan verifikasi melalui wawancara narasumber (*human sources*) kepada pemilik video atau foto (Weinberg, 1996).



**Gambar 3. Gambar Kontras Scene 30, 31, dan 32**

Selanjutnya pada scene 31, hanya ada slide show foto kelompok yang diklaim oleh Narasi TV sebagai pelaku tetapi tidak diberi keterangan siapa atau diambil dari sumber mana foto tersebut. Dengan latar belakang yang menggambarkan mereka sedang merayakan keberhasilan membakar halte, foto yang ditampilkan dipercaya sebagai pelaku tunggal dalam peristiwa ini. Pada foto-foto yang ditampilkan terlihat angel foto yang dipilih adalah yang menampilkan 6 orang didakwa sebagai pelaku yang didukung oleh narasi peneguhan sebagai berikut:

*“Usai melakukan itu, api mulai membesar di bagian utara. Dan pelaku duduk berkumpul dengan kawan-kawannya, 'merayakan' perbuatan yang telah mereka lakukan.”*

Gambar/visual umumnya membawa makna simbolis yang sering berakar pada budaya keniasaan dan/atau keadaan politik, sehingga memungkinkan penonton untuk memiliki cara berbeda dalam ‘membaca’ foto (D’Angelo et al., 2019; Domke et al., 2002). Namun dalam video ini Narasi TV menyertai visual tersebut dengan narasi seperti di atas yang menyebabkan pembingkaian yang dilakukan menjadi efektif. Penggunaan narasi tersebut menunjukkan usaha menimbulkan sensasi dan menimbulkan kesan-kesan tertentu pada penonton. Hal ini ditunjukkan pada pemilihan kata “pelaku” “merayakan” dan “perbuatan yang telah mereka lakukan” menunjukkan orang-orang yang ada pada visual adalah pelaku tunggal, yang tentu menyudutkan kelompok ini.

Pada scene 32 dapat dilihat video di mana seseorang sedang melakukan pengerusakan halte, dan seseorang ini diklaim sebagai anggota kelompok yang sebelumnya disorot. Scene 32 menggambarkan seseorang yang sedang merusak fasilitas publik secara brutal, akan tetapi potongan video ini tidak diketahui dari mana sumbernya.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa visual-visual yang sensasional memiliki kecenderungan untuk membuat penonton ikut menyudutkan dan menimbulkan kesan-kesan menyalahkan pada setiap orang yang disorot dalam video ini. Ditambah visual yang menggambarkan kekacauan dapat mempengaruhi emosi penonton.

Proses *framing* pada bagian ini bisa dibandingkan dengan cara *framing* yang diungkapkan oleh Entman (1991) dan Semetko & Valkenburg (2000), yang mana salah satu alasan terjadinya praktik pembingkaiannya jika suatu peristiwa menyedot perhatian publik. Peristiwa konflik antar kelompok, kekacauan, pengrusakan selalu memiliki nilai berita, karena mampu menarik perhatian publik.

Aspek ketiga adalah berupa narasi dan visual yang provokatif. Penggunaan kata pada narasi yang disampaikan dalam video mengandung provokasi yang sekali lagi menyudutkan kelompok yang disorot pada video ini:

*“Dari semua itu kita jadi paham apa yang sebenarnya terjadi di Sarinah sore itu.”*

Penggunaan kalimat “jadi paham apa yang sebenarnya terjadi” merupakan kata-kata yang menimbulkan kesan provokasi pada penonton, yang seolah merasa ditipu dan merasa ada yang telah ditutup-tutupi pada peristiwa pembakaran halte Sarinah. Selain itu, kalimat ini telah menyerang dan menghakimi sekelompok orang yang masih terduga namun telah didakwa oleh Narasi TV sebagai pelaku.

Pada scene 21 yang berisi rekaman CCTV dari Bali Tower terdapat narasi,

*“Pada momen di menit 16.53 ini kita bisa melihat, tujuan pelaku datang ke lokasi memang bukan untuk berdemonstrasi tetapi membakar halte.”*

Kalimat yang digunakan Narasi TV ini bahkan telah mendahului hasil penyidikan Polisi. Tujuan pelaku sejatinya belum bisa diungkapkan jika belum ada penyidikan atas tersangka.

Kalimat yang berupa klaim-klaim yang memprovokasi ini juga muncul pada scene 22, berisi rekaman CCTV tanpa audio yang bersumber dari CCTV Bali Tower.

*“Di saat massa berlari menuju perempatan Sarinah menerobos barikade polisi si pelaku dengan santai tetap fokus mencari api untuk membakar halte. Cukup lama di*

*sana, ia lalu kembali lagi ke halte pada menit 16.57.”*

Kata “dengan santai” di scene tersebut sangat kecil kemungkinannya terekam CCTV. Namun, hal ini justru dijadikan sebagai dasar dakwaan dan pelabelan kepada kelompok yang dituduh.

Selain melalui narasi, provokasi juga dipertegas atau didukung dengan menggunakan visual. Seperti yang diungkapkan oleh Rodriguez & Dimitrova (2011) penggunaan visual-visual tentu akan meningkatkan efek dari provokasi yang dilakukan Narasi TV kepada sekelompok orang yang dituduh. Pada hakikatnya penonton akan lebih yakin pada sesuatu yang mereka bisa lihat, namun pada visual ini yang terbentuk adalah citra buruk yang membuat sekelompok orang tadi menjadi *public enemy*, sementara mereka tidak diberi hak untuk membela diri (Nasution, 2019).



**Gambar 4. Visual Provokatif Scene 40-41 Para Pelaku Menurut Narasi TV**

Pada scene 40 yang bersumber dari publikasi video akun *Instagram* @amin\_aulawi dan scene 41 yang merupakan potongan video live streaming berjudul “Suasana Terkini Demo Omnibuslaw di Jalan Thamrin” dipublikasi oleh channel *youtube* Tempo Politik Channel, Narasi TV mulai membeberkan temuannya dengan memperjelas foto-foto dari kelompok-kelompok yang disorot. Pada kedua scene ini terlihat foto mereka yang cukup jelas. Selain itu pilihan kata “pelaku utama” yang ada pada narasi tersebut semakin menyudutkan dan membuat penonton juga ikut mendakwa para laki-laki tersebut sebagai pelaku utama.

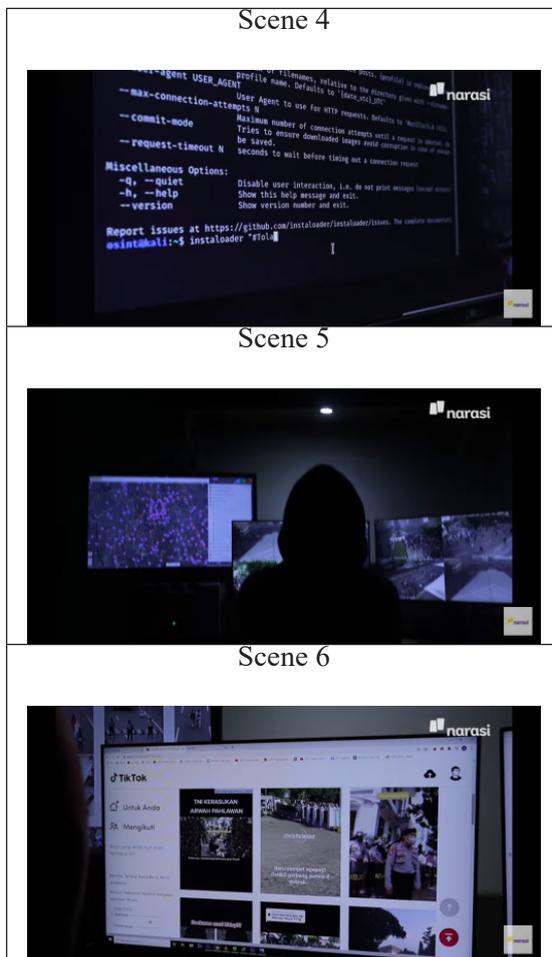
*“Gerombolan para pelaku pembakar halte ini sekilas terekam dalam live streaming Tempo. Termasuk si pelaku utama ini. Dengan machine learning berbasis tensorflow kita bisa sedikit memperjelas wajah si pelaku utama dan teman-temannya. Hasilnya seperti ini.”*

Foto-foto yang ditampilkan tanpa sensor ini tentu mengekspos wajah mereka, ditambah video ini bisa diakses oleh siapapun, kapanpun, di manapun secara berulang-ulang. Sebagian besar sumber data yang digunakan untuk produksi liputan investigasi ini diambil dari media sosial yang tidak memiliki verifikasi pengguna yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat membawa konsekuensi pada kegagalan mengenali relevansi dan signifikansi data yang ditemukan (Weir, 2016).

Karena itu, sebelum melakukan pelabelan, dakwaan hingga ekspos pada wajah seseorang diperlukan verifikasi dengan cara melacak sumber foto dan video yang digunakan, kemudian menyingkirkan video yang diunggah berulang-ulang. Upaya ini perlu ditempuh untuk menghindari kesalahan analisis dari video yang diolah dari sumber lain. Video salinan sering kali kehilangan kualitas karena merekam ulang klip asli. Selain itu, verifikasi juga dilakukan dengan menelusuri kata kunci yang digunakan dalam deskripsi video untuk dibandingkan dengan versi lain, dan terakhir pastikan untuk mencari di luar dari sumber seperti *Youtube*, *Vimeo* atau platform tanpa verifikasi pengguna yang jelas (Hayden, 2019).

## Peningkatan teknologi pencarian data yang canggih

Selain peningkatan yang mendakwa pihak lain sebagai pelaku pembakaran, juga ditemukan peningkatan terhadap penggunaan *open source intelligence* itu sendiri. Pada scene 4 yang berulang kali menyorot layar komputer dengan program yang sedang bekerja, dan bahasa pemrograman yang sulit dipahami oleh masyarakat awam, menunjukkan proses pencarian data yang dilakukan oleh Narasi TV menggunakan teknologi yang canggih. Lewat narasi yang dimunculkan dalam scene tersebut menyebutkan bahwa Narasi TV mengumpulkan dan menganalisis ratusan foto dan video dari berbagai platform media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, dan *TikTok*.



Gambar 5. Scene 5 dan 6

Pada scene 5 terlihat dari sudut pengambilan gambar yang memuat seseorang yang berpakaian serba hitam duduk di depan komputer mengutak-atik bahasa pemrograman yang ditampilkan pada scene sebelumnya dan mengamati berbagai angel foto dan video yang dikumpulkan. Scene ini merupakan bentuk visual yang sensasional dan dramatis untuk menimbulkan kesan hebat dan canggih a la peretas profesional seperti di film-film Hollywood. Narasi seperti “*Dengan machine learning berbasis tensorflow kita bisa sedikit memperjelas wajah si pelaku utama dan teman-temannya. Hasilnya seperti ini*” turut menegaskan kecanggihan yang dimaksud.

Secara sederhana, *tensorflow* adalah proses di mana ‘mesin’ menggabungkan berbagai data yang diminta dalam grafik komputasi matematis tertentu untuk mempermudah proses identifikasi dengan mencocokkannya dengan data base tertentu (Pang et al., 2020). Sebagai contoh TensorFlow ini dapat terlihat penggunaannya pada media sosial Twitter di mana proses komputasi mesin mengelompokan tweet dengan memberi peringkat tweet yang muncul di beranda sesuai dengan data aktifitas akun tersebut. Namun, pada video investigasi ini teknologi TensorFlow hanya disebut tanpa penjelasan penggunaannya dan bagaimana menguji akurasi data dari proses otomatisasi teknologi ini. Visualisasi kecanggihan teknologi yang dipakai Narasi TV ini kemudian mengarahkan penonton untuk percaya pada hasil yang mereka presentasikan sebagai satu-satunya “kebenaran”.

Penggunaan visual kontras selanjutnya ditemukan pada scene 11 dan 12. kedua scene ini bersumber dari akun Tiktok @callusvanda dan scene 12 merupakan perbandingan video CCTV dan rekaman video yang tidak diberikan keterangan sumber videonya. Hal ini dimaksudkan untuk memberi sudut pengambilan gambar berbeda dari waktu yang sama. Video-video tersebut menggunakan teknologi OSINT yang mampu mencocokkan gambar-gambar ini dalam beberapa aspek, seperti waktu pengambilan gambar. Namun pada video ini usaha pencocokkan itu diarahkan kepada penonton dengan tambahan penggunaan aspek kesamaan visual yang merupakan hasil pengamatan dari pembuat video. Pemaksaan menggunakan visual-visual yang kontras seperti ini bisa mempengaruhi opini

publik mengenai orang-orang yang dibingkai ini (Gamson WA and Modigliani A., 1989).



**Gambar 6. Gambar Kontras Scene 11 dan 12**

Seharusnya dalam menggunakan *Open source intelligence* (OSINT) yang menjadi bagian dasar dari proses *data research* harus dilakukan dengan hati-hati dan menggunakan metodologi yang jelas untuk menghindari bias dan juga diperlukan verifikasi informasi di lapangan. Tidak diragukan lagi, OSINT merupakan elemen penting dalam investigasi, baik sebelumnya untuk bisa “mendapatkan ide” maupun untuk mendalami aspek fundamental dari orang atau institusi yang diinvestigasi (García, 2020) tetapi penggunaannya harus tetap didukung dengan proses-proses verifikasi data yang dilakukan secara langsung (offline).

Bila dilihat dari sudut pandang jurnalisme investigasi, penggunaan open source ini tidak kalah penting dengan penggunaan unsur lainnya seperti teknik riset. Teknik riset ini merupakan upaya mencari keterkaitan antara *parallel backgrounding* dengan *indirect backgrounding* yang sengaja ditutup rapat di tempat-tempat tidak

terduga (Weinberg, 1996). Teknik riset jurnalis umumnya identik dengan sikap skeptis terhadap apa yang terjadi di suatu peristiwa. Sehingga merujuk kepada proses pemikiran dan pembuktian mengenai latar belakang dari suatu informasi mengenai peristiwa tersebut, bukan hanya penafsiran melalui pengamatan segelintir orang yang kemudian dipaksakan kepada khalayak seperti yang terjadi pada video ini.

## PEMBINGKAIAN KETIDAKMAMPUAN KEPOLISIAN MENANGKAP PELAKU

Pada bagian ini, Narasi TV membingkai ketidakmampuan kepolisian menjalankan tugasnya sebagai penjaga dan pengayom masyarakat. Dalam video yang dianalisis ini Narasi TV menonjolkan kemampuan mereka yang “berhasil” mengidentifikasi para pelaku lewat “analisis data” dari berbagai sumber terbuka dan kegagalan kepolisian menangkap pelaku yang berhasil mereka identifikasi tersebut.



Gambar 7. Gambar Kontras Scene 2 dan 3

Jika sebelumnya penggunaan gambar kontras bertujuan untuk memusatkan perhatian para penonton, sehingga penonton bisa memiliki persepsi yang sama dengan persepsi si pembuat video. Kali ini, penggunaan gambar-gambar kontras dimaksudkan untuk membandingkan temuan kepolisian dengan temuan tim redaksi. Hal ini bertujuan untuk menimbulkan kesan bahwa ada sesuatu yang ditutupi oleh kepolisian yang tidak boleh diketahui publik (Gamson WA and Modigliani A., 1989).

Pada scene 42 yang merupakan video yang direkam langsung oleh Narasi TV pada konferensi pers Polda Metro Jaya, pengkontrasan gambar dilakukan dengan memotong gambar dan memperbesar ukurannya agar terlihat dengan jelas para tersangka yang ditetapkan oleh kepolisian. Dengan visual ini, Narasi TV mengarahkan penonton untuk membandingkan para tersangka tersebut dengan “pelaku” yang didakwa oleh Narasi TV pada scene 40 dan 41.

Pembingkaian selanjutnya dilakukan lewat visual-visual sensasional yang memperlihatkan suasana kacau, kobaran api, dan keributan di seluruh Indonesia (Priscilla, 2012). Pada scene 2 dan 3 yang merupakan kumpulan video dari beberapa akun *Tiktok* seperti, @iradiojakarta, @astrii12345, @yudi.88, @b\_aja098, @mendoanangett, @dikaa405, @nopea29, dan @ayu9193. Pada scene ini, Narasi TV menonjolkan ketidakmampuan kepolisian mengatasi kericuhan yang terjadi. Narasi TV mengarahkan penonton untuk meyakini bahwa kepolisian belum melakukan tugasnya dengan baik, sehingga kerusuhan-kerusuhan seperti yang dimunculkan pada scene ini bisa terjadi.

Visual yang didukung dengan narasi yang bernada provokasi juga ditemukan pada tayangan ini, provokasi yang dimaksud oleh peneliti di bagian ini adalah provokasi untuk memiliki persepsi yang menganggap kepolisian tidak mampu bekerja dengan baik, ini terlihat pada scene 40: *Beberapa foto dan video yang kami kumpulkan menampilkan wajah yang bisa diidentifikasi polisi. Di antaranya ini, Ini dan ini.*” Pilihan kata seperti “...menampilkan wajah yang bisa diidentifikasi polisi” menunjukkan bahwa Narasi TV mampu menemukan pelaku dan seharusnya bisa diidentifikasi oleh kepolisian tapi mengapa pelaku yang ditangkap Polisi berbeda. Sekali lagi, penonton diajak untuk meragukan kinerja kepolisian.

## Scene 42



**Gambar 8. Gambar Kontras Scene 42**

Selanjutnya pada scene 42 terdapat narasi yang cenderung meragukan kepolisian, karena membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil yang diumumkan oleh kepolisian,

“12 Oktober lalu, Polda Metro Jaya sempat merilis para tersangka pembakaran Halte. Dari 4 tersangka yang ditampilkan tak ada yang mirip dengan sosok yang kami temukan. “

Terkhir pada scene 44 terdapat potongan wawancara Narasi TV dengan pihak kepolisian, yang memperlihatkan Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Yusri Yunus. Wawancara singkat ini memperlihatkan sudut pengambilan gambar Yusri Yunus menghindari saat ditanyai oleh jurnalis Narasi TVt: “... soal pelaku yang di foto viral bang. Jangan foto viral, kalau gitu tanya kenapa viral.”

## Scenene 44



**Gambar 9. Gambar Kontras Scene 44**

Visual dan transkrip wawancara yang ditampilkan pada scene tersebut memperlihatkan hanya pada saat polisi memberi jawaban menghindari. Sedangkan bagian-bagian lain dari wawancara tersebut tidak ditampilkan. Aspek-aspek yang ditonjolkan dalam pembingkaiannya ini memiliki tujuan untuk menimbulkan daya tarik emosional dari penonton untuk ikut marah dengan pernyataan polisi yang tidak mampu memberikan hasil yang pasti. Menurut Gross (2008), daya tarik emosional penting dalam suatu pemberitaan karena membantu mereka mendapatkan dukungan publik.

Walau video liputan ini dekat dengan hakikat peliputan jurnalisisme investigasi orisinal, di mana pers mendesak lembaga publik (pemerintah), atas nama publik (Kovach, Bill Rosentiel, Tom, 2003). Namun, pada praktiknya secara keseluruhan masih jauh dari kata berimbang, akurat dan tidak beritikad buruk. Bias atau subjektivitas masih banyak ditemukan dalam analisis. Hal ini diakibatkan oleh kegagalan dalam memilah, menyelidiki dan memverifikasi data dan sumber data yang digunakan.

Padahal sudah menjadi pengetahuan umum bahwa beberapa akun media sosial memang dirancang untuk mengelabui orang agar percaya pada hal-hal tertentu, dan beberapa mungkin asli. Karena itu diperlukan kehati-hatian dalam mengidentifikasi data dan keaslian sumber data ini, dan hal itu tidak bisa dilakukan secara terburu-buru. Apalagi jika punya keinginan menjadi media yang pertama mengungkap kebenaran, maka ketergesaan bisa mempengaruhi kualitas hasil yang ditampilkan.

Apa yang dilakukan oleh Narasi TV dalam pembingkaiannya khususnya dalam mendakwa sekelompok orang sebagai pelaku, ketidakmampuan polisi menangkap pelaku yang diidentifikasi oleh Narasi TV, dan penonjolan kecanggihan teknologi yang digunakan untuk mengungkap pelaku hanya berbasis penglihatan kasat mata tanpa proses verifikasi yang jelas. Dan penggunaan *Open Source Intelligence* masih sebatas mengumpulkan dan menyusun data secara kronologis. Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa Narasi TV telah melakukan framing dengan tidak memperhatikan subjektivitas hasil yang berdampak pada provokasi hingga penyudutan sekelompok orang yang sampai saat penelitian ini ditulis belum terbukti bersalah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi menunjukkan terdapat tiga temuan pembingkaihan yang dilakukan Narasi TV dengan memanfaatkan metode *open source intelligence* yaitu pendakwaan terhadap sekelompok orang sebagai pelaku pembakaran halte Sarinah, kecanggihan teknologi *open source intelligent* yang digunakan sebagai sumber data, dan ketidakmampuan kepolisian mengungkap pelaku pembakaran halte Sarinah.

Pembingkaihan ini dilakukan secara episodik dengan menampilkan gambar-gambar kontras, penggunaan visual dan narasi yang sensasional dan provokatif. Pemanfaatan *open source intelligent* dalam video masih dominan menggunakan sumber media sosial yang hakekatnya memerlukan verifikasi lebih lanjut, terutama verifikasi terhadap pemilik akun yang digunakan dan latar belakang informasi yang dipilih. Juga, verifikasi terhadap orang-orang yang hadir di lokasi (*human source*) dan institusi terkait.

Oleh karena itu setelah menganalisis kemungkinan kegagalan yang diungkapkan oleh Weir (2016) pada produksi tayangan ini seperti pertama, informasi yang diinginkan tidak semua tersedia pada sumber *open source*. Kedua, pencari informasi gagal mengenali relevansi dan signifikansi data yang ditemukan sehingga menimbulkan kebingungan saat penyusunan (*confusion*). Hal ini kemudian berimplikasi pada bias nya hasil, akibat dari data utama yang dijadikan dasar terbatas. Sehingga upaya Narasi TV menjadikan materi metode OSINT ini menjadi tidak relevan yang kemudian merugikan pihak-pihak yang dijadikan sebagai pelaku.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini menunjukkan konsekuensi ketika media meangdopsi metode baru *data gathering* secara tidak sempurna sehingga merugikan suatu kelompok atau bahkan personal. Oleh karena itu harapan dari peneliti, sebagai media yang memiliki tanggung jawab sosial sebagai sumber informasi, bisa lebih berhati-hati lagi dalam proses adaptasi metode baru, jangan sampai metode baru justru mengurangi atau memperburuk kualitas suatu produk jurnalistik. Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan teori pembingkaihan sebagai teori utama, yang otomatis berdampak pada peneliti yang hanya mampu melihat pemanfaatan OSINT melalui produk jurnalistik yang terpublikasi, oleh karena

itu untuk penelitian selanjutnya yang ingin membahas lebih lanjut mengenai OSINT, bisa mengkaji penggunaan metode tersebut dari tataran proses produksi maupun praproduksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ashry Ebrahim Ali, W. (2019). Open source journalism Toward an Integrative Conceptual Framework. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*, 2019(24), 2–19. <https://doi.org/10.21608/jkom.2019.107462>
- Babbie, E. (2012). *The Basic of Social Research*. ISE.
- Benford, Robert D and Snow, D. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology* 26.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. PT Pustaka Pelajar.
- D'Angelo, P., Lule, J., Neuman, W. R., Rodriguez, L., Dimitrova, D. V., & Carragee, K. M. (2019). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1), 12–30. <https://doi.org/10.1177/1077699018825004>
- Domke, D., Perlmutter, D., & Spratt, M. (2002). The primes of our times? *Journalism*, 3(2), 131–159. <https://doi.org/10.1177/146488490200300211>
- Entman, R. M. (1991). Framing US Coverage of international News: Contrast in Narratives of KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 41 (4).
- Gamson WA and Modigliani A. (1989).. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *Am. J. Soc.*, 95.
- García, F. and J. C. (2020). Private Investigation and Open source INTelligence (OSINT). *IntechOpen*.
- Gross, K. (2008). Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion. Political Psychology. *Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy*

*Opinion, Vol. 29, N.*

- Guba, Egon G, and Lincoln, Y. S. (2005). Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences. In N. K. D. and Y. S. Lincoln (Ed.), *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publication.
- Hansen, E. (2015). The Homo Sacer of open-source journalism. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication, 6*(1).
- Hayden, M. E. (2019). *Guide to Open source Intelligence (OSINT)*. Tow Center for Digital Journalism Columbia University.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- Kinder, D. R. (2007). Curmudgeonly advice. *Journal of Communication, 57*(1).
- Kovach, Bill Rosentiel. Tom. (2003). *Sembilan Elemen Jurnalisme; Apa yang seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik* (Yusri A. Pareanon (ed.)). Yayasan Pantau.
- Matthes, J. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication, 58*(2).
- Nasution, R. (2019). Analisis Framing Tentang Pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet di Kompas.com dan Republika Online Rentang Waktu 02-05 Oktober 2018. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*.
- Pang, B., Nijkamp, E., & Wu, Y. N. (2020). Deep Learning With TensorFlow: A Review. *Journal of Educational and Behavioral Statistics, 45*(2), 227–248. <https://doi.org/10.3102/1076998619872761>
- Parveen, H., & Showkat, N. (2020). *Visual Framing and News Media: An Analysis of Contemporary Research*. May 2021. <https://doi.org/10.31124/advance.9199931>
- Ritchie, J. (2003). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Students and Researchers*. Sage Publications.
- Rodriguez, L., & Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy, 30*(1), 48–65. <https://doi.org/10.3102/1076998619872761>

org/10.1080/23796529.2011.11674684

- Santana, N. (2003). *Jurnalisme Investigasi*. Yayasan Obor Indonesia.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. V. (2000). Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Weinberg, S. (1996). *The reporter's handbook: an investigator's guide to documents and techniques* (J. U. and J. Colbert (ed.); 3rd ed.). ST.Martin'Press.
- Weir, G. (2016). *The Limitations of Automating OSINT: Understanding the Question, Not the Answer*.
- Wibowo, E. A. (2020). Deretan Fasilitas Publik yang Rusak saat Demo Tolak UU Cipta Kerja di Surabaya. *Tempo.Co*.
- Yahya, A. N. (2020). BIN Sebut Pembakaran Halte Sarinah Sistematis dan Terencana. *Kompas.Com*.
- Yang, A. (2015). Building a Cognitive-Sociological Model of Stereotypes: Stereotypical Frames, Social Distance and Framing Effects. *Howard Journal of Communications*, 26(3), 254–274. <https://doi.org/10.1080/10646175.2015.1049757>

# KEPATUHAN SIARAN BERITA TELEVISI NASIONAL TERHADAP P3-SPS DAN ETIKA JURNALISTIK

## *NATIONAL TELEVISION NEWS BROADCAST COMPLIANCE ON P3-SPS AND JOURNALISTIC ETHICS*

**Dewanto Samodro<sup>1</sup>, Windhi Tia Saputra<sup>2</sup>, Vinta Sevilla<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jakarta, Jakarta

dewanto.samodro@upnvj.ac.id<sup>1</sup>, windhisaputra@upnvj.ac.id<sup>2</sup>,  
vintasevilla@upnvj.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstrak**

*Lembaga penyiaran di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang juga mengatur tentang Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga negara independen dan wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran. Wewenang KPI antara lain menetapkan Standar Program Siaran (SPS), menyusun peraturan dan menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), dan mengawasi pelaksanaan peraturan dan P3-SPS. Selain harus patuh pada P3-SPS, siaran berita di media penyiaran juga harus mematuhi Kode Etik Jurnalistik dan peraturan-peraturan lain dari Dewan Pers. Kepatuhan lembaga penyiaran terhadap P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik pada dasarnya ditujukan untuk meningkatkan kualitas tayangan pemberitaan serta sebagai bentuk tanggung jawab sosial pers kepada kepentingan umum. Penelitian ini berangkat dari pemikiran atas kerangka kerja dalam menilai kualitas media yang ditawarkan Denis McQuail dan teori pers tentang tanggung jawab sosial yang digagas Siebert dkk. Kepatuhan siaran berita pada stasiun televisi nasional di Indonesia terhadap P3-*

*SPS dan etika jurnalistik dianalisis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif berdasarkan indikator-indikator yang telah ditentukan. Penelitian ini menemukan bahwa program berita pada stasiun televisi nasional rata-rata sudah patuh terhadap P3-SPS dan etika jurnalistik, tetapi terdapat beberapa catatan pada sejumlah siaran berita tentang memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, memisahkan antara fakta dan opini, menghindari tayangan yang bersifat keji dan sadis, serta mengedepankan asa praduga tak bersalah dengan tidak melakukan penghakiman sebelum ada putusan pengadilan dan menghindarkan stigma dari masyarakat.*

**Kata Kunci:** *siaran berita, stasiun televisi, pedoman perilaku penyiaran, etika jurnalistik, kode etik jurnalistik*

### **Abstract**

*Broadcasting institutions in Indonesia are regulated through Law Number 32 of 2002 on Broadcasting, which also regulates the Indonesian Broadcasting Commission (KPI) as an independent state institution and a form of public participation in the broadcasting sector. The authority of KPI includes, among others, sets the Broadcast Program Standards (SPS), compiles regulations and sets the Broadcasting Code of Conduct (P3), and supervises the implementation of the regulations and the P3-SPS. In addition to complying with P3-SPS, news program in broadcasting institution also have to comply with the Journalistic Code of Ethics and other regulations from the Press Council. The compliance of the broadcasting institutions to P3-SPS and the Journalistic Code of Ethics basically purposed to improves the quality of news programs and forms of social responsibility to the public. This study refers to the framework of assessment of the quality of media offered by Denis McQuail and the press theory of social responsibility initiated by Siebert et al. The compliance of news programs on television stations in Indonesia to P3-SPS and journalistic ethics was analyzed using a descriptive method with a qualitative approach based on predetermined indicators. This research found that news programs on television stations on average had complied with P3-SPS and journalistic ethics, but there were some notes on a number of*

*news programs about providing equal opportunities to all parties, separating facts and opinions, avoiding broadcasts that were vile and sadistic, and prioritizing the presumption of innocence by not making a judgment before a court decision and avoiding stigma from the community.*

**Keywords:** *news program, television station, broadcasting code of conduct, journalistic ethics, journalistic code of ethics*

## **PENDAHULUAN**

. Kebebasan pers lahir dari sistem politik yang demokratis dan pers yang bebas merupakan fasilitator bagi demokrasi (Rahmi, 2019). Penserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) bahkan menyebut kebebasan pers berada di bawah Pasal 19 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, yang menjamin hak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi, termasuk kebebasan untuk mencari, menerima, dan memberikan informasi dan gagasan (Lamer, 2016). Karena itu, meskipun berangkat dari konsep dari Barat, kebebasan pers didorong di berbagai negara untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik untuk mewujudkan media yang independen dan bebas di seluruh dunia (Sandoval, 2016).

Media massa di Indonesia berkembang sangat cepat setelah Reformasi 1998 yang membuka keran kebebasan pers seluas-luasnya (Daulay & Iskandar, 2017). Kebebasan pers menjadi salah satu agenda Reformasi 1999 sehingga hanya berselang setahun terbit Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Semangat kebebasan pers dan reformasi juga mendorong insan penyiaran untuk mencabut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran yang dipandang sudah tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi penyiaran dan penyelenggaraan penyiaran sehingga lahir Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Doly, 2013).

Undang-Undang tersebut mengatur tentang Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), yaitu lembaga negara independen yang mengatur tentang penyiaran. Dalam kaidah hukum tata negara, KPI dikategorikan sebagai lembaga penunjang atau *State Auxiliary Body*. *State Auxiliary Body* muncul dalam dinamika penyelenggaraan negara modern yang dipadankan dengan lembaga yang melayani,

menunjang, membantu, dan mendukung kekuasaan negara (Ade Suandewi & Marhaendra Wija Atmaja, 2016).

KPI berfungsi sebagai sarana aspirasi dan mewakili kepentingan masyarakat dalam penyiaran serta sebagai wujud peran serta masyarakat. Menurut Ayat (2) Pasal 8 Undang-Undang Penyiaran, wewenang KPI antara lain menyusun peraturan dan menetapkan standar program siaran serta pedoman perilaku penyiaran; dan mengawasi pelaksanaan serta memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran.

Salah satu bentuk media penyiaran adalah televisi. Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962, melalui stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI). TVRI melakukan siaran percobaan dengan menyiarkan Upacara Peringatan Kemerdekaan Indonesia ke-17 pada 17 Agustus 1962, dan resmi memulai siaran dengan menyiarkan upacara pembukaan Asian Games ke-4 yang diadakan di Stadion Utama Gelora Bung Karno secara langsung pada 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB (Morissan, 2018). Era televisi swasta dimulai tahun 1992 ketika Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) mengudara menggunakan dekoder, setelah sebelumnya mendapatkan izin prinsip dari Departemen Penerangan RI c.q. Direktur Televisi/Direktur Yayasan TVRI Nomor 557/DIR/TV/1987 tanggal 28 Oktober 1987 (Baksin, 2016).

Kelahiran RCTI kemudian diikuti dengan kemunculan stasiun-stasiun televisi swasta lain seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar, ANTV, dan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI). Menjelang tahun 2000, seiring dengan perkembangan industri media massa dan kebutuhan masyarakat akan informasi, muncul lima televisi swasta lainnya, yaitu Metro TV, Trans TV, TV7, Lativi, dan Global TV, serta stasiun televisi di berbagai daerah (Morissan, 2018).

Sebagai media penyiaran yang salah satu fungsinya sebagai media informasi, salah satu program siaran di televisi adalah tayangan berita. Baksin (2016) menyebut “tak ada siaran TV tanpa berita” untuk merujuk pada tayangan berita yang marak di berbagai stasiun televisi. Pada kenyataannya memang tidak ada stasiun televisi yang tidak memiliki program siaran berupa tayangan berita.

Jumlah stasiun televisi yang semakin banyak, yang menawarkan semakin banyak tayangan berita, membuat stasiun televisi bersaing untuk menyajikan tayangan berita yang berkualitas. Upaya untuk melakukan penilaian terhadap kualitas kerja media massa secara ilmiah telah menjadi salah satu perhatian dalam studi media massa. Penilaian kualitas tayangan berita di televisi dapat ditinjau melalui berbagai aspek. Salah satu kerangka kerja untuk menilai kualitas berita ditawarkan oleh Denis McQuail dengan melihat empat kriteria, yaitu kebebasan pers, keragaman berita, gambaran atas realitas, dan objektivitas berita. (Morissan et al., 2013)

Kebebasan media adalah satu faktor paling penting dalam menilai atau mengukur kualitas pemberitaannya. Menurut McQuail dalam Maniou (2022), konsep kebebasan pers mencakup kebebasan yang dinikmati oleh media maupun kebebasan dan akses warga negara terhadap isi media. Media harus memiliki independensi tertentu, cukup untuk melindungi ekspresi publik yang bebas dan terbuka atas ide dan informasi.

Media massa tidak boleh hanya memberitakan satu isu tertentu saja. Media harus berupaya menyajikan berita secara lengkap dan beragam berdasarkan prinsip keadilan yang proporsional. Berita di media harus disajikan secara proporsional dan berdasarkan isu yang relevan serta mampu mencerminkan kebutuhan atau minat khalayak terhadap informasi yang beragam (Morissan et al., 2013). Keragaman juga harus terlihat pada keragaman media yang berarti tidak ada konsentrasi kepemilikan dan monopoli kendali baik oleh industri media maupun negara. Isu tentang kepemilikan dan kekuatan pasar muncul sebagai tantangan mendasar dari kebebasan pers, bersamaan dengan isu komersialisasi media. (Maniou, 2022)

Pemberitaan media harus memberikan gambaran yang sesuai dengan realitas yang terjadi sebenarnya. Bias pada pemberitaan media dapat terjadi karena penyimpangan terhadap realitas, misalnya menggambarkan suatu kelompok secara negatif, mengurangi atau melebih-lebihkan peran figur tertentu, atau mendukung ideologi atau partai politik tertentu. Bias pada berita dapat menjadi sebuah berita bohong atau propaganda. (Morissan et al., 2013)

Bias yang umum terjadi disebabkan oleh agenda setting media. Cohen mengatakan “pers mungkin tidak banyak berhasil

mengarahkan apa yang dipikirkan orang-orang, tetapi sangat berhasil mengarahkan pembaca apa yang harus mereka pikirkan” (Agirdas, 2015). Misalnya dengan memengaruhi calon pemilih dalam pemilu untuk mendukung figur tertentu dengan menyampaikan keunggulan-keunggulannya dan menolak figur tertentu dengan menuliskan kekurangan-kekurangannya.

Studi komunikasi massa menganggap bahwa isi pesan tidak berdiri sendiri dan tidak terpisah dengan media massa. Shoemaker dan Reese, dalam Lesmana (2015), mengatakan terdapat tiga faktor yang dapat membuat jurnalis berpotensi memberikan pengaruh terhadap isi pesan di media yang dia tulis, yaitu latar belakang profesional atau latar belakang pendidikan; sikap, nilai, dan kepercayaan yang dianut; dan orientasi profesi jurnalis. Pesan di media massa identik dengan istilah berita, walaupun ada perbedaan yang jelas antara berita dan opini (Siswanta, 2017). Kode Etik Jurnalistik secara tegas menyatakan bahwa wartawan harus memisahkan antara fakta dengan opini pribadi.

Konsep penting lainnya yang berkaitan dengan kualitas pemberitaan media adalah objektivitas berita. Tidak mudah untuk menilai objektivitas pemberitaan media. Menurut Westerstahl, faktual atau berdasarkan fakta serta tidak memihak atau berdasarkan asas imparialitas adalah dua kriteria yang harus dipenuhi oleh pemberitaan yang objektif (Morissan et al., 2013).

Pengertian dari objektivitas pada media massa adalah metode yang digunakan untuk menghadirkan gambaran yang sebisa mungkin jujur dan cermat dalam praktik jurnalistik. Menurut McQuail, objektivitas hanya salah satu syarat sebuah berita, tetapi juga memiliki peran kunci untuk menilai apakah sebuah berita dapat dipercaya (Musfialdy, 2019). Kewajiban pertama jurnalis adalah pada kebenaran, meskipun yang dimaksud kebenaran juga menjadi perdebatan (Kovach & Rosenstiel, 2020). Jurnalis harus selalu memeriksa kebenaran atas informasi yang diterima karena berita yang akurat dan berdasarkan prinsip kebenaran merupakan sarana agar masyarakat dapat memahami fakta sosial yang terjadi sebenarnya (Jambak et al., 2021).

Televisi merupakan media yang ampuh untuk menyampaikan pesan. Sebagai media yang bersifat audio, visual, dan gerak;

televisi dapat membuat pemirsa seperti merasakan sendiri peristiwa yang ditampilkan. Beberapa karakteristik televisi antara lain tidak langsung, satu arah, terbuka, memiliki khalayak yang tersebar, dan selintas. (Romli, 2016)

Kekuatan televisi dalam menyampaikan pesan sejalan dengan pendapat McLuhan, yaitu *the medium is the message* atau media adalah pesan yang menawarkan pemikiran bahwa bentuk baru media mentransformasi pengalaman individu tentang individu sendiri dan masyarakat, serta pengaruh yang jauh lebih penting daripada misi pesan tertentu (Baran & Davis, 2010). Seiring dengan perkembangan teknologi, saluran komunikasi dan aktivitas manusia telah terhubung sehingga McLuhan berpendapat bahwa televisi memberikan dampak khusus pada pemrosesan dan pemikiran tersebut. (Jeffres, 2015)

Siebert, Peterson, dan Schramm dalam Mazumdar dan Riffle (2021) menawarkan teori pers mengenai tanggung jawab sosial yang menyebutkan landasan utama pers adalah melayani masyarakat. Pers memiliki tanggung jawab sosial untuk memastikan peningkatan hidup masyarakat dalam setiap cara yang memungkinkan. Kemunculan teori ini berawal kegagalan teori liberal dalam menerapkan kebebasan pers yang bertanggung jawab (de Fretes & A.W. Kaligis, 2018). Teori tanggung jawab sosial menawarkan pers yang independen untuk mengawasi lembaga sosial lainnya dengan menyajikan berita yang akurat dan objektif (Baran & Davis, 2010). Menurut teori ini, media harus mengedepankan perbedaan kultur yang beragam dan memberikan kesempatan kepada seluruh rakyat untuk menyuarakan aspirasinya, bukan hanya aspirasi elite atau penguasa yang dominan.

Sejak Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers diundangkan, sistem pers di Indonesia secara normatif telah mengacu pada teori pers tentang tanggung jawab sosial, yaitu kebebasan pers yang menempatkan kepentingan umum sebagai tanggung jawab tertinggi. Menurut Hamad dalam Hutagalung (2013), Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers memberikan kendali kepada masyarakat. Hal itu tercantum pada Pasal 15 dan Pasal 17. Pasal 15 mengatur tentang Dewan Pers yang independen, karena di dalam keanggotaannya tidak ada unsur pemerintah; sedangkan Pasal 17 mengatur tentang peran serta masyarakat.

Sebagai sebuah karya jurnalistik, tayangan berita di stasiun televisi terikat pada dua peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Di tataran operasional, tayangan berita di stasiun televisi juga wajib mematuhi Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/ 2012 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 Tentang Standar Program Siaran yang biasa disebut P3-SPS serta Kode Etik Jurnalistik (Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 Tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers).

Prinsip-prinsip jurnalistik dan tayangan berita sebagai program siaran jurnalistik telah diatur dalam P3-SPS, yaitu dalam Bab XVIII Pedoman Perilaku Penyiaran dan Bab XVIII Standar Program Siaran. Tayangan berita juga wajib mematuhi Kode Etik Jurnalistik. Pelanggaran terhadap kode etik dapat dianggap sebagai perbuatan tercela dan pengkhianatan atas hati nurani serta profesi wartawan (Panuju, 2018).

Penerapan prinsip-prinsip jurnalistik dan Kode Etik Jurnalistik dalam siaran berita di televisi diperlukan untuk menjamin kebebasan pers yang bertanggung jawab. Demokrasi tidak hanya memerlukan kebebasan pers, tetapi juga memerlukan pers yang bertanggung jawab. Wartawan perlu memiliki pemahaman mendasar tentang prinsip-prinsip etika yang mendukung jurnalisme yang memiliki akuntabilitas dan bertanggung jawab yang dapat memperkuat demokrasi (Peterlin & Peters, 2019). Kode etik merupakan bagian dari profesionalisme wartawan, bukan hanya demi mengembangkan idealisme profesi melainkan juga mengembangkan efek media yang besar bagi khalayak (Lewi Pramesti, 2014).

Penelitian yang mengaitkan tayangan televisi dengan P3-SPS sudah cukup banyak dilakukan. Salah satunya dilakukan Agung dan Kris (2014) yang meneliti program Khazanah Trans7 saat menayangkan episode “Mengenal Syiah”. Episode tersebut dinilai melanggar Ayat (1) dan Ayat (2) Pasal 6 Standar Program Siaran tentang penghormatan terhadap perbedaan suku, agama,

ras, dan antargolongan serta larangan untuk merendahkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan karena terhadap narasi yang menganggap sesat ajaran Syiah.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Trisnadewi dan Kotaniartha (2015) yang meneliti tentang tanggung jawab lembaga penyiaran dalam melaksanakan P3-SPS untuk meningkatkan kualitas siaran. Mengacu teori tanggung jawab sosial, penelitian tersebut menyebutkan Lembaga penyiaran memiliki tanggung jawab kepada publik untuk melaksanakan ketentuan Undang-Undang Penyiaran, secara spesifik P3-SPS, dengan komitmen tinggi untuk meningkatkan kualitas siaran dan memberi masyarakat dampak positif.

Pelaksanaan Pedoman Perilaku Penyiaran juga diteliti oleh Tulasi (2014). Penelitian ini meneliti tentang pelaksanaan Pedoman Perilaku Penyiaran pada tayangan Trans7 dalam perspektif dari KPI, berdasarkan perbedaan pemahaman dan kepentingan antara industri media yang berorientasi pada bisnis dengan KPI yang menjadi lembaga pengawas penyiaran di Indonesia. Dalam penelitian tersebut, peneliti menyarankan agar industri media penyiaran menggunakan P3-SPS sebagai pijakan dalam menyusun program siaran, di sisi lain juga memberikan masukan kepada KPI agar lebih luwes dalam mengadaptasi budaya global yang memang tidak bisa dihindari.

Menurut Idi Subandy dalam Kurniadi (2013), televisi sering kali melanggar etika dengan melecehkan logika penonton dan meremehkan kalangan bawah. Dia memberikan contoh tentang berita keterlibatan kalangan atas dalam kasus korupsi dan manipulasi uang yang tidak mendalam serta mengabaikan prinsip jurnalisisme yang baik karena lebih banyak menampilkan sensasi alih-alih memberikan solusi.

Berkaca pada beberapa penelitian sebelumnya tampaknya tidak banyak, bila tidak bisa dikatakan belum ada, penelitian yang secara khusus meneliti kepatuhan siaran berita di stasiun televisi terhadap P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang kepatuhan siaran berita di stasiun televisi terhadap P3-SPS, khususnya tentang prinsip-prinsip jurnalistik, dan Kode Etik Jurnalistik serta peraturan-peraturan Dewan Pers lainnya. Gambaran yang didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi stasiun televisi agar lebih patuh terhadap P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi media untuk menganalisis kepatuhan siaran berita pada stasiun televisi nasional di Indonesia terhadap P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik.

Analisis isi media digunakan untuk mengetahui isi media dan membuat kesimpulan yang dapat ditiru dan sah terhadap data dengan memperhatikan konteks. Prinsip pokok dalam analisis isi adalah objektivitas, yaitu mendapatkan hasil yang sama bila analisis dilakukan oleh orang lain; dan sistematis, yaitu konsisten dalam penentuan kategori sehingga dapat menghindari pengambilan keputusan yang berat sebelah (Monicaningsih et al., 2014). Analisis isi media meletakkan dasar untuk menempatkan ruang lingkup dan efek dari media yang terkait dengan penggunaan media dan menunjukkan bahwa isi media tertentu dapat memengaruhi sikap dan perilaku, sehingga penting untuk mengetahui jenis isi seperti apa yang akan ditampilkan di televisi dan seberapa sering tema dan topik tertentu muncul (Kinsler et al., 2019).

Sampel tayangan berita yang dianalisis berasal dari 14 stasiun televisi nasional pada periode Januari 2021 hingga Juni 2021 dalam Riset Indeks Kualitas Program Siaran Televisi 2021 yang diadakan KPI bekerja sama dengan 12 perguruan tinggi di Indonesia. Analisis menggunakan indikator- indikator yang telah ditetapkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melakukan analisis terhadap tayangan berita di stasiun televisi menggunakan delapan indikator yang telah ditetapkan dalam Riset Indeks Kualitas Program Siaran Televisi 2021, yang pada dasarnya merupakan perpaduan antara Prinsip-Prinsip Jurnalistik yang ada pada P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik. Delapan indikator tersebut adalah:

1. Program siaran berita berdasarkan fakta, yaitu benar terjadi dan benar diucapkan oleh narasumber.
2. Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama pada semua pihak.
3. Program siaran berita tidak memuat opini redaksi.

4. Program siaran berita tidak memperdebatkan suku, agama, ras, dan antargolongan.
5. Program siaran tidak memuat informasi bohong, termasuk hoaks dan fitnah.
6. Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji.
7. Program siaran berita tidak menyajikan audio dan visualisasi yang mengandung unsur pornografi.
8. Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim.

Dari sejumlah sampel siaran berita yang dianalisis, terdapat sejumlah catatan berdasarkan beberapa indikator yang telah ditetapkan. Dari delapan indikator, kebanyakan siaran berita memiliki catatan pada indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, tidak menyajikan tayangan yang keji, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim.

Pada saat hampir seluruh stasiun televisi memiliki catatan terhadap empat indikator tersebut di atas, hanya TVRI yang paling sedikit mendapatkan catatan. Di dalam sampel siaran berita TVRI, terdapat beberapa berita yang kurang berimbang karena tidak menyertakan pernyataan dari pihak yang terkait melalui wawancara. Contoh temuan dari analisis siaran berita TVRI dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1. Hasil Analisis Siaran Berita TVRI**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama pada semua pihak	1. Berita Palang Merah Indonesia (PMI) Lhokseumawe meminta pemerintah daerah membuat aturan agar aparaturnya sipil negara (ASN) wajib melakukan donor darah, tidak ada pernyataan konfirmasi dari pemerintah daerah.

- 
2. Berita pelanggaran protokol kesehatan di tempat hiburan di Kabupaten Pangkep, tidak disertai pernyataan konfirmasi dari pengelola tempat hiburan.
  3. Berita kinerja Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Wakil Gubernur Riza Patria, meskipun bernada positif tidak terdapat pernyataan konfirmasi dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
  4. berita Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) meminta Menteri Kesehatan merevisi Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan, tidak ada pernyataan konfirmasi dari pihak pemerintah atau Kementerian Kesehatan.
  5. berita investigasi Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) terkait kematian enam anggota laskar Front Pembela Islam (FPI), terdapat pernyataan dari Komnas HAM dan kepolisian tetapi tidak ada pernyataan dari pihak FPI.
- 

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita SCTV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, tidak menyajikan tayangan yang keji, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Contoh temuan dari analisis siaran berita SCTV dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Analisis Siaran Berita SCTV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak	Berita polemik Partai Demokrat hanya menampilkan sisi pendukung Ketua Umum Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dan pernyataan Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan Mahfud MD, tidak ada pernyataan pihak Partai Demokrat KLB Deli Serdang yang dipimpin Moeldoko.  Berita banjir di Jalan Trunojoyo dan Jalan Falatehan, Jakarta pembawa acara berita menyebutkan banjir disebabkan curah hujan tinggi dan sistem drainase yang buruk, tetapi tidak ada pernyataan atau wawancara pakar atau pihak berwenang yang menyatakan hal itu sehingga sistem drainase buruk. menjadi penyebab banjir adalah opini redaksi.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi	Berita kebakaran di Teluk Gong, Jakarta Utara menyebutkan polisi belum melakukan olah tempat kejadian perkara sehingga belum bisa disimpulkan penyebab kebakaran, tetapi reporter menyebutkan kebakaran diduga akibat hubungan arus pendek tanpa menyebutkan narasumbernya sehingga hal itu menjadi opini redaksi;
Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita suami membakar istri di Deli Serdang terdapat video amatir yang menggambarkan kobaran api di dalam rumah dengan <i>voice over</i> yang menceritakan kronologi suami membakar istri berpotensi menggambarkan sadisme.

Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim	Berita pembuat balon udara petasan di Ponorogo ditangkap menyebutkan salah satu pelaku masih anak-anak yang ditangkap di rumah tinggalnya dengan menyebutkan nama desa berpotensi mengungkap identitas anak pelaku sehingga melanggar Pedoman Pemberitaan Ramah Anak dan berpotensi menimbulkan penghakiman masyarakat.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita RCTI menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Contoh temuan dari analisis siaran berita RCTI dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3. Hasil Analisis Siaran Berita RCTI**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita pembubaran kegiatan selama PPKM, misalnya seperti pernikahan di Depok dan tasyakuran pesantren di Jambi, tidak disertai pernyataan dari penyelenggara kegiatan.  Berita dugaan penyalahgunaan vaksin yang dilakukan selebgram Helena Lim, terdapat pernyataan dari Wakil Gubernur DKI Jakarta Riza Patria tetapi tidak ada pernyataan konfirmasi dari Helena Lim.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Penggunaan kata “dramatis” dalam berita penemuan ular sanca di Lamongan yang menyebutkan “penangkapan ular berlangsung dramatis karena ular melilit kaki salah satu petugas pemadam kebakaran”.

	Penggunaan frasa “kecelakaan maut” dalam berita kecelakaan antara sepeda motor dan mobil boks di Pangandaran.
Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim	Berita perkawinan pelajar SMP di Buton Selatan menampilkan visualisasi dan audio ketika akad nikah yang menyebutkan identitas anak yang menikah secara lengkap dengan nama orang tuanya sehingga bertentangan dengan Pedoman Pemberitaan Ramah Anak karena menyebutkan identitas anak dan dapat menimbulkan penghakiman atau stigma di masyarakat.
Sumber: temuan penelitian	

Analisis terhadap siaran berita NET. menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, tidak menyajikan tayangan yang keji, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Contoh temuan dari analisis siaran berita NET. dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

**Tabel 4. Hasil Analisis Siaran Berita NET.**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita <i>flash</i> kontes adu domba di Garut melanggar protokol kesehatan, tidak terdapat pernyataan konfirmasi dari penyelenggara kegiatan.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Pernyataan pembawa acara berita atau <i>voice over</i> menggunakan kata atau frasa yang mengandung opini dalam sejumlah berita, misalnya “miris”, “sayang”, “sungguh sadis”, atau “menghebohkan”.

Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita rumah jagal babi bantai kucing di Medan, terdapat visualisasi mayat kucing di dalam karung yang tidak dikaburkan.
Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim	Berita suami membakar istri di Deli Serdang terdapat video amatir yang menggambarkan kobaran api di dalam rumah dengan <i>voice over</i> yang menceritakan kronologi suami membakar istri.  Berita laporan khas tentang bumbu tabur pada camilan menampilkan wajah pedagang tanpa diburamkan yang diduga direkam diam-diam, sehingga berpotensi memunculkan penghakiman.
Sumber: temuan penelitian	

Analisis terhadap siaran berita TV One menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, dan tidak menyajikan tayangan yang keji. Contoh temuan dari analisis siaran berita TV One dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5. Hasil Analisis Siaran Berita TV One**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita UNESCO menegur Indonesia terkait Taman Nasional Komodo hanya menghadirkan narasumber dari WALHI dan DPR, tidak ada pernyataan dari pemerintah terkait teguran UNESCO.

	<p>Berita guru honorer di Bone dipecat karena mengunggah slip gaji ke media sosial hanya menampilkan wawancara guru bersangkutan dan dinas Pendidikan setempat, tidak ada pernyataan dari pihak sekolah.</p>
<p>Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,</p>	<p>Berita “Derita Pedagang Saat PPKM” tidak ada wawancara narasumber sama sekali sehingga terkesan opini redaksi;</p> <p>Berita dualisme Partai Demokrat, terdapat opini redaksi melalui pemilihan sublema, lema, frasa, dan klausa yang memihak misalnya menyebut Kantor Staf Kepresidenan “berkilah”, terdapat teks “Drama ‘Ambil Paksa’ Partai Demokrat”, pembawa acara berita menyebut “acara politik yang dilabeli Kongres Luar Biasa Demokrat di Deli Serdang”, klausa “’Adu Domba’ Putra Cikeas”, dan pernyataan dari pembawa acara berita yang menyebut kelompok pendukung KLB Deli Serdang dengan sebagai “kelompok pengusik”.</p>
<p>Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji</p>	<p>Berita pengendara sepeda motor yang dibekuk karena kabur saat akan diperiksa di Sukoharjo menampilkan visualisasi polisi yang menjatuhkan pengendara dari sepeda motornya dapat dianggap sebagai perbuatan keji.</p> <p>Sumber: temuan penelitian</p>

Analisis terhadap siaran berita Trans7 menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak dan tidak memuat opini redaksi. Contoh temuan dari analisis siaran berita Trans7 dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini.

**Tabel 6. Hasil Analisis Siaran Berita Trans7**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita dualisme Partai Demokrat, terdapat pernyataan dari Ketua Umum Partai Demokrat AHY bahwa KLB Deli Serdang ilegal dan abal-abal dan pernyataan dari Ketua Majelis Tinggi SBY menyebutkan nama KSP Moeldoko tetapi tidak ada pernyataan konfirmasi dari pihak pendukung KLB maupun Moeldoko  Berita pembubaran kegiatan yang melanggar PPKM tidak disertai pernyataan dari penyelenggara kegiatan sehingga menjadi tidak berimbang, misalnya pembubaran senam Zumba di Parepare.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Dalam berita “Tak Percaya Covid-19, Pria Lawan Petugas” terdapat voice over yang berkomentar dengan banyak opini terkait kejadian tersebut, misalnya “lebih baik marah-marah daripada minta maaf”, “tidak pernah lupa dengan kaca mata hitamnya”, “hati panas, tapi kepala harus tetap dingin, bos”.  Opini redaksi banyak muncul dalam narasi yang disampaikan pembaca berita, misalnya dalam berita wacana pajak sembako dan Pendidikan “apa kata dunia” dan “agak keterlaluan”, dalam berita perampasan jenazah Covid-19 “mirisnya”, berita ibu marahi anak di kantor polisi “Siapa berani menghadapi omelan ibunya”, berita kecelakaan disebut “kecelakaan maut”, berita wisata rumah boneka “Ih gemes deh”.

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita Indosiar menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, tidak menyajikan tayangan yang keji, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Contoh temuan dari analisis siaran berita Indosiar dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini.

**Tabel 7. Hasil Analisis Siaran Berita Indosiar**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita dualisme Partai Demokrat, diberitakan Ketua Umum AHY menyebut KLB yang memilih Moeldoko sebagai gerakan yang ilegal. Tidak ada pernyataan konfirmasi dari pihak pendukung KLB sehingga menjadi tidak berimbang.
	Berita pembubaran kegiatan pada masa PPKM tidak disertai pernyataan dari penyelenggara kegiatan sehingga menjadi tidak berimbang.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita tawuran remaja di kawasan Tambora, Jakarta Barat, terdapat voice over menyatakan “ironisnya, kejadian tersebut sudah terjadi berulang kali”. Lema “ironis” bersifat subjektif sehingga bisa dikategorikan sebagai opini redaksi.
Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita suami membakar istri di Deli Serdang terdapat video amatir yang menggambarkan kobaran api di dalam rumah dengan <i>voice over</i> yang menceritakan kronologi suami membakar istri.

Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim	Berita penyekapan dan pencabulan anak perempuan di Cianjur, siaran berita menyebutkan nama kecamatan dan menampilkan visualisasi rumah dan beberapa orang yang kemungkinan adalah tetangga atau kerabatnya. Berita tersebut berpotensi menimbulkan trauma dan penghakiman masyarakat kepada korban dan keluarganya
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita Kompas TV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak dan tidak memuat opini redaksi. Contoh temuan dari analisis siaran berita Kompas TV dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini.

**Tabel 8. Hasil Analisis Siaran Berita Kompas TV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita pengakuan eks FPI berbaiat kepada ISIS disaksikan pimpinan FPI antara lain Sekretaris FPI Munarman, tetapi tidak ada pernyataan konfirmasi dari FPI maupun Munarman sehingga menjadi tidak berimbang.  Berita dualisme Partai Demokrat, Ketua Umum Partai Demokrat AHY menyebut Moeldoko tidak mencintai tetapi ingin memiliki Partai Demokrat dan terdapat komentar dari sejumlah pengamat politik yang menyebut manuver Moeldoko merugikan Presiden Jokowi dan harus mundur dari jabatan Kepala Staf Kepresidenan tetapi tidak ada pernyataan konfirmasi dari Moeldoko langsung, hanya ada pernyataan dari Jhony Allen Marbun

	Berita Jerinx tidak memenuhi panggilan polisi, terdapat teks yang menyebutkan Jerinx mangkir, padahal ada pernyataan bahwa ada komunikasi antara polisi dengan Jerinx bahwa Jerinx tidak bisa hadir karena sakit.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita video perkelahian di arena judi sabung ayam di Toraja Utara yang viral, terdapat voice over yang menyebutkan “meresahkan warga”. Kesimpulan “meresahkan warga” tidak didukung wawancara dengan warga setempat sehingga menjadi opini redaksi.
	Berita kebakaran kios tambal ban di Malang, terdapat kesimpulan kebakaran diduga akibat puntung rokok tetapi tidak ada pernyataan dari narasumber yang membenarkan dugaan itu

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita RTV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak dan tidak memuat opini redaksi. Contoh temuan dari analisis siaran berita RTVRI dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

**Tabel 9. Hasil Analisis Siaran Berita RTV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak	Berita video kerumunan warga di wahana air di Cikarang yang viral karena melanggar protokol kesehatan, tidak terdapat pernyataan konfirmasi dari pengelola tempat wisata sehingga menjadi tidak berimbang

	Berita kontes adu domba di Garut dibubarkan karena melanggar protokol kesehatan tidak terdapat pernyataan konfirmasi dari penyelenggara acara sehingga menjadi tidak berimbang
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita kebakaran di Medan, disebutkan belum diketahui penyebab kebakaran tetapi diduga karena korsleting listrik. Dugaan tersebut adalah opini redaksi karena tidak ada pernyataan narasumber yang mendukung kesimpulan itu.
	Berita pengendara sepeda motor tewas terlindas truk di Pematangsiantar terapat voice over “diduga tergelincir saat menaiki bahu jalan” tanpa ada pernyataan narasumber yang mendukung kesimpulan tersebut sehingga merupakan opini redaksi.
	Berita truk masuk jurang di Garut terdapat voice over “diduga sopir mengantuk” tetapi tidak ada pernyataan narasumber yang membenarkan kesimpulan tersebut sehingga menjadi opini redaksi.
	Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita Metro TV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak dan tidak memuat opini redaksi. Contoh temuan dari analisis siaran berita Metro TV dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini.

**Tabel 10. Hasil Analisis Siaran Berita Metro TV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	<p>Berita tersangka teroris mengaku anggota FPI yang berbaiat kepada ISIS dihadiri Juru Bicara FPI Munarman. Namun, tidak ada pernyataan konfirmasi dari FPI atau Munarman sehingga menjadi tidak berimbang. Narasumber yang dihadirkan hanya dari kepolisian.</p> <p>Berita dualisme Partai Demokrat, DPD Partai Demokrat Sumatera Utara laporkan KLB Deli Serdang ke Polrestabes karena dianggap ilegal. Berita tersebut tidak berimbang karena tidak ada pernyataan konfirmasi dari pihak pendukung KLB Deli Serdang.</p> <p>Berita pembubaran kegiatan di tengah PPKM tidak disertai pernyataan konfirmasi dari penyelenggara kegiatan sehingga menjadi tidak berimbang, misalnya berita pesta karawitan di Sumenep dangdutan pernikahan di Cianjur, pernikahan di Bengkulu, dll.</p>
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	<p>Berita kebakaran gedung BTN Makassar, voice over menyebutkan korsleting menjadi penyebab kebakaran tetapi tidak disertai pernyataan dari narasumber sehingga menjadi opini redaksi.</p> <p>Berita pengambilan paksa jenazah Covid-19 di Kupang, terdapat teks “ironis” dan ucapan pembaca berita “tidak patut dicontoh” yang merupakan opini redaksi.</p>

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita INews menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, dan tidak menyajikan tayangan yang keji. Contoh temuan dari analisis siaran berita INews dapat dilihat pada Tabel 11 berikut ini.

**Tabel 11. Hasil Analisis Siaran Berita INews**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita dugaan malapraktik di Medan, tidak ada pernyataan dari pihak RSUP Adam Malik sehingga menjadi tidak berimbang.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita pengedar uang dolar palsu di Tangerang, pembawa acara berita menyebut “ironisnya, salah satu pelaku adalah seorang guru honorer”. Lema “ironis” subjektif dan merupakan opini redaksi.
	Berita penemuan lelaki tergeletak bersimbah darah di Pesanggrahan, terdapat pernyataan dari pembaca berita diduga korban pembegalan dan dibacok. Pembaca berita juga menyebutkan berlum ada keterangan dari polisi. Dugaan pembegalan adalah opini redaksi.
Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita suami membakar istri di Deli Serdang terdapat video amatir yang menggambarkan kobaran api di dalam rumah dengan <i>voice over</i> yang menceritakan kronologi suami membakar istri.  Berita balita jatuh di Hanoi, Vietnam terdapat video amatir yang memperlihatkan balita tersebut jatuh secara jelas tanpa dikaburkan. Adegan tersebut dapat menimbulkan perasaan keji pada pemirsa.

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita Trans TV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak dan tidak memuat opini redaksi. Contoh temuan dari analisis siaran berita Trans TV dapat dilihat pada Tabel 12 berikut ini.

**Tabel 12. Hasil Analisis Siaran Berita Trans TV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita anggota DPRD Jember memukul ketua RT karena tidak terima ditegur terdapat pernyataan dari ketua RT, DPRD, dan partai tetapi tidak ada pernyataan konfirmasi dari anggota DPRD bersangkutan.
	Berita dualisme Partai Demokrat kurang berimbang dalam mengakomodasi pihak AHY. Pemberitaan lebih banyak tentang KLB di Deli Serdang dan keterpilihan Moeldoko sebagai ketua umum. Pihak AHY hanya terakomodasi dari pernyataan DPD Partai Demokrat Sumatera Utara yang menolak penyelenggaraan KLB.
	Kebakaran di Grogol, Jakarta disebutkan kebakaran diduga akibat korsleting listrik tetapi tidak ada pernyataan narasumber yang mendukung kesimpulan itu. Kebakaran lain yang juga terjadi di Grogol disebut diduga karena ledakan tabung gas, juga tidak ada pernyataan narasumber yang mendukung dugaan itu
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita mobil tabrak motor di Aceh Barat Daya, voice over menyebutkan diduga sopir belum mahir tetapi tidak ada pernyataan narasumber yang memperkuat kesimpulan tersebut sehingga menjadi opini redaksi.

---

Berita penangkapan pelaku ganjal ATM di Sukabumi, terdapat teks pada siaran berita “Penangkapan Berlangsung Dramatis”. Lema “dramatis” bersifat subjektif dan menjadi opini redaksi.

---

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita MNC TV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, tidak menyajikan tayangan yang keji, dan tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Contoh temuan dari analisis siaran berita MNC TV dapat dilihat pada Tabel 13 berikut ini.

**Tabel 13. Hasil Analisis Siaran Berita MNC TV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita viral penjual bakso cantik di Sentul disebutkan pengunjung terhipnotis paras wajah penjual yang cantik tidak disertai wawancara pengunjung yang menyatakan penjual berparas cantik.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita kisruh Partai Demokrat tidak berimbang karena hanya mengakomodasi pihak AHY. Berita viral penjual bakso cantik di Sentul disebutkan pengunjung terhipnotis paras wajah penjual yang cantik bersifat subjektif sehingga menjadi opini redaksi.

Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita penertiban pemain skateboard di trotoar Jakarta, pembawa acara berita dan teks dalam siaran berita menyebutkan “Aksi arogan Pol PP” dan menyebut Wakil Gubernur DKI Jakarta Riza Patria “berkilah”. Lema “arogan” dan sublema “berkilah” bersifat subjektif sehingga menjadi opini redaksi.
Program siaran berita tidak menyajikan informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim	Berita tawuran di Makassar memperlihatkan visualisasi saling lempar batu dan pembakaran sehingga menimbulkan perasaan keji  Berita hipnotis terhadap anak di Tangerang menampilkan identitas nama wajah bermasker korban yang masih anak-anak. Meskipun tidak berpotensi memunculkan penghakiman, tetapi berita ini melanggar Pedoman Pemberitaan Ramah Anak.

Sumber: temuan penelitian

Analisis terhadap siaran berita GTV menemukan sejumlah catatan terkait dengan indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, tidak memuat opini redaksi, dan tidak menyajikan tayangan yang keji. Contoh temuan dari analisis siaran berita GTV dapat dilihat pada Tabel 14 berikut ini.

**Tabel 14. Hasil Analisis Siaran Berita GTV**

Indikator	Contoh Temuan
Program siaran berita memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.	Berita dualisme Partai Demokrat, disebutkan AHY melakukan konsolidasi dan menyebut Moeldoko tidak etis dan inkonstitusional serta KLB Deli Serdang ilegal. Juga terdapat berita aksi cap jempol darah di DPD Partai Demokrat DKI Jakarta. Namun, tidak ada berita dari pihak Moeldoko dan KLB Deli Serdang.

	Berita anak laporkan ibu ke polisi terkait surat tanah di Semarang, hanya ada pernyataan dari pihak ibu yang dilaporkan tetapi tidak ada pernyataan dari anak yang melaporkan sehingga menjadi tidak berimbang.
Program siaran berita tidak memuat opini redaksi,	Berita evakuasi ular sanca di Lamongan, terdapat pernyataan pembaca berita “penangkapan berlangsung dramatis” yang merupakan opini redaksi.
	Berita kebakaran ruko di Prabumulih, pembawa acara berita dan voice over menyebutkan diduga karena korsleting listrik, padahal polisi yang menjadi narasumber menyatakan belum mau berpersepsi saat ditanya penyebab kebakaran. Korsleting listrik menjadi penyebab kebakaran merupakan opini redaksi.
Program siaran berita tidak menyajikan tayangan yang keji	Berita suami membakar istri di Deli Serdang terdapat video amatir yang menggambarkan kobaran api di dalam rumah dengan <i>voice over</i> yang menceritakan kronologi suami membakar istri.

Sumber: temuan penelitian

Dari temuan dan hasil analisis menggunakan indikator-indikator yang telah ditetapkan, ditemukan bahwa siaran berita di televisi nasional mayoritas memiliki permasalahan dalam hal memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, memisahkan antara fakta dan opini, menghindari tayangan yang bersifat keji dan sadis, serta mengedepankan asas praduga tak bersalah dengan tidak melakukan penghakiman sebelum ada putusan pengadilan dan menghindarkan stigma dari masyarakat.

Mengacu pada kerangka kerja penilaian kualitas berita dari McQuail, pada dasarnya redaksi televisi relatif memiliki kebebasan

untuk menyiarkan berita sesuai dengan agenda setting mereka masing-masing. Televisi memiliki independensi dalam menyiarkan berita sesuai dengan kebijakan keredaksian mereka dan menyajikan berita yang beragam, meskipun terdapat catatan tentang keberimbangan karena ditemukan beberapa berita yang belum memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak yang berkepentingan dalam berita tersebut. Hal itu tentu bertentangan dengan P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik, meskipun bisa saja aspek keberimbangan dilakukan stasiun televisi dalam siaran berita yang lain. Namun, asas berimbang yang proporsional tentu harus dilakukan dalam satu berita yang sama.

Secara umum, siaran berita sudah menyajikan informasi yang sesuai dengan realitas yang sebenarnya terjadi. Namun, bias dalam pemberitaan di televisi tetap tidak dapat dihindarkan ketika redaksi televisi melakukan agenda setting terhadap suatu peristiwa, meskipun tidak ditemukan berita yang dapat dikategorikan sebagai berita bohong. Namun, dalam berita politik, terutama tentang dualisme Partai Demokrat, beberapa berita dapat dikategorikan sebagai bentuk propaganda dengan mengutip pelabelan yang dilakukan salah satu pihak kepada pihak lain tanpa ada pernyataan dari pihak lain sehingga menjadi tidak berimbang.

Penerapan P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik dalam pemberitaan di stasiun televisi pada dasarnya adalah bentuk tanggung jawab sosial pers. Redaksi pemberitaan stasiun televisi memiliki kebebasan dan independensi untuk menyajikan berita sesuai dengan agenda setting dan kebijakan redaksi mereka, tetapi mereka terikat pada P3-SPS dan Kode Etik Jurnalistik. Berita di televisi harus bebas dan independen tetapi bertanggung jawab kepada kepentingan umum sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil analisis terhadap tayangan berita yang diteliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan siaran berita di televisi nasional memiliki catatan berupa tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak, masih ditemukan siaran berita

yang memuat opini redaksi, menyajikan tayangan yang keji dan dapat menimbulkan perasaan sadis, dan terdapat informasi yang menghakimi tersangka sebelum dijatuhkan vonis oleh hakim. Dari 14 stasiun televisi yang diteliti, TVRI merupakan stasiun televisi paling sedikit memiliki catatan, yaitu hanya pada indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak.

Analisis terhadap indikator memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak menemukan bahwa masih ada tayangan berita yang tidak memberikan konfirmasi dari pihak lain yang berkepentingan dalam berita tersebut. Memberikan kesempatan yang sama kepada semua pihak harus diberikan, tidak harus dalam berita konflik seperti dualisme Partai Demokrat, tetapi juga harus dilakukan dalam berita yang menampilkan analisis pakar atau tanggapan/keluhan masyarakat terhadap suatu hal. Pemberitaan tentang permasalahan yang ada di masyarakat, yang mengambil narasumber dari masyarakat tetap perlu disertai tanggapan dari pemerintah agar berimbang.

Terhadap indikator tidak memuat opini redaksi, ditemukan bahwa tayangan berita di televisi relatif mudah memasukkan unsur opini karena laporan pandangan mata reporter seringkali tidak disertai wawancara dengan narasumber. Pembawa acara berita atau *voice over* menyampaikan data-data yang dilaporkan reporter dari lapangan tanpa menyebutkan dari mana data tersebut berasal sehingga sulit memisahkan antara fakta dengan opini. Hal tersebut dapat dihindari bila dalam penulisan naskah yang akan dibacakan oleh pembawa acara berita atau *voice over* menggunakan kalimat aktif yang memiliki subjek sehingga jelas siapa yang menyampaikan informasi tersebut. Selain tidak menyebutkan narasumber, pembawa acara berita dan *voice over* kerap kali juga menyebutkan kata atau frasa yang beropini seperti “agak keterlaluan”, “miris”, “sungguh sadis”, “ironis”, dan semacamnya.

Tayangan yang keji dan dapat menimbulkan perasaan sadis di benak pemirsa ditemukan pada siaran berita yang menampilkan video amatir yang diambil oleh warga atau saksi mata. Beberapa video tersebut memang diburamkan, tetapi pemburaman seringkali hanya dilakukan pada saat peristiwa yang dapat menimbulkan perasaan sadis terjadi sementara sebelum peristiwa terlihat jelas.

Gambaran kronologis yang terlihat dalam video yang tidak diburamkan ditambah dengan narasi yang disampaikan pembawa acara berita atau *voice over* tetap dapat menimbulkan perasaan sadis di benak pemirsa.

Analisis terhadap indikator informasi yang menghakimi menemukan sejumlah berita yang secara tidak langsung menampilkan identitas anak yang berhadapan dengan hukum, pelaku perkawinan anak, dan anak atau perempuan yang menjadi korban kejahatan susila. Identitas tersebut secara tidak langsung terungkap melalui penyebutan nama desa atau bentuk rumah. Bagi masyarakat perdesaan, relatif mudah melacak identitas seseorang melalui nama desa atau bentuk rumah, padahal identitas anak yang berhadapan dengan hukum dan korban kejahatan susila harus dilindungi. Lebih baik tayangan berita tidak menampilkan bentuk rumah dan cukup menyebutkan nama kabupaten/kota yang menjadi lokasi kejadian dalam memberitakan anak yang berhadapan dengan hukum dan korban kejahatan susila.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Suandewi, L. P., & Marhaendra Wija Atmaja, G. (2016). Eksistensi Komisi Penyiaran Indonesia Sebagai Lembaga Negara Bantu (State Auxiliary Bodies) Dalam Sistem Pemerintahan Indonesia. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 04(06).
- Agirdas, C. (2015). What Drives Media Bias? New Evidence From Recent Newspaper Closures. *Journal of Media Economics*, 28(3).
- Agung, I. P. S., & Kris, D. (2014). Narasi Pada Episode Mengenal Syiah Sebagai Bentuk Pelanggaran Standar Program Siaran dalam Program Khazanah Trans7 (Studi Peraturan Pengawasan Pertelevisian oleh Komisi Penyiaran Indonesia). *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 6(1).
- Baksin, A. (2016). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa Edisi 5 Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Penerbit Salemba Humanika.

- Daulay, M. A., & Iskandar, A. R. (2017). Kebebasan Pers dan Verifikasi Terhadap Media Massa. *Coverage: Journal of Strategic Communication*, 7(2).
- de Fretes, M., & A.W. Kaligis, R. (2018). Implementasi Teori Pers Tanggung Jawab Sosial dalam Pemberitaan TVRI Pusat. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 9(1).
- Doly, D. (2013). Urgensi Perubahan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan*, 4(2).
- Hutagalung, I. (2013). Dinamika Sistem Pers di Indonesia. *Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Jambak, A. V. H., Wutun, M., & Mandaru, S. S. E. (2021). Pengalaman Reporter LPP RRI Kupang Menerapkan Sembilan Elemen Jurnalisme Kovach dan Rosensteil. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(2), 123–137. <https://doi.org/10.35508/jikom.v10i2.3658>
- Jeffres, L. W. (2015). Mass Communication Theories in a Time of Changing Technologies. *Mass Communication and Society*, 18(5).
- Kinsler, J. J., Glik, D., de Castro Buffington, S., Malan, H., Nadjat-Haiem, C., Wainwright, N., & Papp-Green, M. (2019). A Content Analysis of How Sexual Behavior and Reproductive Health are Being Portrayed on Primetime Television Shows Being Watched by Teens and Young Adults. *Health Communication*, 34(6), 644–651. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1431020>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2020). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Yayasan Pantau.
- Kurniadi, O. (2013). Budaya Jurnalistik di Metro TV. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2).
- Lamer, W. (2016). Promoting the people's surrogate: The case for press freedom as a distinct human right. *Journal of Human Rights*, 15(3), 361–382. <https://doi.org/10.1080/14754835.2015.1106307>

- Lesmana, F. (2015). Etika Jurnalistik dalam Proses Peliputan Berita. *Scriptura*, 5(1). <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.8-14>
- Lewi Pramesti, O. (2014). Penerapan Kode Etik di Kalangan Jurnalis. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1).
- Maniou, T. A. (2022). The Dynamics of Influence on Press Freedom in Different Media Systems: A Comparative Study. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2030246>
- Mazumdar, A., & Riffle, A. R. (2021). Malaysian press laws violate social responsibility and press freedom. *Communication Research and Practice*, 7(1).
- Monicaningsih, A., Dwiningtyas, H., Setyabudi, D., & Rahardjo, T. (2014). Sikap Media, Citra Personal dan Penghapusan APBD Untuk Wartawan (Analisis Isi Berita Gubernur Jawa Tengah di Suara Merdeka, Tribun Jateng, dan Radar Semarang). *Interaksi Online*20, 2(4).
- Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Kencana.
- Morissan, Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Musfialdy, M. (2019). Independensi Media: Pro-Kontra Objektivitas dan Netralitas Pemberitaan Media. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(1).
- Panuju, R. (2018). Etika Jurnalistik dan Jurnalisme Bencana pada Pemberitaan Gunung Agung di Portal Berita Balipost.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2).
- Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers.
- Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/ 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran.
- Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.
- Peterlin, L. J., & Peters, J. (2019). Teaching Journalism Ethics Through “The Newsroom”: An Enhanced Learning

- Experience. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(1), 44–59. <https://doi.org/10.1177/1077695818767230>
- Rahmi, R. (2019). Kebebasan Pers dan Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 6(1).
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Kompas Gramedia.
- Sandoval, J. A. (2016). Cultural Indicators and Global Freedom of the Press. *Journal of Intercultural Communication Research*, 46(3).
- Siswanta. (2017). Bias Pemberitaan Media tentang Pejabat Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(1).
- Trisnadewi, N. M. Y., & Kotaniartha, I. W. (2015). Tanggung Jawab Lembaga Penyiaran dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Melalui Implementasi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

**MOTIF DAN DILEMA REPOST KONTEN  
ON THE SPOT TRANS 7 & CHANNEL  
YOUTUBE TIANG TV**

***REPOST AND COURTESY MOTIF AND  
DILEMMA CONTENT ON THE SPOT TRANS 7 &  
YOUTUBE CHANNEL TIANG TV***

**Ivan Dhimas<sup>1</sup>, Sri Hastjarjo<sup>2</sup>, Yulius Slamet<sup>3</sup>,**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sebelas Maret, Surakarta

<sup>1</sup>ivandhimas@gmail.com <sup>2</sup>sri.hastjarjo@gmail.com <sup>3</sup>  
yuliuslamet48@gmail.com

**Abstraksi**

*Repost dan reupload dalam media digital adalah sesuatu yang kerap terjadi di internet kini. Sebagaimana telah diatur dalam UU No. 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta, kejadian reposting ini merupakan kejahatan siber serius. Acara On The Spot Trans 7 adalah salah satu tayangan televisi yang menjadi korban sekaligus pelaku fenomena penyalahgunaan repost di Youtube. On the Spot Trans 7 memiliki bentuk konten berupa kutipan atau courtesy yang diambil dari berbagai sumber. Di lain hal tayangan On The Spot Trans 7 seringkali dipotong dalam berbagai durasi kemudian diberikan judul baru dalam akun Youtube lain. Tiang TV merupakan salah satu akun reposter yang melakukan praktek tersebut. Penelitian ini berupaya untuk mempelajari motif yang menjadi landasan akun reposter Tiang TV dalam repost konten On The Spot Trans 7. Pendekatan fenomenologi dengan investigasi kultural produksi melalui wawancara daring terhadap pembuat akun Youtube Tiang TV dipilih sebagai pendekatan untuk mencari motif apa yang mendasari mereka untuk melakukan reposting konten On The Spot Trans 7.*

*Motif media alternatif juga menjadi hal yang digunakan peneliti untuk mengulik informasi. Hasil penelitian ditemukan, pembuat akun Tiang TV sebagai sebuah akun amatir melakukan cyber crime dan pembajakan. Kendati begitu walaupun telah mengetahui resikonya, pemahamannya mengenai hukumannya masih belum dalam, dengan dalih tidak mengambil keuntungan Ads Sense pembuat akun Tiang TV merasa bahwa yang ia lakukan tidak salah. Hal ini juga menjadi 2 mata pisau juga bagi On The Spot Trans 7 bahwa, jika saja mereka melakukan pelaporan juga akan mengalami hal sebaliknya, karena mereka mungkin melakukan kejahatan yang sama.*

**Kata kunci:** *copyright, media alternatif, televisi, repost, youtube.*

### **Abstract**

*Repost and reupload in digital media is something that often happens on the internet today. As regulated in Law no. 28 of 2014 concerning Copyright, this reposting incident is a serious cyber crime. The On The Spot Trans 7 program is one of the television shows that are both victims and perpetrators of the repost abuse phenomenon on Youtube. On the Spot Trans 7 has content in the form of quotes or courtesy taken from various sources. On the other hand, On The Spot Trans 7 shows are often cut in various durations and then given a new title on another Youtube account. Pole TV is one of the reposter accounts that carry out this practice. This study seeks to study the motives that form the basis of the Tiang TV reposter account in reposting On The Spot Trans 7 content. A phenomenological approach with a production culture investigation of the Tiang TV YouTube account makers was chosen as an approach to find out what motives underlie them to repost On The content. Spot Trans 7. Alternative media motifs are also used by researchers to obtain information. The results of the study found that the maker of the Tiang TV account as an amateur account committed cyber crime and piracy. Even so, even though he knew the risks, his understanding of the punishment was still not deep, under the pretext of not taking advantage of Ads Sense, the creator of the TV Pole account felt that what he had done was not wrong. This is also a double-edged sword for On The Spot Trans*

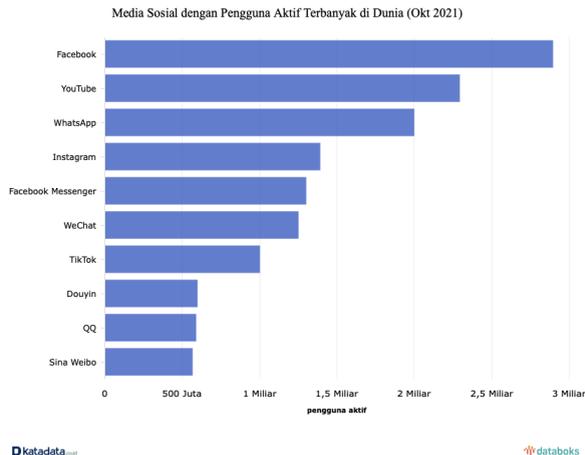
7 that, if only they had reported, they would have experienced the opposite, because they might have committed the same crime.

**Keywords:** *copyright, alternative media, TV, repost, youtube.*

## PENDAHULUAN

*Youtube* sebagai bentuk dari budaya baru media massa, yang merupakan produk dari era new media merupakan search engine terbesar yang digunakan masyarakat dalam pencarian video atau audio visual. Berbagai konten yang tersaji di *Youtube* ini dan semakin massifnya penggunaan *youtube*, memunculkan fenomena bahwa ia kini menjadi sebuah alternatif media untuk mendapatkan informasi. Bukan hanya sebagai sarana sosial media, *youtube* kini menjadi pengganti televisi, radio, koran dan media-media konvensional lainnya. Sebagaimana riset dari *global media insight* per 7 Januari 2022, *Youtube* merupakan platform sosial media dengan pengguna terbesar nomor 2 setelah Facebook yang digunakan oleh 2,29 Milliar pengguna di Dunia, (Siregar, A. E., et.al., 2010,)

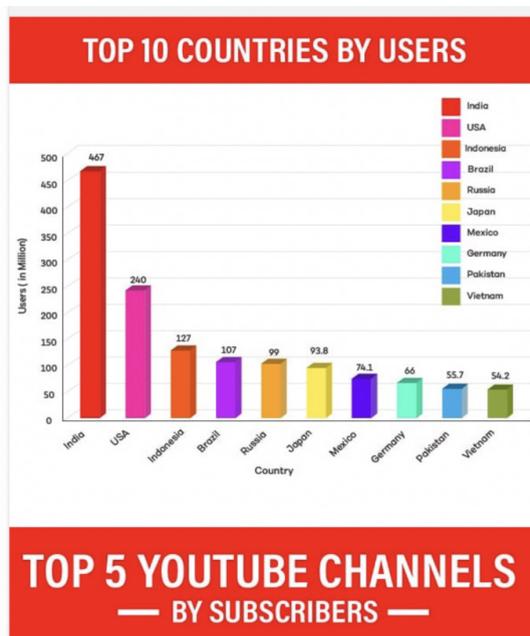
**Gambar1: grafik pengguna media sosial terbanyak di Indonesia**



Sumber: [databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/11/terpopuler-facebook-punya-289-miliar-pengguna-aktif-di-seluruh-dunia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/11/terpopuler-facebook-punya-289-miliar-pengguna-aktif-di-seluruh-dunia)

Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 300 juta orang menjadi negara yang begitu strategis dan menjadi negara yang memiliki penetrasi penggunaan youtube yang tinggi di Dunia. Indonesia menempati peringkat ke 3 setelah India, dan Amerika sebagai negara yang menggunakan Youtube. Perhitungan pengguna ini menunjukkan bahwa minat penggunaan Youtube sebagai media informasi dan bersosial media begitu besar (HypeAuditor Youtube, n.d., 2022)

**Gambar 2: Negara-negara terbesar pengguna youtube di Indonesia**



Sumber data: <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>

Fenomena penggunaan yang tinggi ini ternyata juga memunculkan fenomena tersendiri terhadap pergerakan dunia media konvensional yang terdapat di negara tersebut. Adanya youtube, dengan kebebasannya dan kemudahannya, membuat berbagai masyarakat membuat mediana sendiri. Berbagai channel yang

memiliki jangkauan tinggi dan besar di Indonesia, menunjukkan bagaimanant *youtubers*, seorang dengan akun yang memiliki *subscriber* dari berbagai kalangan dan konten yang beragam muncul. Beragam konten ini dari konten vlogging, travel, foodies, review produk, talkshow, gaming hingga konten-konten repost dan feature news pun bermunculan.

Lembaga survey Nielsen mencatat pada tahun 2013 terdapat peningkatan lebih dari 25% khalayak usia 18 hingga 34 tahun menggunakan smartphone untuk melakukan streaming tayangan televisi. Hal itu berpengaruh pada penurunan jumlah penonton televisi konvensional sebanyak 10%, dari sekitar 8,5 juta orang per menit menjadi 8,4 juta orang per menit. (Handayani & Merdekawati, 2019)

YouTube merupakan sebuah video portal yang sering dijadikan alternatif masyarakat Indonesia dalam mengakses tayangan digital berbasis internet. Kelebihan YouTube yang dapat diakses oleh siapapun, di manapun, dan kapanpun membuat penonton YouTube di Indonesia semakin bertambah. CEO YouTube Susan Wojcicki, menuturkan pada tahun 2017 ini penonton YouTube lebih banyak daripada penonton televisi Indonesia. Jumlah penonton YouTube di usia 18 hingga 49 tahun berhasil mengalahkan jumlah penonton direntang usia yang sama di platform lain, baik siaran televisi konvensional ataupun siaran televisi kabel. Menurutnya, mereka berhasil menjangkau penonton berumur 18 hingga 49 tahun lebih banyak daripada total penonton yang dicapai oleh 10 acara TV terpopuler. (Handayani & Merdekawati, 2019)

Hal ini merupakan motif yang begitu kuat dari perubahan industri yang terjadi di Indonesia. Gelombang perubahan industri yang begitu besar ini akhirnya menyebabkan perusahaan televisi menyerah dan akhirnya berbondong-bondong pula untuk membuat channel youtube dengan tayangan konten yang merupakan cuplikan liputan atau pun hasil repost dari tayangan di televisi tersebut. Perusahaan - perusahaan televisi membuat channel mereka dalam tajuk digitalisasi media dan konten eksklusif media tersebut ke dalam *youtube* agar tidak semudah itu tergerus oleh minat penonton, yang mana hal ini menunjukkan kekalahan media arus utama terhadap ruang alternatif media yang diminati oleh khalayak media.

Tujuannya agar siaran televisi tetap bisa menjaga eksistensinya di kalangan masyarakat. Hal yang dapat dilakukan untuk menjaga eksistensi siaran televisi yaitu membuat inovasi program/tayangan yang dapat pula diakses dengan menggunakan jaringan internet, artinya membuat seperti tayangan digital berbasis internet. Sehingga siaran televisi tetap bisa berjalan beriringan dengan tayangan versi digital berbasis internet lainnya.

Sebagaimana sebuah platform yang begitu bebas dan berbasis online, youtube merupakan media sosial yang rawan dengan penyalahgunaan hak cipta dan pengkaryaan. Banyak dari konten kreator youtube, ini akhirnya melakukan pengutipan ataupun menggunakan konten-konten lain dalam kontennya. (Chu et al., 2022)

Kebijakan pemerintah Indonesia dalam penanganan hak kekayaan intelektual digital, ini akhirnya diatur dalam UU ITE yang diresmikan pada tahun 2021, yang juga membahas mengenai unsur-unsur pidana dalam pelanggaran hukum atas konten terkait.

YouTube sendiri sudah mempunyai ketentuan dalam hak cipta. Ketika seseorang membuat karya asli yang ditetapkan dalam media fisik, ia otomatis memiliki hak cipta atas karya tersebut. Sebagai pemilik hak cipta, ia memiliki hak eksklusif untuk menggunakan karya tersebut. Biasanya, hanya pemilik hak cipta yang dapat menentukan apakah orang lain diizinkan untuk menggunakan karya tersebut atau tidak. Karya yang dilindungi hak cipta dapat digunakan tanpa melanggar hak cipta pemiliknya. (Hariri & M.T.V.M., 2019)

Ada juga perlindungan hukum bagi pencipta yang karya videonya diunggah kembali (*reupload*) di YouTube secara illegal menurut Undang-undang Nomor 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta yang membahas bahwa tindakan mengunggah kembali video milik orang lain tanpa izin dapat dimintakan pertanggungjawabannya. (Ginting, 2020)

Meskipun begitu, hal-hal terkait itu masih dilanggar dan beberapa masih lolos, contohnya adalah pada penelitian kali ini yaitu berupa pelanggaran *courtesy* yang dilakukan oleh On The Spot dan Tiang TV.

## **Program Acara On The Spot Trans 7 dan Youtube**

On The Spot Trans 7 sebagai sebuah acara yang sangat bergantung pada youtube dan sosial media, adalah sebuah acara majalah berita Acara realitas yang ditayangkan di Trans7. Acara ini pertama kali tayang pada tanggal 27 Oktober 2008. Awalnya On the Spot berformat magazine, dengan tema seputar jalan-jalan ke beberapa tempat yang dipandu oleh Ananda Omesh. Pada tahun-tahun berikutnya, On the Spot berevolusi sebagai acara musik menjadi acara musik yang memainkan berbagai video klip musisi Indonesia disertai berbagai informasi ringan yang dipandu oleh Ruben Onsu dan Thalita Latief.

Format dan segmen program ini mengalami perubahan, Informasi ringan pada acara On The Spot menjadi dominan dan akhirnya menjadi satu-satunya isi acara, yang berisi mengenai ulasan pada sebuah kategori tertentu. On the Spot berubah menjadi sebuah acara yang berisi ulasan ringkasan suatu topik (contoh: 7 hal versi on the spot) yang diiringi lagu dari youtube dan melakukan sistem *courtesy Youtube*, pada keseluruhan acara mereka. On the spot menjadi trendsetter dari acara magazine yang berisi informasi ringan, dengan sistem produksi yang murah karena dia menggunakan full courtesy dengan jam tayang setiap jam 6 sore. Pada 2014 On the Spot mendapatkan penghargaan dari Panasonic Gobel Award sebagai acara Dokumenter dan Gaya Hidup.

Keterkaitan antara Youtube dan acara televisi ini ternyata menjadi sebuah fenomena yang dilematis, akibat perubahan khalayak, industri, kemudahan dalam mengakses informasi gambar dan pergerakan ekonomi produksi konten media pun juga mengalami pergeseran. On The Spot Trans 7 sebagai sebuah acara yang dulunya mengandalkan host sebagai pemandu acaranya akhirnya menghilangkan segmennya dengan host, dan mengisinya dengan segmen yang full courtesy. Jelas perilaku produksi ini akan memangkas *cost* yang mungkin tidak mengurangi rating acara, sehingga program acara ini mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya.

Kemudahan *courtesy* ini tentunya juga bukan tanpa resiko yang mengiringinya juga. Penyimpangan pengutipan sumber video yang ada di internet juga sempat terkena protes oleh beberapa kreator

video yang lain, hal ini karena tidak adanya transaksi yang benar antara konten kreator dengan pihak On The Spot Trans 7, sehingga beberapa kali terkena aduan atas pembajakan konten dan pencurian aset visual tanpa izin.

Sebagaimana yang disebutkan pada Pasal 25 Undang-undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan hak cipta elektronik menyebutkan:

*“Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.”*

Yang diperkuat dengan pasal 26 mengenai setiap pihak yang mengalami pelanggaran berhak untuk mengajukan gugatan sesuai dengan hukum yang berlaku.

On the Spot Trans 7 telah beberapa kali mengalami tuduhan tersebut dan mengalami somasi atas perilaku ini, beberapa acara lain yang menggunakan teknik yang sama dalam produksi ini mengalami hal ini dan ini menunjukkan bagaimana edukasi media dan hak kekayaan intelektual berupa informasi dan aset digital lainnya.

### **Paradigma sosio kultural media, ekonomi-politik dan repetisi produk media**

Sebagaimana efek sosio-kultural media yang dijelaskan oleh Raymond Williams (dalam Ibrahim Idi Subandy & Bachrudin A: 2014), terdapat 6 arti penting media bagi sosio-kultural masyarakatnya. Arti penting itu antara lain adalah media sebagai pembentuk, cermin, guru, ritual dan Tuhan. Fungsi-fungsi dan bentukan ini menjelaskan mengenai efek media setelah menerpa masyarakat dan khalayak yang terkait berperan penting dalam masyarakat. (Akhmad & Ibrahim, 2014, )

Arti Penting pertama, media sebagai pembentuk, memandang bahwa media ini dapat membentuk masa depan masyarakat karena terdapat wacana yang akhirnya pesan-pesan yang diinformasikan oleh media ini dapat mempengaruhi keadaan dan personal masyarakat

sehingga membentuk bagaimana masyarakat berperilaku. Arti berikutnya adalah

Yang kedua adalah media sebagai cermin, di sini menilai bagaimana media ini merupakan cerminan dari masyarakat dan media dapat menjadi refleksi atas keadaan masyarakat. Sebagaimana cermin, media dan kontennya memberitakan informasi secara langsung dan tanpa adanya perubahan informasi, dan cermin inilah yang menyebabkan bagaimana wajah sebuah masyarakat dapat terlihat.

Ketiga, media sebagai representasi adalah, media sebagai corong dari informasi masyarakat dan memberikan wacana dan berita kepada masyarakat akhirnya menjadi representasi pula bagi masyarakatnya. Berbeda dengan hanya sebagai cermin, informasi yang terdapat pada media ini akan membentuk masyarakat yang akhirnya, membentuk norma-norma yang terdapat di masyarakat yang nantinya akan dicerminkan kembali ke media. Jadi di sini media akan menjadi penyampai pesan kembali atas bagaimana bentuk masyarakat kini.

Berikutnya, media akhirnya akan mengajarkan bagaimana masyarakat menjadi sesuatu yang ia lihat, khalayak menerima pesan dari pemberitaan dan media yang ada dan kemudian mengetahui bagaimana sesuatu itu dapat dibuat atau terjadi. Prinsip ini juga berlaku pula dengan kondisi di mana masyarakat yang tidak puas dengan media itu akhirnya dapat membuat media tandingan itu sendiri, atau yang nanti akan dijelaskan pada pembahasan mendalam mengenai media alternatif.

Pendekatan yang kelima, media bertransformasi menjadi sebuah ritual, di mana kepentingan dan kebutuhan masyarakat atas informasi ini akan menjadi ritual sendiri bagi masyarakat. Media menjadi sebuah kebutuhan dan di sini akan mendukung bagaimana kebutuhan masyarakat akan media ini terlihat, contohnya yang digunakan pada penelitian ini adalah kebutuhan untuk menonton *youtube* atau mengikuti informasi yang disajikan di sosial media sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Media akhirnya akan menjadi Tuhan dan atau menciptakan agama baru yang diikuti oleh umat-umat berupa masyarakat atas

dasar kebutuhan tersebut. Khalayak media yang mengikuti sebuah akun atau informasi khusus pada chanel yang ia minati akan begitu antusias untuk terus mengikuti informasi yang ia cari itu. Keumatan ini dalam kasus youtube ini akan disimbolkan melalui fitur *subscribe* dan pencarian informasi masyarakat.

Dari berbagai efek ini terdapat pula pendekatan ekonomi politik mengenai bagaimana media itu dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh motif-motif ekonomi dan politik dan masyarakat itu. Media dengan komoditas informasinya yang ada ini terjadi karena adanya motif-motif ekonomi dan politik yang terjadi.

Sebagaimana pada kasus *On The Spot* ini, motif-motif produksi dan keuntungan atau ekonomis dapat menjadi alasan yang membuat bagaimana *On The Spot Trans 7* ini membuat format acara tersebut. Hal-hal ini menunjukkan bagaimana media menyesuaikan dan memiliki kebutuhan ekonomi yang berubah-ubah. Migrasi berbagai program acara pada *on the spot* dan beberapa channel lainnya ini menunjukkan bahwa media dan berbagai kompleksitas yang ada pada lingkungannya memiliki motivasi ekonomi politiknya untuk kebutuhan hidupnya.

### **Lahirnya Media Alternatif sebagai bentuk Efek Media,**

Dengan adanya hal di atas mengenai paradigma media, bukannya tidak mungkin bahwa suatu waktu akan terjadi pula alternasi media yang lahir dari adanya motivasi-motivasi tersebut. Media- media alternatif akan muncul baik secara kritis maupun sekedar mengikuti cara-cara yang *On The Spot* lakukan dalam membuat medianya sendiri dengan motif sosio-kultural maupun ekonomi-politik.

Media alternatif merupakan respon yang muncul dan menjadi reaksi terhadap kapitalisasi media dan dominasi media arus utama dalam ruang pemberitaan, ia menjadi suara alternatif di tengah-tengah masyarakat yang mana sebelumnya di dominasi oleh korporat. (Carpentier et al., 2008, )

Ia hadir di tengah masyarakat dan berada menjadi bentukan media yang tidak terlambagan dan mapan, ia hadir menjelma sosial media personal maupun akun-akun sosial media pada media baru

yang menyajikan informasi lainnya. Sosial media dan fenomena media baru di era kini, telah menjadikan bagaimana semua orang dapat menjadi dan menyajikan media. Hal ini tercermin pada migrasi industri yang terjadi pada media arus utama ke *Youtube*, akun-akun atau lembaga baru bermunculan sebagai gelombang baru industri media dan informasi. Mereka menyajikan berbagai cara yang mungkin tidak dapat media arus utama jangkau sebelumnya. Mulai dari informasi, isian konten yang sesuai dengan kebutuhan khalayak, bisa pula pengaturan konten yang ada, termasuk di dalamnya *courtesy* atau potongan yang disesuaikan oleh masyarakat atau audiens itu sendiri.

Media alternatif ini yang kadang muncul kecepatannya tidak dapat diimbangi oleh kapabilitas khalayak yang ada di dalamnya dan hukum-hukum regulasi yang mengaturnya. Sebagai ruang publik yang lebih bebas dan bersifat global, *Youtube* menjadi ruang yang begitu luas dan bahkan dunia baru yang hukumnya lebih sederhana dan mungkin tidak cocok bagi beberapa lingkungan atau audiens, karena pengaruh sosio-kultural yang mempengaruhinya.

Masyarakat yang melihat perubahan migrasi ini, akhirnya pun melakukan apa yang dilakukan pula oleh orang-orang lainnya dalam mengelola informasi. Masyarakat menjadi gabungan atas konsumen dan produsen, atau yang dapat disebut sebagai Prosumer. Hal ini terlihat pada sosial media ini, keberadaan kelembagaan menurun dan bahkan hilang dan tidak serumit yang ada pada media arus utama. Prosumer media akan menjadi khalayak yang selain menerima informasi ia akan membuat informasi lainnya dari yang ia sampaikan, dan dunianya dapat disingkat dalam sebuah layar *smartphone* maupun komputer yang ada di tangan masing-masing orang yang ada.

Pada kasus penelitian ini, *On The Spot* sebagai salah satu objek yang diteliti dan sudah memiliki akun *Youtube*, ini akhirnya akan pula dikalahkan oleh fenomena prosumer lainnya, yang membuat media yang menggunakan teknik *courtesy* lainnya, yang dilakukan oleh masyarakat biasa, yang memiliki motif dan latar belakang berbeda jauh dibandingkan perusahaan media dan tim produksi yang mengelola secara legal dan benar.

## Channel TiangTV 2002: akun youtube courtesy dari On The Spot

Fenomena *courtesy* yang menyimpang dan pengetahuan khalayak yang menyimpang ini akhirnya ditiru atas dasar kebebasan membuat kontan dan mengelola konten media sosial itu sendiri. Khalayak dan masyarakat yang merasa mendapat kebebasan, dan mendapatkan informasi mengenai betapa menguntungkannya youtube secara penghasilan akhirnya menjadi abai dan melakukan *courtesy* yang salah, sehingga berupa pembajakan

Gambar 3 screenshot tumbhnail akun Tiang TV



Sumber: Youtube- TiangTV

Tiang TV merupakan sebuah channel yang berdiri sejak Desember 2021, channel ini merupakan sebuah channel yang didirikan oleh admin yang tidak mau disebutkan nama dan lokasinya. Melalui komunikasi Whatsapp dan Email oleh peneliti, dibuat dengan konten yang berisi konten-konten On The Spot Trans 7, dengan latar belakang pembuat yang dulunya bekerja sebagai seorang editor video. Channel ini merupakan salah satu channel yang menjadi reuploader dari konten on the spot.

Dalam pengelolaannya, channel Tiang TV dikelola oleh seorang diri dan dilakukan seseorang yang mengelola berbagai akun konten dan pembuat akun konten lainnya. Channel Tiang TV ini dibuat atas dasar efek dari tayangan On The Spot yang ada di Trans 7, pembuat Channel Tiang TV menyebutkan bahwa, ia membuat atas dasar sebuah keisengan semata dengan tujuan untuk memberikan

tayangan bagi pemirsa yang tidak dapat atau ketinggalan episode On The Spot yang terlewat.

Tiang TV menyajikan berbagai episode yang terdapat pada on the spot Trans 7 dan menggunakan keyword On The Spot sehingga mudah dalam pencarian dan popularitasnya naik dan begitu pesat perkembangannya selama 5 bulan terakhir. Tercatat secara subscriber dan traffic videonya dalam konten, Tiang TV mendapatkan Popularitas yang begitu tinggi. Tercatat secara total channel tiang TV ini telah mencapai tayangan sebanyak 650 ribu views. Tentunya bukan sesuatu yang sedikit dan mengahdirkan khalayak yang begitu banyak.

Selain Tiang TV, juga terdapat akun-akun lainnya yang melakukan hal serupa dan melakukan repost terhadap konten on the spot trans 7 ini tetapi, tiang TV di sini menjadi salah satu contoh yang kuat dan menjadi sampel dari akun reuploader tayangan On the Spot Trans 7 karena dalam daftar pencarian kata kunci On the Spot di Youtube, Tiang TV mendapat tempat yang paling tinggi dan reupload yang dilakukan bersifat benar-benar polos dan tanpa adanya editing, hanya menyambung-nyambung saja beberapa episode yang ada.

Fenomena reupload dalam dunia *Youtube* pun kerap terjadi dan menimpa para pembuat konten yang ada dan merugikan hak intelektualnya. On The Spot Trans 7 sebagai sebuah acara yang pada pembahasan sebelumnya melakukan courtesy dan beberapa kali kesalahan dan melakukan kesalahan atas pelanggaran hak cipta, kini masih mengalami hal yang mereka lakukan. Konten-konten mereka di reupload oleh pihak yang membuat akun lain yang akhirnya bahkan secara popularitas pencarian lebih tinggi dari On The Spot Trans 7 itu sendiri.

## **METODE**

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian investigasi kultural produksi karena metode penelitian ini menggunakan berbagai macam cara dan langkah dalam mengumpulkan datanya. Penggunaan teknik pengumpulan data secara wawancara, dan riset dokumentasi dilakukan di sini, sedangkan pendekatan investigasi kultural produksi sebagaimana disebutkan oleh Aaron Davis, pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam investigasi kultural

produksi antara lain adalah pendekatan ekonomi politik, pendekatan sosiologis, pendekatan tekstual dan analisis, serta studi kasus, yang dapat menggabungkan berbagai macam metode dalam mendapatkan data. (Pickering, 2008)

Penelitian ini akan menggunakan juga paradigma berpikir media alternatif sebagai alasan mengapa akun ini bermunculan. Media alternatif juga menjadi alasan, bagaimana akun-akun ini dapat menjadi alternatif dari tayangan on the spot di televisi maupun di akun youtubena sendiri. Melalui pendekatan investigasi kultural produksi, penelitian ini akan membahas dan menilik bagaimana sebuah konten ataupun fenomena sosial itu terjadi, yang dalam hal ini adalah channel TiangTV sebagai alternatif media bagi khalayak yang tidak dapat atau ketinggalan episode On the spot.

Dalam rangka pengumpulan data penelitian, peneliti melakukan wawancara kepada admin dari akun Tiang TV dan puturan oleh admin akun tiang TV menjadi sesuatu yang menarik untuk ditilik karena sebagaimana media alternatif yang memberikan pilihan lain bagi khalayak untuk mendapatkan tayangan atau informasi yang tidak mereka dapatkan pada media arus utama.

Begitupun dengan resikonya, dalam melakukan riset, peneliti akhirnya mendapatkan data Tiang TV, dengan melakukan wawancara, akan tetapi data personal dari admin TiangTV tidak dapat ditampilkan atas dasar alasan keaman dan kenyamanan dari narasumber yang terkait. Adanya resiko-resiko hukum hingga sosial yang ada dapat menjadi pertimbangan mengapa pada penelitian ini admin TiangTV perlu dirahasiakan. Kendati begitu, penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara online dengan mengirimkan daftar pertanyaan kepada narasumber yang kemudian dibalas melalui pesan singkat melalui voice note.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan pada pengamatan peneliti terhadap keberadaan channel Tiang TV terhadap adanya fenomena media alternatif dan juga reposting atau reupload tayangan media di website Youtube yang dilakukan melalui wawancara dan analisis dokumen dan literasi digital yang ada di youtube, peneliti menemukan beberapa fakta.

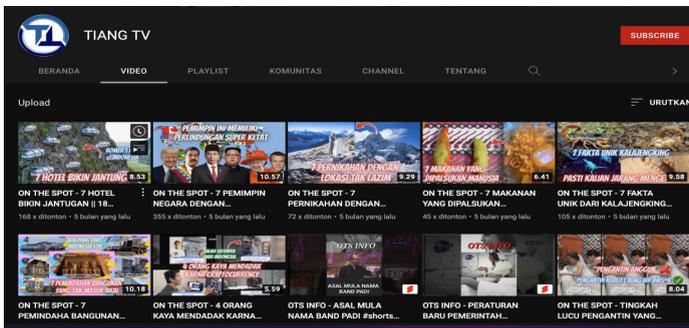
Pendekatan-pendekatan sosial kultural dan ekonomi politik yang disajikan melalui berbagai pertanyaan yang dilakukan penelitian diwujudkan menjadi pertanyaan-pertanyaan dan data yang dijawab oleh narasumber, admin Channel Tiang TV yang diperkuat dengan data-data digital yang dimiliki oleh Tiang TV. Interpretasi peneliti, terhadap wawancara yang dilakukan dalam memberikan sudut pandang mengenai objek penelitian dilakukan juga berdasarkan pada percakapan daring yang dilakukan melalui whatsapp chat, yang dibalas dengan voice note.

## 1. Channel Tiang TV Hadir sebagai Media Alternatif

Sebagaimana media alternatif dan teorinya, ia muncul sebagai bentuk protes atau motivasi atas pilihan dari tayangan yang ada di media arus utama. Channel Tiang TV, sebagai channel yang mereupload video tayangan dari tayangan On The Spot di Trans 7 akhirnya bagi masyarakat dapat menjadi alternatif untuk mendapatkan akses episode-episode yang terlewat yang ditonton di televisi.

Berdasarkan pada penuturan admin Tiang TV menyebutkan bahwa, awal munculnya Tiang TV ini hanya berdasarkan keisengan pemilik akun dan bertutur bahwa ia hanya ingin mengelola sebuah akun youtube dan ingin mencoba-coba. Admin mencoba dengan membuat reupload dari tayangan yang ada di On The Spot Trans 7. Dalam produksinya ia merekam ulang tayangan yang ada di TV dan kemudian mengupload ulang tayangan On The Spot.

**Gambar 5** screenshot tumbhnail akun Tiang TV



Sumber: Youtube- TiangTV

Bermula dari pembuatan akun yang dibuat pada bulan november 2021, kemudian upload pertama pada Desember 2020, Tiang TV secara konsisten melakukan upload ulang tayangan on the spot pada akun mereka semenjak bulan itu. Meskipun pada beberapa kasus tidak mendapati jumlah penonton yang tinggi, akun ini secara konsisten melakukan upload hampir di setiap harinya. Hal tersebut dilakukan karena pada beberapa tayangan akun ini mendapatkan viewers yang tinggi dan memiliki respon yang cukup ramai dan tinggi.

Pengelola akun Tiang TV pun menuturkan dengan sadar, bahwa yang ia buat ini memiliki maksud untuk memfasilitasi masyarakat yang terlewat episode-episode dari tontonan dari On The Spot Trans 7 itu. Begitupun admin menuturkan bahwa konten yang dia hadirkan ini merupakan konten yang sudah berhenti terupload di youtube sebelumnya. Jadi dia mengupload ulang yang kira-kira tidak ditampilkan pula di channel atau akun trans 7 itu sendiri.

## **2. Motif dari Berdirinya Tiang TV berdasarkan Paradigma Sosio-Kultural dan Ekonomi Politik**

Sebagai sebuah akun yang dikelola oleh perseorangan dan tidak memiliki anggota lain dari pengelolaan akun, Tiang TV ini dibuat oleh seorang yang memiliki latar belakang seorang mantan editor video yang sehari-harinya membuat video untuk pekerjaannya. Admin Tiang TV ini memiliki latar belakang yang mumpuni sebagai seorang editor video, sehingga dalam melakukan pekerjaan ini tidak mengalami kendala yang tinggi dan bahkan secara penggarapan dilakukan dengan handphone saja.

Menurut Admin Tiang TV, dia menyebutkan bahwa dalam mengelola akun ini dia hanya bertujuan iseng tetapi dia lakukan secara konsisten, karena berharap dan ingin melihat bagaimana efek youtube ini apakah dapat menghasilkan uang atau keuntungan secara ekonomi.

*“Untuk jadwal upload konten, saya melakukannya di jam 11 pagi. Jam 2 siang dan jam 5 petang, jadi sehari saya bisa upload 3 videodan itu saya lakukan tentunya dengan santai, karena saya buat dengan hp saja dan sambil lalu.”*

Tentu saja, sebagai sebuah akun yang reupload channel Tiang TV ini menyalahi aturan dan merupakan pembajakan, dia melakukan dengan menggunakan aplikasi livestream dan perekaman layar pada jam tayang On The Spot Trans 7 tayang, kemudian memotong-motong bagian yang dia inginkan dan menjadikannya sebagai konten yang ia inginkan dan sesuai dengan durasi upload.

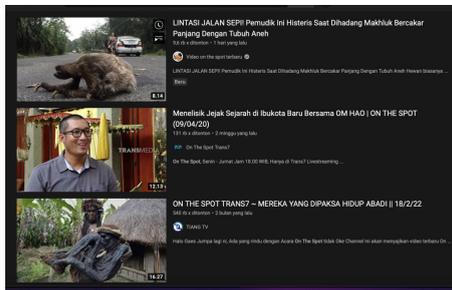
Untuk durasi upload yang dia membuat durasi kontennya berkisar pada 7-15 menit, karena menurutnya durasi ini tidak terlalu panjang dan pas dengan konten yang ia potong pada sebuah segmen di On The Spot.

Secara Ekonomis, motif untuk pembuatan konten ini berawal dari sebuah keisengan saja akan tetapi, sebagaimana peluang youtube dan adsensinya, ini membuatnya secara rutin untuk melakukan upload secara konsisten. Sebagai seorang dengan latar belakang yang belum mendapatkan wawasan yang cukup dalam penghasilan di Youtube, motif ekonomi dari admin Tiang TV ini hanya berdasarkan coba-coba saja.

### 3. Traffic dan Pencarian Tiang TV mendapat posisi teratas di Youtube

Secara daftar pencarian channel tiang TV ini ketika kita mengetik pencarian di Youtube dengan kata kunci On The Spot Trans 7, Tiang TV masuk ke dalam 3 teratas dari daftar pencarian. Hal ini menunjukkan bahwa posisi Tiang TV sebagai akun yang notabene hanya reupload dari On The Spot mendapatkan exposure yang tinggi. Hal ini cukup menguntungkan bagi channel tersebut.

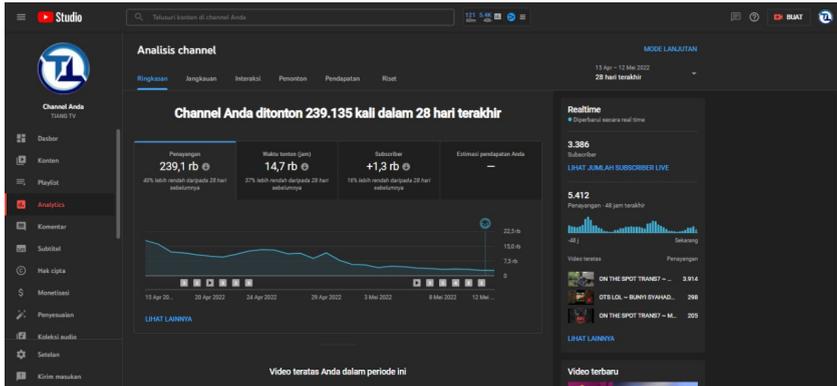
**Gambar 4: screenshot daftar pencarian On The SpotTrans 7**



Sumber: Screen shot search keyword on the spot trans 7 pada youtube.com

Traffic ini menunjukkan bagaimana strategisnya posisi Tiang TV sebagai channel alternatif, secara data pencarian berdasarkan dari informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui admin, Tiang TV sempat mengalami beberapa ledakan viewers pada awal-awal munculnya.

Gambar 5: data analisis Tiang TV



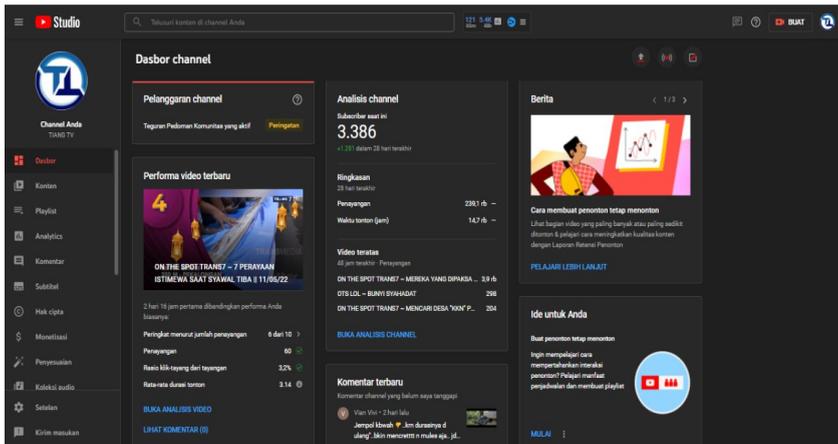
Sumber: Data Screen shot analisis channel Tiang TV oleh Admin

Secara grafik, Tiang TV pada bulan-bulan terakhir mengalami penurunan penonton, akan tetapi meskipun begitu, karena sifat dari tontonan ini bersifat delay atau merupakan siaran delay dari televisi, jadi memungkinkan untuk mendapatkan penonton yang naik lagi. Hal ini dikarenakan, daftar pencarian ini tidak berdasarkan waktu, dan sifat dari konten On The Spot itu sendiri bukanlah berita yang faktual melainkan tayangan *magazine*, yang mana tayangan ini bersifat ringan dan bisa menjadi tayangan yang longlast.

Hal ini terlihat dari grafik penayangan yang ada itu, selama 1 bulan terakhir mendapatkan jumlah penonton sebanyak 250 ribu penonton. Meskipun begitu, penayangan ini terbagi dalam ratusan video yang diupload oleh Tiang TV yang mana dia melakukan uploading sebanyak 3 kali dalam sehari. Channel Tiang TV ini menggunakan jumlah ini awalnya bertujuan untuk mencari peluang ekonomi yang dapat tercipta dari adsense yang didapatkan melalui *Youtube*. Secara persyaratan partner youtube untuk mendapatkan keuntungan adsense dari *Youtube* dan *google*. Tiang TV telah mendapatkan lebih dari 1000 subscriber, melewati 4.000 jam tayang

aktif dalam 12 bulan terakhir.

Gambar 7



Sumber: Data Screen shot analisis channel Tiang TV oleh Admin

Admin Tiang TV menuturkan bahwa sebenarnya dia sudah mengajukan untuk partner adsense di youtube, akan tetapi belum mendapatkan tanggapan balik dari *Google* dan *Youtube*. Ia menuturkan bahwa sebelumnya tidak pernah mendapatkan notifikasi untuk aduan plagiarisme dan reupload sebelumnya. Tiang TV pernah mendapatkan aduan akan tetapi pada kasus yang berbeda yaitu mengenai konten dewasa dan berbahaya. Karena pada saat itu dia merepost tayangan dari On The Spot yang berhubungan dengan video kecelakaan yang terjadi di berbagai daerah. Admin menuturkan bahwa, video tersebut akhirnya diturun-tayangkan dan kemudian untuk berikutnya tidak ada masalah berikutnya.

#### 4. Produksi Tiang TV Merupakan Pembajakan yang Terjadi di Youtube

Secara praktek dan proses produksi yang dilakukan oleh Tiang TV, hal yang mereka lakukan sebenarnya merupakan sebuah tindakan plagiarisme dan pembajakan, seperti yang dilakukan oleh berbagai pelaku pembajakan karya lainnya, mirip dengan model perilaku pembajakan Film yang dilakukan dalam berbagai situs

maupun dijual oleh penjual CD yang ada di luar.

Pembajakan yang dilakukan oleh Tiang TV ini adalah dengan mengambil ulang karya dan menyebarkanluaskannya tanpa izin dan dilakukan secara daring. “Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin. Sebagaimana yang disebutkan pada Pasal 25 Undang-undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan hak cipta elektronik menyebutkan: (Indonesia Government, 2018, UU ITE)

*“Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.”*

Yang diperkuat dengan pasal 26 mengenai setiap pihak yang mengalami pelanggaran berhak untuk mengajukan gugatan sesuai dengan hukum yang berlaku. Adapun mengenai denda dan hukumannya lebih lanjut terpampang melalui UU Hak Cipta yang berbunyi:

*“Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 99 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan /atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)”*

Diatur juga apabila terjadi pelanggaran dalam bentuk pembajakan pasal 113 ayat (4) dengan memenuhi unsur pada pasal 113 ayat (3) maka dipidana dengan penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

UUHC memberikan perlindungan hukum bagi pencipta atas karya sinematografinya apabila sesuai dengan ketentuan pasal 113 ayat (2), ayat (3) dan ayat (4) tersebut mengatur mengenai mempertunjukkan serta pembajakan tanpa ijin terkait pelanggaran

hak cipta dalam sarana multimedia. Ketentuan pada pasal 120 UUHC mengatur mengenai bahwa kasus pelanggaran hak cipta menggunakan delik aduan.<sup>10</sup> Delik tersebut harus dilaporkan oleh orang yang merasa dirugikan sehingga dapat diproses apabila adanya pengaduan dari yang dirugikan (korban).

Meskipun dalam hal pasal yang dikenakan oleh Tiang TV ini bisa mengalami pasal berlapis dan beresiko tinggi, admin dari Tiang TV ini nampaknya belum teredukasi dengan baik mengenai pembajakan secara daring, dia menuturkan bahwa, dalam pembuatan channel ini memang dari awal dia tidak mengambil untung maupun dollar juga, sehingga sampai di situ alasan dan motif lainnya muncul dan menjadi dalih dari pembuatan akun ini. Dia telah memikirkan sebelumnya, akan tetapi secara ketegasannya, admin mengaku tidak terpikirkan atau belum mengetahui bagaimana resiko hukum yang mungkin dikenai kepada admin. Hal ini tentu saja mungkin akan berbanding terbalik dengan stasiun televisi yang membuat program *On The Spot*, yang mana pada satu hal dan lainnya, mereka juga sempat terkena somasi dan laporan secara hukum dari berbagai kreator yang videonya di reupload pada acara mereka.

## **KESIMPULAN**

Fenomena *repost* atau reupload konten visual dan audio visual yang dilakukan oleh *On The Spot* dari para kreator dan yang dilakukan Tiang TV dari *On The Spot Trans 7* ini merupakan fenomena, yang bisa jadi dikatakan berulang dan menjadi dilema tersendiri. Dari hal tersebut secara hukum menunjukkan bahwa sebagai sebuah negara hukum, Indonesia masih kurang tegas dalam hal penegakkan hukum penyiaran, hak cipta dan ITE-nya.

Bagaimana mungkin sebuah kejadian yang berasal dari media arus bawah media dan arus utama ini terjadi kasus yang sama dan memiliki nilai kesalahan yang sama. Bukankah hal ini merupakan sebuah cerminan dari kondisi dari media yang ada di Indonesia saat ini.

Secara semangat dan karakternya, Tiang TV dengan adanya motif yang dibuat untuk memberikan penonton tayangan yang tidak dapat didapatkan pada episode-episode yang terlewat di

televise ini termasuk ke dalam semangat media alternatif. Tiang TV menghadirkan episode on the spot yang sudah tidak tayang dan sudah tidak diupload pula di youtube lain, untuk memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Akan tetapi, Tiang TV sebagai sebuah akun *Youtube* yang dikelola oleh seorang dengan background yang bisa dikatakan amatir, tidak memiliki wawasan cukup terutama terhadap dunia hak cipta dan hukum yang berjalan di Indonesia. Meskipun memahami akan keberadaan dari hukum yang ada, admin dari Tiang TV ini berdasarkan pada wawancara yang dilakukan, sepertinya tidak membayangkan mengenai apa yang mungkin terjadi ketika hukum itu dilanggar.

Hal ini menjadi dua mata pisau yang dapat menyerang antara pihak masyarakat yang diberi aturan dan juga pemberi aturan yang penegakkan hukumnya yang belum tegas, atau mungkin urgensinya belum tinggi. On the Spot Trans 7 pun dalam bentuk dan wujud dari melakukan courtesy dan copyright ini melakukan sebuah tindakan yang kurang etis dalam beberapa kasus, yang mana juga dilakukan oleh Tiang TV tetapi dengan cara yang lebih kasar dan merupakan sebuah pembajakan via daring, meskipun menjadi media alternatif dari masyarakat. Begitupun dengan Youtube itu sendiri, youtube pun sebenarnya telah memberikan kebijakan mengenai video reupload ini sudah dihapus, akan tetapi entah mengapa yang terjadi, pada akun Tiang TV ini, dia masih lolos dan tayangannya tidak diturunkan oleh youtube atau di report. Apakah mungkin karena tidak mengajukan monetisasi atas kontennya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Atton, C. (2006). *Alternative Media*. London, United Kingdom: Sage Publication.
- Bailey, O.G. Cammaerts, B. & Carpentier, N. (2007). *Understanding Alternative Media*. Maidenhead: McGraw Hill/Open University Press.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*.

Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muktiyo, D. W. (2014). *Dinamika Media Lokal Dalam Mengkonstruksi Realitas Budaya Lokal Sebagai Sebuah Komoditas*. Surakarta: UNS PRESS.
- Mursito, B, M. (2012). *Realtias Media*. Solo: Smart Media.
- Morrison. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Dari Individu Hingga Massa`*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pickering, M. (Ed.). (2008). *Research Methods for Cultural Studies*. George Square, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Saukko, P. (2003). *Doing Research in Cultural Studies An introduction to classical and new methodological approaches*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Siregar, A. E., & dkk. (2010). *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (1996). *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakaryaaa.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and Activist Media*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Werner, J. Severin, et al. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.

### **Sumber Jurnal**

- Chu, A., Arunasalam, A., Ozmen, M. O., & Celik, Z. B. (2022, agustus). Behind the Tube: Exploitative Monetization of Content on YouTube. *31st USENIX Security Symposium (USENIX Security 22)*, 31(31).
- Ginting, A. R. (2020, September 23). PERLINDUNGAN HAK MORAL DAN HAK EKONOMI TERHADAP KONTEN YOUTUBE YANG DIJADIKAN SUMBER BERITA (Protection of Moral Rights and Economic Rights on. *JURNAL ILMIAH KEBIJAKAN HUKUM*, 14(3), 579-585.

- Handayani, F. P., & Merdekawati, I. (2019). Jurnal Kajian Jurnalisme. Kebijakan Penggunaan Media Online Website Kompas TV Dan Youtube Untuk Menyalurkan Konten “Eksklusif Digital” Kompas TV, 02(02), 199. doi:10.24198/jkj
- Scott, C., & Murnan, J. (2021). Defining Fair Use on YouTube: A Guide to Modern Copyright. *Journal of Student Research*, 10(4). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v10i4.2220>
- Sumardani, N. R. (2018). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENCIPTA KARYA SINEMATOGRAFI TERKAIT PEMBAJAKAN FILM PADA SITUS ONLINE □ (Unpublished master’s thesis). Program Kekhususan Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana.

### **Sumber Internet**

- Top 1000 YouTube channels in Indonesia: HypeAuditor YouTube ranking. (n.d.). Retrieved May 6, 2022, from <https://hypeauditor.com/top-youtube-all-indonesia/>
- Indonesia. (2018). Undang-undang (UU) tentang Informasi dan Transaksi Elektronik no 11 Tahun 2018. Pemerintah Pusat Indonesia.
- YouTube help: How Content <https://tinyurl.com/kzzwcgo>, 2020. cessed 21-December-2020]. [Online; ac-ID works. [Online; ac-

**RADIO SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN  
MULTIKULTURAL  
(STUDI KASUS: RADIOEDUKASI.  
KEMENDIKBUD)**

***RADIO AS A MULTICULTURAL EDUCATION  
MEDIA  
(CASE STUDY: RADIOEDUKASI.  
KEMENDIKBUD)***

**Meilani Dhamayanti<sup>1</sup> La Mani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Communication Department, Bina Nusantara University, Jakarta  
meilani.dhamayanti@binus.ac.id<sup>1</sup>, email: lamani@binus.edu<sup>2</sup>

**Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manfaat radio sebagai media pembelajaran dan pendidikan keberagaman (multikultural) pada anak. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya orangtua ataupun guru membekali pengetahuan keberagaman budaya pada anak sejak dini. Pendidikan multikultur pada anak memiliki pendekatan atau metode belajar yang berbeda dengan orang dewasa. Pendidikan multicultural untuk anak harus dikemas dalam bahasa yang sederhana dan kemasan cerita (storytelling) agar mudah dipahami. Peneliti mempergunakan teori komunikasi massa, yaitu uses and gratification yang dipergunakan dalam menganalisa hasil penelitian. Penelitian ini mempergunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, riset dokumentasi serta wawancara mendalam pada orangtua yang memanfaatkan radio edukasi dalam memperkenalkan keberagaman budaya pada anak. Hasil penelitian ini menunjukkan*

*bahwa program radio edukasi yang menyajikan dongeng dari berbagai daerah bermanfaat dalam memperkenalkan budaya pada anak. Cerita dari berbagai daerah yang dikemas secara sederhana membantu anak dalam memahami keberagaman. Cerita yang disajikan radio edukasi dapat dimanfaatkan oleh orangtua atau guru dalam mengajarkan keberagaman serta pesan moral dari setiap tayangan.*

**Kata Kunci:** *keberagaman, multikultural, radio, radio pendidikan.*

### ***Abstract***

*This study aims to describe the advantage of radio as a medium of learning and multicultural education for children. The background of this research is the importance of parents or teachers providing knowledge of cultural diversity in children from an early age. Multicultural education has a different approach or learning method from adults. The multicultural education must be packaged in simple language and storytelling to easy to understand for children. Researchers use mass communication theory, namely uses and gratifications used in analyzing research results. This study uses a descriptive qualitative method with observation data collection techniques, documentation research and in-depth interviews with parents who use educational radio in introducing cultural diversity to children. The results of this study indicate that an educational radio program that presents fairy tales from various regions is useful in introducing culture to children. Stories from various regions that are packaged in a simple way help children understand diversity. Stories presented by educational radio can be used by parents or teachers in teaching diversity and moral messages from each show.*

**Keywords:** *radio, multicultural, children, diversity*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki keberagaman multikultur dengan keberagaman agama, budaya, suku dan bahasa. Keberagaman sebagai sebuah asset dan kekayaan yang patut disyukuri sebagai bangsa Indonesia. Pengenalan budaya perlu disampaikan pada

anak sejak dini. Sebagai generasi penerus bangsa, anak perlu memahami tentang keberagaman budaya Indonesia. Anak sebagai generasi penerus bangsa sangat perlu diperkenalkan tentang budaya maupun konsep keberagaman sejak dini. Keberagaman budaya dapat diperkenalkan sejak dini melalui cerita, baik dalam bentuk dongeng atau *storytelling*.

Menurut Piaget, masa kanak-kanak awal berada dalam tahap pra-operasional, di mana anak dapat merepresentasikan dunia dalam bentuk kata-kata dan gambar (simbolis) (Santrock: 2010). Penelitian terdahulu tentang pendidikan melalui bercerita telah dilakukan dengan judul “*Digital Storytelling Untuk Mengembangkan Aspek Spiritual Anak*” yang dilakukan oleh Nila Zaimatus Septiana disampaikan bahwa keterampilan kognitif yang dimiliki misalnya keterampilan bercerita maupun menginterpretasikan sesuatu secara visual berupa gambar ataupun simbol. Efektifitas proses pembelajaran perlu memperhatikan keterampilan kognitif anak. Guru atau orangtua dapat mendampingi anak dalam kegiatan belajar dengan menggunakan media *audio* maupun *audio visual*.

Pemanfaatan media *audio* atau media *audio visual* dalam proses belajar tidak lepas kemajuan teknologi komunikasi. Di era digital saat ini, pemanfaatan media digital mempermudah dalam aktifitas belajar. Kovergensi media di era digital memungkinkan media konvensional dapat dinikmati secara *streaming*. Salah satu contoh konvergensi adalah media radio digital yang membuat kemudahan mengaksesnya di mana pun. Salah satu media penyiaran yang telah melakukan konvergensi dengan digital adalah Radio Edukasi (RE). Program-program radio edukasi menyajikan berbagai program pendidikan dari level pra sekolah hingga SLTA (Sekolah Lanjut Tingkat Atas). Salah satu program radio edukasi adalah program cerita (dongeng) dari berbagai provinsi. Program dongeng tersebut bukan hanya menyajikan tentang beragam cerita namun latar budaya yang ada dalam cerita. Dongeng yang disiarkan secara audio ini sering dimanfaatkan oleh orang tua ataupun guru dalam menyajikan cerita yang bermuatan multikultural.

Pemanfaatan media radio sebagai media edukasi dalam mengajarkan beragam budaya tidak lepas dari fungsi media massa. Harold D. Laswell menyatakan bahwa ada 3 fungsi media massa

yaitu: 1. Media massa berfungsi sebagai hiburan, yaitu mengurangi ketegangan pikiran agar lebih segar. Media massa memenuhi kebutuhan informasi pendengar yang menghibur dengan kemasan program yang bernuansa seni, seperti film, musik, tari, dan seterusnya (Halik, 2013). 2. Media massa berfungsi sebagai penyampai informasi. Media massa menyajikan peristiwa dan kondisi yang terjadi di masyarakat sekitar dan dunia, yang mempermudah inovasi, adaptasi, dan kemajuan. 3. Media massa berfungsi sebagai edukasi. Media massa memiliki tanggungjawab dalam menjadi pewaris sosial. Nurudin dan Effendi menyatakan bahwa media massa berperan sebagai pewaris sosial yang memiliki fungsi sebagai pendidik di rumah tangga atau pun dilingkungan luar, sehingga media massa dititik beratkan pada fungsi edukasi atau pendidikan.(Kusmiati, 2018)

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis tertarik mengangkat topik “Pemanfaatan Radio Edukasi dalam Pendidikan Multikultur” yang memiliki tujuan ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan program dongeng di radio edukasi dalam Pendidikan multikultur yang dilakukan oleh orangtua dan guru.

## **LITERATUR**

### **Radio**

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang sangat disenangi di era sebelum dominasi digital. Hingga saat ini radio masih memiliki tempat di hati pemirsa yang lebih memilih media konvensional untuk informasi dan hiburan. Dominasi, radio menjadi alternatif pemenuhan informasi dan hiburan bagi pemirsanya. Di beberapa daerah, Radio menjadi media pemenuhan informasi, hiburan serta Pendidikan.

Dominasi media digital, berdasarkan data dari situs radio Indonesia jumlah pendengar setia radio mengalami peningkatan hingga 21% sejak 2017 dengan menjangkau 22,759 Juta orang per Hari di 10 Kota dengan Rata-rata mendengar sebanyak 120 Menit per hari atau lebih dari 2 jam. Program acara yang didengarkan juga beragam.<sup>1</sup>

---

1 <https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami->

Sejarah radio pertama di Indonesia diawali dengan siaran radio yang pertama yang bernama Nederlands Indie - Hindia Belanda pada Bataviase Radio Vereniging (BRV) di Batavia pada tanggal 16 Juni 1925 di Weltevreden (Jakarta Pusat sekarang). Siaran BRV resmi mengudara dari Hotel Des Indes dengan siaran lokal (Stadzender) pada gelombang 157.89 meter dan 61.66 meter untuk “Program Nasional” (Archipelzender). Peran BRV pada saat itu sangat besar dalam perjuangan bangsa Indonesia melawan penjajah. BRV menjadi sumber informasi sekaligus hiburan. Berdirinya BRV mendorong munculnya radio swasta lainnya di berbagai daerah di Indonesia. Sementara itu sejarah berdirinya Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai stasiun radio nasional di Indonesia resmi pada 11 September 1945. RRI didirikan oleh para tokoh yang memiliki pengalaman mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang di 6 kota, dengan dr. Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum yang pertama. (2019: 4)

Era digital media audio mengalami inovasi dengan melakukan konvergensi. Adanya konvergensi media memungkinkan radio dapat dinikmati secara *streaming*. Kemajuan media digital juga melahirkan media audio bernama podcast yang menyerupai radio. Ada perbedaan mendasar antara podcast dan radio sebagai media penyiaran.

Sebagian besar orang memiliki pemahaman bahwa antara podcast dan radio memiliki kesamaan. Namun demikian menurut laman buzzprout bahwa ada Perbedaan antara podcast dan radio di mana radio merupakan siaran langsung, meskipun ada beberapa segmen radio yang direkam sebelumnya, siaran radio tidak melalui proses pengeditan. Podcast merupakan layanan *on-demand*, yang memungkinkan pendengar untuk mendengarkan konten yang hanya ingin mereka dengarkan, bahkan mengunduh episode tertentu sesuai keinginan mereka. Radio, memiliki waktu siaran yang terjadwal. Pemirsa yang sedang tidak ingin mendengarkan sebuah konten program radio dapat beralih dari satu saluran radio ke yang lainnya. Radio memiliki konsep tersendiri misalnya komposisi musik, berita, iklan, wawancara atau sesi telepon dengan pendengar, sebabnya penyiar radio selalu memperkenalkan diri, stasiun dan saluran

---

peningkatan

radio juga topik yang sedang dibicarakan, saat berganti segmen. Sedangkan, *podcaster* dapat menentukan format podcast sendiri, mulai dari durasi hingga topik podcast. Selanjutnya, radio dan podcast memiliki target pendengar yang berbeda. Radio cenderung menargetkan pendengar luas dengan membuat berbagai macam konten dengan topik yang bervariasi, sehingga pendengar dapat setia dengan salurannya. Berlawanan dengan itu, podcast menargetkan pendengar yang lebih sempit berdasarkan fokus pada topik yang lebih bersifat individu. Sementara itu konten radio biasanya menyajikan topik yang sedang trend. Kesuksesan radio dinilai pada jumlah pendengar saat itu, atau bisa dikatakan radio memiliki periode yang singkat. Sebaliknya, konten podcast dapat dinikmati kapan saja sesuai minat pendengar, sehingga ada podcast khusus cerita horor, meskipun memang ada beberapa podcast membahas tentang berita terkini di tengah masyarakat.

Saat ini, hampir setiap radio telah melakukan siaran online disamping program AM/FM yang dapat diakses tanpa internet. Salah satu radio yang Konvergensi media, juga memungkinkan radio dapat dinikmati secara online walaupun tetap memiliki perbedaan dengan podcast. Kemajuan media digital dimanfaatkan oleh radio pemerintah untuk menayangkan program edukasi.

## Radio Edukasi

Gambar 1:



Sumber. [radioedukasi.kemendikbud.go.id](http://radioedukasi.kemendikbud.go.id)

Radio Edukasi (RE) merupakan salah satu stasiun radio yang dikembangkan oleh Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan (BPMRP) Yogyakarta sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan-Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Pustekkom-Kemdikbud). Radio Edukasi pertama kali siaran tanggal 1 Oktober 2007 melalui Frekuensi AM 1251 kHz pada pukul 12:25 sampai 19:30 WIB. Tugas radio edukasi adalah melaksanakan pengkajian dan pengembangan media radio untuk Pendidikan. Slogan Radio Edukasi adalah Cerdas, Santun dan Menghibur.

BPMRP merupakan wadah RE menjadi wadah dalam mengimplementasikan berbagai program pendidikan. RE menyiarkan berbagai program pendidikan yang dikemas dengan santun, cerdas, dan menghibur serta disiarkan dalam berbagai bentuk program acara. RE merupakan media audio pendidikan, baik untuk pendidikan formal, non-formal maupun informal. Media yang ditujukan untuk pendidikan formal adalah Media *audio* Penunjang Pendidikan (MAPP). Media audio untuk pendidikan non-formal, antara lain berisikan “Dongeng”, “Kisah Tokoh”, “Risalah Nabi dan Sahabat”, “RE Musisi”, serta “RE Jalan-Jalan Sore. Mayoritas program radio edukasi memiliki muatan pendidikan dengan kemasan yang informatif juga menghibur.

### ***Storytelling***

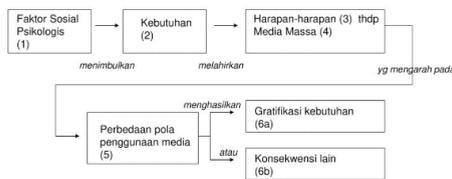
Cerita (story) menurut Miller (2011) adalah rangkaian kejadian, jadi *storytelling* berarti hubungan antar rangkaian kejadian. bercerita adalah suatu aktifitas yang dilakukan seseorang dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi atau pun dongeng belaka yang bisa dilakukan secara lisan maupun tertulis. Cerita dan narasi memiliki pemaknaan yang sama, dalam konteks akademik, narasi lebih sederhana daripada cerita. Ada 3 Jenis cerita menurut Miller yaitu, (1) cerita pengalaman pribadi, (2) cerita tradisional, seperti cerita rakyat, cerita pahlawan, legenda dan dongeng (3) cerita yang dibuat (elemen gabungan dari kedua jenis cerita sebelumnya). Bercerita termasuk mengekspresikan sudut pandang yang signifikan dan bagaimana merasakan hal itu, *storytelling* adalah tindakan persuasi moral. Menurut Garzoto (2010) manfaat *storytelling*

adalah mendukung perkembangan anak, membantu mereka mengekspresikan dan memaknai dunia, membantu berkomunikasi, merekognisi, keterampilan *recall*, dan menguatkan hubungan dengan teman sebaya dan antara orang dewasa dengan anak.

## *Uses and Gratification*

### Uses & Gratifications

(Katz dkk, 1974)



Lihat juga versi Rosengren (1974)

Elihu Katz, Jay G Blumer, dan Michael Gurevitch, pencetus teori *uses and gratification* menyatakan bahwa kebutuhan secara psikologis dan sosial dapat menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan. Mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini: 1. Khalayak dianggap aktif; artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan; 2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak; 3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas; bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak. 4. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada

situasi-situasi tertentu. 5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalahyaknya (Baran, 2008)

Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, yang tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media berdasarkan adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri, teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. (Morissan, 2013, 508-509)

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Mulyana, penelitian kualitatif adalah suatu kenyataan yang dikonstruksi secara sosial, yaitu berdasarkan keputusan-keputusan kolektif, di mana kenyataan itu bahkan dapat menjadi kenyataan yang alamiah. Salah satu prinsip penelitian kualitatif yang membedakannya dengan penelitian kuantitatif adalah penggunaan angka-angka yang tepat untuk mengukur fenomena tunggal, seragam, statis, dan dapat diprediksi seperti fenomena alam dianggap tidak berguna (2007: 32). Sedangkan Sugiyono menjelaskan penelitian kualitatif sebagai metode yang bersifat artistik, karena pada dasarnya proses penelitian lebih bersifat artistik sehingga kurang terpolara, dan disebut juga metode interpretatif karena data hasil penelitian lebih banyak diperdalam dengan interpretasi data dari sumber yang ditemukan di lapangan (2017). Pada dasarnya, metode

studi kasus berfokus pada pengembangan deskripsi dan analisis mendalam tentang satu kasus atau lebih, memberikan pemahaman yang mendalam tentang suatu kasus, dan menggunakan berbagai sumber untuk mendukung penjelasan dan pendalaman analisis kasus yang dibahas dalam penelitian. (Creswell, 2007). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan observasi. Wawancara semi terstruktur dilakukan peneliti pada satu orang guru dan orangtua yang mempergunakan program dongeng radio edukasi untuk menanamkan nilai-nilai multicultural pada anak. Tujuan wawancara dilakukan peneliti untuk memperoleh informasi bagaimana pemanfaatan program dongeng radio edukasi dipergunakan dalam memperkenalkan dan menanamkan nilai-nilai *multicultural* pada anak.

## **Temuan dan Pembahasan**

Pendidikan multikultur (keberagaman budaya) perlu diperkenalkan dan ditanamkan pada anak sejak dini. Pendidikan multikultur bukan hanya sekedar pengenalan identitas budaya sendiri tetapi juga ke-khasan budaya yang dimiliki oleh orang yang memiliki latar belakang budaya berbeda. Identitas sebagai bangsa perlu juga diperkenalkan sejak awal. Pengenalan identitas bangsa juga akan membuat anak mencintai budaya bangsanya.

Pengenalan perbedaan latar-belakang budaya akan menjadi bekal anak untuk mampu memahami perbedaan saat ia tumbuh dewasa. Salah satu metode yang dapat dipergunakan oleh orangtua ataupun guru dalam memperkenalkan keberagaman budaya adalah melalui metode bercerita. Pengalaman narasumber menyatakan bahwa awal mempergunakan program dongeng RE secara tak mengaja. Narasumber yang terbiasa membacakan cerita, mencari metoda bercerita yang tidak membosankan. Ada beberapa radio yang memiliki program anak-anak tetapi *storytelling* bukan program tetap. Pemanfaatan program audio, seperti radio memiliki beberapa tahapan yaitu:

1. Mendengarkan: proses fisiologis otomatis di mana anak mendengarkan cerita melalui stimuli indra pendengaran

2. Memperhatikan: Cerita yang menarik perhatian anak mendorong anak memusatkan perhatiannya pada inti cerita.
3. Memahami: saat anak telah memahami inti cerita anak dapat melakukan pemaknaan
4. Mengingat: anak akan mampu menyimpan informasi atau menyimpan memori seputar cerita

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan pemilihan media yang dapat dipergunakan. Pemilihan media audio seperti radio dalam pembelajaran adalah:

Pertama, Mengembangkan keterampilan mendengar dan mengevaluasi apa yang telah didengar. kedua Mengatur dan mempersiapkan diskusi seputar cerita. Ketiga Menjadikan model yang akan ditiru oleh siswa. keempat Menyiapkan variasi yang menarik dan perubahan-perubahan tingkat kecepatan belajar mengenai suatu pokok bahasan atau sesuatu masalah.

Saat ini banyak media berbasis digital yang menayangkan program cerita dapat digunakan oleh orang tua dan guru. Teori Uses and Gratification mengatakan bahwa *users* (pengguna) media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media aktif untuk mencari sumber media yang paling tepat dan baik untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007: 181). *Content* siaran yang dipilih dapat berupa cerita anak-anak dari berbagai latar belakang budaya. Suyanto & Abbas dalam Musfiroh (2005) menyatakan bahwa bercerita sebagai sarana mendidik dan membentuk kepribadian anak melalui pendekatan transmisi budaya.

Manfaat bercerita yaitu: pertama, mengembangkan kemampuan berbahasa, seperti kemampuan menyimak (*listening*), berbicara (*speaking*) serta menambah kosakata. Kedua, Mengembangkan kemampuan berpikirnya karena dengan bercerita anak diajak untuk dapat fokus dan berfantasi mengenai alur cerita serta mengembangkan kemampuan berpikir secara simbolik. Ketiga, menyampaikan dan internalisasi pesan-pesan moral cerita yang dapat mengembangkan kemampuan moral dan agama. Keempat, Meningkatkan kepekaan sosial-emosional anak tentang berbagai hal yang terjadi di sekitarnya.

Kelima, Meningkatkan potensi kreatifitas anak melalui keragaman ide (Gunarti, Suryani & Muis, 2008).

Guru atau orangtua dapat memanfaatkan media penyiaran (audio) yang menayangkan program bercerita. RE (Radio Edukasi) memiliki program mendongeng dengan beragam cerita dari berbagai latar belakang budaya. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih program mendongeng pada program RE adalah: Pertama, Tema. Orangtua atau guru dapat memilih tema sesuai pesan yang ingin disampaikan pada anak. Cerita yang dipilih dapat berupa tema-tema yang menceritakan keberagaman budaya atau multikultur. Kedua Pesan, Pilih cerita yang memiliki pesan atau muatan moral yang membahas tentang pentingnya saling memahami dan menghargai perbedaan budaya. Ketiga Tokoh. Karakter tokoh dalam cerita biasanya ada protagonis (baik) dan antagonis (tidak baik/jahat) dari ke-2 tipe tokoh tersebut dapat dijadikan pesan moral bagi anak tentang karakter tokoh yang pantas dicontoh atau tidak diikuti. Keempat Latar. Beragam cerita dongeng akan mempermudah anak dalam mempelajari perbedaan latar belakang budaya di setiap cerita. Hal ini dapat menjadi pembelajaran bagi anak untuk dapat memahami bahwa perbedaan latar belakang lokasi cerita memberikan kekhasan setiap daerah yang harus dihargai. Ada beberapa kelebihan mempergunakan program mendongeng RE, yaitu: pertama, cerita yang beragam dari berbagai latar belakang budaya serta penokohan yang bervariasi. Kedua, Cerita dapat diulang. Ketiga, cerita dapat diakses di manapun dan kapanpun. Keempat pembacaan cerita lebih menarik hati.

Pemanfaatan media audio, seperti program dongeng di RE perlu juga kreatifitas guru atau orangtua dalam mendampingi anak mencerna isi cerita. Inti cerita dari program audio biasanya menuntut konsentrasi anak. Orangtua atau guru dapat membantu anak untuk memusatkan perhatian pada cerita di radio.

## **KESIMPULAN**

Radio Edukasi yang merupakan wujud dari konvergensi media penyiaran, khususnya radio. Radio Edukasi yang dikelola oleh kemendikbud dirancang untuk mendukung kegiatan belajar mengajar

dari PAUD (Pendidikan Anak usia Dini) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Salah satu program yang dapat dimanfaatkan oleh guru atau orangtua dalam menyampaikan nilai-nilai keberagaman pada anak adalah melalui program dongeng Nusantara. Nilai-nilai keberagaman perlu disampaikan pada anak agar menjadi bekal dalam melakukan interaksi dan sosialisasi pada masyarakat yang beragam. Pengenalan budaya lokal dapat lebih melalui mendengarkan cerita. Cerita yang berulang dapat membantu proses pengembangan imajinasi anak dalam memahami nilai-nilai keberagaman budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar, M.A., Media Pembelajaran (Jakarta, PT.GRAFINDO PERSADA,2013), hal:142
- Baran, Stanley J. 2012. Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deddy, Mulyana. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Dhamayanti, Meilani, (2019), Pemanfaatan Radio di Era Digital, Jurnal Ranah Komunikasi, Vol 3 No.2 <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/45>
- E, Katz, Blumler, J. G., & Gurevitch, M. 1973-1974. Winter. *Uses and gratifications research*. The Public Opinion Quarterly.
- E Katz,, J.G. Blumler & M. Gurevitch. 2007. *Utilization of Mass Communication by the Individual*, 1974 dalam Richard West dan Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory*, McGraw Hill.
- Eni Fariyatul Fahyuni, S.Pd, Dra. Istikomah, 2016, Psikologi belajar&Mengajar Sidoarjo, Nizamia Learning Center,Cet:1, 2016), hal: 53
- Garzotto, Franca, dkk. *Interactive Storytelling for Children*. (Spain, 2010)
- Gunarti, Winda, Suryani, Lilis & Muis, Azizah. 2008. Metode Pengembangan Perilaku Dan Kemampuan Dasar Anak Usia

- Dini. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kern, Richard. 2000. *Literacy and Language Teaching*. Oxford University.
- Kriyantono, Rahmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusmiati, Y. 2018. WARISAN SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU FUNGSI: Sebuah Tinjauan Komunikasi Islam. Annual Conference for Muslim Scholar, 2(April), 339– 344.
- Masduki. 2001. Jurnalistik Radio, Yogyakarta: LKIS Yogyakarta
- Miller, Eric. 2011. *Theories of Story and Storytelling*. 2011. Article. Newyork University.
- Moleong, Lexi j. 2002 Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, Teori Komunikasi Massa, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 82
- Musfiroh, Tadkiroatun. 2005. Bercerita Untuk Anak Usia Dini. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Direktorat Pembinaan pendidikan Tenaga Kependidikan Dan Ketenagaan Perguruan Tinggi
- Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA), hal 191-192
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, 2018. Teori Komunikasi Massa Edisi 5, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299
- Richard West, Lynn H. 2018. Tunner, Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan
- Aplikasi Buku 1 Edisi 3, Jakarta: Salemba Humanika, 105
- Robin, B. R. 2008. *Digital Storytelling: A Powerful Technology Tool for the 21st Century Classroom*. Theory Into Practice, 1-10.
- <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpa/article/downloadSuppFile/2908/640>
- <https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami-peningkatan>
- <https://radioedukasi.kemdikbud.go.id/>

**TANTANGAN INDUSTRI PENYIARAN  
TERHADAP MIGRASI SISTEM ANALOG KE  
DIGITAL: RESPON *STAKEHOLDER* ATAS  
PERUBAHAN UU NO. 32 TAHUN 2002**

***CHALLENGES OF THE BROADCASTING  
INDUSTRY TOWARDS ANALOG TO DIGITAL  
SYSTEM MIGRATION: STAKEHOLDERS  
RESPONSE TO CHANGES OF THE LAW NO. 32  
YEAR 2002***

**Rahman Asri**

Universitas Al Azhar Indonesia (UAI)

rahman.asri@uai.ac.id

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan isu tentang penyusunan regulasi penyiaran dalam industri media di Indonesia. Studi lapangan mencoba mengkonfirmasi isu-isu di antara para pemangku kepentingan seperti praktisi media, dosen atau pengajar, audiens dan anggota Dewan Pengawas LPP TVRI sebagai regulator. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (indepth interview) dengan purposive sampling sebagai informan yang mewakili beberapa pemangku kepentingan (stakeholders) di industri media. Hasil penelitian ini lebih memfokuskan pada lima isu-isu dalam draft RUU Penyiaran yaitu pembatasan kepemilikan, sensor, Sistem Siaran Jaringan (SSJ), kewenangan KPI, konten lokal ditanggapi beragam khususnya terkait konten lokal, sensor, dan kewenangan KPI. Sementara untuk pembatasan kepemilikan, dan Siaran Sistem Jaringan (SJJ) bersepakat untuk dilakukan oleh*

*industri penyiaran atau pengelola media penyiaran.*

**Keywords:** *Undang-Undang, Penyiaran, Televisi, Media Industri, Stakeholder*

### **Abstract**

*This research aims to identify and issues mapping about drafting broadcasting regulation in media industry in Indonesia. The field study try to confirmed about the issues among stakeholders such as media professional, lecturer or teacher, audiens and member Board of Commissioners LPP TVRI as regulator. The Study used indepth interview method with purposive sampling as informan to representative stakeholders in media industry. The results of this study focus more on five issues in the draft of broadcasting regulation, restrictions on ownership, censorship, Network Broadcasting System (SSJ), KPI authority, local content has various responses, especially related to local content, censorship, and KPI authority. Meanwhile, the limitation of ownership and Network System Broadcasting (SJJ) has agreed to be carried out by the broadcasting industry or media owners.*

**Keywords:** *Regulation, Broadcasting, Television, Media Industry, Stakeholder*

### **PENDAHULUAN**

Rencana pemerintah untuk melakukan perubahan sistem penyiaran nasional analog yang berjalan saat ini untuk bermigrasi ke penyiaran digital sudah dicanangkan selambatnya pada 2 November 2022 seperti telah disampaikan Menkominfo Johnny G. Plate dalam siaran pers yang disampaikan pada 2 Desember 2020 di laman resmi Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) terus menyiapkan migrasi siaran TV analog menjadi TV digital, sesuai dengan rancangan aturan teknis, Lembaga Penyiaran Publik (LPP), Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), dan Lembaga Penyiaran Komunitas jasa penyiaran televisi wajib menghentikan siaran televisi analog pada 2 November 2022 pukul 24:00 nanti seperti telah dijadwalkan (Saptoyo, 2021).

Data yang dikemukakan oleh Geryantika Kurnia, Direktur Penyiaran Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kominfo menyatakan bahwa hingga saat ini baru 12 provinsi yang siap melakukan siaran digital dan mengakses siaran televisi swasta. Wilayah 12 provinsi tersebut yaitu: DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Banten, Aceh, Sumatera Utara, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Utara dan Kepulauan Riau dalam progres infrastruktur *MUX* TVRI dan swasta di 12 provinsi itu sudah siap menampung siaran digital. Kemudian selanjutnya *MUX* TVRI siap menampung TV analog untuk melakukan *simulcast* atau siaran digital di 22 provinsi dan *MUX* televisi swasta akan dibuka seleksi di 22 provinsi. Peralihan sistem penyiaran analog ke digital ini juga sesuai dengan Undang-Undang Cipta Kerja pasal 72, nomor 11 tahun 2020 yang mengatur tentang penyelenggaraan penyiaran dan migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital, Dengan merujuk UU Ciptaker tersebut, nantinya pemerintah hanya akan mengkategorikan lembaga penyiaran dalam dua jenis, yaitu Penyelenggara *Multiplexing* (*MUX*) dan LPS. Sementara yang masuk dalam kategori *MUX* ialah LPP dan TVRI. Sementara sebelumnya pengesahan UU Ciptaker tersebut, terdapat tiga jenis lembaga penyiaran, yaitu Lembaga Penyiaran Publik (LPP), Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), dan Lembaga Penyiaran Komunitas (Saptoyo, 2021).

Perencanaan migrasi sistem penyiaran nasional ke teknologi digital sebenarnya sudah cukup lama dicanangkan oleh pemerintah, namun tarik menarik berbagai kepentingan *stakeholder* industri media khususnya bidang penyiaran menjadi jalan panjang proses peralihan dari sistem penyiaran analog ke digital yang sebelumnya pernah ditargetkan pada tahun 2008. Berbagai bahasan banyak dikemukakan, diantaranya pembahasan yang cukup ramai adalah apakah *single* atau *multiplex* (*MUX*) yang mengatur siapa pihak yang bertanggungjawab dalam pengelolaan saluran digital yang sudah dibagikan sesuai proses yang ditetapkan Kemenkominfo. Tahapan itu sepertinya sudah terlewati, kini semua lembaga penyiaran swasta diminta turut dalam mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai peralihan TV digital agar masyarakat tahu bahwa saluran tersebut sudah dapat dilihat dan secara bertahap memindahkan kontennya

dari analog ke digital. Seluruh lembaga penyiaran diberikan batas waktu untuk melakukan peralihan siaran dari analog ke digital dan apabila batas waktu 2 November 2022 tidak dipatuhi, maka secara otomatis siaran diberhentikan (Saptoyo, 2021).

Tidak semua jenis TV bisa menerima siaran digital, karena itu dibutuhkan alat dekoder yang membuat TV analog dapat menayangkan siaran TV digital berupa *Set Top Box (STB)*. Saat ini tim Menkominfo melakukan pendataan dan kesiapan untuk memastikan ketersediaan perangkat *decoder* atau *STB*. Pemerintah akan mensubsidi ketersediaan alat tersebut agar harganya terjangkau dan terus mendata masyarakat kurang mampu yang dinilai layak untuk mendapat subsidi berupa *decoder (Set Top Box)*. Hal itu pun diperkuat oleh Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, Agung Suprio yang menjelaskan Indonesia sudah seharusnya beralih dari TV analog ke TV digital di era digitalisasi saat ini. Menurut Ketua KPI Pusat Agung Suprio dalam diskusi virtual bertema '*Migrasi Penyiaran Televisi Analog ke digital*' dinyatakan meskipun hanya berselang dua tahun proses sosialisasi TV digital ini harus segera dilakukan, karena Pemerintah Inggris memerlukan waktu 7 tahun dalam peralihan siaran analog ke siaran digital. Menurut Direktur Penyiaran Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Kominform, Geryantika Kurnia proses digitalisasi dalam industri penyiaran nasional, Indonesia dirasakan tertinggal dibandingkan negara lainnya seperti di Belanda sudah dari 2006 dan beberapa negara lain sudah selesai dan di negara ASEAN termasuk lambat dalam proses migrasi analog ke digital ini (Ikhsan, 2020).

Proses migrasi TV digital dari analog ke siaran digital, *Analog Switch Off (ASO)* mendapatkan momentum pelaksanaannya sesudah UU Cipta Kerja Omnibus Law disahkan November 2020. Tertuang dalam pasal 60A ayat 2 tercantum bahwa migrasi penyiaran televisi terestrial dari teknologi analog ke teknologi digital sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan penghentian siaran analog (*analog switch off*) diselesaikan paling lambat 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU Ciptaker, 22 November 2020. Berarti siaran televisi di Indonesia akan dilakukan secara terestrial di seluruh Indonesia selambatnya pada November 2022 terhitung dua tahun sejak UU Ciptaker diberlakukan. Pembahasan TV digital melalui perjalanan cukup

panjang dimulai sejak 1997. Berlanjut kemudian pada 2004 dilakukan uji coba siaran ke digital, namun sekadar uji coba dan pemerintah menetapkan standar *Digital Video Broadcasting Terrestrial (DVBT)* tiga tahun sesudahnya. Saat itu pemerintah melakukan uji coba *DVBT* untuk format siaran digital. Pada 2009, pemerintah mengeluarkan *Roadmap* infrastruktur TV digital disusun sebagai peta jalan bagi implementasi migrasi dari sistem penyiaran televisi analog ke digital di Indonesia. Peta jalan (*roadmap*) ini dimulai sejak awal 2009 sampai akhir 2018. Kemudian untuk memperkuatnya, pemerintah menetapkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 39 tahun 2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran TV Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*free-to-air*) untuk arahan dalam implementasi ke arah siaran digital. Pada November 2011, berikutnya pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 22 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*free-to-air*) sebagai pengganti Permen Kominfo No. 39/2009. Dan pada 2012, Kemenkominfo menelurkan peraturan Menteri Kominfo No. 05 tahun 2012, mengadopsi standar penyiaran televisi digital terrestrial *Digital Video Broadcasting - Terrestrial second generation (DVB-T2)* pengembangan dari standar digital DVB-T yang sebelumnya ditetapkan pada 2007 (Ikhsan, 2020).

Sejarah lahirnya UU Penyiaran No.32 merupakan sebuah hasil Reformasi 1998 yang telah mengubah tatanan hidup bernegara pasca Orde Baru yang berkuasa selama 32 tahun di bawah rezim Soeharto. Penggunaan UU No. 32 tahun 2002 dalam industri penyiaran merupakan perubahan besar dalam ketentuan regulasi dan penyelenggaraan penyiaran yang sebelumnya secara dominan dikuasai penuh oleh negara melalui UU No.24 Tahun 1997 sebagai UU Penyiaran pertama. Munculnya beberapa stasiun televisi swasta, selain Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang sudah ada yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI) dan Radio Republik Indonesia (RRI) menjadi langkah demokratisasi di dunia penyiaran baik dalam pengertian keragaman konten (*diversity of content*) dan juga keragaman kepemilikan (*diversity of ownership*) dalam industri penyiaran (Sendjaja, 2006).

Penelitian ini akan menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap beberapa informan sesuai kriteria (*purposive sampling*) yang mewakili beberapa pemangku kepentingan (*stakeholders*) di industri media nasional. Dari hasil penelitian ini diharapkan akan dapat mengidentifikasi dan melakukan pemetaan isu-isu (*issues mapping*) berkaitan pengajuan perubahan *draft* RUU Penyiaran No.32 Tahun 2002 dan mencoba mengkonfirmasi perubahan-perubahan tersebut kepada beberapa pihak berkepentingan (*stakeholders*) diantaranya praktisi media, dosen atau pengajar sebagai akademisi, anggota Dewan Pengawas LPP TVRI sebagai regulator.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivis, sebuah paradigma yang mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain serta dalam konstruktivis setiap individu mengalami pengalaman yang berbeda (Pendit, 2009: 8). Untuk studi ini pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif dan sifat penelitiannya deskriptif yang menggunakan prosedur penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Pujileksono, 2015).

Pendekatan Kualitatif digunakan agar bisa menghasilkan informasi yang lebih dalam sehingga akan memberikan pemahaman lebih baik terhadap fenomena yang diteliti oleh peneliti. Metode penelitian kualitatif didefinisikan oleh Creswell (2008) sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral (Rukajat, 2018: 6). Untuk mengetahui gejala sentral peneliti mewawancarai informan penelitian dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) untuk mendapatkan informasi yang disampaikan informan dan kemudian informasi tersebut dikumpulkan untuk dilakukan analisis. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks (Raco, 2010: 7).

Metode wawancara mendalam (*indepth interview*) dilakukan secara daring melalui komunikasi *online* baik dengan mengirimkan pedoman wawancara melalui *e-mail* serta wawancara dengan *chat* menggunakan aplikasi *Whatsapp* atau *messenger*. Lokasi penelitian di wilayah Jabodetabek dengan tidak menentukan proporsi wilayah di mana informan bertempat tinggal, dan waktu penelitian dilakukan Februari – Maret 2022. 6 orang Partisipan penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah beberapa pihak yang mewakili kepentingan (*stakeholders*) diantaranya praktisi media, dosen sebagai akademisi, dan Komisioner anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di industri media nasional.

**Tabel 1. Profile Informan**

No.	ID Informan	Pekerjaan	Stakeholders
1.	Irm	Jurnalis LKBN Antara	Praktisi Media
2.	Uba	Asisten Produser RCTI	Praktisi Media
3.	Sha	Mahasiswa PTS	Penonton TV
4.	Ari	Dewan Pengawas TVRI	Regulator
5.	Men	Guru SMK ( <i>broadcasting</i> )	Akademisi/ Pengajar
6.	Yud	Dosen PTS	Akademisi/ Pengajar

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan atas draft RUU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dalam perjalanan prosesnya yang begitu panjang sejak 1997, kemudian berlanjut uji coba siaran digital pada tahun 2004 hingga disahkannya Undang-Undang Cipta Kerja Omnibus Law yang disahkan November 2020 khususnya pasal 60A ayat 2 tentang migrasi penyiaran televisi terestrial dari teknologi analog ke teknologi digital sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan penghentian siaran analog (*analog switch off*) diselesaikan paling lambat 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU Ciptaker, 22 November 2020. Ketetapan tersebut merupakan landasan hukum bagi lembaga penyiaran maupun regulator dibidang penyiaran dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam industri penyiaran nasional.

Dalam perkembangan teknologi komunikasi termasuk di dalamnya industri penyiaran, pengaturan dalam UU Penyiaran No, 32 Tahun 2002 yang lama dinilai sudah tidak lagi menjangkau seluruh aspek kegiatan penyiaran di Indonesia. Beberapa fenomena yang muncul dan berkembang di *platform* media digital baik dalam format audio (*podcast*) maupun bentuk audio-visual (*youtube, tiktok, social media*) saat ini, telah berdampak langsung dan dinilai beberapa pengamat untuk pengaturannya dianggap lemah. Hal tersebut sempat menjadi polemic dengan pengajuan gugatan uji materi oleh dua stasiun televisi di bawah MNC Group, (RCTI dan iNewsTV) yang jika gugatan uji materi UU Penyiaran ini dikabulkan oleh Mahkamah Konstitusi (MK), maka siaran langsung berbasis internet di instagram (*ig Live*) facebook, maupun Youtube akan terancam atau setidaknya dikenakan regulasi atau pengaturan tertentu dibandingkan saat ini yang cenderung bebas (Pebrianto, 2020).

Menyadari terdapat kelemahan tersebut, maka diajukan draft RUU Penyiaran untuk lebih mengatur industri penyiaran yang dinilai sudah berkembang seiring kemajuan teknologi telekomunikasi dan media yang begitu cepat. Dalam draft RUU Penyiaran yang diajukan terdapat beberapa kelemahan diantaranya terkait adanya upaya pelemahan KPI, Sistem Siaran Berjaringan yang tidak terlaksana, lemahnya status kelembagaan LPP, lemahnya pengaturan tentang LPK, dan belum terlaksananya pembatasan kepemilikan LPS. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan mendasar bagi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 (Doly, 2031).

Berikut hasil dari wawancara mendalam (*indepth interview*) dari partisipan penelitian atau informan yang mewakili *stakeholders* dalam industri penyiaran nasional.

### **Isu Terkait Pembatasan Kepemilikan (*ownership*) Lembaga Penyiaran Swasta**

*“... sebenarnya sah-sah saja dengan kepemilikan media, hanya saja hal itu harus dibatasi agar siarannya tidak mengganggu frekuensi publik karena ruang publik tidak boleh dikudeta oleh kepentingan suatu kelompok atau seseorang,,,kan, ada yang namanya diversity of ownership*

*atau keberagaman kepemilikan. Itu penting supaya program siaran tidak bisa dimonopoli lagi oleh segelintir orang atau lembaga (kelompok) tertentu saja”*

**(Irm)**

*“...boleh saja dengan kepemilikan media, memang Undang-Undang yang mengatur mengenai kepemilikan media seharusnya tetap ada untuk sebagai pembatas bagi mereka agar tetap dapat menjaga frekuensi publik”*

**(Uba)**

*“...jujur aja, gue sangat gak setuju dengan konglomerasi media... lo lihat aja...”*

**(Sha)**

*“...kepemilikan (media) siaran itu sebenarnya diatur Undang-Undang untuk menjaga sistem penyiaran, tapi pada prakteknya itu tidak berjalan sebagaimana mestinya. Di Indonesia cenderung liberal & monopoli yang berpusat pada kepemilikan modal. ...”*

**(Ari)**

*“...Saya tidak setuju dengan konglomerasi media, Mau bagaimanapun media kan milik publik, seharusnya para pemilik media tidak serta merta memanfaatkan media nya untuk kepentingan dirinya semata...”*

**(Men)**

*“...Ketika membahas industri media penyiaran baik radio maupun televisi itu berbeda dengan media cetak karena menggunakan frekuensi publik, karena itu (pemilik media) tidak bisa semena-mena menggunakan frekuensi yang hak kita, kita punya hak bersuara dan mengkritik. ...”*

**(Yud)**

## **Isu Terkait Kewajiban Menyajikan Muatan Lokal di Wilayah Siaran**

*“...tentang muatan siaran lokal 10% hitungannya dari mana? Di Indonesia banyak sekali budaya, apakah dapat setiap budaya mencakup 10% tersebut? Bagaimana aplikasinya? Ketiadaan sanksi yang melanggar (tidak terpenuhi), siaran terus berjalan... aturannya bagus, tapi apa sudah teraplikasi baik, faktual atau tidak? ...”*

**(Ari)**

*“...sah-sah saja pemerintah mengadakan (mewajibkan) muatan siaran lokal yang mana nantinya akan banyak anak-anak muda yang terinspirasi dan lebih tahu kebudayaan sendiri. ...”*

**(Sha)**

*“...prosentase 10% terlalu sedikit ... Menurut saya seharusnya info yang disiarkan itu tidak Jakarta-sentris (berpusat di Jakarta) karena yang ditayangkan televisi (nasional) seuptar Jawa dan sekitarnya saja. ...”*

**(Yud)**

*“... apa yang disiarkan pada masyarakat merupakan cerminan masyarakat itu sendiri. Pemuatan siaran yang berkependidikan seperti drama korea atau sinetron (lokal) yang sangat disukai mengalahkan informasi atau konten berkependidikan....”*

**(Irm)**

*“...bahwa penyiaran atau tayangan yang ditampilkan televisi merupakan keinginan dari masyarakat itu sendiri... yang diinginkan oleh masyarakat itu konten hiburan...”*

**(Uba)**

## **Isu Terkait Dikurangnya Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)**

*“...tentang kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang hanya terkait isi siaran, sementara akan memberikan kewenangan yang sangat besar kepada pihak pemerintah misalnya untuk perijinan dan digitalisasi. Indonesia telah berkomitmen untuk segera melakukan migrasi penyiaran dari analog ke digital yang sebenarnya cukup terlambat dibandingkan negara tetangga... bisa muncul masalah khususnya di daerah perbatasan ...”*

**(Ari)**

*“... menurut gw sih nggak ngaruh ya, mau lembaga KPI atau pemerintah yang berwenang yang penting dijalani bukan sekedar aturan di atas kertas ...”*

**(Sha)**

*“... sebagai lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pastinya ada di bawah lembaga lain yang lebih tinggi (Kemkominfo/Pemerintah)... tentunya secara kewenangan, peraturan akan lebih efektif dijalankan lembaga yang lebih tinggi dan menjadi wajar disesuaikan dengan kepentingan penguasa...”*

**(Yud)**

*“... KPI merupakan lembaga yang diperlukan oleh negara, dan anggota KPI dipilih oleh DPR... jika terjadi pengurangan kewenangan KPI maka tugas pengawasan melemah, seharusnya kewenangan KPI ditambah...”*

**(Irm)**

*“...sebenarnya kewenangan penyiaran paling tinggi Kemkominfo (pemerintah), KPI hanya membatasi dalam*

*wilayah konten siaran baik atau buruknya., itu yang ditetapkan dan diubah oleh KPI sebagai pengontrolan konten...”*

**(Uba)**

*“...Saya tidak setuju kewenangan KPI dikurangi, bagaimanapun media perlu diawasi oleh lembaga yang berkiprah untuk publik, jika diserahkan ke pemerintah tentunya akan disesuaikan dengan kebijakan negara... berkurangnya independensi media”*

**(Men)**

### **Isu Terkait Kewajiban Sensor (*copyright*) Diberlakukan Semua Materi Siaran**

*“...dalam draft RUU ada kewajiban memuat siaran lokal dalam penyiaran di wilayah siar minimal 10% dari total jam siaran... masalahnya, di draft tidak didefinisikan secara jelas apa kategori siaran local... harusnya siaran berkonten lokal, diproduksi di lokasi setempat dengan sumber daya lokal, ... porsi 10% itu juga terlalu kecil...”*

**(Ari)**

*“... terkait sensor tayangan ada kontroversi mengenai definisi pornografi, misalnya kemarin ada perdebatan tayangan kartun Spongebob di mana satu karakternya pakai bikini diburamkan gambarnya padahal seekor kelinci... atau sebelumnya tayangan pertandingan cabang renang di event olahraga, juga diburamkan saat atlit tersebut selesai pertandingan dengan tampilan swimsuit...”*

**(Sha)**

*“... mengingat besarnya pengaruh media massa terhadap khalayaknya, harusnya sih siaran live juga dikenakan sensor... namun biasanya tayangan live tidak disensor...”*

**(Yud)**

*“... tugas KPI mengontrol semua konten yang akan disiarkan,... jika stasiun TV menyiarkan sebagian besar program sinetron itu karena diperbolehkan oleh KPI sesuai regulasi yang boleh dan tidak materi penyiaran berdasarkan P3SPS... ”*

**(Irm)**

*“...tentang sensor jika dari pandangan tim kreatif, kadang bisa menghilangkan pesan itu sendiri, baiknya masyarakat juga diberikan pendidikan agar menerapkan self censorship sehingga ikut andil agar aturan itu efektif...”*

**(Uba)**

*“...KPI selaku pihak yang mengizinkan penyiaran kadang tidak mampu membatasi yang ditayangkan, terasa kurangnya program bermutu... seharusnya pengelola media bagaimana mengendalikan programnya sesuai porsi dan kebutuhan masyarakat...”*

**(Men)**

### **Isu Terkait Sistem Siaran Jaringan (SJJ) Bukan Kewajiban (hanya optional, pilihan)**

*“...sebenarnya paling penting soal bagi-bagi kuenya (aspek ekonomi, iklan), dengan tidak diwajibkan sama saja dengan mematikan gagasan SSJ artinya melanggengkan kembali pemusatan siaran TV Jakarta atau kota-kota besar propinsi lain... ”*

**(Yud)**

*“...dalam draft RUU ada kewajiban memuat siaran lokal dalam penyiaran di wilayah siar minimal 10% dari total jam siaran... masalahnya, di*

*draft tidak didefinisikan*

*secara jelas apa kategori siaran lokal... harusnya siaran berkonten lokal, diproduksi*

*di lokasi setempat dengan sumber daya lokal,... porsi 10% itu juga terlalu kecil... “*

**(Ari)**

*“...seharusnya, pihak yang berwenang bisa menyadari bahwa masyarakat lokal juga*

*butuh diberikan perhatian sekaligus informasi yang tidak ‘jakarta sentris’ atau kota*

*besar propinsi lainnya... mereka butuh informasi daerah-daerah lainnya... “*

**(Irm)**

*“...masyarakat lokal juga butuh diberi perhatian. Juga butuh dinformasikan... ada informasi wilayah siar tertentu, seperti area Jakarta, area Medan, dan seterusnya...”*

**(Uba)**

*“...saya lebih setuju jika Sistem Siaran jaringan (SSJ) diberlakukan... di mana setiap lembaga penyiaran memberikan porsi yang adil dan rata di daerah wilayah siar agar berkaitan dengan hak atas informasi yang adil dan merata...”*

**(Men)**

## **KESIMPULAN**

Dari pembahasan di atas terkait respon para *stakeholders* (pihak-pihak yang berkepentingan) dalam industri penyiaran nasional baik yang diwakili praktisi media, akademisi (dosen/pengajar), dan anggota Dewan Pengawas LPP TVRI sebagai regulator maka dengan memfokuskan pada kelima isu-isu dalam draft RUU Penyiaran, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

Berkaitan isu *ownership* lembaga penyiaran khususnya swasta (Lembaga Penyiaran Swasta) dari jawaban informan umumnya sama harus ada pembatasan agar terjaga *diversity of ownership* sehingga menghindari monopoli kepemilikan.

Untuk isu konten lokal yang harus ada dalam materi penyiaran, dari jawaban informan juga menyepakati perlunya keterwakilan wilayah siar di mana sebuah lembaga penyiaran beroperasi sehingga masyarakat akan terinformasikan wilayahnya.

Sensor (*censorship*) untuk seluruh tayangan program dipahami berfungsi untuk ‘menjaga’ masyarakat dari dampak tayangan program siaran, namun penting juga memperjelas batasan sensor yang boleh atau tidak boleh dengan definisi yang baku dan tepat sasaran.

Sistem Siaran Jaringan (SSJ) yang tidak diwajibkan dan hanya bersifat *optional* (pilihan) menurut jawaban informan akan lebih melanggengkan siaran ‘Jakarta Sentris’ dan kota-kota besar propinsi lain, mengabaikan pengembangan wilayah di luar kota-kota besar.

Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang dikurangi kewenangannya menjadi kontroversi dari jawaban informan, karena disadari secara kelembagaan KPI juga berada di bawah pemerintah sehingga akan juga tunduk pada kebijakan yang ditetapkan Kemenkominfo yang mewakili negara.

Pembahasan proses migrasi dalam industri penyiaran (*broadcasting*) dengan akan terjadinya peralihan secara teknologi dari analog menjadi digital tentunya akan berdampak juga pada aspek isi siaran (*content*) yang disebarkan melalui media. Program siaran biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita yang dirancang sesuai dengan tema program itu (*programming*), tersusun rapi dalam urutan yang teratur dan disebut program acara (Djamal, 2011). Aspek programming atau pengaturan materi siaran atau program ini menjadi penting karena akan berkaitan dengan minat khalayak yang menjadi sasaran siaran televisi atau radio tersebut (Morissan, 2008)..

Menurut pandangan Eastmen & Ferguson (2013), sesungguhnya praktisi media lebih ‘audience created’ dibandingkan ide acara siarannya, “...*Contrary to popular belief, broadcasters are*

*not in the business of creating programs; they are in the business of creating audiences that advertisers want to reach...*“ (Eastmen & Ferguson, 2013). Karenanya menjadi tantangan tersendiri saat proses migrasi siaran TV analog ke digital yang direncanakan, sisi lainnya perjuangan meraih atensi khalayak atau audiens bukan pula sesuatu hal yang mudah karena menjadi satu diantara pilihan media yang dikonsumsi tentunya harus memiliki ‘nilai lebih’ (*added value*) bagi khalayak diantara platform media digital saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Yovantra, dan Wisnu Prasetyo Utomo. (2015). *Orde Media, Kajian Televisi dan media di Indonesia Pasca orde Baru*. Yogyakarta: Insist Press.
- Armando, Ade. (2011). *Televisi Jakarta di Atas Indonesia*. Yogyakarta: Bentang.
- CNN.com. “Migrasi ke TV Digital Tahap I, Baru 2 Daerah Dapat Siaran Swasta” retrieved <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220503121850-213-792599/migrasi-ke-tv-digital-tahap-i-baru-2-daerah-dapat-siaran-swasta>
- Djamal, Hidajanto, dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Doly, Denico. (2013). “Urgensi Perubahan Undang Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran” *Jurnal Negara Hukum* Vol 4, No 2 (2013) <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/205>
- Eastmen, Susan Taylor, Douglas A Ferguson. (2013). *Media Programming: Strategies and Practises*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Gazali, Effendi, Victor Menayang, Dedy N. Hidayat dan Pinckey Triputra. (2003). *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi
- Haryanto, Agus Tri. (2022). “Jadwal dan Daftar Wilayah Setop TV Analog dan Mulai TV Digital Tahap I” retrieved <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-5953915/jadwal-dan-daftar->

wilayah-setop-tv-analog-dan-mulai-tv-digital-tahap-1.

- Hernandez, Carlo Angelo Mandala. (2017). "Linear TV in The Non-Linear World: The Value of Linear Scheduling Amidst the Proliferation of Non-Linear Platforms". *A Thesis*. Master of Science in Television Management Drexel University.
- Ikhsan, M. (2020). "KPI Singgung Sosialisasi TV Digital di Indonesia". retrieved <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201218082753-185-583679/kpi-singgung-sosialisasi-tv-digital-di-indonesia>.
- Morisson. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Panuju, Redi. (2017). *Sistem Penyiaran Indonesia, Kajian Strukturalisme Fungsional*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Pebrianto, Fajar. (2020). "8 Fakta Gugatan UU Penyiaran oleh RCTI, Mengancam Youtube dan IG Live?" retrieved <https://bisnis.tempo.co/read/1380195/8-fakta-gugatan-uu-penyiaran-oleh-rcti-mengancam-youtube-dan-ig-live/full&view=ok>
- Pendit, P. L. (2009). *Merajut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri.
- Perebinosoff, Philippe, Brian Gross, Lynne S. Gross. (2005). *Programming for TV, Radio, and the Internet: Strategy, Development, and Evaluation*. Oxford: Focal Press.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: P.T. Grasindo.
- Remotivi. (2017). "Kontroversi Revisi Undang-Undang Penyiaran" retrieved <https://remotivi.or.id/mediapedia/366/kontroversi-revisi-undang-undang-penyiaran>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish,
- Saptoyo, Rosy Dewi Arianti. (2021). "Migrasi TV Digital: Akses Televisi Swasta dan Pembagian Set Top Box". retrieved

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/30/200000765/migrasi-tv-digital--akses-televisi-swasta-dan-pembagian-set-top-box>

- Sarah, Mutaya, (2016). “Sembilan Poin Keberatan KNRP pada Draf Revisi UU Penyiaran “, retrieved <https://tirto.id/ccMX>
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. (2006). “Badan Hukum TVRI dan RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik” *Jurnal Bisnis dan Birokrasi* No. 02/vol.XIV/Mei/2006.
- Undang-Undang No.24 Tahun 1997 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020 pasal 72 tentang penyelenggaraan penyiaran dan migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital.
- William, Raymond. (2009). *Televisi* (Terjemahan). Yogyakarta: Resiſt Book.

# URGENSI PENGUATAN FUNGSI PENGAWASAN KOMISI PENYIARAN DI ERA DISRUPSI MEDIA

**Edi Pranoto**

Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Pranoto.edi@gmail.com

## **Abstrak**

*Undang-undang Penyiaran dipandang berkurang relevansinya dengan perkembangan teknologi penyiaran. Perkembangan konten media internet tidak bisa diawasi oleh Komisi Penyiaran karena definisi penyiaran hanya terbatas pada televisi dan radio. Sementara belum ada regulasi yang memberikan pengaturan secara memadai. Padahal negara harus menjamin disajikannya siaran sehat bagi masyarakat. Revisi Undang-undang Penyiaran urgen dilakukan dengan memberikan kewenangan pengawasan yang lebih luas pada Komisi Penyiaran, dalam rangka menjamin terpenuhinya hak-hak masyarakat memperoleh siaran yang layak.*

**Kata kunci:** *Penyiaran, Komisi Penyiaran, disrupsi*

## **PENDAHULUAN**

Lahirnya Undang-Undang 32 tahun 2002 menggantikan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 menandai gelombang demokratisasi penyiaran yang dimulai sejak 1998. Namun, perkembangan teknologi internet telah membawa implikasi pada perkembangan media baru secara masif yang tidak mampu diantisipasi oleh regulasi ini. Media baru berbasis internet menyajikan konten yang lebih kaya dan menarik dengan kemudahan akses, sehingga semakin digemari.<sup>1</sup> Sementara itu regulasi penyiaran tidak

---

<sup>1</sup> YouTube saat ini memiliki 600 juta channel yang memiliki pelanggan atau subscriber 1 juta lebih per masing-masing channel. ( <https://www>.

dapat menjangkau perkembangan media internet karena terbatas dengan definisi penyiaran yang hanya mencakup televisi dan radio. Akibatnya aktivitas siaran melalui media internet berjalan tanpa regulasi yang memadai.

Perkembangan ini menciptakan dua keadaan tidak ideal di dunia penyiaran. Pertama, kondisi "Anomie" yang dipopulerkan oleh Emil Durkheim sebagai kondisi tidak ada regulasi yang mengatur sehingga terjadi kekacauan akibat kebebasan tak terbatas<sup>2</sup>. Kondisi ini sering dimaknai sebagai "ketiadaan moral" karena tidak ada hukum yang hadir untuk memberikan batasan nilai. Persebaran konten di internet sangat bebas tanpa pengawasan dari lembaga manapun, berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan publik. Bahkan dapat menimbulkan konflik sosial jika menyangkut hal-hal sensitif. Kedua, perlakuan tidak sama (*unequal treatment*) kepada pelaku industri penyiaran. Pelaku industri televisi dan radio memiliki pengaturan yang ketat terkait batasan etika isi siaran, sementara media berbasis internet bebas melakukan *broadcast* tanpa batas. Keadaan ini menimbulkan adanya ketimpangan perlakuan hukum bagi industri penyiaran.

Tuntutan agar media berbasis internet dimasukkan ke dalam lingkup regulasi UU Penyiaran sejatinya telah disuarakan oleh berbagai pihak, termasuk pelaku industri penyiaran. Gugatan yang diajukan InewsTV dan RCTI kepada Mahkamah Konstitusi pada Mei 2020 menunjukkan adanya regulasi yang kurang berkeadilan bagi lembaga penyiaran konvensional dengan media berbasis internet.

Mencermati keadaan tersebut dipandang urgen untuk dilakukan revisi regulasi penyiaran dengan menuangkan penguatan kewenangan pengawasan konten media berbasis internet kepada Komisi Penyiaran, sebagai lembaga negara independen yang tidak terintervensi kepentingan politik praktis kekuasaan pemerintah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif, yaitu

---

[tribunnews.com/techno/2020/09/17/youtube-kini-punya-600-channel-dari-indonesia-dengan-lebih-dari-1-juta-subscribers](http://tribunnews.com/techno/2020/09/17/youtube-kini-punya-600-channel-dari-indonesia-dengan-lebih-dari-1-juta-subscribers))

2 Sandro Serpa & Carlos Miguel Ferreira, "Anomie in the Sociological Perspective of Émile Durkheim", *Sociology International Journal*, 2 (6), 2018, hlm. 689.

penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder.<sup>3</sup> Jenis penelitian ini disebut juga dengan penelitian hukum doktrinal karena bahan analisis utama menggunakan doktrin-doktrin hukum. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari bahan kepustakaan, baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang terkait Penyiaran, keputusan Mahkamah Konstitusi, dan peraturan-peraturan terkait. Sedangkan bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku teori hukum, hasil penelitian hukum, dan berita seputar hukum penyiaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Tinjauan Peraturan Perundang-undangan**

#### **a. UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik)**

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selama ini dipandang sebagai regulasi yang paling mampu menjangkau peredaran konten di media berbasis internet. Namun, UU ITE lebih banyak mengatur tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Hal-hal yang diatur mengenai konten hanya beberapa aspek yang masuk sebagai kejahatan siber. Padahal pengaturan konten sehat tidak semata menggunakan ukuran kriminalitas, melainkan nilai-nilai etika yang berlaku di masyarakat, termasuk kesusilaan, kebudayaan, dan sebagainya. Maka sebagai dasar pengaturan konten sehat, UU ITE mengalami keterbatasan.

#### **b. UU Cipta Kerja**

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja hadir dalam rangka mendorong peningkatan perekonomian nasional. Penetapan Undang-undang Cipta Kerja juga berdampak pada dunia penyiaran, khususnya pada pemangkasan peran KPI dalam perizinan lembaga penyiaran. Regulator penyiaran pada UU Penyiaran adalah pemerintah bersama KPI, sementara UU Cipta Kerja menempatkan pemerintah sebagai regulator tunggal. Ketentuan tersebut tertuang dalam Pasal 72 UU Cipta Kerja yang di antaranya mengubah Pasal

---

3 Soerjono Soekanto & Sri Mahmudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 13.

33 dan menghapus sepenuhnya Pasal 34 UU Penyiaran, di mana keterlibatan KPI dalam proses perizinan dihilangkan sama sekali.

c. Putusan Mahkamah Konstitusi

Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 39/PUU-XVIII/2020 berkenaan dengan permohonan uji materi yang diajukan oleh PT. Visi Citra Mitra Mulia (Inews TV) dan PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) tertanggal 19 Mei 2020. Permohonan disampaikan perihal ketentuan Pasal 1 dan Pasal 2 Undang-undang 32 Tahun 2002 yang mendefinisikan penyiaran hanya mencakup penyelenggaraan penyiaran dengan frekuensi radio dan tidak mencakup penyiaran berbasis internet seperti layanan Over the Top (OTT). Ketentuan Undang-undang Penyiaran dianggap menimbulkan perlakuan yang tidak sama di hadapan hukum. Mahkamah Konstitusi mengeluarkan Amar Putusan untuk menolak seluruhnya permohonan tersebut. Argumentasi yang dipertimbangkan di antaranya karena penyiaran konvensional menggunakan sistem keserentakan siaran dari satu pemancar menuju banyak penerima siaran yang menerima apa adanya konten yang disajikan. Sedangkan media berbasis internet karena menyajikan konten yang dapat dipilih sewaktu-waktu oleh pemirsa dan tidak ada mekanisme perizinan khusus bagi penyedia siaran.

## **2. Dasar Pemikiran Revisi Undang-undang**

Pokok pikiran Undang-Undang Penyiaran yang perlu diperhatikan dalam revisi Undang-undang sebagai berikut.

a. Menjamin Kemerdekaan Berekspresi, Mengeluarkan Pendapat, dan Mendapatkan Informasi

Penyelenggaraan penyiaran sebagai bentuk kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi, baik secara konvensional maupun secara digital harus sesuai dengan ketentuan Pasal 28J ayat (2) UUD 1945 yaitu wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud semata-mata untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis. Maka ketika

Undang-undang 32 Tahun 2002 sudah kehilangan relevansinya dalam perkembangan teknologi, maka perlu dilakukan revisi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan.

b. **Penyiaran Harus Mencerminkan Keseimbangan antara Hak dan Kewajiban**

Penyelenggara penyiaran perlu menyeimbangkan hak dan kewajibannya karena erat kaitannya dengan pemenuhan hak dan kewajiban masyarakat sebagai konsumen media, maupun pemerintah sebagai regulator. Hak penyelenggara penyiaran di antaranya mengekspresikan diri dalam konten dan mendapatkan nilai ekonomis dari aktivitas siaran. Sedangkan kewajibannya adalah menyediakan konten edukatif dan informatif bagi masyarakat, selain juga kewajiban pajak yang harus disetor kepada negara. Guna pemenuhan hak dan kewajiban tersebut maka setiap penyelenggara penyiaran, baik konvensional maupun berbasis internet harus diatur mengenai hal-hal administratif serta memiliki ketentuan batasan etika konten siaran yang jelas beserta mekanisme pengawasannya.

c. **Mempertimbangkan Penyiaran sebagai Lembaga Ekonomi yang Penting dan Strategis**

Industri penyiaran merupakan lahan padat modal dan padat karya yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif secara signifikan. Lapangan kerja yang dibuka bagi para insan kreatif dan terampil begitu luas dengan menjanjikan peningkatan kesejahteraan yang layak. Potensi ini tentu harus diberdayakan oleh negara dengan memberikan kepastian hukum untuk menjamin keberlangsungan usaha. Para pekerja kreatif juga memiliki hak untuk memperoleh jaminan kerja yang harus dipenuhi oleh para pemberi kerja.

d. **Mengantisipasi Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi di Bidang Penyiaran**

Regulasi penyiaran harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang digunakan untuk bersiaran, termasuk teknologi internet. Tuntutan adaptif sejatinya juga telah dituangkan dalam UU Penyiaran. Maka idealnya UU Penyiaran juga melakukan adaptasi atas perkembangan teknologi. Namun mengacu pada putusan MK bahwa definisi penyiaran tidak bisa diperluas secara kontekstual menjangkau penyiaran berbasis internet, maka perlu

dilakukan revisi untuk mencantumkan definisi yang lebih luas secara tekstual agar tidak menimbulkan multitafsir.

Perluasan definisi penyiaran memberikan konsekuensi untuk mengatur hal-hal administratif lainnya di pasal-pasal berikutnya. Pengaturan lebih rinci setidaknya mencakup persyaratan penyelenggaraan penyiaran, perizinan penyelenggaraan penyiaran, pedoman mengenai isi dan bahasa siaran, pedoman perilaku siaran, dan pengawasan terhadap penyelenggaraan penyiaran.

e. **Memberdayakan Masyarakat dalam Memajukan Penyiaran Nasional**

Partisipasi masyarakat secara aktif dalam pengelolaan penyiaran menjadi suatu hal yang pasti. Masyarakat bukan sekedar obyek siaran, melainkan subyek yang dapat signifikan menentukan arah penyiaran. Peran masyarakat terutama dalam bentuk masukan bagi pembentukan isi siaran yang sehat. Aspek kemanfaatan dan dampak siaran juga harus diukur berdasarkan masukan-masukan masyarakat.

Komisi Penyiaran menjadi lembaga yang diamanatkan untuk menampung, meneliti, dan menindaklanjuti masukan masyarakat sebagai bagian dari fungsi pengawasan. Lembaga ini dipandang tepat untuk menjalankan tugas tersebut karena posisinya yang independen dan menjadi representasi publik dalam penyiaran, sebagaimana telah diamanatkan dalam UU Penyiaran saat ini.

### **3. Restrukturisasi dan Penguatan Peran Pengawasan KPI**

Masa awal kehadiran KPI melalui UU 32 Tahun 2002 sempat menjadi keraguan bagi pelaku praktisi penyiaran, baik industri maupun asosiasi. KPI dipandang sebagai versi baru dari Departemen Penerangan yang melakukan kontrol ketat terhadap konten siaran. Menanggapi rencana pembentukan KPI, sejumlah asosiasi lembaga dan praktisi penyiaran mengajukan gugatan ke Mahkamah Konstitusi. Gugatan tersebut dikabulkan MK sehingga beberapa pasal menyangkut kewenangan KPI dalam membuat aturan lebih teknis mengenai aspek-aspek penyiaran dicabut, yaitu terkait Pasal 44 ayat (1) dan Pasal 62 ayat (1) dan (2) melalui Putusan Nomor 005/PUU-I/2003 tanggal 25 Februari 2004.

Pada perkembangannya, KPI membuktikan diri sebagai lembaga negara independen yang terbuka dengan masukan masyarakat dan tidak terbawa pengaruh kepentingan kekuasaan pemerintah. Hal ini menjadi catatan positif tersendiri bagi KPI yang diamanatkan untuk menjadi representasi publik dalam bidang penyiaran.

a. Urgensi Pengawasan

Konten yang disiarkan dan diterima secara luas oleh khalayak memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku. Maka sudah selayaknya penyelenggara penyiaran dibebani tanggung jawab untuk menjaga nilai-nilai yang dijunjung oleh masyarakat, baik berdasarkan budaya, agama, adat, maupun hukum positif. Dampak luas siaran media tetap tidak terbendung, apapun medium siaran yang digunakan, baik frekuensi radio, satelit, maupun internet. Maka sebagai negara yang berlandaskan hukum, beban tanggung jawab penyelenggara penyiaran untuk selalu menyajikan siaran sehat harus tertuang dalam bentuk produk hukum tertulis, demi jaminan kepastian dalam berkreasi.

Konten siaran yang disebarluaskan secara virtual sejatinya tetap merupakan hasil dari kreasi tangan manusia, baik individu maupun kelompok, yang harus dipertanggungjawabkan sepenuhnya di hadapan hukum. Sebagaimana perilaku di dunia nyata, perilaku seseorang di dunia maya juga tidak lepas dari pengaturan dan pembatasan oleh hukum. Perlu ditegaskan kembali bahwa pengaturan dan pembatasan bukan dalam rangka mengekang kebebasan dan kreativitas, namun lebih pada memenuhi hak-hak publik mendapatkan siaran yang sehat. Dunia konten yang sarat dengan tuntutan kreativitas memang membutuhkan ruang gerak yang luas untuk mengekspresikan seni, sehingga diperlukan pihak eksternal independen yang menjaga koridor hukum tanpa membatasi pengembangan ide-ide kreatif.

KPI menjadi satu-satunya lembaga publik yang bersifat independen dengan tugas dan fungsi pengawasan konten siaran. Pendekatan-pendekatan pengawasan yang dilakukan KPI sejauh ini dipandang lebih tepat karena tidak semata menggunakan perspektif “hitam-putih” layaknya penegakan hukum pidana. Konteks pengawasan KPI lebih pada menjaga penerapan nilai-nilai etika

dan mendorong peningkatan kualitas siaran agar lebih berperan membangun masyarakat.

Pendekatan yang digunakan dalam penjatuhan sanksi juga tidak semata represif, melainkan juga pendekatan preventif dengan jalan pembinaan. Para pelaku industri penyiaran perlu diberikan pembekalan terkait regulasi isi siaran secara kontinu sesuai dengan konteks perkembangan konten siaran. Pendekatan literasi media bagi masyarakat sebagai penerima siaran merupakan bagian dari agenda jangka panjang untuk melakukan “seleksi alam” bagi siaran yang kurang baik. Dengan pendekatan edukasi publik, masyarakat akan lebih bisa memilih konten siaran yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan.

#### b. Restrukturisasi sebagai Kebutuhan

Struktur kelembagaan KPI saat ini perlu dilakukan penataan ulang untuk mendukung agenda pengawasan yang lebih luas. *Pertama*, restrukturisasi pimpinan, yaitu para anggota KPI. Dalam penataan ranah kerja, secara umum anggota KPI terbagi menjadi 3 bidang, yaitu perizinan, isi siaran, dan kelembagaan. Peran KPI dalam proses perizinan lembaga penyiaran yang sudah tidak diberlakukan pada regulasi terbaru, serta agenda perluasan fungsi pengawasan ke ranah yang lebih luas, membutuhkan adaptasi secara internal. Penguatan bidang pengawasan dipandang selaras dengan dipangkasnya bidang perizinan, sehingga penyesuaian-penyesuaian dapat dilakukan dengan arah tersebut.

Kedua, restrukturisasi SDM pendukung. Restrukturisasi juga perlu dilakukan pada jajaran di bawahnya, mencakup jajaran *supporting system* yang terdiri dari SDM karyawan lembaga. KPI perlu lebih mengoptimalkan surplus tenaga SDM dari bidang perizinan untuk penguatan bidang pengawasan. Ketiga, restrukturisasi infrastruktur fisik dan sistem. Luasnya jangkauan pengawasan internet membutuhkan optimalisasi seluruh *resources* yang dimiliki KPI. Pengawasan atas teknologi informasi dan komunikasi mutakhir juga membutuhkan instrumen yang mutakhir pula. Perangkat instrumen pengawasan juga perlu dijalankan oleh prosedur sistem yang memadai. Dibutuhkan pembaruan SOP (standard operasional

prosedur) bagi seperangkat sistem pengawasan KPI, baik peralatan maupun SDM penggerakannya. KPI memiliki banyak “pekerjaan rumah” untuk menata diri menyongsong peran yang lebih kuat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan dalam poin-poin berikut.

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat dan membutuhkan regulasi yang jelas. Perkembangan media berbasis internet berjalan bebas tanpa ada regulasi yang mengatur. UU 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran tidak dapat menjangkau media berbasis internet. Maka perlu dilakukan revisi segera untuk memperluas lingkup aturan UU Penyiaran tersebut.
2. Pengawasan konten media berbasis internet merupakan kebutuhan bersama, baik pemerintah, pelaku industri, maupun masyarakat. Maka lembaga yang paling tepat untuk menjalankan tugas pengawasan adalah KPI. Dengan perluasan definisi penyiaran yang bisa mencakup media berbasis internet, maka kewenangan pengawasan KPI juga dapat merambah ranah yang lebih luas, tidak hanya terbatas konten siaran televisi dan radio.
3. Penguatan peran KPI dalam pengawasan konten internet setidaknya harus dilakukan secara bertahap, meliputi revisi UU Penyiaran, penetapan ketentuan teknis mengenai pengelolaan media berbasis internet, revisi pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran yang sesuai dengan perkembangan konten media, serta melakukan restrukturisasi kelembagaan KPI.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Amiruddin & Asikin, Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).

<https://dictionary.cambridge.org/>.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses tanggal 2 November 2021.

- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, (Jakarta:Kencana Prenada, 2010).
- Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 39/PUU-XVIII/2020
- Rofiq, Nur & Utomo, Sigit Tri, “Telaah Konseptual Urgensi Tertanamnya Roh Jihad Seorang Pemimpin Pendidikan Terhadap Suksesnya Pendidikan Agama Islam”, *Al Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 3 (1).
- Serpa, Sandro & Ferreira, Carlos Miguel, “Anomie in the sociological perspective of Émile Durkheim”, *Sociology International Journal*, 2 (6), 2018.
- Soekanto, Soerjono & Mahmudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja

**REPRESENTASI PENERIMAAN KHALAYAK  
PADA TAYANGAN INFOTAINMENT  
(STUDI RESEPSI PENERIMAAN KHALAYAK  
PADA TAYANGAN INFOTAINMENT DI TV  
DIGITAL STREAMING)**

***PUBLIC ACCEPTANCE OF REPRESENTATION  
IN INFOTAINMENT IMAGE  
(AUDIENCE RECEPTION STUDY ON  
INFOTAINMENT SHOWS ON STREAMING  
DIGITAL TV)***

**Yani Hendrayani<sup>1</sup>, Radita Gora<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

yanihendrayani@upnvj.ac.id<sup>1</sup>

**Abstrak**

*Tayangan Infotainment masih menjadi candu bagi masyarakat terutama kehadiran media digital online seperti media Tv dan Radio Streaming yang juga menyajikan tayangan-tayangan seperti infotainment yang dikemas lebih terbuka dan terkadang kurang sensor sehingga lebih banyak menarik perhatian khalayak dengan berbagai unsur kekerasan atau perkataan yang kasar yang minim edukasi. Melalui teori encoding-decoding berupaya untuk menganalisa teks dan persepsi khalayak terhadap tayangan infotainment. Metodologi yang digunakan menggunakan kualitatif dengan pendekatan etnografi-resepsi penerimaan khalayak untuk menemukan pendapat khalayak dan kesinkronisasian terhadap teks tayangan infotainment.*

**Kata kunci:** Infotainment, Encoding-decoding, analisis resepsi

## Abstract

*Infotainment shows are still the opiate of the public, especially online digital media such as TV and Radio Streaming media. They also present shows such as infotainment, which are packaged more openly and less censored to attract the audience's attention with various violence or harsh quotes with minimal education, through the theory of encoding-decoding attempts to analyze the text and the audience's perception of infotainment shows. The methodology used uses a qualitative approach with an ethnographic approach to audience reception to find audience opinions and synchronization with the infotainment text.*

**Keywords:** Infotainment, Encoding-decoding, reception analysis

## PENDAHULUAN

Quo Vadis Infotainment Indonesia? jika pertanyaan ini ditujukan kepada media pertelevisian kita, maka jawabannya masih sebatas gelengan kepala, buram dan raport merah masih terus mewarnai dari setiap tayangannya. Namun, faktanya program tayangan infotainment hingga kini masih menjadi menu utama tontonan masyarakat kita, karena dengan program tayangan tersebut mereka bisa menyaksikan tayangan apa saja yang terjadi di dunia selebritis yang cukup menghibur.

Fenomena Infotainment di Indonesia, memang identik dengan tayangan berita selebritis sekelas artis penyanyi dan sinetron dan yang bekerja di dunia hiburan dengan memiliki ciri khas penyampaian yang unik. (Morissan, 2007:210). Bahkan perkembangannya kini media selebritis infotainment akhirnya, bersaing menempati posisi sama dengan berita-berita politik yang tak kalah menariknya,

Yang kini menjadi sorotan adalah tentang artis dan selebritis tidak hanya membahas kasus di dunia mereka saja, bahkan sekarang bisa seorang artis atau selebritis menjadi sumber berita yang dominan, untuk kasus-kasus luas sekalipun. Contohnya artis diwawancarai soal politik, ekonomi, sepak bola dan juga kesehatan memasang artis yang ditokohkan sebagai rujukan informasi. Gaya hidup, kesehatannya, hobinya, atau cara mendidik anaknya, pandangan

hidupnya menjadi sorotan melebihi ilmuwan ataupun pejabat tinggi negara. Demikian Indonesia memasang dunia artis dalam top of mind masyarakat Indonesia yang diidolakan.

Melihat fenomena tersebut, maka dipastikan seluruh stasiun TV memiliki program infotainment. Program infotainment memang dirancang dan dikemas sedemikian rupa agar mampu menarik minat penonton media. Rating program infotainment cukup tinggi. Tingginya rating yang dimiliki oleh hampir semua tayangan infotainment, membuat tayangan ini menjadi sajian program wajib yang harus dimiliki oleh mayoritas stasiun televisi.

Hal ini menjadikan program tayangan infotainment, selalu menempati posisi tertinggi dalam rating yang disukai oleh masyarakat. Meskipun isi dari tayangan infotainment banyak melanggar etika jurnalisisme dan kualitasnya masih dibawah standar KPI. namun tidak dapat dipungkiri bahwa selama masyarakat masih memiliki minat yang tinggi terhadap infotainment maka selama itu pula media akan menyajikan kepada masyarakat. Dampaknya dalam suatu media infotainment menjadi unggulan dalam mendongkrak aspek komersialisme.

Sehingga Sunarto (2008) menjelaskan bahwa program siaran Infotainment termasuk program siaran format baru yang berisi informasi promosi dagang dunia hiburan, yang dibuat sangat ringan, menghibur dan menarik.

Kualitas tayangan Infotainment hingga saat ini masih banyak yang meragukan sebagai produk karya jurnalistik, Data dari survey yang dilakukan oleh KPI tahun 2019 menyebutkan bahwa untuk program infotainment, tidak ada satupun lembaga penyiaran yang mencapai indeks  $\geq 3$ . Indeks tertinggi hanya sebesar 2.61 yang diperoleh NET TV, diikuti oleh Trans TV dengan indeks 2.60 dan Indosiar dengan indeks 2.55. (KPI, 2019). Sedangkan dua tahun berikutnya Sementara itu, infotainment masuk pada, tiga program dengan indeks terendah adalah variety show (2,92), infotainment (2,62), dan sinetron (2,59). Beberapa catatannya untuk program infotainment yaitu mengenai perlindungan hak privasi dan perkembangan psikologis terhadap anak dan remaja. Kemudian, untuk program sinetron, banyak mengandung kata-kata kasar dan serta mempertontonkan hal-hal yang melanggar norma kesopanan (Kompas.com).

Infotainment dari dulu hingga kini, masih bergerak lamban dalam meningkatkan kualitas tayangannya kandungan masalah normative yang dipertentangkan kini menyebabkan masyarakat terbiasa dengan hal-hal yang dulu dianggap tabu dan kini masyarakat lebih permisif.

Berita yang tidak memiliki nilai tentang kehidupan seorang selebriti dapat menjadi berita penting karena diulang ulang dalam setiap tayangan. Penambahan pernyataan yang dibumbui atau opini dari presenternya dengan nada yang menyulut alias provokatif dan bombastis serta imbuhan komentar presenter atas suatu persoalan dengan mencibir atau menganggap hal tersebut sebagai lelucon (Fachruddin, 2016).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka teori yang tepat untuk menjadi landasan dalam penelitian ini adalah teori encoding-decoding Stuart Hall. Hal ini memandangkan pada Pendekodean yang merupakan proses menerima dan membanding bandingkan makna pesan yang telah tersimpan di benak khalayak penonton.

Stuart Hall menjelaskan bahwa khalayak melakukan pendekodean terhadap pesan yang diterimanya melalui tiga tahapan posisi antara lain: dominan-hegemonis, ternegosiasi, dan oposisional. Lebih lanjut Hall juga menjelaskan bahwa individu-individu bekerja di dalam sebuah kode yang mendominasi dan menjalankan kekuasaan yang lebih besar daripada yang lainnya. Ia menyebut hal ini posisi dominan-hegemonis (dominant-hegemonic position). Posisi kedua adalah posisi ternegosiasi (negotiated position) yaitu anggota khalayak dapat menerima ideologi dominan tetapi akan bekerja dengan beberapa pengecualian terhadap aturan budaya. Adapun posisi oposisional (oppositional position) terjadi apabila anggota khalayak penonton mensubstitusikan kode alternatif bagi kode yang disediakan oleh media. Konsumen yang kritis akan menolak makna sebuah pesan yang dipilih dan ditentukan oleh media dan menggantikannya dengan pemikiran mereka sendiri mengenai subjek tertentu. (West, Richard dan Turner, 2008)

Dari situasi tersebut, Hall menegaskan bahwa, proses decoding dan encoding pada diri manusia dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu diawali dengan penerimaan pesan dengan proses decoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding.

Adapun menurut Morissan (2008) menegaskan bahwa decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Selanjutnya adalah proses mentransformasi (merubah) dan menginterpretasi pesan-pesan pengirim yang disebut dengan decoding yang akan menjadi pendapat penerima dan sangat dipengaruhi oleh kerangka berpikir atau keluasan pengalaman penerima atau disebut *frame of reference*.

Penerima menafsirkan pesan dalam decoding maka akan diterjemahkan menjadi informasi yang berarti. Hal ini dapat ditentukan oleh kebutuhan fisiologis dan motif yang terkadang muncul menjadi hambatan proses komunikasi yang sering muncul pada langkah decoding. (Dubrin, 2011). Encoding menjadi proses selanjutnya yaitu terdapat proses pengorganisasian ide yang dirangkai menjadi symbol-simbol, menjadi kata dan kalimat serta gerak tubuh, untuk mewujudkan proses berkomunikasi dengan penerima (*receiver*).

Dalam menjalani proses encoding maka akan terjadi pengembangan pesan yang berisikan informasi oleh sumber atau pengirim pesan. Pesan-pesan yang disampaikan dapat berbagai baik berupa bentuk simbol atau tanda. Pemilihan kata-kata sangat mempengaruhi efektivitas berlangsungnya komunikasi artinya jika proses pemilihan kata-kata atau symbol yang tepat maka dapat meningkatkan kemungkinan bahwa pengkodean dan komunikasi akan mengalir dengan lancar. Kesamaan makna dalam komunikasi merupakan kunci keberhasilan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan.

Oleh sebab itu, diperlukan kemampuan membaca sandi atau memahami pesan, jika tidak ingin komunikasi berlangsung gagal. Hal ini juga berlaku dalam pemilihan media yang tepat dari komunikasi, sangat menentukan efektivitas encoding (Dubrin, 2011).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana penerimaan khalayak terhadap tayangan infotainment dari seluruh stasiun televisi di Indonesia yang dirangkum oleh standar indeks penilaian KPI di Jakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori encoding-decoding dari Stuart Hall. Adapun analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan

analisis data studi resepsi yaitu permasalahan yang memandang pemirsa televisi sebagai “producer of meaning” bukan hanya sebagai konsumen dari isi media. Dalam hal ini, khalayak media yang dipilih adalah mereka yang aktif, dan mampu menilai isi media. Pemaknaan dari teks media diarahkan pada pemaknaan keinginan khalayak. Hal itu dilakukan untuk menilai makna yang dominan yang ditawarkan oleh media. Sehingga bisa dilakukan analisis struktur internal dari teks.

Biasanya perbedaan pemaknaan khalayak muncul karena adanya perbedaan posisi sosial atau pengalaman budaya antara pembaca dan produsen media. Hall menekankan bahwa konsumsi khalayak bukanlah sesuatu yang pasif, melainkan kegiatan yang aktif yang dapat menghasilkan sebuah makna tertentu.

Adapun pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak menurutnya dapat dikategorikan ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. Khalayak dapat menerima dan memproduksi kode teks yang sama dengan produser pesan yang sama dengan yang ditawarkan media. Situasi ini disebut Dominant-hegemonic position.
2. Khalayak memiliki kemampuan memaknai dan menerima secara luas sebagian kode teks tetapi kadang menentang atau mengubahnya sesuai dengan cara pandang, pengalaman, dan minat. Posisi ini menunjukkan adanya kontradiksi yang disebut Negotiated position.
3. Khalayak dapat mengembangkan interpretasi yang berbeda dengan kode teks. Posisi khalayak berada dalam situasi sosial yang berlawanan dengan kode teks dominan sehingga membuat mereka menolak teks tersebut. Dalam posisi ini, khalayak dapat mengajukan alternatif kode yang berbeda dan disebut Oppositional position. (Uswatun, 2017)

Penelitian ini dipandang tepat menggunakan metode analisis resepsi yaitu mendapatkan makna atas pemahaman dan interpretasi teks media, serta kita juga akan mendapatkan penjelasan dari alasan mengapa terjadinya perbedaan interpretasi dalam diri khalayak.

Disamping itu, kita juga akan mengetahui alasan para pembaca dapat membaca teks yang sama secara berbeda.

Berdasarkan metode resepsi ini bisa mendeskripsikan faktor-faktor kontekstual teks-teks kebudayaan dimaknai sedemikian rupa oleh khalayak serta pengaruhnya dalam kehidupan mereka. Hal ini sangat dipengaruhi oleh adanya perbedaan kelompok sosial berhubungan dengan latar belakang kehidupan yang berbeda.

Peneliti memilih kelompok sosial dari dosen-dosen ilmu komunikasi yang menjadi informan peniali indeks kualitas tayangan infotainment dengan harapan akan muncul diferensiasi resepsi yang disyaratkan oleh analisis resepsi. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana Penerimaan Khalayak Pada Tayangan Infotainment di TV digital Streaming?

## **METODE**

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis resepsi yang bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak tentang konsep yang ditawarkan oleh tayangan infotainment.

Menurut Neuman termasuk dalam pendekatan interpretive yang termasuk dalam paradigma interpretive konstruktivis,

Neuman menegaskan bahwa paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut (Hadi, 2013)

Dalam metode analisis resepsi ini, menempatkan khalayak sebagai partisipan aktif dalam melakukan interpretasi makna dari teks. Apa yang ditampilkan dalam tayangan media maka akan dipahami sebagai sebuah proses yang dikonstruksi melalui pembacaan gambar dan teks. Produk interpretasi diperoleh atas pemaknaan akan teks dan gambar tersebut.

Peran Media hanya sebagai penyampai informasi dan filter menyaring dan memberi makna dari tayangan yang ditampilkan.

Sifat dari pemaknaan ini bersifat luas dan tidak terikat oleh ruang dan waktu. Tri Nugroho Adi dalam jurnalnya yang berjudul *Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi*, menjelaskan bahwa ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi yaitu “the collection, analysis, and interpretation of reception data”.

Ketiga elemen tersebut adalah:

1. Mengumpulkan data dari khalayak. Dalam uraian ini lebih ditekankan perolehan data melalui wawancara kelompok yang akrab disebut *focus group discussion* yaitu wawancara mendalam secara umum untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu menstimuli wacana yang berkembang dalam diri khalayaknya.
2. Menganalisis hasil atau temuan dari rekaman proses jalan *focus group discussion (FGD)*. Setelah FGD sebagaimana langkah pertama di atas dilakukan, maka tahap berikutnya peneliti akan mengkaji catatan wawancara tersebut yang berupa ratusan transkrip wawancara yang di dalamnya kemudian bisa disarikan berbagai kategori pernyataan, komentar dsb, dari peserta

Tahap ini, peneliti selain melakukan kodifikasi dari berbagai pendapat melainkan lebih mengkonstruksi proses terjadinya wacana dominan dan sebaliknya, di lihat dari berbagai latar belakang sosio kultural peserta diskusi.

3. Melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya yaitu model pembacaan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengkolaborasikan dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian yang sesungguhnya (Adi, 2012).

Catatan penting yang menjadi kata kunci selama FGD berlangsung akan memberikan pemaknaan yang disampaikan oleh subjek dan merelasikannya dengan kategori-kategori dalam analisis resepsi. Selanjutnya menganalisis temuan tersebut dengan latar belakang masing-masing kelompok sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketika dilakukan wawancara dengan sejumlah informan, mayoritas pernyataan menjelaskan bahwa infotainment dinilai lebih mudah untuk dilihat dan juga mudah untuk dicerna dari segi penjelasan, ulasan informasi yang disajikan dan ringan untuk dipahami terutama bagi penonton awam. Hal ini menurut para informan menjelaskan bahwa penyajian infotainment tidak hanya sekedar hiburan, namun persoalan-persoalan selebritis yang masih menjadi favorit terutama bagi kaum hawa usia dewasa.

Tayangan infotainment tersebut mengarahkan khalayak ke arah pembacaan yang diinginkan. Namun adanya perbedaan latar belakang, tingkat pendidikan dan pekerjaan menyebabkan terjadinya perbedaan dalam pembacaan, maka muncul tiga tipe pembacaan terhadap teks tayangan infotainment: a. Dominant-Hegemonic Reading Menurut Stuart Hall, posisi hegemonik-dominan (dominant-hegemonic reading) diartikan sebagai pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang di dalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan, dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat program (Durham & Kellner, 2006).

Seperti dikatakan oleh Hanifah (58), ibu rumah tangga asal Depok, Jawa Barat yang kesehariannya hanya dirumah dan juga sebagai ibu rumah tangga, tidak bekerja, memiliki lebih banyak waktu untuk menonton televisi ini mengatakan bahwa kegemarannya menonton infotainment lantaran lebih banyak waktu luang untuk menonton televisi dan juga mengurus anak ketiganya yang masih duduk di bangku SD kelas 5. Sehingga kegemarannya dengan tayangan infotainment sudah menjadi kegemarannya selama bertahun – tahun. Diakui Hanifah bahwa kegemarannya terhadap infotainment karena lebih banyak menceritakan tentang kehidupan selebritis dan berkaitan dengan gosip-gosip yang makin membuatnya penasaran.

*“Kalau berita-berita artis memang suka. Itu sudah dari dulu apalagi kalau gossip yang ada berantemnya gitu makin suka.”*

Tidak lain halnya menurut Priana (45), seorang ibu muda yang juga begitu gemar dengan infotainment. Priana bukan hanya menonton Infotainment dari televisi, melalui streaming atau youtube pun juga menjadi incaran pertama untuk tayangannya adalah infotainment dan lebih banyak menyukai pemberitaan gossip para selebritis muda.

*“Kalau gosipnya artis-artis tua udah ga minat. Tapi kalau yang artis muda gini lebih suka soalnya lebih enak dilihat artisnya cakep-cakep dan ceritanya lebih asik aja. Daripada nonton berita mending infotainment lebih gampang ditonton.”*

Pemberitaan mengenai kehidupan selebritis memang menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan tertentu terutama bagi masyarakat yang bukan dari kalangan kaum intelektual yang lebih mengedepankan informasi-informasi keseharian dan juga tidak perlu berpikir panjang atau berpikir lebih terkait peristiwa yang lebih banyak berpengaruh terhadap orang banyak dibandingkan peristiwa yang menyentuh beberapa orang saja (Martono, 2016).

Bersumber pada program infotainment, nampak kalau aspek” menghormati kehidupan individu” memanglah jadi permasalahan yang sangat banyak dialami oleh stasiun tv. Siaran infotainment memanglah sering tidak dikira produk jurnalistik sebab tidak menyetengahkan isu yang tidak dikira selaku kepentingan publik sebagaimana pers sepatutnya. Siaran ini menunjukkan urusan privat, apalagi urusan privat yang diterbitkan juga terdapat kalanya tidak penuh kaidah verifikasi. Tetapi, terlepas dari kategorisasi infotainment selaku produk jurnalistik ataupun bukan, dia jelas perlu dibenahi. Paling utama sebab dia ditayangkan dalam medium tv yang merupakan ruang publik. Bila tidak, degradasi mutu program diprediksi kembali terjalin di tahun-tahun selanjutnya. Maksudnya, publik dicekoki siaran tidak bermutu. Bila memanglah infotainment penuh kebutuhan warga hendak data yang tercantum jenis” human interest” walaupun bukan urusan publik, dia sepatutnya dikemas serta disajikan secara lebih bermutu. Terlebih bila siaran infotainment mau dikira selaku bagian jurnalisme.

Mengobrol gosip serta aib telah semacam jadi andalan utama infotainment. Kabar yang didatangkan tidak jauh dari putusnya pacaran seseorang artis lantaran terdapat orang ketiga, keretakan rumah tangga artis ataupun orang beken lantaran di duga terdapat orang ketiga, perebutan harta gono ini artis, artis yang terserang permasalahan narkoba, artis yang menikah dengan janda kaya, serta kabar lain yang intinya sama ialah mengobok- obok daerah individu serta mengumbar gosip dan aib.

Parahnya apabila seorang artis ataupun orang yang disebut-sebut ikut serta dengan daerah individu, gosip ataupun aib tidak secepatnya membagikan klarifikasi, hingga tanpa ampun, hendak dihabisi, dihakimi, serta seolah- olah jadi orang sangat bersalah serta dicecar dengan narasi yang memojokan. Tambah dipanas- panasi dengan komentar- komentar orang yang tidak berkepentingan. Bukan cuma itu, infotainment telah semacam jadi ajang pembenaran perbuatan asusila ataupun konsumsi narkoba yang dicoba para artis. Memanglah tiap manusia tidak luput dari kesalahan serta mempunyai peluang buat membetulkan diri. Tetapi budaya malu sebab sudah membagikan contoh kurang baik selaku public figure seakan jadi urusan berulang (Prasanti & Fuady, 2018).

Proyek infotainment memanglah proyek seksi. Infotainment dapat meraup keuntungan yang banyak, sebab terus menjadi disukai warga, hingga terus menjadi banyak iklan yang masuk. Bayangkan saja dalam satu hari muncul 15 hingga 23 siaran infotainment di 9 stasiun tv serta dalam seminggu berarti tidak kurang dari 150 siaran yang timbul. Tetapi, diolah semacam apapun infotainment nampaknya belum layak diucap selaku suatu karya jurnalistik sebab Infotainment boleh dikatakan belum memegang kepentingan universal serta diragukan membagikan mamfaat (Prasanti & Fuady, 2018).

Produk infotainment dinilai tidak cocok dengan produk jurnalistik yang wajib menonjolkan objektifitas, factual serta leluasa opini baik dalam penyusunan ataupun siaran beritanya. Produk infotainment dituding tidak mengedepankan kaidah- kaidah jurnalistik serta cuma menyebarkan aib, fitnah, serta tidak cover boat side seperti karya jurnalistik. Dalam wujud berita burung ataupun gosip saja telah habis- habisan diberitakan. Sedangkan salah satu kode etik jurnalistik Indonesia mengatakan, wartawan Indonesia

tidak boleh menyebarkan fitnah, aib dan kabar bohong.

Infotainment pula dituding selaku pemicu maraknya style kehidupan hedonisme digolongan anak muda. Hedonisme merupakan pemikiran hidup yang menyangka kalau kesenangan serta kenikmatan modul merupakan tujuan utama hidup. Untuk para pemeluk mengerti ini, berhura-hura, pesta-pora, serta pelesiran ialah tujuan utama hidup, entah itu mengasyikkan untuk orang lain ataupun tidak. Sebab mereka berpikiran hidup ini cuma sekali, sehingga mereka merasa mau menikmati hidup senikmat-nikmatnya.

Infotainment yang menayangkan kehidupan glamor selebriti membemberikan dorongan kepada anak muda buat melaksanakan perihal yang sama. Mereka mau meniru idolanya, style hidupnya, fashion pakaiannya, serta seluruh perihal tentang idolanya. Terkadang sebab keahlian ekonomi yang tidak memadai mendesak remaja-remaja tersebut mencari jalur pintas buat memuaskan fantasi kesenangannya yang dia tiru dari selebriti idolanya. Sehingga mereka terjerumus ke hal-hal yang negatif semacam rela mejual diri, ataupun jadi pengedar narkoba.

Siaran infotainment berusia ini dituding lebih banyak berikan pengaruh negatif untuk warga, spesialnya kanak-kanak serta anak muda. Bermacam pihak yang menayangkan infotainment harusnya bijak dalam merilis dan memilah berita-berita yang disiarkan serta menimbang sepanjang mana khasiat untuk para pemirsa serta tidak cuma melulu bertarget omzet serta rating.

## **KESIMPULAN**

Fenomena program tayangan infotainment, di Indonesia selalu menempati posisi tertinggi dalam rating yang disukai oleh masyarakat. Meskipun isi dari tayangan infotainment banyak melanggar etika jurnanisme dan kualitasnya masih dibawah standar KPI. namun tidak dapat dipungkiri bahwa selama masyarakat masih memiliki minat yang tinggi terhadap infotainment maka selama itu pula media akan menyajikan kepada masyarakat.

Dari hasil temuan data dalam penelitian ini ada beberapa simpulan berikut in:

1. Proyek infotainment memanglah proyek seksi. Infotainment dapat meraup keuntungan yang banyak, sebab terus menjadi disukai warga, hingga terus menjadi banyak iklan yang masuk
2. Produk infotainment dinilai tidak cocok dengan produk jurnalistik yang wajib menonjolkan objektivitas, factual serta leluasa opini baik dalam penyusunan ataupun siaran beritanya
3. Infotainment pula dituding selaku pemicu maraknya style kehidupan hedonisme digolongan anak muda.
4. Infoitament menyajikan tayangan yang tidak menghormati privasi selebritis, apalagi urusan privat yang diterbitkan juga terdapat kalanya tidakenuhi kaidah verifikasi.

Tetapi, terlepas dari kategorisasi infotainment selaku produk jurnalistik ataupun bukan, namun tayangan ini jelas perlu dibenahi. Alasan utama sebab penayangannya dalam medium tv yang merupakan ruang publik. Bila tidak, degradasi mutu program diprediksi kembali terjalin di tahun- tahun selanjutnya. Maksudnya, publik selamanya akan dicekoki siaran tidak bermutu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, T. N. (2012). Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8(1), 27– 35
- Dubrin, A. J. (2011). *Essentials of Management 9th ed (9th ed)*. Mason: *Essentials of Management*.
- Durham, M. G., & Kellner, D. (2006). *Media and cultural studies : keywords*. Blackwell
- Fachruddin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. (A. A. C, Ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Hadi, I. P. (2013). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.1->
- KPI. (2019). *Survei Indeks Kualitas*. Retrieved [http://www.kpi.go.id/download/penelitian/Ekspose\\_Survei\\_II\\_tahun\\_2017.pdf](http://www.kpi.go.id/download/penelitian/Ekspose_Survei_II_tahun_2017.pdf)

- Morissan. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2018). Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. *Reformasi*, 8(1), 8–14.
- West, Richard dan Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : Teori dan Aplikasi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Humanika

# MENGULIK POTRET TRANSFORMASI DIGITAL PADA SISTEM INFORMASI DESA- DESA BERLAHAN GAMBUT DI INDONESIA

Sri Astuty

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

sri\_astuty@ulm.ac.id

## Abstrak

*Desa-deso menjadi pilar kekuatan besar dalam pembangunan negara Indonesia. Pembangunan desa yang kokoh, terarah, dan terukur dengan tetap memperhatikan kearifan lokal dan budaya dalam berbagai aspek menjadi cerminan fundamental keseimbangan pembangunan yang berkeadilan. Perubahan teknologi yang menjadi isu utama dalam pembangunan tentu juga akan menyentuh pembangunan pedesaan secara menyeluruh. Hal ini sebagai fakta bahwa antara pembangunan desa dan kota haruslah memiliki sinergitas untuk saling mendukung. Transformasi digital yang menjadi bagian penting dalam kerangka pembangunan sectoral yang include bagi daerah-daerah inklusif seperti desa-deso dengan kawasan lahan gambut bahkan transformasi digital menjadi isu utama yang dibahas pada berbagai kesempatan di dunia. Tujuan kajian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis isu transformasi digital pada system informasi bagi kawasan desa-deso berlahan gambut di Indonesia. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada area lahan gambut terbesar di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literature, dokumentasi dan diperkuat dengan observasi dan wawancara. Hasil kajian menunjukkan bahwa daerah-daerah inklusif khususnya desa-deso berlahan gambut pada beberapa area masih belum terkoneksi dengan jaringan digital yang memadai, selain itu perangkat digital*

*juga masih sangat minim, sehingga akses dalam sistem informasi berbasis teknologi masih terbatas dengan sistem yang manual.*

**Kata Kunci:** *Desa-Desa Berlahan Gambut, Sistem Informasi, Transformasi Digital*

### **Abstract**

*Villages become pillars of great strength in the development of the Indonesian state. Village development that is solid, directed, and measurable while still paying attention to local wisdom and culture in various aspects is a fundamental reflection of the balance of equitable development. Technological changes which are the main issues in development will of course also touch rural development as a whole. This is a fact that change preposition rural and urban development must have a synergy to support each other. Digital transformation which is an important part of the sectoral development framework that includes inclusive areas such as villages with peatland areas and even digital transformation is a major issue discussed on various occasions in the world. The purpose of this study is to describe and analyze the issue of digital transformation in information systems for peatland villages in Indonesia. The research method uses a qualitative approach with case studies on the largest peatland areas in South Kalimantan and Central Kalimantan. Data collection techniques are carried out by studying literature, documentation and reinforced by observations and interviews. The results of the study show that inclusive areas, especially peatland villages in some areas, are still not connected to an adequate digital network, besides that digital devices are still very minimal, so that access to technology-based information systems is still limited with manual systems.*

**Keywords:** *Peatland Villages, Information Systems, Digital Transformation*

## **PENDAHULUAN**

Daerah-daerah inklusif seperti Kawasan Indonesia Timur dan area pedesaan Indonesia termasuk desa-desa dengan kondisi kawasan bergambut menjadi target dalam pembangunan desa dan pembangunan ekonomi digital. Hal ini juga sejalan dengan isu

utama pada presidensi G20 Indonesia 2022, di mana Forum G20 membahas dua arus isu yakni *Finance Track* dan *Sherpa Track*, di mana pembahasan *Sherpa Track* sendiri lebih luas tidak semata persoalan keuangan, akan tetapi include dengan pembahasan isu pembangunan. Isu prioritas yang menjadi pembahasan adalah persoalan transformasi dan ekonomi digital. Desa-desanya dalam persoalan transformasi dan ekonomi digital mendapat point strategis, sebab struktur wilayah khususnya Indonesia didominasi kawasan pedesaan lebih besar daripada kawasan perkotaan.

Pembangunan desa dengan pemikiran yang lazim terdapat, tentu sangat ingin menyamakan kondisi desa menjadi kota termasuk menjadi kawasan desa menjadi kawasan ekonomi dengan basis teknologi dengan menitikkan kemampuan dalam pemberdayaan masyarakat dalam hal mengakses dan memanfaatkan teknologi. Sistem informasi desa menjadi pintu masuk bahwa targeting pembangunan desa yang berkeadilan dapat menyentuh seluruh aspek kehidupan yang ada pada masyarakat desa. Perubahan kondisional teknologi yang dulunya berbasis manual dalam hal ini juga analog menuju perubahan pada basis digital dan tantangan terbesarnya adalah bagaimana transformasi digital dapat dirasakan masyarakat dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan pada kehidupan masyarakat desa. Transformasi digital sendiri dalam ragam definisi merupakan proses dalam menggunakan teknologi digital untuk menciptakan hal baru atau memodifikasi proses bisnis, budaya, serta pengalaman pengguna yang ada untuk memenuhi perubahan model bisnis dan kebutuhan pasar. Bahkan, munculnya konsep baru sebuah bisnis di era digital ini juga merupakan salah satu akibat dari adanya transformasi digital. Transformasi digital dianggap mampu mengubah banyak hal termasuk cara pikir dan cara pandang masyarakat khususnya di pedesaan dalam mengelola sektor kehidupan mereka dalam hal ini adalah pergelutan pertanian, perkebunan dan perikanan yang mereka geluti dengan jalur hasil-hasil tersebut diolah, dijual, dipasarkan dengan basis digital.

Transformasi digital sendiri bermula hanya untuk basis dari bisnis konvensional ke bisnis modern, tetapi perdebatan dan kemajuan ikut mengubah banyak hal, sehingga seluruh struktur organisasi memiliki tantangan untuk mampu mengubah pola dari

layanan berbasis manual berubah menjadi berbasis. Transformasi digital sebagian besar tidak lagi hanya digunakan dalam konteks bisnis, transformasi digital juga memiliki dampak pada organisasi lain seperti institusi pemerintah, lembaga publik, serta organisasi yang terlibat dalam mengatasi tantangan sosial seperti polusi, lingkungan, budaya, dan populasi dalam suatu daerah (Prasetyo, 2020; Suasih, dkk, 2022). Tentunya dengan memanfaatkan satu atau lebih dari teknologi yang sudah ada dan yang baru muncul. Maka, sebuah transformasi digital tidak hanya tentang teknologi dalam bentuk fisik saja. Sebab, transformasi digital adalah tentang nilai, pengoptimalan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat saat diperlukan melalui penggunaan teknologi dan informasi yang cerdas dan dalam konteks ini ini adalah afiliasi teknologi ke dalam sistem informasi khususnya bagi kawasan-kawasan desa yang berlahan gambut.

## **METODE**

Tulisan ini didasarkan pada penelitian kualitatif dengan studi literature dan dokumentasi diperkuat dengan teknik observasi dan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Studi literature berbasis pada berbagai kriteria pembangunan desa khususnya klasifikasi kriteria desa-desa berlahan gambut dengan kominasi dokumentasi data desa berlahan gambut. Selanjutnya dilakukan teknik observasi dan wawancara yang dilakukan kepada masyarakat dan perangkat desa yang bermukim pada kawasan gambut di Provinsi Kalimantan Selatan diwakili area Kabupaten Banjar dan Kabupaten Barito Kuala dan Provinsi Kalimantan Tengah diwakili area Kabupaten Kapuas dan Kabupaten Pulang Pisau. Dua provinsi ini menduduki area kawasan gambut yang luas dengan ragam persoalan dari hulu dan hilir atas tata kelola area kawasan bergambut di mana system informasi dengan basis teknologi digital belum menyentuh secara komprehensif. Pada umumnya desa-desa secara umum memiliki karakteristik yang sama, akan tetapi menjadi sedikit berbeda bila dilihat dari kemampuan mengembangkan pembangunan bagi desa-desa dengan kawasan lahan bergambut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penguatan Identitas dan Posisi Desa Berbasis Sistem Informasi Desa**

Identitas masyarakat di Indonesia yang masih melekat dan tercermin dari pola kebiasaan dan perilaku hidup pada masyarakat yang tinggal di pedesaan, di mana kerekatan sosio-kultural yang masih tinggi ada pada masyarakat desa. Pedesaan menjadi satu-satunya kunci identitas termasuk identitas budaya yang tersisa di tengah berbagai gempuran dan perubahan peradaban saat ini. Tetapi identitas desa dengan kemiskinan, ini juga masih identik. Beberapa pandangan menyebutkan bahwa kemiskinan di pedesaan dilihat sebagai akibat dari suatu proses pemusatan kekayaan dan kekuasaan. Ada sebagian golongan dari kaum elit desa dengan kewenangan yang dimilikinya untuk menguasai manfaat pembangunan yang ada di pedesaan. Pada sisi lainnya penyebab kemiskinan di pedesaan juga diakibatkan faktor pertambahan penduduk yang terus meningkat dan kuatnya tekanan terhadap sumber daya alam dan lingkungan.

Berbagai upaya untuk mempertahankan identitas pada berbagai desa di seluruh Indonesia, diantaranya adalah program kebijakan dari Direktorat Jenderal Pengembangan dan Pemanfaatan Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020 dengan program “Desaku Budayaku” berupaya mengembalikan dan melestarikan berbagai identitas budaya lokal yang dimiliki oleh masyarakat desa Indonesia berkolaborasi dengan perubahan teknologi. Identitas desa juga tetap dipertahankan dalam berbagai Lembaga Kementerian terkait dengan menaikkan beberapa grade pembangunan di desa. Perubahan sosial untuk ketahanan sosial desa berpacu dengan lajunya perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Meskipun tidak seluruh desa-desa di Indonesia mampu bertransformasi secara digital mengingat untuk akses suprastruktur dan infrastruktur digital belum seluruhnya mencapai desa-desa di seluruh wilayah Indonesia, namun agenda kebijakan pembangunan diarahkan pada sinergitas dan prioritas pembangunan desa secara bertahap serta diarahkan agar masyarakat terutama masyarakat desa memiliki hak akses informasi tanpa meninggalkan atau mengubah bentuk asli identitas dan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat desa.

Jumlah desa di Indonesia saat ini berkisar sekitar 74.957 desa dan berdasarkan jumlah tersebut desa-desa dibagi dengan kriteria yang berbeda-beda. Direktorat Jenderal Pembangunan Daerah Tertinggal Kementerian Desa Tertinggal PDTT (2019) membagi kriteria Desa terdiri dari Desa Sangat Tertinggal, Desa Tertinggal, Desa Berkembang, Desa Maju, dan Desa Mandiri.

Pembagian kriteria desa yang didasarkan pada Indeks Desa Membangun (IDM) sebagai potret dalam perkembangan kemandirian desa. IDM merupakan indeks komposit yang didasarkan pada indeks ketahanan sosial, indeks ketahanan ekonomi, dan indeks ketahanan ekologi dan/atau lingkungan. Dengan indeks ini desa perlu menjadi bagian pembangunan nasional yang terintegrasi dengan tidak ada pengkotakan pembangunan antara kota dan desa, urban dan rural, Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa. IDM dengan kolaborasi konteks ketahanan sosial, ekonomi dan lingkungan memposisikan bahwa harus ada penguatan gerak proses dan pencapaian tujuan pembangunan desa dan pemberdayaan masyarakat desa.

Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang telah diberlakukan, menguatkan posisi desa dan memberi peluang bagi pembangunan pedesaan menjadi lebih baik, lebih merata, berkeadilan, dan berkelanjutan. Desa dalam hal ini masyarakat desa memiliki hak dan kewajiban untuk berkontribusi dalam pembangunan desa. Masyarakat desa tidak lagi hanya menjadi sekadar objek pembangunan, tetapi juga subjek pembangunan. Pada pasal 4 huruf i disebutkan bahwa pengaturan desa dalam aturan tersebut adalah dalam kerangka untuk memperkuat masyarakat desa sebagai subjek pembangunan. Hal ini berarti bahwa pembangunan pada desa sangat membutuhkan inisiatif, prakarsa, gerakan, dan partisipasi dari seluruh stakeholder yang ada di desa terutama masyarakat desa untuk mengembangkan berbagai potensi yang ada di desa, sehingga potensi-potensi yang dikembangkan tersebut dapat bermanfaat secara bersama untuk kesejahteraan hidup masyarakat desa.

Secara prinsip Undang-Undang Desa telah memastikan posisi desa sebagai entitas yang otonom dan menjadi ujung tombak pelayanan dasar bagi warga negara. Berbagai kewenangan yang dimiliki desa dalam kerangka membangun kemandirian desa melalui

inventarisasi potensi dan revalitalisasi penataan dan pengelolaan asset desa serta sumber dana desa baik yang berasal dari APBN maupun APBD dan untuk memperkuat partisipasi masyarakat desa dalam penyelenggaraan kebijakan dan pembangunan desa. Salah satu hal yang mendasar dalam pembangunan desa adalah akses masyarakat desa terhadap informasi. Akses informasi merupakan bagian yang penting dan dalam pasal 86 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang tentang Desa menyebutkan bahwa Desa berhak mendapatkan akses informasi melalui Sistem Informasi Desa (SID) yang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, sehingga pemerintah dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota berkewajiban untuk mengembangkan Sistem Informasi Desa dan Pembangunan Kawasan Perdesaan.

Informasi menjadi bagian yang memiliki peran penting dalam setiap langkah, gerak, dan perubahan-perubahan dalam organisasi serta dalam proses pengambilan keputusan (Kumorotomo dan Margono, 2009; Suliastyowati, dkk, 2013). Informasi yang tepat, cukup, dan akurat berperan dalam menentukan kualitas keputusan yang diambil dalam menyelesaikan berbagai masalah organisasi. Selain itu sistem informasi juga tidak hanya sekadar penentu dalam kualitas pengambilan keputusan, tetapi juga menjadi bagian penting dalam pemberian efektivitas layanan organisasi kepada masyarakat (Suliastyowati, dkk, 2017). Terlebih lagi dalam keterkaitan sistem informasi desa dengan kebutuhan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa, yang berarti bahwa sistem informasi desa tidak hanya terbatas pada persoalan laporan dan surat-menyurat semata, tetapi sistem informasi desa berfungsi menjadi motivasi masyarakat desa memiliki ide-ide perubahan dan pola pikir yang terus berkembang. Untuk itu sistem informasi desa wajib didukung dengan *tools* fasilitas perangkat keras dan perangkat lunak, adanya jaringan, manajemen, organisasi, dan sumber daya manusia.

Menurut Jahja, dkk (2012) menyebutkan bahwa pada dasarnya sistem informasi desa lahir untuk merespons perkembangan lingkungannya, yang kini menjadi embrio yang mampu memberikan akselerasi tentang keterbukaan informasi publik, transparansi, dan akuntabilitas dalam tata pemerintahan desa yang baik. Sistem

informasi desa sebagai kebutuhan dalam memperbaiki kapasitas dalam menyimpan data, memanggil data dan mengolah data tentang desa dengan dilandasi prinsip efektivitas dan efisiensi. Sistem informasi desa bukan hanya sebagai *technological determinism* saja, tetapi juga ketersediaan infrastruktur dan suprastruktur dalam mendukung proses sistem informasi desa dimaksud (Jahja, dkk, 2014)

Namun demikian, fakta di lapangan sistem informasi desa ini masih belum merupakan hal yang mendesak dan dianggap penting sebagaimana kode dalam UU Desa, masih terdapat berbagai tumpang tindih regulasi dan kewenangan, bahkan dalam beberapa derajat tertentu dianggap “mengancam” kekuasaan pemerintah di atasnya. Masih terdapat ego sektoral yang menyumbang buruknya kinerja organisasi publik dalam membangun kebijakan yang dapat menguntungkan bagi masyarakat, dalam hal ini masyarakat desa (Rahayu, dkk, 2016). Hal ini dikuatkan untuk dapat mendukung sistem informasi desa, belum seluruh desa-desa di Indonesia terjangkau fasilitas dan akses informasi melalui internet. Pembangunan *hole “back bone”* atau dalam istilah lain tol langit Palapa Ring sebagai tulang punggung serat optik nasional secara bertahap, di mana terdapat tiga ruas *back bone* Palapa Ring Barat, Palapa Ring Tengah, dan Palapa Ring Timur sepanjang 36.000 km yang terdiri atas tujuh lingkaran kecil serat optik untuk wilayah Sumatera, Jawa, Kalimantan, Nusa Tenggara, Papua, Sulawesi, dan Maluku terhubung untuk 34 Provinsi dan 514 Kabupaten/Kota (Kominform, 2019). Namun demikian secara keseluruhan belum menjangkau seluruh pelosok wilayah Indonesia terutama daerah-daerah pedesaan, sehingga akses dan layanan informasi bagi masyarakat sampai saat ini masih terkendala jaringan internet dan komunikasi.

### **Desa Berekosistem Gambut Bertransformasi Digital, bisakah?**

Sebelum ada aplikasi Sistem Informasi Desa (SID) berbasis teknologi komputer, beberapa sistem informasi yang ada di desa-desa Indonesia beragam dengan menggunakan media komunikasi dan komunikasi sosial lainnya, misalnya laporan keuangan desa maupun APBDes dilaporkan perangkat desa dengan menggunakan publikasi dengan cara menempel laporan, membuat baliho-baliho

dalam ukuran besar pada tempat-tempat yang dinilai strategis, bahkan hingga saat ini strategi ini juga masih dominan diandalkan dan terus berlangsung (Rianto, dkk, 2017; Wardoyo, 2015). Pertanyaan besarnya jika sudah ada aplikasi SID, apakah masyarakat desa setempat dapat mengaksesnya? Pertanyaan mengakses ini menjadi pertanyaan lainnya seberapa besar kemampuan literasi digital yang dimiliki oleh masyarakat desa di seluruh Indonesia sehingga aplikasi SID dapat diterapkan? Apakah arah dan kebijakan pembangunan mendukung untuk mengdiseminasikan hal tersebut melalui berbagai perencanaan yang tepat maupun *social engineering* lainnya?

Secara umum Kementerian PPN/Bappenas (2020) menyebutkan bahwa arah dan kebijakan pembangunan sebagaimana tertuang RPJMN 2020-2024 terdapat 7 agenda pembangunan yaitu: (1) ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan berkualitas; (2) pengembangan wilayah untuk mengurangi kesenjangan; (3) SDM berkualitas dan berdaya saing; (4) Revolusi mental dan pembangunan kebudayaan; (5) Infrastruktur untuk ekonomi dan pelayanan dasar; (6) Lingkungan hidup, ketahanan bencana, dan perubahan iklim; dan (7) Stabilitas Polhukhankam dan transformasi. Ke-7 agenda pembangunan tersebut dengan alur pikir yaitu dilaksanakan melalui transformasi ekonomi dengan rata-rata pertumbuhan 6% per tahun dan wilayah sebagai basis pembangunan, dengan memperhatikan atau mempertimbangkan kondisi lingkungan hidup dan kerentanan bencana. Hal tersebut juga perlu didukung dengan kondisi SDM yang berkualitas dan berdaya saing, revolusi mental menyeluruh dan pembangunan kebudayaan serta pembangunan infrastruktur. Untuk bisa terlaksana setidaknya dengan persyaratan kondisi polhukhankam harus kondusif yang meliputi penyederhanaan regulasi, penyederhaan birokrasi dan stabilitas politik pertahanan keamanan. Arah dan kebijakan pembangunan yang berkaitan dengan lingkungan dengan salah satu prioritas pada kawasan lahan gambut.

Kebijakan pengelolaan lahan gambut dalam RPJMN 2020-2024 disusun dalam program dan kegiatan prioritas melalui proyek PN dan K/L untuk peningkatan kualitas lingkungan hidup dan pembangunan rendah karbon dengan melakukan berbagai program diantaranya pencegahan pencemaran dan kerusakan sumber daya alam dan lingkungan hidup, pemulihan pencemaran kerusakan

sumber daya alam dan lingkungan hidup serta pemulihan lahan berkelanjutan. Untuk pemantauan kinerja pengelolaan lingkungan pada usaha dan/atau kegiatan dengan jumlah usaha dan/atau kegiatan yang memenuhi persyaratan pemulihan ekosistem gambut (300 unit usaha/kegiatan). Dalam pencegahan kebakaran lahan dan hutan dilakukan pembentukan desa mandiri peduli gambut di 7 provinsi prioritas restorasi gambut dengan jumlah target sebanyak 75 desa. Selanjutnya juga dilakukan pembentukan desa mandiri peduli gambut di 12 provinsi dengan target 60 desa. Untuk restorasi dan pemulihan lahan gambut, maka luas lahan gambut yang difasilitasi restorasi gambut pada 7 provinsi rawan kebakaran hutan sekitar 300.000 ha dan luas lahan gambut yang dipulihkan dari degradasi target 35.000 ha dan hal tersebut juga menjadi target dalam pemulihan lahan berkelanjutan dilakukan dengan restorasi dan pengelolaan lahan gambut.

Berdasarkan peta sebaran lahan gambut Kementerian Pertanian (2012) dan peta kawasan hutan KLHK (2019) bahwa sebaran desa bergambut yang masih memiliki kawasan hutan sebanyak 1.955 dan yang non kawasan hutan sebanyak 2.039 dengan total sebanyak 3.994 tersebar di wilayah 16 provinsi yaitu: Riau, Papua, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Aceh, Papua Barat, Sumatera Selatan, Jambi, Sumatera Utara, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Bangka Belitung, Lampung, Sumatera Barat, Bengkulu, dan Kepulauan Riau.

Luas lahan gambut di Indonesia sebagaimana merujuk pada peta lahan gambut yang dikeluarkan BBSDLP Kementan 2011 sebesar 14,9 juta ha. Luas target restorasi gambut 2016- 2020 mengacu pada Renstra BRG sebesar 2,4 Juta ha. Sementara 12,9 juta ha terdapat pada luas lahan gambut pada 7 provinsi prioritas untuk restorasi sebagaimana terdapat dalam SK Ka BRG No.05/BRG/KPTS/2016 tentang Peta Indikasi Restorasi Gambut. Kebijakan restorasi gambut dengan melakukan 3R yaitu *Rewetting*, *Revegetasi*, dan *Revitalisasi*, maka realisasi restorasi gambut sampai dengan 2019 seluas 778.181 ha dan luas lahan gambut terdegradasi yang

difasilitasi restorasi gambut dan dipulihkan hingga 2024 seluas 1,6 juta ha (Badan restorasi Gambut, 2020).

Selanjutnya berdasarkan hasil pembangunan desa khususnya

pada ekosistem gambut pada berbagai kasus desa-desa yang dikelola oleh Badan Restorasi Gambut pada 7 Provinsi yang ada di Indonesia pada data berikut masih menunjukkan bahwa sebagian desa-desa dengan wilayah bergambut masih didominasi ketertinggalan dan sebagian berkembang menuju perbaikan. Ketertinggalan ini diantaranya dari sisi ketahanan sosial, ekonomi dan lingkungan belum terpenuhi diantaranya juga rendahnya akses informasi untuk partisipasi masyarakat.

**Tabel 1. Kategori Indeks Desa Membangun pada 7 Provinsi Prioritas Lahan Gambut**

Provinsi	Sangat Tertinggal		Tertinggal		Berkembang		Maju		Mandiri	
	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM	IDM
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Riau	-	-	36	27	38	46	2	3	-	-
Jambi	3	-	13	11	11	16	4	4	-	-
Sumatera Selatan	5	-	35	16	13	37	-	-	-	-
Kalimantan Barat	3	-	30	15	19	26	4	12	-	3
Kalimantan Tengah	9	6	38	31	32	35	1	8	-	-
Kalimantan Selatan	6	2	23	21	4	10	-	-	-	-
Papua	1	1	3	3	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>178</b>	<b>124</b>	<b>117</b>	<b>170</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

Sumber: Badan Restorasi Gambut, 2020

Desa dengan ekosistem gambut memiliki persoalan yang lebih unik dan kompleks. Selain dihadapkan pada persoalan lingkungan, tetapi seluruh desa-desa dengan lahan gambut juga dihadapkan pada persoalan implementasi pembangunan dan tata kelola pemerintahan desa yang akurat yang salah satunya dapat diukur melalui ketersediaan SID yang memadai. Hal ini dilihat dari sejumlah data di atas bahwa sampai dengan tahun 2019 hanya terdapat 27 desa maju dan 3 desa

yang telah berstatus sebagai desa mandiri, sedangkan desa yang sangat tertinggal dan tertinggal masih cukup tinggi meskipun jumlah desa berkembang juga meningkat. Tentu dari data ini dapat dipastikan beberapa kriteria desa dengan kondisi wikayah bergambut masih belum mampu untuk bisa bertransformasi secara digital dalam waktu dekat baik secara infrastruktur maupun dari sumber daya manusia yang ada di desa, setidaknya proses waktu 2-5 tahun ke depan, desa-desa sangat tertinggal dan tertinggal akan mampu menjadi desa berkembang dan maju. Secara real desa-desa berlahan gambut dengan kriteria sangat tertinggal dan tertinggal sebanyak 132 desa belum dapat memanfaatkan bahkan belum mengembangkan SID dengan baik. Prioritas pengembangan SID yang terintegrasi meliputi SDM, manajemen, informasi, sistem, dan organisasi perangkat desa menjadi bagian yang penting untuk menggerakkan partisipasi masyarakat desa, sehingga desa-desa pada lahan gambut ini dapat memenuhi target dalam 7 agenda pembangunan 2020-2024.

SID dalam mendukung transformasi desa gambut digital setidaknya dilakukan dengan *social engineering expected* kombinasi komunikasi partisipatoris. Dalam melakukan perencanaan komunikasi pembangunan desa, maka menempatkan strategi *social engineering expected* dengan kombinasi partisipatoris menjadi skala prioritas awal agar keberhasilan SID di kawasan lahan gambut dapat diimplementasikan (Cangara, 2013; Hamijoyo, 2005) dengan memperhitungkan langkah-langkah yang harus dilakukan secara tepat, terencana, dan terukur. Hal ini agar target pengelolaan lahan gambut dalam kerangka mencegah kebakaran hutan dan menjaga tinggi muka air tanah gambut dapat terpenuhi. Untuk itu, maka ada keharusan bersama dari pemerintah pusat, pemerintah daerah kabupaten/kota, dan pemerintah desa sendiri untuk melakukan point penting diantaranya dengan tata kelola industri kelapa sawit, peningkatan produksi pertanian dalam hal ini tanaman nanas lebih tepat untuk lahan gambut, dan meningkatkan produk konsumsi lokal. Langkah-langkah monitoring dan evaluasi pelaksanaan 3R, pengurangan tingginya resiko kebakaran hutan dan lahan yang berasal dari industri dan meningkatkan partisipatif masyarakat dalam memanfaatkan lahan gambut yang lebih ramah lingkungan.

## **KESIMPULAN**

Kesiapan desa untuk bertransformasi digital dalam sistem informasi desa khususnya kawasan desa dengan lahan bergambut perlu perhitungan yang tepat, terencana, dan terukur, mengingat sebagian wilayah masih berstatus sebagai desa yang tertinggal, sehingga belum terakses jaringan digital dengan baik. Selain itu struktur geografis desa-desa berlahan gambut dengan tingkat resiko bencana seperti mudahnya lahan terbakar membutuhkan tata kelola desa yang komprehensif dari berbagai pihak, sehingga transformasi digital dalam sistem informasi desa bagi kawasan desa-desa berlahan gambut masih harus terus menjadi prioritas untuk penyediaan infrastruktur dan sumber daya manusia yang memadai untuk mendukung klasifikasi pembangunan yang merata dan berkeadilan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. (2013). Perencanaan dan Strategi komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hamijoyo, Santoso.S. (2005). Komunikasi Partisipatoris: Pemikiran dan Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat. Bandung: Humaniora.
- Jahja, Rangoaini, Haryana, Diana Mariana & Meldi Rendra. (2012). Sistem Informasi Desa: Sistem Informasi dan Data untuk Pembaruan Desa. Yogyakarta: Combine Resource Institution-Yayasan Tifa.
- Jahja, Rangoaini, Bambang Herry & M.Afandi. (2014). Buku Pintar Sistem Administrasi Desa dan Kelurahan. Yogyakarta: CRI
- Kumorotomo, Wahyudi, Subandono, Agus Margono. (2009). Sistem Informasi Manajemen dalam Organisasi-Organisasi Publik. Cetakan keenam. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Prasetyo, Rendro. (2020). Peran Pemerintah Daerah dalam Akselerasi Transformasi Digital Industri Kecil dan Menengah. Jurnal IPTEK-KOM, Volume 22, Nomor 1, Juni 2020, h.59- 75.
- Rahayu, Bayu Wahyono, Engelbertus Wendratama, Amir Effendi Siregar, Iwan Awaluddin Yusuf, Novi Kurnia, Puji Rianto & Wisnu Martha Adiputra. (2016). Membangun Sistem

Komunikasi Indonesia: Terintegrasi, Adaptif, dan Demokratis.  
Yogyakarta: PR2Media dan Yayasan Tifa

- Rianto, Puji, S. Bayu Wahyono, Novi Kurnia, Wisnu Martha Adiputra, Engelbertus Wendratama & Intania Poerwaningtias. (2017). Sistem Informasi Desa dan Akses Informasi. Yogyakarta: PR2Media, Friedrich Ebert Stiftung & Kementerian Bidang Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan RI.
- Sulistiyowati, Fadjarini & Dibyorini MC Candra Rusmala. (2013). Partisipasi Warga terhadap Sistem Informasi Desa. Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 1, Juli 2013, h.579-587
- Sulistiyowati, Fadjarini, Dibyorini, MC Candra Rusmala & Tyas B. Harisaptaning. (2017). Pelembagaan Partisipasi Masyarakat sebagai Upaya Implementasi Sistem Informasi Desa. Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Volume 2, Nomor 2, Januari 2017, h.215-224.
- Suasih, NNR, Wijaya PT, Yudha, IMEK. (2022). Keyfactors Transformasi Digital UMKM (Pendekatan Analisis MICMAC pada UMKM di Bali). Jurnal Akutansi dan Pajak, Volume 22(02), 2022, 1061.
- Wardoyo, Bahrin. (2015). “Dari Desa Tertinggal Menuju Desa Digital” dalam Jainu, dkk. Desa Berbagi Cerita: Berdaya dengan Sistem Informasi Desa. Yogyakarta: Combine Resource Institution, Hivos-SEATTI & Ford Foundation.
- <https://www.kemdikbud.go.id>, akses 29 Agustus 2020 <https://www.bappenas.go.id>, akses 29 Agustus 2020 <https://www.kominfo.go.id>, akses 29 Agustus 2020 <https://www.brg.go.id>, akses 29 Agustus 2020.

# **KONVERGENSI MEDIA SEBAGAI DAMPAK TERJADINYA DIGITALISASI DAN PRAKTIKNYA PADA MEDIA INDONESIA**

## ***MEDIA CONVERGENCE AS THE IMPACT OF DIGITALIZATION AND ITS PRACTICES ON INDONESIAN MEDIA***

**Kartika Ratri**

Universitas Indonesia, Jakarta

kartikaratri@gmail.com

### **Abstrak**

*Munculnya digitalisasi, di mana adanya perubahan dalam penyampaian informasi secara analog ke dalam bentuk digital, memberikan dampak terhadap teknologi dan industri komunikasi. Salah satu dampaknya adalah berkembangnya tren penggabungan berbagai bentuk media yang dapat dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan, yang disebut dengan istilah Konvergensi. Selain sebagai dampak dari terjadinya digitalisasi, Konvergensi juga dapat dikatakan sebagai suatu strategi guna memberikan kualitas yang lebih baik bagi khalayak dalam mengonsumsi media. Dengan metodologi literatur review dan pendekatan kualitatif, penelitian ini memberikan beberapa definisi terkait Konvergensi sebagai dampak dari perubahan yang terjadi di era digital, juga memberikan contoh dari praktik Konvergensi yang terjadi pada media di Indonesia. Konvergensi, khususnya pada teknologi dan industri komunikasi yaitu Konvergensi Media, dapat merujuk pada penggabungan berbagai bentuk media secara teknologis, penggunaan beragam jenis media platform, dan juga dapat diartikan sebagai penggabungan industri-industri media. Praktik Konvergensi Media di Indonesia*

dapat dilihat dalam studi kasus: Radio (Swaragama FM, Geronimo FM dan Prambors Radio).

**Kata Kunci:** Digitalisasi, Indonesia, Konvergensi Media

### **Abstract**

*The emergence of digitalization, which means a change in the transmission of information from analog to digital, has an impact on the technology and communication industry. One of them is the trend of combining various forms of media that can be consumed at the same time, which is called Convergence. Despite its an impact of digitalization, Convergence itself could be a strategy to give a better quality of media consumption for audience This research conducted a literature review and a qualitative approach, describes the definition of Convergence as an impac of the changes during digital era, also metioned some practices in Indonesia. Convergence, especially in the technology and communication industry called as Media Convergence, can refer to the combination of various forms of media technologically, the uses of various media platforms, and the incorporation of media industries. The practice of Media Convergence in Indonesia can be seen in a case study: Radio (Swaragama FM, Geronimo FM and Prambors Radio).*

**Keywords:** Digitalization, Indonesia, Media Convergence.

## **PENDAHULUAN**

Revolusi Komunikasi telah terjadi di era globalisasi. Dalam (Behringer, 2006), revolusi komunikasi dilihat sebagai transformasi struktural yang memasukkan beragam seri revolusi-revolusi media, yang masing-masing revolusi memberikan perubahan yang sangat besar, yang menghasilkan dalam perubahan ekonomi, politik, dan budaya, serta dalam kursus globalisasi bagi seluruh masyarakat di dunia. Revolusi-revolusi media ini pada sifatnya terhubung kepada fitur-fitur khusus yang ada dalam infrastruktur sistem komunikasi.

Pada dasarnya dengan adanya perubahan media (revolusi), maka muncul dampak yang terjadi bagi manusia. Dalam (McLuhan, 1964) dikatakan bahwa “The Medium is The Message”, bahwa dampak-dampak personal dan sosial dari media apapun itu tak lain

berasal dari temuan baru (perubahan media) yang dikenalkan ke dalam hidup manusia. Media merupakan pesan, karena penggunaan media yang sama dapat memiliki konten yang berbeda bagi tiap aktifitas yang dilakukan dengan media tersebut. Sehingga, media-lah yang membentuk dan mengawasi skala dan bentuk dari hubungan dan tindakan manusia.

Salah satu karakteristik media yang diungkap oleh (McLuhan, 1964) bahwa setiap konten media selalu merupakan media lainnya. Contohnya konten dalam menulis adalah pidato, konten dalam surat cetak adalah tulisan, dan surat cetak adalah konten dari telegraf. Sehingga, yang perlu diperhatikan adalah pesan dari setiap media atau teknologi adalah skala perubahan pola atau perubahan kecepatan yang dikenalkan ke dalam kehidupan manusia.

Perubahan-perubahan yang terjadi karena adanya Revolusi Komunikasi tersebut didasari oleh digitalisasi yang terjadi secara global. Istilah “Digital” merujuk pada teori yang digagas oleh Claude Shannon (1949) dalam *The Mathematical Theory of Communication*, dalam (Cole, 1997) Shannon memberikan usulan dalam mengukur informasi dalam konten sebuah pesan dengan cara yang objektif. Informasi merupakan fungsi di mana pengirim pesan (sender) memilih satu pesan dari seperangkat pesan-pesan alternatif, setiap alternatif memiliki probabilitas yang ditetapkan sebelum pemilihan. Pesan dengan konten informasi yang tinggi adalah pesan yang memiliki kemungkinan untuk dipilih yang rendah dibandingkan dengan alternatif yang lainnya.

Dalam teorinya tersebut, Shannon (1948) dalam (Cole, 1997), ketika sender memilih suatu pesan dari seperangkat alternatif, lalu mentransmisikan ke orang lain, akan muncul setidaknya dua kemungkinan. Semua informasi dapat diubah ke dalam transmisi, bit, dan encode.

Proses mengubah informasi ini ke dalam bentuk digit ini dapat disebut sebagai digitasi, karena dalam (Gobble, 2018) digitasi merupakan proses merubah secara langsung informasi analog ke digital, merubah kertas ke dalam bit, seperti contohnya adalah melakukan scan dokumen atau mengunggah rekaman suara.

Dalam (Gobble, 2018) digitasi juga seringkali merekam proses Bergeraknya suatu perubahan manual ke digital, menggantikan dokumen-dokumen ke dalam versi online yang berjalan secara langsung ke basis data. Selain itu, digitasi juga merujuk pada penggunaan teknologi digital atau informasi yang terdigitasi, untuk membentuk dan memelihara nilai dalam cara yang baru.

Sedangkan dalam (Gobble, 2018) digitalisasi didefinisikan sebagai tujuan dari perubahan informasi analog ke digital (digitasi). Sehingga yang dimaksud dengan digitalisasi adalah ketika perubahan informasi dari analog ke digital (digitasi) digunakan untuk mengantisipasi dan mencegah terjadinya kegagalan, untuk mengoptimalkan suatu program, dan untuk meningkatkan produk.

Dalam (Jayanti, 2014), Konvergensi Media dikatakan berkembang semenjak adanya internet dan digitalisasi informasi. Konvergensi Media yang dimaksud adalah Konvergensi yang merujuk pada proses penyatuan 3C yaitu Computing (proses memasukkan data melalui komputer), Communication (komunikasi), dan Content (konten atau isi). Sehingga dengan adanya digitalisasi, di mana adanya perubahan media analog ke media digital maka memberikan dampak penggabungan-penggabungan media yang saat ini bisa kita katakan sebagai Konvergensi.

Istilah Konvergensi pertama kali dipresentasikan oleh Nicholas Negroponte (1977) dalam (Fidler, 2003) yang melihat di Konvergensi sebagai suatu konsep di mana berbagai bentuk dan teknologi media dapat digunakan secara bersamaan, dengan cara menggabungkan teks dan gambar serta klip video dan audio, yang memungkinkan adanya hubungan dan terbukanya akses terhadap informasi melalui jaringan secara global.

Sedangkan menurut (Gemiharto, 2015) Konvergensi Media merupakan kegiatan penggabungan atau penyatuan saluran-saluran komunikasi massa, seperti media cetak, radio, televisi, internet, bersama dengan teknologi-teknologi portabel dan interaktifnya, melalui berbagai platform yang ditampilkan ke dalam bentuk digital.

Dalam (Jenkins, 2001) Konvergensi Media di ilustrasikan ketika adanya gagasan industri bahwa media dapat melebur menjadi satu, di mana khalayak akan mendapatkan seluruh berita dan hiburan

dari satu kotak tertentu. Ilustrasi ini terbantahkan karena tidak tepat dalam menggambarkan Konvergensi sebenarnya. Pada dasarnya menurut (Jenkins, 2001) Konvergensi Media merupakan suatu proses yang muncul dan memiliki titik temu diantara berbagai bagian teknologi, industri, konten, khalayak, media, yang tidak merupakan bentuk dari satu kotak yang dapat menguasai seluruh media.

Jon Pavlik dan Shawn McIntosh (2011) dalam (McMullan, 2017) menyebutkan istilah “Konvergensi teknologis” yang merujuk pada tipe-tipe media tertentu, seperti media cetak, audio, dan video, yang semuanya menggabungkan diri ke dalam bentuk-bentuk media digital. Lalu, dilanjutkan dengan pendapat Sola Pool, bahwa Konvergensi teknologis juga dapat dikatakan sebagai suatu proses serupa, yang terasosiasi dengan perkelanan ke medium elektrik.

Dalam (McMullan, 2017), dengan adanya Konvergensi teknologis maka digunakan istilah baru “Media Baru”. Namun istilah ini tidak hanya untuk mendeskripsikan munculnya artefak, mekanik, dan medium elektrik. Melainkan, berakar dari praktik-praktik, gagasan-gagasan, dan pengaturan-pengaturan sosial yang berasal dari digitasi. Menurut (McMullan, 2017), istilah “media baru” secara umum merujuk pada perubahan-perubahan revolusioner dalam bentuk ekspresi manusia dan komunikasi tertentu bagi setiap dasar teknologi.

Sehingga, dapat dikatakan bahwa media baru merupakan teknologi baru, yang memberikan dampak perubahan dan ketegangan yang dialami oleh manusia ketika munculnya teknologi komunikasi yang baru. Di mana pengalaman-pengalaman tersebut terikat dalam setiap kemunculan dasar teknologi tertentu.

Namun memahami Konvergensi tidak selalu dalam pandangan teknologis, hal ini terbantahkan ketika (Jenkins, 2004) mengungkapkan bahwa Konvergensi merupakan hal yang lebih dari sekedar perubahan teknologis. Karena Konvergensi merubah hubungan-hubungan diantara teknologi, industri, pasar, aliran, dan juga khalayak. Sehingga, konvergensi merujuk pada suatu proses bukan sebagai titik akhir.

Memandang Konvergensi sebagai suatu proses, bukan sebagai titik akhir juga memberikan pandangan lain dalam melihat perubahan

media. Menurut (Jenkins, 2001) bahwa dengan adanya Konvergensi, perubahan dari media lama ke media baru bukan merupakan titik akhir, yang berarti bahwa media lama masih tetap digunakan atau dikatakan dengan “media lama tidak akan pernah mati”. Karena ketika suatu media terbentuk, maka media tersebut akan terus menjadi bagian dari ekosistem media.

Dalam (Gemiharto, 2015), istilah “Konvergensi” sering menimbulkan kebingungan karena istilah ini banyak digunakan untuk merujuk ke berbagai definisi yang berbeda. Sehingga, muncul pertanyaan bahwa apa yang sebenarnya dimaksud dengan Konvergensi ?

Sebagai suatu negara yang menjadi bagian di dunia, Indonesia tidak lepas dari proses globalisasi yang terjadi secara merata di seluruh negara di dunia. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya dalam (Behringer, 2006) bahwa Revolusi Komunikasi juga menghasilkan perubahan khususnya pada globalisasi yang berdampak pada seluruh masyarakat di dunia. Sebagai dampak dari Revolusi Komunikasi, apakah Konvergensi juga terjadi di Indonesia?

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan beragam definisi dari Konvergensi dan mendeskripsikan Konvergensi yang terjadi di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif. (Neuman, 2014), paradigma interpretif memperhatikan pada bagaimana orang-orang berinteraksi dan berhubungan satu sama lain yang dilakukan dengan cara melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian dalam latar alamiah untuk mendapatkan pemahaman dan interpretasi tentang bagaimana membentuk dan mempertahankan dunia sosial. Paradigma interpretif dapat dikatakan sebagai analisis sistematis terhadap “meaningful social action”, yang merujuk pada tindakan sosial dalam latar sosial di mana orang-orang terikat secara subjektif sehingga memiliki makna.

Dengan menggunakan paradigma interpretif, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian

kualitatif. Penelitian kualitatif dalam (Neuman, 2014) merupakan penelitian yang menggunakan strategi dan teknik pengumpulan data dengan soft data seperti kata, kalimat, foto, dan simbol. Selain itu, penelitian kualitatif juga bergantung pada prinsip-prinsip ilmu interpretif dan ilmu kritis, yang membicarakan tentang kasus-kasus, konteks, dan budaya. Penekanan dalam penelitian kualitatif adalah membentuk penjelasan-penjelasan yang mendetail dari kasus-kasus tertentu yang muncul secara alamiah di kehidupan sosial.

Paradigma interpretif digunakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini melihat makna dari Konvergensi Media dianggap sebagai aspek yang terpenting dalam realita sosial. Selain bertujuan untuk mendeskripsikan makna dari Konvergensi Media, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan strategi dan pengumpulan data pada soft data yang berupa kata dan kalimat yang peneliti dapatkan dari penelitian-penelitian terdahulu melalui jurnal-jurnal yang telah terpublikasi. Sesuai dengan penekanan dalam pendekatan kualitatif, maka penelitian ini juga memberikan deskripsi tentang kasus-kasus Konvergensi Media yang terjadi di Indonesia.

Dalam (Neuman, 2014), proses mendeskripsikan dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan dua jenis interpretasi. Namun penelitian ini menggunakan “first-order interpretations”, yakni interpretasi berasal dari sudut pandang objek penelitian. Sehingga, penelitian ini mendeskripsikan makna Konvergensi Media dan mendeskripsikan kasus-kasus Konvergensi Media di Indonesia dengan menggunakan sudut pandang dari objek penelitian.

Dengan paradigma interpretif dan pendekatan kualitatif, maka penelitian ini menggunakan metode literature review. Dalam (Methodology of The Literature Review, n.d.), literature review merupakan suatu metode karena menggunakan suatu susunan strategi dan prosedur dalam mengidentifikasi, merekam, memahami, membentuk makna, mengirimkan informasi dari suatu topik yang terpilih. Penelitian ini menggunakan literature review untuk mengidentifikasi, memahami, membentuk makna, lalu mendeskripsikannya untuk mengirimkan informasi ke dalam bentuk penelitian dari topik Konvergensi Media dan kasus-kasus nya di Indonesia.

Dalam (Methodology of The Literature Review, n.d.), penelitian yang menggunakan literature review akan membentuk dua pemikiran yakni: studi tentang pengetahuan terdahulu (review of literature) dan penelitian utama yang dibangun oleh peneliti dengan menanamkan literature review ke dalam penelitiannya. Penelitian ini sebagai literature review, maka metodologi yang digunakan adalah dengan melakukan studi terhadap pengetahuan terdahulu.

Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah conceptual framework, dalam (Methodology of The Literature Review, n.d.) berbeda nya kerangka berpikir teoritis, di mana kerangka konseptual adalah suatu argumen dari konsep-konsep yang dipilih dalam penelitian dan hubungan-hubungan diantara konsep-konsep tersebut, untuk dilakukan investigasi.

Dalam metodologi literature review, terdapat 7 langkah dalam 3 fase yang dilakukan untuk membentuk penelitian (Methodology of The Literature Review, n.d.). Pada Fase pertama, yakni eksplorasi, langkah pertama yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah mengeksplorasi kepercayaan-kepercayaan dan topik-topik dari masalah penelitian. Penelitian ini melakukan eksplorasi terhadap topik perkembangan atau perubahan media secara umum di situs jurnal internasional diantaranya menggunakan Google Scholar ([scholar.google.co.id](http://scholar.google.co.id)) dan Perpustakaan Elektronik Universitas Indonesia ([remote-lib.ui.ac.id](http://remote-lib.ui.ac.id)).

Selanjutnya, pada tahap kedua peneliti mengeksplorasi basis data informasi-informasi yang berpotensi, dan ketika basis data yang sesuai telah teridentifikasi, peneliti mencari basisdata ini untuk mengeksplorasi tentang topik dan untuk mengidentifikasi istilah-istilah kunci untuk memfokuskan penelitian. Penelitian ini memilih istilah kunci Konvergensi Media sebagai fokus dari penelitian. Sehingga, objek penelitian dalam penelitian ini adalah Konvergensi Media dan praktik Konvergensi Media di Indonesia.

Setelah melakukan eksplorasi terhadap basis-basis data, di tahap ketiga peneliti melakukan penyimpanan dan pengelolaan terhadap informasi. Peneliti menyimpan seluruh jurnal yang terkait dengan topik Konvergensi Media dan menambahkan praktik-praktik Konvergensi Media yang terjadi khususnya di Indonesia

Tahap keempat adalah selecting atau deselecting information, sehingga pada tahap ini peneliti melakukan pemilihan dan juga pemisahan jurnal-jurnal yang telah disimpan oleh peneliti. Peneliti menggunakan software Mendeley untuk menyimpan seluruh jurnal yang terpilih, yang akan menjadi referensi dalam penelitian ini.

Terakhir, tahap kelima adalah memperluas penelitian untuk memasukkan satu atau lebih referensi. Penelitian ini menambahkan beberapa jurnal/buku yang membahas topik Digitalisasi, Media, dan Media Baru/“New Media” yang digunakan oleh peneliti sebagai latar belakang penelitian, karena kedua topik tersebut berhubungan dengan topik Konvergensi Media.

Selanjutnya, pada fase interpretasi penelitian, penelitian akan melakukan tahap ke-enam yakni menganalisis dan mempersatukan informasi-informasi yang telah dikumpulkan dalam fase sebelumnya. Bagian akhir dari penelitian, tahap ke-tujuh dalam penelitian adalah mempresentasikan hasil penelitian, yang dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menulis kesimpulan dan melakukan submisi ke publikasi jurnal.

Dalam (Neuman, 2014), populasi dalam penelitian adalah gagasan abstrak dari suatu kelompok besar dari beragam kasus-kasus di mana peneliti menggambarkan suatu sample, di mana hasil penelitian dari suatu sampel digeneralisasikan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh informasi yang memberikan deskripsi Konvergensi Media dan informasi yang menggambarkan praktik-praktik Konvergensi Media di Indonesia. Sedangkan sampel menurut (Neuman, 2014) merupakan seperangkat kecil dari kasus-kasus di mana peneliti pilih dari suatu kelompok yang besar dan mengeneralisasikan ke populasi.

Namun, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka populasi tidak tergeneralisasikan oleh sampel yang dipilih oleh penelitian. Makna Konvergensi Media dari jurnal-jurnal yang terpilih oleh peneliti dalam penelitian ini tidak berlaku bagi istilah Konvergensi Media secara umum, melainkan peneliti hanya mendeskripsikan makna-makna Konvergensi dari jurnal-jurnal yang terpilih untuk menunjukkan keberagaman makna Konvergensi Media dari berbagai ahli. Selain itu, makna bersifat subjektif sehingga tidak dapat diberlakukan secara umum (objektif).

Praktik-praktik Konvergensi Media di Indonesia yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini tidak bertujuan untuk mengeneralisasikan seluruh kasus Konvergensi Media yang terjadi di Indonesia. Melainkan, penelitian ini menggambarkan beragam praktik-praktik Konvergensi Media di Indonesia yang menjadi sebagian kecil dari seluruh praktik-praktik Konvergensi Media di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konvergensi Teknologis**

Berbagai ahli memberikan pendapat tentang definisi Konvergensi Media, salah satunya adalah Henry Jenkins. Dalam (Jenkins, 2001) Konvergensi Media adalah suatu proses yang muncul dan memiliki titik temu diantara berbagai bagian teknologi, industri, konten, khalayak, media, yang tidak merupakan bentuk dari satu kotak yang dapat menguasai seluruh media.

Dalam (Jenkins, 2001) dengan Konvergensi Media, adanya perkembangan yang pesat dari channel-channel dan meningkatnya komputasi dan komunikasi. Kondisi ini memasuki era di mana media akan tersedia di manapun, dan manusia dapat menggunakan beragam jenis media yang terhubung satu sama lain. Selain itu, manusia akan mengembangkan keterampilan-keterampilan yang baru untuk mengelola informasi, untuk memahami struktur-struktur yang baru dalam mentransmisi informasi dari berbagai channel, dan memahami genre-genre kreatif baru yang memanfaatkan potensi-potensi dari struktur-struktur informasi yang baru tersebut.

Definisi yang diungkap oleh Jenkins (2001) ini mengacu pada perspektif suatu proses perubahan media yang berdampak pada perubahan kehidupan manusia. Istilah “proses” yang digunakan oleh Jenkins memberikan makna bahwa Konvergensi Media ini merupakan aktifitas yang terjadi terus-menerus, sehingga perubahan media tidak akan berhenti untuk melakukan perubahan. Pengertian ini sama seperti yang ditekankan dalam (McMullan, 2017) bahwa semua media pernah menjadi “Media Baru”. Sehingga, setiap media dengan fungsi tertentu akan melakukan pembaharuan terus-menerus, tidak akan berhenti pada titik tertentu.

Jenkins (2001) juga mendefinisikan Konvergensi Media dengan adanya titik temu diantara berbagai bagian teknologi, industri, konten, khalayak, media. Definisi ini memberikan pengertian bahwa Konvergensi Media merupakan proses di mana adanya penggabungan dari berbagai bagian yang memiliki irisan (titik temu). Sehingga setiap media yang mengalami Konvergensi, maka akan merepresentasikan teknologi, industri, konten, dan khalayak tertentu.

Dalam (Jenkins, 2004) titik temu diantara berbagai bagian teknologi ini diilustrasikan dengan medium telepon seluler. Di mana telepon seluler tidak hanya alat telekomunikasi semata, melainkan telepon seluler dapat digunakan untuk bermain games, mengundung informasi dari internet dan menerima atau mengirim foto atau pesan teks. Namun, fungsi-fungsi yang beragam ini juga dapat ditemukan di alat-alat medium lainnya. Definisi ini menurut Jenkins dikategorikan sebagai Konvergensi teknologis.

Pengertian dari ilustrasi Konvergensi teknologis ini dapat dipahami dengan pemahaman bahwa fungsi-fungsi dari telepon seluler dapat ditemukan di beberapa medium yang terpisah. Playstation misalnya, merupakan medium yang dapat digunakan untuk bermain games. Medium komputer juga memberikan layanan browsing internet untuk mengambil informasi. Medium Lama seperti Surat Pos, yang digunakan untuk mengirim pesan atau mengirim foto. Sehingga medium playstation, medium komputer, medium surat pos ini masing-masing fungsinya bergabung dan membentuk titik temu yang dapat ditemukan dalam medium telepon seluler. Jenkins (2006) dalam (Tapsell, 2014) juga berpendapat bahwa Konvergensi Teknologis muncul karena adanya digitalisasi konten media, yang menyebabkan Media Baru dan Media Lama “berbenturan”.

Namun, memahami Konvergensi Media tidak hanya dapat dilihat dengan perspektif teknologi saja. Karena menurut (Jenkins, 2001) Konvergensi Media lebih dari sekedar perubahan teknologi. Dalam (Jenkins, 2004), Konvergensi teknologi ini memicu pergeseran pola kepemilikan media. Ketika semua orang dapat melakukan berbagai aktifitas dalam satu waktu hanya dengan menggunakan internet, maka Konvergensi terjadi dalam alat yang sama, dalam usaha yang sama, dalam perusahaan yang sama, dalam

otak konsumen, dan dalam fandom yang sama.

Sehingga, (Jenkins, 2004) memprediksi bahwa Konvergensi akan menjadi suatu hubungan yang rumit diantara teknologi-teknologi media, ketimbang sebagai sistem yang terintegrasi dengan sempurna. Pergeseran budaya, perdebatan dan konsolidasi-konsolidasi ekonomi yang memicu untuk terjadinya Konvergensi Media, mendahului perubahan infrastruktur teknologi. Cara di mana beragam perubahan tersebut terjadi, itulah yang akan menentukan keseimbangan kekuasaan dalam Media Baru.

Dari penjelasan tersebut, Konvergensi Media bukan hanya sekedar perubahan teknologi, melainkan juga perubahan budaya dan perubahan ekonomi media. Bahkan di era Media Baru, Konvergensi Media dengan melakukan pembaharuan teknologi terjadi ketika adanya kebutuhan budaya dan ekonomi yang saling berkompetisi.

Dalam (Jenkins, 2004) melihat Konvergensi sebagai proses yang bersifat “top-down” atau digerakkan oleh perusahaan dan juga “bottom-up” atau digerakkan oleh konsumen. Yang dimaksud dengan “top-down” adalah dengan adanya Konvergensi Media, perusahaan-perusahaan media mempelajari bagaimana mempercepat arus konten media diantara beragam channel sehingga dapat memperluas peluang keuntungan, pasar, dan mendukung komitmen dari khalayak. Sedangkan “bottom-up” merupakan proses di mana konsumen mempelajari bagaimana menggunakan beragam teknologi media untuk membawa arus media ke dalam kuasa mereka, dan menggunakan media untuk dapat berinteraksi dengan pengguna yang lain.

Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa perusahaan melakukan Konvergensi Media untuk memperluas perusahaan itu sendiri dengan memiliki beragam saluran media. Hal ini ditekankan dala, (Jenkins, 2004), bahwa di sisi lain Konvergensi merepresentasikan kesempatan untuk memperluas konglomerasi media. Namun, disisi lain Konvergensi juga merepresentasikan resiko, karena tindakan perusahaan-perusahaan media ini dapat memicu terjadinya fragmentasi atau erosi pasar.

Sedangkan dari segi konsumen, dapat dikatakan bahwa konsumen bersifat lebih aktif setelah adanya Konvergensi Media

yang membentuk Media Baru. Dalam (Jenkins, 2004), perubahan konsumen ini terlihat ketika memandang Konvergensi juga sebagai suatu resiko bagi industri-industri kreatif karena perusahaan media harus memikirkan kembali tentang makna dari mengkonsumsi media yang membentuk keputusan-keputusan program dan pemasaran. Karena, konsumen telah lebih aktif, sulit diprediksi kesetiiaannya terhadap media, dan tidak statis karena cenderung “berpindah-pindah” dalam mengkonsumsi media, serta terkoneksi secara sosial.

Dalam (Jenkins, 2001), selain adanya Konvergensi Teknologis dan Ekonomi yang berakar dari pemikiran Negroponte, terdapat Konvergensi Sosial yang merujuk pada strategi-strategi multitasking oleh konsumen untuk memetakan lingkungan informasi yang sifatnya baru. Istilah lainnya adalah Konvergensi organik yang muncul ketika individu menggunakan beragam media dalam waktu yang sama.

Selain itu, dalam (Jenkins, 2001) terdapat Konvergensi kultural, yang merujuk pada kondisi di mana munculnya berbagai bentuk kreatifitas diantara teknologi-teknologi, industri, dan konsumen dari media. Sehingga, ada budaya baru di mana memberikan alat bagi manusia untuk menerima, memperbaiki, menyesuaikan, dan menyebarkan kembali konten. Dalam hal ini, Konvergensi Media mendukung pengembangan konten di berbagai channel yang membuat para pembuat konten menggunakan suatu media tertentu untuk memberikan informasi tertentu. Sehingga, adanya percampuran budaya yang dihasilkan dari sirkulasi konten media, yang menyebabkan manusia menjadi penduduk dari “global village”.

Jenkins (2001) melihat Konvergensi sebagai Renaissance digital, sehingga Konvergensi Media memicu dampak secara sosial, politik, ekonomis, dan hukum karena adanya konflik antara konsumen, produser, dan gatekeeper dalam mencapai tujuan dari penggunaan media.

## **Konvergensi Industri**

Nicholas Negroponte (1977) dalam (Fidler, 2003) mempopulerkan istilah Konvergensi yang ditujukan untuk pendanaan pembangunan gedung laboratorium MIT. Negroponte melihat

Konvergensi sebagai suatu konsep di mana berbagai bentuk dan teknologi media dapat digunakan secara bersamaan, dengan cara menggabungkan teks dan gambar serta klip video dan audio, yang memungkinkan adanya hubungan dan terbukanya akses terhadap informasi melalui jaringan secara global.

Dalam (Dubberly, 2011) Nicholas Negroponte mempresentasikan model Konvergensi ke dalam tiga langkah. Langkah yang pertama adanya menunjukkan industri publishing, industri broadcasting, dan industri digital sebagai lingkaran yang terpisah, lalu langkah kedua menunjukkan bahwa lingkaran-lingkaran dari ketiga industri tersebut mulai tumpang tindih. Dan yang terakhir, ketiga industri tersebut berkonvergensi (memiliki titik temu) dan akan menjadi satu. Dalam (Fidler, 2003), titik temu ini yang disebut Konvergensi menurut Negroponte.

Proses dari tiga langkah yang disajikan oleh Negroponte ini juga digambarkan dalam (Dubberly, 2011) di mana pada tahap pertama, media akan menjadi digital. Kedua, transisi dari analog ke digital akan merubah produksi dan distribusi media, membentuk peluang dan mengganggu industri-industri yang telah ada. Ketiga, ketika media telah menjadi digital, batasan-batasan diantara tipe-tipe media menjadi lebur dan kesempatan untuk berinteraksi akan berkembang membentuk cara-cara baru dalam berargumen, menerangkan gagasan, dan juga dalam bercerita.

Terbentuknya titik temu antara industri publishing, industri broadcasting, dan industri computing oleh Negroponte, memberikan dampak pada produksi dan distribusi media yang merujuk pada Konvergensi secara teknologis dan juga secara ekonomi. Dalam (Jenkins, 2001) Konvergensi Teknologis mengacu pada labelisasi dari Negroponte terhadap transformasi dari atom-atom ke bit, yang disebut sebagai digitasi seluruh konten media. Ketika kata-kata, gambar, dan suara diubah ke dalam bentuk informasi digital, maka adanya perluasan potensi hubungan-hubungan diantara konten-konten tersebut dan membuat konten tersebut mengalir melintasi beragam platform. Sedangkan Konvergensi Ekonomi dalam (Jenkins, 2001) merujuk pada integrasi horizontal dari industri-industri.

Menurut (Tapsell, 2014) Konvergensi merujuk pada suatu proses di mana perusahaan-perusahaan media memiliki spesialisasi

dalam satu platform, memperluas menjadi konglomerasi media “multi-platform”. Didasari oleh pemikiran Jenkins (2006) dalam (Tapsell, 2014) bahwa adanya Media Lama dan Media Baru yang saling berbenturan, maka menyebabkan peningkatan korporasi-korporasi yang semakin monopolistik dan membentuk oligopoli yang kuat.

Selain itu, menurut (Tapsell, 2014), Konvergensi ini juga memberikan keberagaman yang luas terhadap opini melalui berbagai medium dan platform, yang secara khusus melibatkan media sosial dan citizen journalism. Konvergensi juga memiliki dampak bagi kebebasan media.

Dalam (Tapsell, 2014) “kebebasan media” merujuk pada keberagaman sudut pandang dalam ruang publik, otonomi jurnalistik, kebebasan individu untuk menulis (mengungkapkan opini), terlepas dari intervensi pemilik media, di mana organisasi media tersebut juga terlepas dari konteks politik dan bisnis.

Menurut Hirst (2011) dan McKnight (2011) dalam (Tapsell, 2014), beberapa ahli melihat adanya dampak yang signifikan dari proses digitasi (perubahan analog ke digital) berita dan kehadiran internet beserta media sosial. Meskipun muncul beragam alternatif media yang dapat diakses secara online, industri jurnalisme tetap menjadi paradigma yang dominan di mana para elit memiliki kekuatan.

Industri jurnalisme yang masih menjadi primadona di kalangan elit ini-lah yang akan menjadi pemicu para elit untuk melakukan konglomerasi media setelah munculnya Konvergensi. Konglomerasi terjadi di mana suatu perusahaan memiliki lebih dari satu media platform. Dalam (Tapsell, 2014), Konvergensi memicu terjadinya konglomerasi karena para elit percaya bahwa perusahaan media yang mereka miliki harus menjadi platform yang “multiplatform” di era saat ini. Namun konglomerasi tidak hanya dilakukan terhadap media, melainkan juga perusahaan-perusahaan ini memiliki ketertarikan diluar industri media.

Konglomerasi erat kaitannya dengan kekuasaan. Faktor kekuasaan ini juga menarik bidang politik ke dalam salah satu dampak dari Konvergensi Media. Dalam (Tapsell, 2014), meskipun

seringkali para pemilik perusahaan media menutupi hubungannya dengan politik, sehingga bisnis media nya dipisahkan dari kampanye-kampanye politiknya. Konvergensi mendorong adanya afiliasi politik karena telah membentuk perusahaan-perusahaan media multiplatform yang semakin besar, dan membutuhkan ambisi dan pengaruh dari faktor modal dan politik yang signifikan.

Di samping dampak konglomerasi yang juga berdampak lagi pada bidang politik, Konvergensi Media juga memberikan intervensi terhadap kebijakan suatu negara. Para pemilik media berargumen bahwa era Konvergensi ini berarti bahwa berlakunya kepemilikan antar-media tidak terpakai dan setiap hukum yang baru akan membawa kebebasan yang lebih bagi orang-orang yang ingin memperluas usahanya melalui konglomerasi dan monopoli (Tapsell, 2014).

Dalam (Tapsell, 2014), ketika beberapa platform tersinkronisasi di era Konvergensi, adanya ketidakpastian terhadap regulasi yang harus dilakukan oleh perusahaan media dalam menghadapi masa depan dan juga ketidakpuasan khalayak dan konsumen.

Sehingga, suatu negara akan melakukan “Convergence Reviews” seperti pada pemerintahan Australia (2012) dan pemerintahan Singapore (2012) dalam (Tapsell, 2014), yang menyarankan adanya pemikiran kembali terhadap hukum-hukum dan regulasi yang sedang berlaku bagi media. Sehingga, dengan kehadiran dan penggabungan beragam bentuk infrastruktur dan distribusi channel, maka muncul ketidakpastian atau hal yang belum dapat diprediksi dalam kebijakan media saat ini.

Dengan adanya peninjauan kembali terhadap hukum-hukum atau kebijakan-kebijakan yang berlaku untuk media, maka dapat disimpulkan bahwa kehadiran Konvergensi Media mempengaruhi perubahan hukum atau kebijakan, bahkan dapat membentuk hukum atau kebijakan yang baru bagi bisnis media.

Tidak hanya perusahaan atau hukum negara yang terkena dampak Konvergensi, secara individual para praktisi media juga terkena dampak Konvergensi, khususnya bagi bidang jurnalistik dan editorial. Dalam (Tapsell, 2014), banyak perusahaan menghadapi era media “multiplatform” yang sedang membangun “one newsroom

model” di mana media dari semua platform dimiliki oleh satu perusahaan yang sama.

Dampak Konvergensi dalam praktik jurnalistik terlihat dari proses pelaporannya. Dalam (Tapsell, 2014) dengan adanya Konvergensi, maka peran para jurnalis dalam menghasilkan pekerjaannya akan meningkat karena harus menghasilkan berita dalam berbagai platform, sehingga jurnalis dilihat sebagai penyedia konten multiplatform. Namun dari segi pendapatan, para jurnalis tidak mendapatkan kenaikan meskipun jumlah pekerjaannya meningkat setelah terjadi Konvergensi Media.

Tidak hanya perubahan beban pekerjaan dan remunerasi, (Tapsell, 2014) mengungkapkan adanya tren di mana perusahaan-perusahaan media cenderung untuk melakukan penilaian kualitas pekerjaan jurnalis dan editor dari jumlah pekerjaan yang mengenai sasaran secara individual. Dengan penilaian yang berdasarkan jumlah individu yang membaca artikel tersebut, maka dapat mendorong adanya periklanan online, hanya untuk mendapatkan perhatian individu.

Era Konvergensi telah membentuk parameter yang baru bagi media, khususnya studi tentang media telah membedakan Media Lama dan Media Baru, di mana Media Lama dilihat sebagai “mainstream” dan “industrial”. Sedangkan Media Baru lekat dengan “online”, “grassroot”, dan “anti-establishment” (Tapsell, 2014).

Dengan terbentuknya Media Baru yang identik dengan online, maka tren yang berkembang adalah media sosial dan citizen journalism yang telah tergabung ke dalam siklus pemberitaan di media. (Tapsell, 2014) mengungkapkan bahwa seluruh situs citizen journalism dioperasikan oleh perusahaan media lama yang telah membangun sistem pemeriksaan terlebih dahulu. Namun, menurut Nugroho dkk (2012) dalam (Tapsell, 2014) citizen journalism ini akan menjadi klise, karena pada prosesnya akan terkena “clawback” melalui editing dan teknik lainnya.

Di sisi lain, dalam (Tapsell, 2014), dengan berkembangnya citizen journalism sebagai dampak dari Konvergensi Media, maka semakin banyak opini-opini yang diungkapkan melalui beragam platform, dan juga semakin banyak orang yang menyebarkan konten.

Hal ini akaj menyulitkan bagi para elit untuk mengendalikan agenda berita.

## **Praktik Konvergensi di Indonesia**

Sebagai salah satu media komunikasi yang populer, Radio juga melakukan Konvergensi. Dalam (Trinoviana, 2017), dengan adanya era Konvergensi, Radio tidak hanya berubah dalam segi alat dan manajemennya saja. Perubahan Radio di era Konvergensi juga ditandai dengan menggunakan media lainnya, seperti media sosial untuk berkomunikasi dengan khalayak.

Penggunaan media sosial oleh media Radio, dalam (Trinoviana, 2017), dilakukan untuk tujuan perluasan pasar (memperbesar capaian khalayak), baik dari segi khalayak pendengar maupun juga khalayak pemasang iklan di Radio. Tergolong sebagai Media Lama, Radio yang yang awalnya hadir tanpa adanya fasilitas internet, cenderung untuk memiliki wilayah jangkauan khalayak yang terbatas.

Salah satu kegiatan yang identik dengan Radio adalah telepon interaktif antara penyiar Radio dengan khalayak pendengar Radio. Di era Konvergensi, di mana sudah banyak media melakukan Konvergensi Media, dalam (Trinoviana, 2017) dikatakan bahwa Radio memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk melakukan telepon interaktif antara penyiar Radio dengan khalayak pendengar Radio. Perubahan juga terjadi di mana pelaksanaan telepon interaktif menjadi lebih cepat dengan menggunakan media sosial dan juga memiliki arah komunikasi lebih aktif.

Berdasarkan hasil penelitian (Trinoviana, 2017), beberapa Radio di Indonesia sudah melakukan Konvergensi Media ini, yang berupa pemanfaatan media sosial. Radio tersebut diantaranya adalah Swaragama FM, Geronimo FM dan Prambors Radio.

Ketiga Radio di Indonesia ini melakukan Konvergensi Media dengan tujuan memperluas pasar. Namun, dalam mencapai tujuan untuk memperluas pasar ini, Radio memiliki strategi dalam melakukan Konvergensi Media, dalam (Trinoviana, 2017) strateginya antara lain adalah:

1. Melakukan riset pasar, untuk mencari tahu apa yang dapat memicu ketertarikan pasar dan untuk mengetahui apa yang

- sedang tren di kalangan pasar;
2. Melakukan positioning, branding dan promosi, yang dilakukan dengan pendekatan terhadap pasar, mendekatkan dengan komunitas-komunitas nya, dan selalu hadir di kegiatan yang melibatkan pasar;
  3. Bersikap konisten dalam menayangkan konten yang sama di media sosial untuk membuat image yang kuat di kalangan pasar;
  4. Melakukan penawaran bandling untuk pemasang iklan. Bandling merujuk pada pemasangan iklan melalui dua media sekaligus, yakni di Radio itu sendiri dan di media sosial yang mereka miliki.

## **PENUTUP**

Era Digitalisasi, yang merubah transmisi informasi dari analog ke digital, telah memberikan berbagai dampak dalam kehidupan manusia. Khususnya pada bidang teknologi dan industri komunikasi, perubahan komunikasi yang berbentuk digital dan juga kehadiran internet telah memberikan dampak terhadap hadirnya Media Baru yang identik dengan Konvergensi Media. Konvergensi itu sendiri merupakan konsep yang memiliki beragam interpretasi. Namun, pada dasarnya Konvergensi dapat membuat manusia memiliki pengalaman yang baru dalam menggunakan media, karena Konvergensi Media merupakan media yang “multiplatform” yang terdiri dari beragam bentuk media yang dapat dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan. Konvergensi Media dapat dilihat sebagai penggabungan teknologi-teknologi media ke dalam satu bentuk media atau sebagai industri yang menggabungkan beragam platform media ke dalam satu korporasi yang sama.

Konvergensi merupakan proses yang telah terjadi secara global, sehingga Indonesia merupakan salah satu negara yang tidak absen untuk melakukan Konvergensi. Konvergensi Media di Indonesia dapat ditemui pada media Radio, yang tidak hanya merubah secara teknologi dan manajemen namun juga menggunakan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan khalayak. Selain Radio, terdapat fenomena E-Commerce yang merupakan praktik

dari Konvergensi Media, di mana praktik jual dan beli barang selain dilakukan dalam ruangan, juga dapat terjadi melalui jaringan komputer.

## DAFTAR PUSTAKA

- Behringer, W. (2006). Communications Revolutions: A historiographical concept. *German History*, 24(3), 333–374. <https://doi.org/10.1191/0266355406gh378oa>
- Cole, C. (1997). Calculating the information content of an information process for a domain expert using Shannon's mathematical theory of communication: A preliminary analysis. *Information Processing and Management*, 33(6), 715–726. [https://doi.org/10.1016/S0306-4573\(97\)00038-1](https://doi.org/10.1016/S0306-4573(97)00038-1)
- Dubberly, H. (2011). Extending Negroponte's Model of Convergence, 18(5), 74–79. <https://doi.org/10.1145/2008176.2008193>
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Gemiharto, I. (2015). *Teknologi 4G-Lte Dan Tantangan*, 3(2), 212–220.
- Gobble, M. M. (2018). Digitalization, Digitization, and Innovation. *Research-Technology Management*, 61(4), 56–59. <https://doi.org/10.1080/08956308.2018.1471280>
- Jayanti, G. (2014). Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East Kalimantan Center Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 219–228.
- Jenkins, H. (2001). Convergence ? I Diverge. *Technology Review*, 0.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- McLuhan, M. (1964). *McLuhan Understanding Media. The Extensions of Man*. <https://doi.org/10.2307/2711172>
- McMullan, J. (2017). A new understanding of 'New Media.' *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 135485651773815. <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>

- Methodology of The Literature Review. (n.d.). Retrieved from <http://study.sagepub.com/sites/default/files/Onwuegbuzie%26Frels.pdf>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education (Seventh Ed, Vol. Seventh Ed). United States of America: Pearson Education.
- Tapsell, R. (2014). Platform convergence in Indonesia. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 21(2), 182–197. <https://doi.org/10.1177/1354856514531527>
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan ( Studi Kasus Pada Swaragama Fm ( 101. 7 Fm ), Geronimo Fm ( 106. 1 Fm ). *Komunikasi*, 12, 35–50.

## **“DARI JENDELA SMP” AJARKAN ANAK KENAL CINTA SEBELUM WAKTUNYA**

### ***“DARI JENDELA SMP” TEACH CHILDREN TO KNOW LOVE BEFORE TIME***

**Agus Naryoso**

Universitas Diponegoro Semarang

agusnaryoso@lecturer.undip.ac.id

#### **Abstrak**

*Mengerikan! Satu kata yang paling bisa mewakili setelah menyaksikan tayangan Sinetron dengan rating tinggi ‘Dari Jendela SMP’. Sejujurnya sinetron ini punya cerita romantis yang mengesankan, namun sayangnya belum tepat dikenalkan pada anak yang masih menginjak usia remaja. Sebenarnya bukan hanya tayangan ini saja yang patut dicurigai dari banyak judul sinetron di Indonesia. Namun Tayangan inilah satu satunya yang mengambil segmentasi anak sebagai subjek dan tema cerita. Pemilihan target remaja diperbolehkan sepanjang tayangannya tidak mendoktrin, mengajarkan dan memaksa remaja mengimitasi tayangan tersebut. Penelitian dengan menggunakan metode mix method ini mencoba melakukan verifikasi pada anggapan teori kultivasi tentang seseorang yang menonton televisi dalam waktu yang lama akan memiliki pemahaman tentang fenomena sekelilingnya seperti yang dilihat di televisi. Analisis akan dilakukan melalui konfirmasi Data kuantitatif dari hasil survey informan ahli, dipertajam melalui wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD). Wulan dan Joko adalah representasi pejuang buta cinta (bucin) yang mempunyai cara kreatif dalam memelihara dan mempertahankan hubungan asmaranya. Sinetron yang didominasi haru biru bertutur tentang cinta anak muda kerap kali menampilkan banyak adegan*

*yang belum pantas ditonton oleh anak-anak, apalagi tayang pada jam utama siaran TV. Keluarga perlu melakukan pendampingan intensif saat anak menonton tayangan mengingat adegan gendengan dan genggamaan tangan, rayuan dan cemburu, sumpah dan caci maki menghiasi dan mendominasi tayangan dari awal sampai akhir. Tutar kata romantis yang membahayakan dan berpotensi ditiru juga mengalir deras pada setiap episodenya salah satunya “Seandainya aku ada disamping Loe, aku akan merawat loe dengan baik”. Bayangkan jika orang tua tidak waspada, komunikasi dan pengawasan yang tidak intensif akan mengakibatkan anak terjebak situasi dan relasi cinta yang membahayakan. Anak dan Orang tua perlu melakukan komunikasi menentukan tayangan yang memiliki konten baik dan layak tonton. Jika terpaksa anak memaksa menonton tayangan tersebut, orang tua harus secara aktif menginformasikan dan mengedukasi tayangan yang baik dan bisa diinspirasi hingga tayangan membahayakan yang harus dihindari.*

**Kata Kunci:** *Sinetron Remaja, Cinta, Bahaya*

### **Abstract**

*Terrifying! One word that can best represent after watching the highly rated soap opera ‘From Jendela SMP’. Honestly, this soap opera has an impressive romantic story, but that’s the right hope to be introduced to children who are still in their teens. Actually, this show is the only one that should be suspected from many soap opera titles in Indonesia. However, this show is the only one that takes children’s segmentation as the subject and theme of the story. The selection of target teenagers is allowed as long as the show does not indoctrinate, teach and force teenagers to imitate the show. This research using the mix method method tries to prove the time when cultivation theory assumes that someone who watches television for a long time will have an understanding of the surrounding phenomena as seen on television. The analysis will be carried out through confirmation of quantitative data from the survey results of expert informants, sharpened through in-depth interviews and Focus Group Discussions (FGD). Wulan and Joko are representations of love blind warriors (bucin) who have creative ways of nurturing and maintaining their love relationship. Soap operas, which are*

*dominated by blue emotion, which talk about the love of young people, often show many scenes that are not suitable for children to watch, especially when they are broadcast during the prime hours of TV broadcasts. Families need to assist children in watching shows remembering scenes with and holding hands, seduction and jealousy, swearing and swearing, intensifying and supervising the show from the end. Romantic words that are dangerous and may be imitated also flow freely in each episode, one of which is "If I were beside you, I would take good care of you". Imagine if parents are not vigilant, communication and supervision that is not intensive will result in children being trapped in dangerous situations and love relationships. Children and parents need to communicate to determine shows that have good content and are worth watching. If children are forced to force watching these shows, parents must actively inform and educate good shows and can be inspired to harmful shows that must be avoided.*

**Keywords:** *Teen soap operas, Love, Danger*

## **PENDAHULUAN**

Asmara, adalah salah satu kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia.. Manusia menjalani beragam proses kehidupan di sepanjang jalan hidupnya, kehidupan manusia dianalogikan ibarat sebuah gelombang longitudinal yang terus bergerak dan bersifat dinamis, hidup manusia bukanlah sebuah fase yang monoton, akan tetapi mengalami fluktuasi dari beragam kisah yang dilalui. Manusia mengantongi 2 kodrat sebagai makhluk hidup yaitu sebagai makhluk individu dan manusia hidup sebagai makhluk sosial. Ada kalanya memang manusia membutuhkan waktu dan ruang untuk sendiri sebagai aspek merefleksikan diri, namun ada kalanya juga manusia membutuhkan kehadiran orang lain sebagai pelengkap dan teman hidup, inilah yang kemudian menandai manusia sebagai makhluk yang memegang kodrat sebagai makhluk sosial.

Sebagai makhluk sosial, manusia akan identik untuk terkoneksi dengan pihak lain yang biasanya ternaung dalam sebuah hubungan. Dalam sebuah hubungan, manusia akan ternaung dan memiliki sebuah ikatan. Ikatan inilah yang kemudian menumbuhkan

hubungan yang lebih intim antar manusia. Jika ditilik dalam berbagai bentuk atau jenis hubungan antar manusia, akan banyak sekali motif mengapa manusia membangun sebuah hubungan, tidak terkecuali dalam konteks hubungan asmara. Setiap manusia pasti mengenal asmara, terutama ketika menginjak remaja. Remaja, lebih akrab mengenal asmara dengan penyebutan cinta.

Mereka akan tampak memiliki rasa lebih dalam menyambut cinta dalam hidup saat remaja. Remaja akan bereuforia dengan asmara atau cinta. Cinta dan manusia merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan, tak terkecuali dalam kisah percintaan remaja. Remaja juga akan melalui fase dalam remaja yaitu adanya relasi romantis yang diawali dengan kedekatan dengan teman sebaya (Rebecca, 2020). Pada saat itu remaja memiliki kebutuhan akan kelekatan dan kebutuhan seksual (Hurlock, 1980). Perilaku tersebut mengarahkan remaja pada perilaku berpacaran. Hal itu merupakan upaya untuk mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan lawan jenis. Remaja akan dihadapkan oleh banyak perbedaan situasi hidup maupun pengalaman baru dalam hidup. Remaja membutuhkan cinta dan kasih sayang agar mereka dapat tumbuh dengan baik dari sisi psikologis.

Remaja mengenal cinta atau asmara dengan banyak cara, baik dari Hasrat secara pribadi seiring dengan perkembangan masa remaja yang lekat dengan mas pubertas maupun melalui keragaman media, salah satunya media televisi. Televisi juga menjadi salah satu sarana yang mengkonstruksi bagaimana remaja memahami dan mengenal asmara, melalui tayangan yang diproduksi, remaja sebagai konsumen media akan mengkonsumsi tayangan apa yang disajikan oleh televisi salah satunya melalui sinetron. Sebagai salah satu media komunikasi, sinetron turut berperan menanamkan nilai dan membentuk realitas sosial di masyarakat.

Selain itu, sinetron/film juga mampu menjangkau emosi penontonnya. Hal itu tentunya semakin memudahkan sinetron/film dalam menyampaikan isu-isu sosial. Sinetron menjadi hal yang tidak pernah terlepas dalam kehidupan masyarakat, sinetron seolah menjadi *social medium representation* dalam kehidupan sehari-hari, berbagai isu dan fenomena terangkat dalam suatu sinetron, untuk memberi gambaran isu sosial dengan harapan masyarakat

mampu memaknai sebagaimana yang ditampilkan dalam sebuah sinetron. Media di Indonesia belum sepenuhnya kompeten untuk memproduksi tayangan yang mampu memberikan edukasi yang baik, dalam pendistribusian informasi mengenai asmara atau cinta. Begitu luasnya jangkauan dalam tayangan televisi, di manapun dan kapanpun siapa saja dapat mengakses. Namun, sungguh sangat disayangkan media masa seperti televisi masih dangkal dalam menganalisis esensi sebuah tayangan, hal ini dibuktikan melalui salah satu sinetron yang bernuansa asmara, tetapi membawa tokoh remaja berusia SMP dengan mengangkat kisah perjalanan asmara remaja. Dalam sinetron dari jendela SMP sangat menggambarkan betapa kerasnya media masa mengkonstruksikan makna cinta dengan penggambaran yang sangat dewasa dan tampak belum sepatutnya menjadi tayangan yang dikonsumsi remaja.

Riset sebelumnya menunjukkan beberapa fakta baru, sebagaimana riset yang dilakukan oleh Erwin Saripudin berjudul *Sinetron Dari Jendela SMP di SCTV dan Perilaku Remaja di Desa Kampuno Kecamatan Barebbo Kabupaten Bone*, riset yang dilakukan pada tahun 2021 ini menunjukkan bahwa sikap remaja atas tayangan sinetron tersebut secara kognitif mereka menganut sebagaimana yang ditayangkan, mereka menikmati asmara layaknya yang ditampilkan dalam sinetron dari jendela SMP. Kemudian, riset selanjutnya yang pernah dilakukan Elvira Ayudiyana pada 2021 berjudul *pengaruh tayangan sinetron dari jendela SMP terhadap perilaku imitasi di kalangan remaja SMP PGRI Ciledug Kota Tangerang* juga menunjukkan fakta baru bahwasanya terdapat pengaruh yang cukup signifikan sebagai hasil dari menonton tayangan tersebut.

Riset selanjutnya dilakukan oleh Riki Suhendra pada 2021 yang berjudul *pengaruh intensitas menonton tayangan Dari Jendela SMP terhadap perubahan perilaku remaja di SMP Negeri 4 Semende Darat Laut*, hasil dalam riset ini menunjukkan bahwa tayangan sinetron tersebut membawa pengaruh lebih dari 50% terhadap kognisi maupun behavior para remaja dalam menyikapi asmara. Riset sebelumnya juga dilakukan oleh Salmiah Rambe dan Aep Wahyudin yang berjudul *konstruksi makna penonton remaja terhadap sinetron dari jendela SMP*, riset yang dilakukan pada tahun 2021 ini menunjukkan bahwa tayangan dari jendela SMP membawa dampak

negatif terhadap pergaulan remaja, seperti menganggap pacaran adalah hal yang lumrah diusia SMP, terlebih tidak mengindahkan etika dalam pergaulan.

Hal ini selaras dengan pemikiran Dwyer yang menyebutkan bahwa TV dapat merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. TV mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dilayar televisi walaupun hanya sekali ditayangkan (dalam Mamin, Ratnawaty & Arif, Rifda. 2018). Atau secara umum orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di TV setelah 3 jam kemudian dan 65% setelah 3 hari kemudian. Sehingga, penayangan sintron dari jendela SMP sangat disayangkan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan mix methods melalui konfirmasi data kuantitatif dari hasil survei informan ahli yang kemudian dipertajam melalui wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD). Kedua bentuk data tersebut diintegrasikan dalam analisis desain melalui penggabungan data, menjelaskan data, serta membangun dalam kerangka yang lebih besar. Metode ini memberikan pendekatan penelitian yang mutakhir dan kompleks yang menarik bagi mereka yang berada di garis depan prosedur penelitian baru (Creswell & Creswell, 2018).

Desain mix methods memiliki sejumlah karakteristik utama yang harus dipertimbangkan selama proses desain. Dimensi desain utama yang ditekankan pada metode ini meliputi tujuan, dorongan teoretis, timing, titik integrasi, penggunaan tipologis, dan tingkat kerumitan. Tujuan utama metode ini yakni menciptakan peningkatan pengetahuan dan validitas. Sebagai produk, desain harus memiliki kualitas cukup untuk mencapai *multiple validities legitimation yang merujuk pada* studi penelitian metode campuran yang memenuhi kombinasi atau serangkaian validitas metode kuantitatif, kualitatif, dan campuran yang relevan dalam setiap studi penelitian (Schoonenboom & ohnson, 2017).

Metode ini sebagian digambarkan sebagai studi di mana fase kualitatif dan kuantitatif dilakukan secara independen sebelum

pencampuran terjadi pada tahap interpretasi data. Keterbatasan metode ini yaitu sulit dilakukan pada satu waktu. Menurut Johnson dan Onwuegbuzie, mungkin sulit bagi seorang peneliti untuk melakukan studi metode campuran jika fase kualitatif dan kuantitatif dilakukan secara bersamaan. Dengan demikian dalam hal ini, tim peneliti mungkin diperlukan. Sementara Ivankova mengidentifikasi bahwa studi sekuensial juga memiliki kelemahan karena mungkin memerlukan waktu dan sumber daya yang cukup untuk melakukan fase penelitian yang berbeda (Doyle, Brady, & Byrne, 2009).

Penelitian ini menggunakan teori kultivasi, teori Kultivasi merupakan teori sosiokultural yang mengkaji mengenai peran televisi pada pembentukan persepsi, keyakinan, sikap, dan nilai yang dianut oleh penonton. Dalam konseptualisasi aslinya, teori ini merupakan bagian dari *cultural indicators project* yang memerikan penjelasan lebih dalam tentang bagaimana peran media dalam membentuk budaya, utamanya pada *storytelling function*. Sebagai teori sosiokultural, teori kultivasi memiliki tiga komponen yang saling terhubung, yaitu lembaga media, produksi pesan, dan efek pesan pada penonton. Teori ini mengasumsikan bahwa semakin banyak individu yang menonton televisi, maka semakin banyak pandangan mereka akan dunia yang dicerminkan pada pesan naratif dominan yang ditransmisikan oleh televisi. Secara khusus, teori ini mengungkapkan bahwa televisi memiliki fungsi mendongeng yang sangat kuat (Shrum, 2017).

Teori ini menunjukkan bahwa keseluruhan sistem nilai yang tersusun dari ideologi, asumsi, keyakinan, citra, serta perspektif sebagian besar dirumuskan oleh televisi. Televisi melukiskan nilai, moral, dan aturan yang tersembunyi, meresap tentang apa yang benar, apa yang penting, serta apa yang pantas menjadi wacana sosial secara tidak langsung. Individu yang menghabiskan waktu yang lama untuk menonton televisi di mana kekerasan disajikan dengan santai mendapati "*mean world*", persepsi di mana dunia sebagai sesuatu yang kejam dan berbahaya. Pada studi lain yang mengkaji korelasi antara penggambaran tentang perempuan dalam televisi dan prasangka terhadap mereka, menunjukkan bahwa sebagian besar kelompok heavy viewers memperoleh skor lebih tinggi pada skala seksisme (Mosharafa, 2015).

Terdapat dua jenis efek kultivasi yang diusulkan. Pertama, mengacu pada korelasi positif antara *heavy viewing* dengan persepsi terdistorsi dunia. Misalnya pada penilaian yang salah dari prevalensi pekerjaan tertentu dalam korespondensi langsung dengan kehadiran layar mereka dikenal sebagai *first-order-effects*. Kedua, korelasi antara *heavy viewing* dengan sikap yang mungkin dibentuk oleh pesan televisi, misalnya, mendukung hukuman berat untuk kejahatan yang sering digambarkan di televisi sebagai penyebab kerusakan parah, disebut sebagai *second-order-effects*. Kultivasi dapat diartikan saat terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah waktu yang dicurahkan secara rutin untuk menonton TV dan mengidentifikasi potensi *first-order-effects* dan *second-order-effects* (Hetsroni, 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari jendela SMP merupakan salah satu tayangan sinetron yang ditampilkan di salah satu stasiun televisi SCTV produksi SinemArt. Sinetron ini tayang perdana pada 29 Juni 2020, dengan pemeran didominasi oleh anak remaja diantaranya Rey Bong yang memerankan tokoh Joko, Sandrina Michelle yang memerankan tokoh Wulan. Joko dan Wulan adalah tokoh yang disorot dalam sinetron dari jendela SMP. Secara garis besar, sinetron dari jendela SMP ini mengangkat sebuah kisah hubungan asmara yang diirajut oleh anak remaja yang masih duduk dibangku SMP, namun terdapat beberapa hal yang kurang sesuai dalam penayangan sinetron dari jendela SMP.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dipahami bahwasanya tayangan sinetron dari jendela SMP memberikan gambaran kepada masyarakat terutama remaja dengan konten yang kurang sesuai perkembangan anak remaja, dapat dilihat benang merahnya, tayangan sinetron dari jendela SMP ini tampak tidak menunjukkan muatan edukasi positif dalam pendistribusian informasi, dalam hal ini adalah makna asmara bagi remaja, mulai dari norma yang ada di dalam tayangan, perkembangan psikologi anak, dan sebagainya yang akan dipaparkan dalam temuan penelitian ini. Pertama, temuan dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana sinetron dari jendela SMP, nyatanya tidak menunjukkan sinetron ramah anak, hal ini dibuktikan bahwa norma atau nilai-

nilai kesopanan yang dijunjung tinggi oleh masyarakat selama ini, terutama dalam menjalankan adab berhubungan dengan orang lain, terlebih ketika menjalin hubungan asmara dengan lawan jenis, seolah tidak diindahkan dalam sinetron ini.

Norma kesopanan dan kesusilaan mengandung pemaknaan yang mengarah pada konsep berikut, jika kesopanan dipahami sebagai suatu tindakan yang melambangkan adanya wujud pentingnya aturan dalam bertingkah laku. Konsep ini dapat dimaknai sebagai pentingnya tata krama atau etika dalam bersikap maupun berperilaku bagi lingkungan sekitar. Tidak hanya pada yang lebih tua, namun penting juga menjaga sikap dan perilaku terhadap teman sebaya. Apabila ditilik lebih lanjut, hampir sebagian besar program sinetron di SCTV kurang menunjukkan edukasi mengenai nilai-nilai positif yang berlaku di Indonesia maupun yang terdapat dalam norma kesopanan Luntarnya nilai atau norma kesopanan dalam sinetron dari jendela SMP. Hal ini tampak pada sinetron dari jendela SMP menunjukan satu scene yang mana siswa menentang dan bersikap berani pada gurunya. Ekspresi itu ditunjukkan melalui percakapan Billi dan Pak Bogi. Pak Bogi yang kala itu memberikan nasihat pada Billi untuk segera pulang dan karena tidak baik jika terlalu larut mengunjungi rumah seorang teman perempuan, tetapi justru direspons miring oleh Bili. Dengan raut wajah yang kesal dan nada yang menentang, Billi yang berstatus sebagai murid pak Bogi justru membantah perintah dan nasihat pak Bogi.

*“Gak, mau saya kemana kek mau kapan saya kesini kan urusan saya pak, bapak kan bukan siapa-siapa saya”*

Selain itu, dari hasil focus group discussion menemukan suatu temuan dalam penelitian, bagaimana khayalak menilai tayangan sinetron dari jendela SMP yang diakui masyarakat, tidak sesuai dengan perkembangan anak, terutama perkembangan psikologi anak. Sangat sedikit adegan dalam sinetron di SCTV yang sesuai dengan perkembangan psikologis anak, bahkan dari sample yang ada justru kebanyakan menunjukan persoalan-persoalan dewasa yang tidak sinkron dengan perkembangan psikologis anak. Padahal kita mengetahui bahwasanya peran orang tua, lingkungan sekitar baik sosial maupun tayangan dalam media turut serta hadir berkontribusi

dalam membentuk karakter anak. Anak-anak yang menerima pola asuh yang tepat, dukungan baik sosial maupun media yang baik akan berkorelasi positif dengan tumbuh kembang secara mental dan emosionalnya.

Dalam sinetron dari jendela SMP ini mayoritas justru mengarah pada persoalan-persoalan dewasa yang bukan porsi bagi perkembangan psikologis anak. Dilansir dari [tabloidbintang.com](http://tabloidbintang.com) dari Jendela SMP berhasil memperoleh jumlah audience share sebesar 13,8%, dan menempati posisi ke-5 untuk rating program Sinetron per 22 September 2021 (Indra, 2021). Namun, keberhasilan sinetron ini rupanya tidak diimbangi dengan kualitas substansi dari tayangan tersebut. Dari Jendela SMP menjadi salah satu sample yang secara ambliung menyajikan satu tayangan dengan. Mempertaruhkan perkembangan psikologis anak Bagaimana tidak? Ditinjau dari temanya saja sudah sangat bertentangan dengan perkembangan psikologi anak, sinetron ini mengangkat tema percintaan dengan latar belakang anak SMP. Diusia yang masih dini, namun sudah disuguhi persoalan dewasa yang tidak sesuai dengan perkembangannya. Terlebih dalam sinetron tersebut pemeran didominasi oleh anak-anak. Idealnya, anak-anak dijenjang usia SMP masih disibukan dengan pencarian jati diri dengan lakon sederhana dan lugus dalam menjalani peran kehidupan, namun tidak dalam sinetron dari jendela SMP. Bagaimana akselerasi yang terkesan dipaksakan, usia anak namun esensi dan alur cerita turunan dari persoalan dewasa. Bahkan dihadapkan pada pembahasan mengenai percintaan yang rumit dan belum seharusnya dilakoni pada anak level SMP.

### Gambar 1. Adegan dalam scene yang tidak sesuai perkembangan psikologis anak



Sumber: Youtube

Misalnya saja terlihat dari scene tersebut, setingkat anak SMP justru malah disuguhkan dengan hubungan percintaan selayaknya orang dewasa, tidur baring Bersama menatap indahnya langit malam ditengah lilin api yang membentuk hati atau love. Bahkan ditampilakna juga scene di mana Joko dan Wulan sedang ngedate bersama. Hal ini seolah menciderai fase perkembangan mental maupun emosional anak dilevel SMP yang sudah lebih dini mengenal dunia percintaan dan melakukan kegiatan yang lumrahnya dilakukan oleg orang dewasa. Tentu, bukan tontonan yang dapat menjadi tuntunan. Parahnya, dalam penelitian ini juga menggambarkan bagaimana sebuah sinetron justru menarasikan tindakan yang kurang terpuji, dalam beberapa scene dari jendela SMP menampilkan adegan pengeroyokan, yang diakibatkan persoalan asmara, jelas hal ini tentu sudah menyimpang dari yang bagaimana semestinya media konstruksikan. Dari jendela SMP juga terlibat adu otot antara keluarga Joko dan ayah Wulan lantaran bersinggungan dengan perkara restu orang tua dalam sebuah hubungan asmara, untuk level dan target segmentasi anak remaja usia SMP, ini jelas tayangan yang terlalu memaksakan dewasa sebelum waktunya.

Sinetron tersebut ditayangkan dalam media masa yaitu televisi. Padahal, media televisi merupakan alat elektronik mengagumkan yang bisa menguasai dua indera terpenting manusia,

yaitu pendengaran dan penglihatan (Elvira, 2021). Televisi memiliki kapasitas besar dalam memengaruhi khayalak dibandingkan dengan media lainnya. Bagaimanapun, televisi masih menjadi media yang banyak dianut oleh khayalak ketika mencari informasi, hiburan, maupun pendidikan dan lainnya. Televisi, dapat menguasai dua indera penting sekaligus, yaitu indra penglihatan dan pendengaran. Sehingga, dengan melihat sekaligus mendengar apa yang ditayangkan dalam sinetron dari jendela SMP yang muatannya kurang menunjukkan edukasi positif mengenai asmara sesuai perkembangan anak akan dicerna oleh remaja dengan berbagai asumsi. Tayangan dalam sinetron dari jendela SMP tampak mengenalkan cinta atau asmara sebelum waktunya. Hasil dari FGD juga memunculkan bahwa nyatanya, sinetron ini mendapat penilaian miring dari masyarakat terutama orang tua, dalam menyoroti isi tayangan yang dinilai tidak mencerminkan tayangan dengan segmentasi remaja SMP.

Alhasil, KPI selaku lembaga yang memiliki wewenang dalam memantau tayangan media, bertindak tegas menangani persoalan ini. Sinetron dari jendela SMP tampak menyimpang dari regulasi penyiaran. Setidaknya, terdapat 5 pasal P3PS yang terdapat dalam regulasi penyiaran dilanggar oleh sinetron dari jendela SMP. Kelima pasal itu meliputi Pasal 14 Ayat (1) dan (2), Pasal 21 Ayat (1) Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Pasal 15 Ayat (1), Pasal 37 Ayat (1) dan (4) huruf a, Standar Program Siaran (SPS) KPI tahun 2012. Apabila dikaitkan dengan teori kultivasi, maka dalam penelitian ini menyatakan dan melihat bagaimana tayangan dalam media, yaitu sinetron dari jendela SMP memberikan pengaruh atau efek kepada khayalak, anak-anak usia remaja dipertontonkan pada suatu tayangan yang membawa nuansa asmara dengan esensi terlalu dewasa, dan belum saatnya bagi mereka mengenalnya. Hal ini terlihat, bahwa sering sekali dari jendela SMP memuat adegan keributan yang dipicu karena masalah asmara, misalnya saja tampak saat Wulan sedang beradu mulut dengan teman perempuannya hanya karena asmara, selain itu ketika tokoh Santi menyuapi Joko, digambarkan Wulan cemburu melihat hal itu. Tentu saja hal ini sangat menyimpang dari bagaimana semestinya tayangan anak memproduksi sinetron ramah anak, ramah dengan penalaran maupun perkembangan psikologis anak. Ketika, tayangan mengajarkan mengenai bagaimana menjalin

asmara terlalu dini, maka akan menumbuhkan pemahaman sempit mengenai cinta, dari jendela SMP akan memberikan efek bahwasanya ketika remaja mengenal cinta mereka akan mengasumsikan sebagai sebuah ikatan mesra, dengan berbagai perilaku mesra yang mengikutinya.

## **KESIMPULAN**

Sebagai makhluk sosial memang manusia semestinya menjalin hubungan dengan orang lain, setiap proses kehidupan manusia akan mengajarkan banyak hal, terutama ketika memasuki dunia remaja, masa pubertas yang identik dengan mulai munculnya perasaan suka lawan jenis memberikan sentuhan bahwa remaja akan mulai membuka lembaran baru dalam hubungan asmara. Remaja mengenal asmara dari banyak media, baik secara langsung, maupun melalui media masa, seperti sinetron. Salah satunya adalah sinetron dari jendela SMP, yang mengangkat kisah mengenai hubungan asmara remaja. Sayangnya, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwasanya media masa melalui tayangan sinetron dari jendela SMP belum mampu secara kompeten untuk menayangkan sebuah tayangan yang sesuai dengan perkembangan anak, dari jendela SMP membidik segmentasi anak remaja SMP, namun secara esensi dari jendela SMP justru belum merpresentasikan sebagai media yang memberikan edukasi baik mengenai makna asmara diusia remaja. Terdapat adegan yang seharusnya untuk usia dewasa, seperti perasaan cemburu, saling berpegangan tangan, ataupun adegan mesra lainnya dan adegan keributan yang seharusnya tidak layak dipertontonkan untuk anak remaja. Tayangan dari jendela SMP mendapat penilaian miring dari masyarakat terlebih orang tua, dikhawatirkan isi tayangan akan memberikan pengaruh pada anak, mengajarkan anak mengenal asmara sebelum waktunya dengan adegan mesra yang tidak layak untuk seusianya. Meskipun, tidak secara keseluruhan isi tayangan negatif, namun tetap saja tayangan ini kurang layak untuk dipertontonkan dengan segmentasi remaja. Tayangan sinetron dari jendela SMP memang sudah mendapat tindakan tegas dari KPI karena melanggar regulasi penyiaran sebanyak 5 pasal dalam P3PS.

Dalam mengawal persoalan ini, sudah sebaiknya ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh berbagai pihak, pertama dari orang

tua. Sebaiknya, orang tua sebagai pihak pertama yang mendampingi anak, turut serta memberikan pendampingan kepada anak mengenai bagaimana seharusnya anak menonton tayangan dalam media televisi, saat ini marak perilaku orang tua yang terkesan membiarkan anak mengakses seluruh informasi yang terdapat dalam media masa, sehingga perlu menjadi perhatian orang tua agar tetap memantau anak dalam mengakses informasi melalui media. Selain itu, pihak yang memproduksi sinetron, juga sebaiknya memperhatikan kode etik penyiaran, berkaitan dengan regulasi-regulasi yang ada dalam penyiaran. Perlu juga mempertimbangkan esensi tayangan dengan berdiskusi atau melibatkan beberapa akademisi dan praktisi sehingga esensi tayangan tidak meunculkan makna yang ambigu dan rancu. Terakhir, sebaiknya KPI sebagai pemegang kekuasaan yang memantau dan mengawasi pendistribusian informasi melalui media perlu lebih ketat dan tegas menindaklanjuti setiap perkara yang menyimpang dari aturan penyiaran, jikalau pun memang dibutuhkan setiap tayangan yang sudah terlalu menyimpang banyak pasal dalam regulasi penyiaran diberikan sanksi tegas untuk menumbuhkan efek jera.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mix Methods Approaches*. California: SAGE Publications.
- Doyle, L., Brady, A.-M., & Byrne, G. (2009). An overview of mixed method research. *Journal of Research in Nursing*, 75–185.
- Hetsroni, A. (2012). Associations between Television Viewing and Love Styles: An Interpretation Between Cultivation Theory. *Psychological Reports*, 35-50.
- Hurlock. (1980). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Indra. 2021. 10 Besar Rating TV Rabu, 22 September 2021: Ikatan Cinta Turun, Dari Jendela SMP Curi Perhatian. <https://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/ulasan/read/164999/10-besar-rating-tv-rabu-22-september-2021-ikatan-cinta-turun-dari-jendela-smp-curi-perhatian>. Diakses

pada 30 April 2022 pukul 10.54 WIB.

- Mamin, Ratnawaty & Arif, Rifda. 2018. Efektivitas mediapembelajaran video tutorial terhadap hasil belajar mahasiswa pada Matakuliah IPA Sekolah. Prosiding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar
- Mosharafa, E. (2015). All you Need to Know About: The Cultivation Theory. *Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: A Arts & Humanities - Psychology*, 23-37.
- Pramudianti, Rebecca. 2020. Kebahagiaan Pada Remaja Wanita Yang Berulang-Ulang Putus Cinta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora UKSW Salatiga*.
- RG.2020. KPI Ambil Langkah Tegas terhadap Sinetron “Dari Jendela SMP” SCTV. <https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35799-kpi-ambil-langkah-tegas-terhadap-sinetron-dari-jendela-smp-sctv>. Diakses pada 30 April 2022 pukul 12.00 WIB.
- Rambe, Salmiah dan Aep Wahyudin.2021. Konstruksi Makna Penonton Remaja terhadap tayangan dari jendela SMP. *Jurnal Iman dan Spiritualitas. UIN Sunan Gunung Jati Bandung*
- Schoonenboom, J., & ohnson, R. B. (2017). How to Construct a Mixed Methods Research Design. Schoonenboom, J., & Johnson, R. B. (2017). How to Construct a Mixed Methods Research Design. *KZfSS Kölner Zeitschrift Für Soziologie Und Sozialpsychologie*, 107–131.
- Sandy, Elvira.2021. Pengaruh Sinetron dari Jendela SMP Terhadap Perilaku Imitasi di Kalangan Remaja SMP PGRI 03 Cileduk Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia*.
- Shrum, L. (2017). Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & v. L. Zoonen, *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-12). New York: John Wiley & Sons, Inc.

# **MEDIA MASSA DAN ONLINE**



# FESTIVALISASI TERORISME DALAM BINGKAI MEDIA MASSA

**Rinaldi**

Faculty of Social and Political Science Andalas University, Padang  
rinaldi@soc.unand.ac.id

## **Abstrak**

*Kasus-kasus terorisme di Indonesia selalu berulang sejak reformasi bergulir. Di zaman orde baru hampir tidak pernah kasus terorisme terdengar. Kalaupun ada gerakan ke arah sana, biasanya dilabelkan dengan istilah tertentu, Gerakan Aceh Merdeka misalnya. Memasuki era reformasi, label-label terorisme mulai muncul di media massa. Berawal dari Bom Bali 1 dan berlanjut ke Bom Bali 2. Serangan itu direpresentasikan kepada Amerika yang sedang gencar mengampanyekan gerakan War Against Terrorism di seluruh dunia. Media sebagai agen penyampai informasi juga berperan penting dalam mewacanakan terorisme. Berbagai pergeseran framing terorisme selalu menghiasi pemberitaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat festivalisasi pemberitaan terorisme dalam bingkai media massa dan transformasi istilah terorisme dari masa ke masa. Teori yang dipakai untuk membedah kasus ini melalui konsep media dan terorisme, analisis framing, propaganda, dan konstruksi media massa. Adapun metode analisis framing dipakai untuk melihat fenomena ini.*

*Hasil penelitian menemukan bahwa framing yang dibentuk terlihat kasus bom Makassar diotaki oleh orang-orang yang bersinggungan dengan FPI. Mereka dikategorikan sebagai teroris. Pemerintah dalam hal ini polisi berhak untuk menangkap dan mengadili mereka ini karena FPI adalah organisasi yang terlarang.*

*Narasi tentang terorisme pada tahun 2021 mengarah pada FPI. Dari 6 berita yang diambil terlihat bahwa framing yang dibangun tidak berimbang dalam pemilihan narasumber. 8 orang narasumber dalam*

6 berita, 7 orang berbicara negatif terhadap FPI dan satu orang mengeluarkan pernyataan positif terhadap FPI. Hal ini ditambah lagi dengan narasi penemuan beberapa benda yang mengarah pada FPI dalam pemberitaan.

**Kata Kunci:** *Terrorisme, Framing Media, FPI*

### **Abstract**

*Cases of terrorism in Indonesia have continually been repeated since the reformation began. In the New Order era, terrorism cases were almost never heard of. Even if there was a movement in that direction, it was usually labeled with a specific term, the Free Aceh Movement, for example. Entering the reformation era, labels for terrorism began to appear in the mass media. They started from the Bali Bombing 1 and continued to the Bali Bombing 2. The attack was represented to America, which is actively campaigning for the War Against Terrorism movement worldwide.*

*As agents of conveying information, the media also play an essential role in the discourse on terrorism. Various shifts in the framing of terrorism always adorn the news. This study looks at the festival of terrorism reporting in the mass media frame and the transformation of the term terrorism from time to time. The theory used to dissect this case is through the concept of media and terrorism, framing analysis, propaganda, and mass media construction. The framing analysis method is used to see this phenomenon.*

*The study results found that the framing that was formed showed that the Makassar bombing case was masterminded by people who were in contact with the FPI. They are categorized as terrorists. The government, in this case, the police, has the right to arrest and prosecute them because FPI is a prohibited organization.*

*The narrative of terrorism in 2021 points to the FPI. From the six news stories taken, it can be seen that the framing that was built was not balanced in the selection of sources. In eight sources in 6 news stories, seven people spoke negatively about FPI, and one person issued an upbeat statement against FPI. This is coupled with the narrative of discovering several objects that lead to FPI in the news.*

**Keywords:** *Terrorism, Framing Media, FPI*

## PENDAHULUAN

Media dan berita yang diproduksi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Kaum pluralis melihat media sebagai saluran yang bebas dan netral, semua pihak dapat menyampaikan pandangannya secara bebas. Sedangkan kaum kritis berpandangan sebaliknya. Media bukanlah saluran yang bebas, tetapi dimiliki oleh kelompok yang dominan, untuk memproduksi ideologi yang dominan pula.<sup>1</sup>

Antonio Gramsci, melihat media sebagai ruang yang di dalamnya berbagai ideologi dipresentasikan. Ini berarti, media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi, dan kontrol atas wacana publik. Namun, di sisi lain media juga dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media dapat menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga dapat menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.<sup>2</sup>

Artinya berita yang diproduksi tidak dihasilkan dalam sebuah ruang hampa. Ada orang-orang atau pihak yang terlibat dalam proses melahirkan sebuah berita, berikut aspek kepentingan dan konflik yang menyertainya.

Sejak tragedi WTC 2001 dan tragedi bom Bali 2002, berita seputar dugaan keterlibatan kelompok Islam tertentu menjadi pengisi santapan kita sehari-hari. Beberapa tokoh Islam disebut-sebut mulai memiliki kaitan dengan jaringan terorisme. Begitu juga dengan media yang mempunyai peran tidak kalah dominannya dalam mengangkat isu ini dan mempopulerkan istilah terorisme.

Mencermati secara kritis pemberitaan media massa tentang kasus terorisme, semakin membuat kita prihatin. Tak jarang kita melihat munculnya semacam fenomena “jurnalisme stereotip” yang sudah lebih dulu punya asumsi dan abstraksi dalam membingkai (framing) isu atau fakta dalam bingkai (frame) yang dipengaruhi

---

1 Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta. LKiS. Halaman 36.

2 Sobur, Alex, 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung, Remaja Rosda Karya. Halaman 30.

prasangka, sehingga cenderung bias bahkan terkadang keliru.<sup>3</sup>

Terorisme dalam sejarah pemberitaan di Indonesia dibingkai sedemikian rupa dengan menggunakan istilah yang berbeda. Sukarno<sup>4</sup> mencatat bahwa sebutan terorisme baru muncul tahun 2001. Hal ini dipicu pascaledakan bom Bali 1 dan tragedi 11 September 2001. Gerakan ini pada saat itu (2001-2008) direpresentasikan dengan Jamah Islamiyah (JI). Sebelum 1998, framing kasus teror dikenal dengan gerakan radikal berbasis agama tertentu. Kemudian pada 1999-2000 gerakan ini disebut dengan Gerakan Pengacau Keamanan (GPK). Sedangkan pada 2009, frame terorisme dialamatkan pada orang-orang yang menjadi rival politik SBY yang kecewa dengan hasil pemilu. Mulai 2009 hingga 2020 gerakan terorisme selalu diframing dilakukan oleh kelompok JAT dengan Abu Bakar Ba'asyir yang dianggap sebagai tokoh utamanya.

Memasuki 2021, kasus pemboman yang terjadi di Gereja Katedral Makassar yang disusul penyusupun ke Mabes Polri oleh orang yang bersenjata Air Softgun mulai diframing dilakukan oleh Front Pembela Islam (FPI). Pada saat yang bersamaan, sejak 2016 melalui gerakan 212, FPI dianggap punya peran penting dalam aksi-aksi demonstrasi besar yang terjadi di Indonesia. Dikutip melalui portal berita detik.com<sup>5</sup>, sejak Januari hingga April 2021, Densus 88 sudah menangkap 94 orang yang diduga terlibat dengan aksi terorisme di berbagai wilayah di Indonesia.

Pergeseran pola framing pemberitaan terorisme di Indonesia menarik untuk dikaji. Dinamika politik sangat menentukan kepada siapa framing terorisme harus disematkan.

Penelitian ini membahas bingkai media dalam berbagai aksi terorisme sepanjang 2021 melalui judul “Festivalisasi Teorisme dalam Bingkai Media Massa”

---

3 Subandy, Idi, Syamsul, 2007. *Amerika, Terorisme dan Islamophobia*, Bandung, Nuansa, Halaman 6.

4 Adam, W, Sukarno, 2011. *Dilema Peliputan Terorisme dan Pergeseran Pola Framing Framing Berita di Media Massa*, Bandung, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 14, Nomor 13, Maret 2011, Halaman 345.

5 ‘Polri: 94 Terduga Teroris Ditangkap Sejak Januari 2021’ detik.com, <https://news.detik.com/berita/d-5514469/polri-94-terduga-teroris-ditangkap-sejak-januari-2021>, diakses pada 22 April 2021.

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Festivalisasi Teorisme dalam Bingkai Media Massa?”

Tujuan penelitian ini berusaha untuk:

- Untuk mendeskripsikan framing media massa dalam festivalisasi teorisme.
- Untuk melihat transformasi terorisme dalam narasi yang dibangun melalui festivalisasi teorisme dalam bingkai media massa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran:

- Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memperluas wawasan dan pemahaman di bidang media massa, terutama dalam menumbuhkan literasi media. Diharapkan penelitian ini juga mampu memberikan tambahan data dan masukan bagi kaum akademisi bahwa narasi yang terbangun dalam media media massa membentuk sikap masyarakat.
- Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat untuk menumbuhkan literasi dalam melihat realitas yang dibangun oleh media massa.

Adapun konsep dan teori yang digunakan dalam melihat kasus ini adalah konsep Media dan Terorisme. Teori mengenai terorisme sangat banyak. Tema umum dari setiap teori tersebut, seperti yang dikemukakan oleh Bassiouni (1979), Schmid and de Graff (1982), dan Thornton (1964) adalah komunikasi dan simbol sebagai kunci dari aksi-aksi teroris.<sup>6</sup> Peristiwa 9/11, misalnya adalah peristiwa simbolik. Penyerangan terhadap dua gedung di New York, WTC dan Pentagon, telah dirancang khusus untuk mendapatkan perhatian media dan publik Amerika Utara. Ketakutan, kemarahan, dan efek psikologis lainnya merupakan tujuan dari aksi teror ini. Dengan menghancurkan dua gedung pencakar langit yang dianggap sebagai simbol jantung

---

6 Louw, P. Eric, 2005. *The Media and Political Proseses*, Sage Publications Atheneum Press, Gateshead-Great Britain. Halaman 241

ekonomi dan pertahanan Amerika Serikat dan juga dunia.

Siapa sajakah yang menjadi target dalam aksi terorisme, atau dengan kata lain, siapa sajakah yang menjadi komunikan atau audience dalam komunikasi yang dijalankan oleh para teroris sebagai komunikatornya:

- Seluruh teroris akan berusaha untuk memindahkan kantong-kantong suara atau dukungan kepada mereka. Mungkin dalam jumlah yang sedikit, seperti yang dilakukan oleh Carlos Marighela dengan ‘foco’-nya, atau dalam jumlah yang besar, seperti yang dilakukan Mao Tse Tung dengan Red Army-nya, Giap dengan Viet Minh/Viet Cong, dalam mempengaruhi petani, atau juga pergerakan revolusi massa seperti yang dilakukan oleh Guevara dan Mandela. Karena terorisme adalah kelompok terasing dalam sistemnya, maka mereka merasa perlu untuk menggerakkan kelompok lain yang juga terasing untuk mendapat suara dan dukungan, dan yang lebih jauh lagi adalah untuk rekrutmen kader dan anggota.
- Teroris juga berkomunikasi dengan pemerintah mereka sendiri. Dengan menjalankan kekerasan diharapkan pemerintah hegemoni akan tertarik untuk mengadakan kesepakatan dengan kelompok teroris. Dalam hal ini, target diseleksi untuk mendapatkan perhatian pemerintah berupa kemarahan dan reaksi keras. Kemarahan dan reaksi keras ini akan menciptakan simpati politik. Sehingga, pemerintah merasa perlu menangani masalah ini dengan jalan perundingan, tidak dengan jalan-jalan represif.
- Teroris juga berkomunikasi dengan para pendukung pemerintah hegemoni dengan pesan sebagai berikut “*You may not know we exist, but we do exist. We’re unhappy, your government makes change we are going to inflict pain upon you.*”. Tujuan yang hendak dicapai adalah membuat para pendukung pemerintah merasa takut dan percaya bahwa mereka adalah target teroris yang potensial. Selain itu, mereka juga dapat diperalat untuk mencampuri kebijakan-kebijakan pemerintah.

- Teroris juga menyadari adanya pihak-pihak yang netral dan mencoba berkomunikasi dengan mereka. Tujuan yang hendak dicapai di sini adalah agar mereka tidak jatuh ke tangan penguasa, dan akhirnya menjadi pendukung pemerintah. Teroris menyadari mereka ini adalah pihak-pihak yang berisiko untuk pendukung pemerintah.
- Terorisme, melalui aksi-aksinya juga didesain untuk menyampaikan pesan kepada pemerintah asing dan warganya. Apakah itu sekutu pemerintah hegemoni atau lawan mereka. Bagi sekutu, target diseleksi untuk memberikan peringatan agar tidak terlalu mendukung pemerintah hegemoni, sedangkan bagi lawan pemerintah hegemoni target diseleksi untuk menjamin kelancaran dana dan persenjataan.
- Target-target lain yang potensial, seperti turis, investor, dan organisasi-organisasi kemanusiaan. Tujuannya adalah untuk mengusir mereka, dengan demikian negara akan mengalami resesi ekonomi dan peningkatan angka pengangguran, yang akan menghasilkan perlawanan kepada pemerintah hegemoni.

Selain itu, Peneliti juga melihat kasus ini dengan teori Konstruksi Realitas oleh Media Massa. Berger dan Luckman (dalam Bungin, 2011: 15)<sup>7</sup> menyebut konstruksi sosial berlangsung dalam tiga proses yaitu: *pertama*, eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. *Kedua*, obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi di dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan. *Ketiga*, internalisasi, yaitu proses individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu tersebut menjadi anggotanya.

Berita yang diproduksi tidak dihasilkan dalam sebuah ruang hampa. Ada orang-orang atau pihak yang terlibat dalam proses melahirkan sebuah berita, berikut aspek kepentingan dan konflik yang menyertainya. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese

---

<sup>7</sup> Bungin, Burhan. 2011. Konstruksi Sosial Media Massa. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal. 15

merinci lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan<sup>8</sup>. Faktor-faktor yang menentukan konstruksi sebuah berita adalah sebagai berikut:

*Pertama*, faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang pendidikan, atau kecenderungan orientasi pada partai politik sangat bisa mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.

*Kedua*, rutinitas media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja tulisan sebelum sampai ke proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya.

*Ketiga*, organisasi media. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara langsung ataupun tidak akan mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media tersebut. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Kepentingan politik pemilik media sangat mempengaruhi konten berita yang akan mereka siarkan

*Keempat*, Ekstra media. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi media, hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media. Sumber berita dan sumber iklan sangat menentukan kebijakan redaksi.

---

8 Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Second edition. New York: Longman. Hal 110-111.

*Kelima*, ideologi, merupakan kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Kecenderungan politik pemilik media dan pekerja media sangat mempengaruhi isi pemberitaan media.

Beberapa penelitian pernah dilakukan dengan topik tentang terorisme. Diantaranya penelitian oleh Adam W. Sukarno dengan judul “Dilema Peliputan Terorisme dan Pergeseran Pola Framing Framing Berita di Media Massa.” Penelitian yang dimuat dalam Jurnal, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 14, Nomor 13, Maret 2011 melihat bagaimana pembingkai dalam kasus terorisme mengalami pergeseran dalam waktu ke waktu. Peran penguasa sangat vital dalam menentukan seperti apa bingkai yang harus dihadirkan dalam kasus-kasus terorisme.

Hasil penelitian menunjukkan liputan tentang terorisme menimbulkan dua implikasi, pertama, berkaitan dengan pencitraan dan pengakuan eksistensi pelaku terorisme, kedua, perolehan nilai jual dari berita yang disajikan.

Bias dan objektivitas media dalam pemberitaan terorisme menjadi hal lain yang ditemukan karena sulitnya akses terhadap sumber berita.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis untuk mengungkapkan peran media dalam festivalisasi kasus terorisme melalui bingkai pemberitaan.

Peneliti berasumsi bahwa apa yang dihadirkan media massa melalui pemberitannya tidak terjadi dalam ruang hampa. Media massa dalam pendekatan kualitatif dianggap punya agenda tertentu dalam pemberitaannya. Agenda tersebut terkadang melenceng dari tujuan media massa dalam undang-undang pers. Oleh karena itu, pendekatan dalam penelitian ini juga akan dieksplorasi dengan berbagai konsep, seperti literasi media massa, teori konstruksi sosial, dan naratif. Hal ini dilakukan agar mendapat pandangan yang menyeluruh dari objek penelitian.

Subjek pada penelitian ini portal berita detik.com. Sedangkan objek penelitian ini adalah media yang memuat berita kasus FPI dan terorisme yang terjadi sepanjang tahun 2021.

Secara umum berita ini terdiri dari: berita, caption dan foto berita, features, editorial, opini, dan iklan. Khusus untuk penelitian ini, yang dianalisis adalah semua berita tentang penangkapan anggota FPI. Berita-berita yang dianalisis adalah edisi Maret-Mei 2021. Pemilihan subjek penelitian selama kurun waktu tersebut didasarkan pada metode *Critical Discourse Moment*, yaitu berita-berita mengenai isu tertentu yang puncak pemberitaannya karena adanya peristiwa yang baru, penting, dan menarik perhatian khalayak. Selama kurun waktu tersebut, pemberitaan menyangkut penangkapan anggota FPI sedang dalam puncaknya. Berikut daftar berita yang dianalisis.

**Tabel 1. Berita yang Objek Penelitian Periode Maret-Mei 2021**

No	Judul	Tanggal
1	Polri: 3 Terduga Teroris yang Ditangkap di Makassar Pernah Baiat di Markas FPI	30 Maret 2021
2	Deretan Pernak-pernik FPI Ditemukan di Rumah Terduga Teroris	30 Maret 2021
3	Pengakuan Teroris di Jakarta: Simpatisan FPI-Ingin Ledakkan Industri China	3 April 2021
4	Teroris yang Ditangkap Ngaku Simpatisan FPI, Pengacara HRS Heran Dikaitkan	4 April 2021
5	Munarman Ditangkap Terkait Baiat Teroris di 3 Kota	27 April 2021
6	Densus Tangkap 3 Eks Petinggi FPI Makassar Terkait Kasus Munarman	5 Mei 2021

Sumber: Olahan peneliti

Data-data yang diperlukan dan terkait dengan penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- Studi Kepustakaan (library Research), yaitu dengan cara mengumpulkan semua data yang berasal dari literatur serta bahan bacaan yang relevan dengan penelitian ini. Studi kepustakaan dalam penelitian ini menghasilkan berbagai data yang didapatkan dari buku-buku mengenai framing, komunikasi massa dan komunikasi politik, metodologi penelitian, dan terorisme. Selain itu juga beberapa artikel dan jurnal yang diambil dari internet.
- Studi Dokumen (Document Research), yaitu mengumpulkan data berupa berita-berita mengenai penangkapan anggota FPI yang diindikasikan sebagai teroris di detik.com. Data dikumpulkan secara langsung dengan jalan pengidentifikasian dan pengkategorian sesuai dengan teknik yang telah ditetapkan dalam mendapatkan subjek penelitian. Studi dokumen menghasilkan data berupa berita-berita mengenai penangkapan tersangka anggota FPI periode Maret hingga Mei 2021 di detik.com.

Metode dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini adalah analisis framing model Robert N Entman. Ini adalah sebuah metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis sebagai pendekatan dalam analisisnya.

Analisis framing dari Entman ini, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari sebuah realitas atau isu dari sebuah media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan atau pembingkai informasi, fakta, realitas dalam konteks yang khas, sehingga isu tertentu mendapat alokasi yang lebih besar dari isu yang lain.

Metode yang penulis pakai dalam menguji keabsahan data adalah dengan intertekstualitas. Secara sederhana intertekstualitas dimaknai sebagai keterkaitan antara satu teks dengan teks lainnya. Artinya sebuah teks, selalu berkaitan dengan teks lainnya agar teks tersebut bisa tersusun dengan utuh. Jurnalis dalam menulis berita tidak murni menulis berdasarkan apa yang diliputnya, akan tetapi mengaitkan dengan bacaan, novel, filmnya dan hal lainnya yang membentuk cerita tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan kerangka kerja analisis framing dengan memakai konsep Robert N. Entman dalam menganalisis setiap subjek penelitian. Pendekatan ini menggunakan empat perangkat unit analisis untuk melihat bagaimana sebuah media membingkai suatu masalah: Pendefinisian masalah (Define Problem), memperkirakan sumber masalah (Diagnoses Causes), membuat keputusan moral (Make moral Judgement), dan menekankan penyelesaian (Treatment Recommendation).

Kasus terorisme yang melibatkan FPI muncul ke permukaan pada akhir bulan Maret, kemunculan berita ini sudah didahului oleh banyak berita lain tentang FPI. Dimulai dari rencana kepulangan Habib Rizieq Shihab (HRS) ke Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan penyambutan HRS saat di bandara yang membuat kerumunan dan kemacetan panjang yang berakibat dibatalkannya beberapa penerbangan karena akses jalan ke bandara tertutup massa pendukung HRS. Pemberitaan berlanjut pada kerumunan pengajian di markas FPI, kemudian pernikahan putri HRS, hingga berita kasusnya pemeriksaan kesehatan HRS di Rumah sakit Ummi Bogor. Pemberitaan kasus HRS dan FPI berlanjut dengan penembakan pengawal HRS di tol yang menyebabkan meninggalnya beberapa pengawal HRS. Pada puncaknya terjadi ledakan bom di Makassar.

Pemberitaan tentang ledakan bom di Makassar berkembang. Dari hasil pemeriksaan kasus ledakan bom tersebut, pelaku mengarah pada keterlibatan orang-orang FPI. Ada enam berita yang dilihat dalam penelitian ini, dimulai pada akhir Maret hingga awal Mei 2021.

Berikut ini akan disajikan subjek penelitian dan analisisnya berdasarkan kerangka kerja yang telah disebutkan di atas:

**Tabel 2. Perangkat Analisis Framing**

Problem	Peristiwa dilihat sebagai apa?
Identification	Peristiwa sebagai masalah apa
Diagnose Causes	Siapa penyebab masalah? Peristiwa itu disebabkan oleh apa?

Moral Evaluation	<p>Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah?</p> <p>Nilai apa yang dipakai untuk mendelegetimasi/ legetimasi suatu tindakan ?</p>
Treatment Recommendation	<p>Penyelesaian yang ditawarkan untuk mengatasi masalah?</p> <p>Jalan yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasinya?</p>

Sumber: Olahan peneliti

## **Framing Media Massa dalam Festivalisasi Teorisme**

### **Analisi Berita 30 Maret 2021**

Pemberitaan tentang ledakan bom di Makassar berkembang yang diduga melibatkan anggota FPI ditulis dengan judul *Polri: 3 Terduga Teroris yang Ditangkap di Makassar Pernah Baiat di Markas FPI*. Dalam berita ini dikatakan bahwa Polri melakukan penangkapan terhadap teroris berdasarkan pengembangan dari korban bunuh diri. Dari pengembangan tersebut polisi mendapatkan informasi orang-orang yang ikut perencanaan pemboman.

Informasi dari berita tersebut hanya muncul dari satu narasumber, yakni Kabag Penum Divisi Humas Polri, Kombes Ahmad Ramadhan. Tidak ada informan dan sumber berita lain dari berita ini

Secara sederhana bagaimana detik.com membingkai kasus terorisme ini, dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3. Framing detik.com 30 Maret 2021**

### **Polri: 3 Terduga Teroris yang Ditangkap di Makassar Pernah Baiat di Markas FPI**

#### **Unit Analisis**

Problem Identification	Masalah pelanggaran hukum
------------------------	---------------------------

Diagnose Causes	Tujuh tersangka teroris yakni pasangan suami istri (pasutri) L dan YSF adalah aktor di balik aksi bom bunuh diri di Makssar. kemudian ada AS alias EKA alias AR, terduga teroris berinisial SAS, terduga teroris berinisial R alias M, kemudian Andre alias AA yang terlibat perencanaan dan mengetahui aksis tersebut. Sedangkan pihak kepolisian adalah instansi yang sedang menjalankan tugasnya dengan semua tindakan yang diambil terhadap tersangka
Moral Evaluation	Tindakan teroris sangat membahayakan dengan melakukan pengintaian terhadap lokasi target pemboman, sedangkan tindakan polisi menangkap mereka adalah sebuah keberhasilan
Treatment Recommendation	Menyerahkan kepada kepolisian untuk terus mengungkap dan membasmi tindakan terorisme.

Sumber: Olahan peneliti

### Analisis Berita 30 Maret 2021

Berita kedua masih di tanggal yang sama dengan sudut pandang berbeda. ditulis dengan judul *Deretan Pernak-pernik FPI Ditemukan di Rumah Terduga Teroris*. Dalam berita ini dikatakan salah satu yang ditemukan dalam penangkapan terduga teroris ini adalah banyaknya atribut FPI di rumah tersangka. Beberapa yang ditemukan antara lain adalah baju, buku amplop, poster, CD, dan KTA yang berafiliasi dengan FPI.

Untuk lebih jelasnya bagaimana detik.com membingkai kasus terorisme ini, berikut hasil analisisnya.

**Tabel 4. Framing detik.com 30 Maret 2021**

<b>Deretan Pernak-pernik FPI Ditemukan di Rumah Terduga Teroris</b>	
<b>Unit Analisis</b>	
Problem	Kegiatan teror dipicu oleh bacaan yang
Identification	beririsan dengan FPI dan itu pemicu teror
Diagnose Causes	Walapun tidak secara langsung menyebut FPI. Kutipan yang dimuat mengidentifikasi bahwa FPI adalah dalang dari semua ini karena barang-barang yang ditemukan di kediaman pelaku teror punya kaitan langsung dengan FPI
Moral Evaluation	Tindakan teroris ini sangat membahayakan, oleh karena itu polisi akan lakukan penyidikan
Treatment	Menyerahkan kepada kepolisian untuk
Recommendation	terus mengungkap dan membasmi tindakan terorisme.

Sumber: Olahan peneliti

### **Analisis Berita 3 April 2021**

Berita ketiga dimuat pada tanggal tiga April dengan memuat pengakuan para tersangka teroris yang ditangkap polisi. Berita ini ditulis dengan judul *Pengakuan Teroris di Jakarta: Simpatisan FPI-Ingin Ledakkan Industri China*. Berita ini memuat tentang rencana-rencana yang akan dilakukan oleh tersangka teroris dalam melakukan aksi teror. Berita diawali dari penangkapan orang-orang yang diduga teroris di beberapa daerah seperti Jakarta, Bekasi, dan Tangerang Selatan.

Berdasarkan pengakuan tersangka, didapatkanlah informasi bahwa terduga teroris akan meledakkan industri China, SPBU, dan beberapa aset strategis lainnya. Dari informasi tersangka diketahui bahwa mereka mendapatkan pengetahuan tentang membuat bom dari youtube. Beberapa bom sudah dipersiapkan untuk aksi balas dendam karena kelompok mereka ditangkap saat aksis 212. Semua narasumber yang dimuat pernyataannya adalah orang yang menurut polisi dan pengakuan tersangka memiliki afiliasi dengan FPI.

Secara sederhana, bagaimana praktik framing dilakukan dalam berita ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 5. Framing detik.com 3 April 2021**

---

Pengakuan Teroris di Jakarta: Simpatisan FPI-Ingin Ledakkan Industri China

---

**Unit Analisis**

---

Problem Identification	Kegiatan terorisme dipicu karena pelaku mengaku hendak meledakkan industri-industri China di Indonesia. Hal ini seakan membuktikan kalau FPI anti dengan keturunan China
Diagnose Causes	Penyebab teror karena pelaku dianggap punya keterkaitan dengan FPI dan sering mengikuti pengajian dengan HRS setelah HRS pulang dari Arab Saudi. Pengajian dengan HRS lah membulatkan tekadnya untuk melakukan teror
Moral Evaluation	Apa yang dilakukan tersangka ini sangat membahayakan karena mereka membuat bom dan merencanakan peledakan. Selain itu mereka juga dianggap berbahaya karena dibekali ilmu kebal
Treatment Recommendation	Polisi melakukan penangkapan pada kelompok ini sebagai sebuah kewajaran karena mereka akan melakukan kerusuhan dan pengeboman kepada polisi dan aset-aset orang china

---

Sumber: Olahan peneliti

### **Analisis Berita 4 April 2021**

Berita keempat yang dimuat pada tanggal 4 April 2021 dengan memuat berita tentang keheranan pengacara HRS dengan pengakuan para tersangka teroris yang ditangkap polisi bahwa mereka adalah simpatisan FPI. Berita ini ditulis dengan judul *Teroris yang Ditangkap Ngaku Simpatisan FPI, Pengacara HRS Heran Dikaitkan*. Berita ini berisi tentang keganjila para tersangka yang sudah ditangkap polisi yang mengaku melakukan aksi teror karena merasa pemerintah berlaku zalim terhadap FPI. Atas dasar itulah para pelaku teror melaksanakan aksinya. Serelah tertangkap mereka mengaku anggota FPI kepada polisi.

Menurut pengacara HRS yang dikutip dalam berita, sudah tidak mungkin lagi orang-orang FPI saat ini melakukan teror. Aziz Yanuar sebagai pengacara HRS merasa saat ini orang-orang yang memilih jalan kekerasan sudah dikeluarkan dari FPI. Tidak ada lagi di FPI faksi-faksi yang memilih kekerasan dalam perjuangan FPI. Berita ini memuat pernyataan tiga orang narasumber, dua narasumber yang pernyataan bernada negatif terhadap FPI dan satu narasumber dengan pernyataan bernada positif terhadap FPI.

Secara sederhana, bagaimana praktik framing dilakukan dalam berita ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 6. Framing detik.com 4 April 2021**

Teroris yang Ditangkap Ngaku Simpatisan FPI, Pengacara HRS Heran Dikaitkan	
Unit Analisis	
Problem Identification	Kasus tertangkapnya pelaku teror dan si pelaku mengaku simpatisan FPI dianggap sebagai ketidakwajaran
Diagnose Causes	Kasus ini disebabkan karena pemerintah berlaku zalim kepada FPI, pemerintah hanya memakai tersangka untuk “menggebuk” para bekas anggota FPI yang tersisa
Moral Evaluation	Kegiatan yang dilakukan oleh pelaku teror merupakan aksi menuntut pembebasan HRS, tapi menurut pengacara alasan ini terlalu dibuat-buat dan dikaitkan dengan terpaksa
Treatment Recommendation	Dalam pemberitaan ini detik lebih mengambil pernyataan pengacara FPI bahwa kasus ini jangan dikaitkan dengan FPI, karena FPI sudah dibubarkan

Sumber: Olahan peneliti

### Analisis Berita 27 April 2021

Berita selanjutnya dimuat pada tanggal 27 April 2021 dengan memuat berita penangkapan Munarman. Berita ini ditulis dengan judul *Munarman Ditangkap Terkait Baiat Teroris di 3*

*Kota*. Pascapenangkapan Munarman banyak yang bertanya-tanya kenapa dia ditangkap. Sebelumnya, beberapa petinggi FPI sudah terlebih dahulu ditangkap dalam berbagai kasus. Misalnya di kasus kerumunan di rumah HRS dan kerumunan di markas FPI Petamburan. Beberapa orang, termasuk menantu HRS sudah terlebih dahulu ditangkap Polisi.

Polisi, melalui Kabag Penum Divisi Humas Polri Kombes Ahmad Ramadhan menyatakan dalam berita tersebut bahwa penangkapan Munarman adalah pengembangan dari kasus penangkapan orang yang mengaku anggota FPI sebelumnya.

Secara sederhana, bagaimana praktik framing dilakukan dalam berita ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 7. Framing detik.com 27 April 2021**

<b>Munarman Ditangkap Terkait Baiat Teroris di 3 Kota</b>	
<b>Unit Analysis</b>	
Problem	Penangkapan Munarwan karena yang
Identification	bersangkutan terlibat baiat pelaku pemboman
Diagnose Causes	Munarwan dianggap orang yang melakukan baiat yang berkiblat ke ISIS, organisasi yang selama ini dianggap sebagai teroris global
Moral Evaluation	Karena masalah ini berkaitan dengan tindakan hukum, maka kepolisian berhak menindaklanjuti kasus ini
Treatment	Penangkapan Munarman akan diproses di
Recommendation	hadapan hukum karena ini bagian dari tindakan berbahaya

Sumber: Olahan peneliti

### **Analisis Berita 5 Mei 2021**

Berita terakhir yang dianalisa dalam penelitian ini dimuat pada tanggal 5 Mei 2021 yang memuat berita penangkapan tiga orang petinggi FPI terkait kasus Munarman. Berita ini ditulis dengan judul *Densus Tangkap 3 Eks Petinggi FPI Makassar Terkait Kasus Munarman*. Berita ini dimulai dengan informasi penangkapan teroris di Makassar setelah Munarman ditangkap. Kabid Humas Polda

Sulsel Kombes E Zulpan, yang dikutip pernyataannya dalam berita ini, orang-orang yang ditangkap punya keterkaitan dengan kasus baiat yang pertama kali dilontarkan oleh salah seorang terduga teroris yang ditangkap. Tiga orang yang ditangkap tersebut mengetahui dan hadir dalam proses baiat yang juga dihadiri oleh Munarman.

Secara sederhana, bagaimana praktik framing dilakukan dalam berita ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 8. Framing detik.com 5 Mei 2021**

Densus Tangkap 3 Eks Petinggi FPI Makassar Terkait Kasus Munarman	
Unit Analysis	
Problem Identification	Penangkapan tiga orang ini berkaitan dengan terkait dengan kasus terorisme yang menjerat eks Sekjen
Diagnose Causes	Kasus penangkapan ini disebabkan karena para tersangka ini telah mengikuti baiat melalui Munarman. Karena Munarman ditangkap, orang-orang yang pernah berbaiat juga ditangkap oleh polisi
Moral Evaluation	Atas kejadian ini polisi berhak untuk mendalami lebih jauh dengan menggeledah rumah tersangka dan menemukan barang bukti yang mengarah pada FPI
Treatment Recommendation	Polisi melanjutkan penyelidikan atas kasus ini

Sumber: Olahan peneliti

### **Transformasi Narasi Terorisme dalam Bingkai Media Massa**

Pemberitaan tentang terorisme tidak pernah habis seiring perjalanan waktu. Kelompok yang dianggap teroris pun selalu berganti dari satu rezim pemerintahan kepada rezim pemerintahan kepada rezim yang lain. Agaknya, konsep terorisme dan kelompok yang dianggap teroris selalu berganti setiap periode pemerintah.

Hal menarik ditemukan dari penelitian Sukarno<sup>9</sup>, ia mencatat istilah terorisme pertama kali disebut di Indonesia pada tahun 2001. Hal ini dipicu pascaledakan bom Bali 1 dan tragedi 11 September 2001. Gerakan ini pada saat itu (2001-2008) direpresentasikan dengan Jamah Islamiyah (JI). Sebelum 1998, framing kasus teror dikenal dengan gerakan radikal berbasis agama tertentu. Kemudian pada 1999-2000 gerakan ini disebut dengan Gerakan Pengacau Keamanan (GPK). Setelah itu selalu ada perubahan. Pada 2009, frame terorisme dialamatkan pada orang-orang yang menjadi rival politik SBY yang kecewa dengan hasil pemilu. Mulai 2009 hingga 2020 gerakan terorisme selalu diframing dilakukan oleh kelompok JAT dengan Abu Bakar Ba'asyir yang dianggap sebagai tokoh utamanya.

Memasuki tahun 2021, konsep terorisme berubah. Begitu juga orang-orang atau kelompok yang dianggap teroris juga mengalami transformasi. FPI, yang sudah berdiri sejak awal reformasi, tepatnya pada 17 Agustus 1998 dianggap sebagai kelompok teroris pada awal 2021 ini. Hal ini tentu tidak ujug-ujug datang begitu saja.

FPI yang dianggap organisasi keras dan radikal mulai mendapat sorotan sejak memulai aksi menolak Ahok yang menjadi Gubernur DKI Jakarta saat itu. Peristiwa ini berawal pada 4 November 2016. FPI dan beberapa ormas Islam melakukan demonstrasi karena Ahok dianggap telah melecahkan Islam dengan pernyataannya di Kepulauan Seribu yang meminta umat Islam jangan mau dibohongi dengan ayat-ayat Al Quran. Puncaknya, pada pemilihan gubernur DKI, pasangan Ahok-Djarot kalah bersaing dengan Anies-Sandi untuk menduduki kursi DKI 1.

Sejak saat itu, berbagai kasus mulai dituduhkan kepada HRS dan FPI. Puncaknya, HRS pergi dan menetap di Arab Saudi selama beberapa tahun. Saat kepulangan HRS ke Indonesia. Beberapa kasus mulai dituduhkan kepada HRS dan FPI.

Kasus pertama adalah penyambutan HRS di bandara yang menimbulkan kerumunan yang luar biasa, sehingga membuat beberapa penerbangan dibatalkan pada hari ini karena akses keluar

---

9 Adam, W, Sukarno, 20011. *Dilema Peliputan Terorisme dan Pergeseran Pola Framing Framing Berita di Media Massa*, Bandung, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 14, Nomor 13, Maret 2011, Halaman 345.

masuk bandara Soekarno Hatta lumpuh total. Akan tetapi kasus ini belakangan tidak dianggap sebagai pelanggaran karena Menko Puluhukam Mahfud MD mengaku memberikan izin kepada FPI untuk menjembput HRS.

Beberapa perkembangan menarik terjadi setelahnya. Mahfud MD mengaku di beberapa media sudah berusaha membujuk HRS untuk islah dengan pemerintah. Akan tetapi islah itu tidak kunjung terjadi karena menurut Mahfud ada beberapa permintaan HRS dan FPI yang tidak bisa dipenuhi pemerintah.

Pascabatalnya islah dengan pemerintah, kasus-kasus yang melibatkan HRS dan FPI mulai dilakukan penyelidikan oleh kepolisian. Sebut saja kasus kerumunan di acara pernikahan HRS di Petamburan, kasus kerumunan di Mega Mendung, kasus tes kesehatan di Rumah Sakit Ummi Bogor, dan beberapa kasus lainnya. Puncaknya, HRS ditahan kepolisian dengan tuduhan beberapa kasus. Setelah ditahannya HRS, beberapa petinggi FPI juga ditangkap bersamaan, diantaranya ketua FPI Ahmad Shabri Lubis dan menantu HRS.

Akhir 2020, banyak kasus lainnya yang melibatkan FPI. Yang paling menyentak, meninggalnya beberapa anggota FPI pengawal HRS yang terlibat kejar-kejaran dengan polisi. Setelahnya terjadi terjadi bom di Gereja Katedral pada 28 Maret 2021. Dari kasus ini FPI dianggap punya keterakitan dengan para pelaku.

Narasi yang berkembang media pada akhirnya mengarah pada pelaku teroris ini adalah orang-orang yang pernah terlibat di FPI. Hal ini diperkuat dengan wawancara dan pernyataan para tersangka yang dotangkap kepolisian. hal ini bisa dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 9. Narasi Terorisme yang Mengarah ke FPI**

No	Judul berita	Tanggal	Narasi teroris	Narasumber
1	Pengakuan Teroris di Jakarta: Simpatisan FPI-Ingin Ledakkan Industri China	3 April 2021	<p>5 orang yang ditangkap terkait jaringan teroris tersebut. Kelimanya mengaku sebagai simpatisan FPI teroris bernama Ahmad Junaidi mengaku sebagai simpatisan FPI dan kerap mengikuti pengajian sepulang Habib Rizieq Shihab ke Indonesia beberapa waktu lalu.</p> <p>Saya bergabung dengan FPI tahun 2019 wilayah DCP Serang Baru, Kabupaten Bekasi sebagai Wakadit Jihad. Saya bergabung dengan Majelis Ratib Yasin Waratib diajak oleh Bambang alias Abi dikenalkan Habib Husein, saya mengajarkan cara membuat TATP tersebut kepada Habib Husein, Malik, Noval, Bang Heri, Bang Jun di rumah Habib Husein di garasi,” katanya. Selanjutnya, teroris Bambang Setiono mengaku menjadi simpatisan FPI sejak Desember 2020. Saya Wiloso Jati. Saya adalah anggota FPI</p>	4 orang tersangka yang

2	Deretan Pernak- pernik FPI Ditemukan di Rumah Terduga Teroris	30 Maret 2021	Pernak-pernik FPI ditemukan di rumah terduga teroris yang ditangkap di Jakarta dan Kabupaten Bekasi	1 orang Kapolda Metro Jaya Irlen Fadil Imran
3	Densus Tangkap 3 Eks Petinggi FPI Makassar Terkait Kasus Munarman	5 Mei 2021	Densus 88 Polri bersama Polda Sulawesi Selatan (Sulsel) menangkap 3 orang eks petinggi Front Pembela Islam (FPI) Kota Makassar terkait kasus terorisme yang menjerat Munarman  Teroris yang ditangkap di Vila Mutiara, Makassar pada awal Januari lalu itu menyebut pembaiatan yang dilakukan Munarman itu terjadi pada 2015 dan 2016	Kabid Humas Polda Sulsel Kombes E Zulpan
4	Munarman Ditangkap Terkait Baiat Teroris di 3 Kota	27 April 2021	Eks Sekum Front Pembela Islam (FPI) Munarman ditangkap Densus 88 Antiteror lantaran diduga terlibat dalam kegiatan baiat teroris di tiga kota	Kabag Penum Divisi Humas Polri Kombes Ahmad Ramadhan

5	Polri: 3 Terduga Teroris yang Ditangkap di Makassar Pernah Baiat di Markas FPI	30 Maret 2021	Detasemen Khusus (Densus) 88 Antiteror Polri berhasil menangkap 7 terduga teroris yang berkaitan langsung dengan bom bunuh diri yang dilakukan oleh pasangan suami istri (pasutri) L dan YSF di depan Katedral, Makassar. Polri menyebut 3 dari 7 yang ditangkap itu pernah baiat di Markas Front Pembela Islam (FPI).	Kabag Penum Divisi Humas Polri, Kombes Ahmad Ramadhan
6	Teroris yang Ditangkap Ngaku Simpatisan FPI, Pengacara HRS Heran Dikaitkan	4 April 2021	Aziz mengaku heran FPI yang sudah dinyatakan dibubarkan masih dikaitkan dengan aksi teror yang terjadi di Tanah Air	Eks Wasekum Aziz Yanuar

Sumber: Olahan peneliti

Berdasarkan narasi yang dibangun dalam berita di atas hampir semuanya membingkai FPI adalah teroris dalam kasus bom Katedral. Begitu juga dalam pemilihan narasumber. Dari 8 orang narasumber dalam 6 berita di atas, 7 orang berbicara negatif terhadap FPI dan satu orang mengeluarkan pernyataan positif terhadap FPI. Jelas bahwa framing yang dibangun tidak berpihak pada FPI.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, dari semua berita, framing yang dibentuk terlihat kasus bom Makassar

diotaki oleh orang-orang yang bersinggungan dengan FPI. Mereka dikategorikan sebagai teroris. Pemerintah dalam hal ini polisi berhak untuk menangkap dan mengadili mereka ini karena FPI adalah organisasi yang terlarang.

Narasi tentang terorisme pada tahun 2021 mengarah pada FPI. Dari 6 berita yang diambil terlihat bahwa framing yang dibangun tidak berimbang dalam pemilihan narasumber. 8 orang narasumber dalam 6 berita, 7 orang berbicara negatif terhadap FPI dan satu orang mengeluarkan pernyataan positif terhadap FPI. Hal ini ditambah lagi dengan narasi penemuan beberapa benda yang mengarah pada FPI dalam pemberitaan.

Saran peneliti, Dalam membuat narasi tentang pemboman Gereja Katedral di Makassar perlu diperhatikan unsur keberimbangan dalam menghadirkan narasumber di media massa. Hal ini perlu dalam rangka memberikan hak yang sama pada masyarakat untuk berbicara di media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto, 2013. *Analisis Naratif, Dasar-dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Louw, P. Eric, 2005. *The Media and Political Proses*, Sage Publications Atheneum Press, Gateshead-Great Britain
- Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. (1996). *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Second edition. New York: Longman.
- Sobur, Alex, 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung, Remaja Rosda Karya
- Subandy, Idi, Syamsul, 2007. *Amerika, Terorisme dan Islamophobia*, Bandung, Nuansa.

### **Karya Ilmiah**

Adam, W, Sukarno, 20011. *Dilema Peliputan Terorisme dan Pergeseran Pola Framing Framing Berita di Media Massa*, Bandung, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 14, Nomor 13, Maret 2011, Halaman 345.

### **Sumber Lain**

‘*Polri: 94 Terduga Teroris Ditangkap Sejak Januari 2021*’ detik.com, <https://news.detik.com/berita/d-5514469/polri-94-terduga-teroris-ditangkap-sejak-januari-2021>, diakses pada 22 April 2021.

# **DRAMA KOREA: PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU ANAK MUDA DI KOTA KENDARI**

## ***KOREAN DRAMA: ITS INFLUENCE ON THE YOUTH BEHAVIOR IN KENDARI CITY***

**Sitti Utami Rezkiawaty Kamil<sup>1</sup>, La Tarifu<sup>2</sup>, Muh. Aswan Zanynu<sup>3</sup>, Jumrana<sup>4</sup>, La Ode Musrin<sup>5</sup>, Laylli Juwariyah<sup>6</sup>, Nurul Inayah Isamu<sup>7</sup>, Francis Rumat<sup>8</sup>**

Universitas Halu Oleo, Kendari

tintam.kamil@uho.ac.id<sup>1</sup>

### **Abstrak**

*Korea Selatan saat ini telah bertransformasi menjadi salah satu negara dengan industri kreatif yang paling berpengaruh di dunia dan berkembang dengan sangat pesat. Berkembangnya industri kreatif Korea berkontribusi besar dalam penyebaran budaya Korea diberbagai negara termasuk Indonesia. Beberapa tahun belakangan ini, budaya Korea masuk di Indonesia dengan cepat dan berkembang pesat. Penyebaran budaya Korea ini banyak dikenal dengan istilah Hallyu atau Korean wave, yang salah satunya disebar melalui drama Korea. Penelitian ini adalah ingin mengetahui Pengaruh menonton drama Korea terhadap perilaku anak muda di kota Kendari. Untuk mengetahui hal tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification yang dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif terhadap jawaban informan yang berjumlah 10 orang melalui wawancara mendalam terkait topik penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan teknik Purposive Sampling dengan menetapkan kriteria informan sesuai kebutuhan penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas para informan terpenuhi kebutuhannya saat menggunakan media untuk menonton drama Korea, rata-rata yang menggunakan media dengan menonton drama*

*Korea terpenuhi kebutuhannya di kebutuhan individual (Personal Integrative Needs}. Pengaruh drama Korea terhadap perilaku anak muda di Kota Kendari adalah pada empath al yakni: Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan Bahasa, Pengaruh drama Korea terhadap penampilan, Pengaruh Drama Korea terhadap pergaulan, Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan media.*

**Kata Kunci:** *Drama Korea; Perilaku; Anak Muda.*

### **Abstract**

*South Korea has now transformed into one of the most influential creative industries in the world and is growing very rapidly. The development of the Korean creative industry contributes greatly to the spread of Korean culture in various countries including Indonesia. In recent years, Korean culture has entered Indonesia rapidly and is growing rapidly. The spread of Korean culture is widely known as Hallyu or Korean wave, one of which is spread through Korean dramas. This research is to find out the influence of watching Korean dramas on the behavior of young people in the city of Kendari. To find out, this study used uses and gratification theory which is analyzed by qualitative descriptive methods to informant answers of 10 people through in-depth interviews related to research topics. This research was*

*conducted with Purposive Sampling technique by establishing informant criteria according to research needs. The results of this study showed that the majority of informants meet their needs when using media to watch Korean dramas, on average who use media by watching Korean dramas meet their needs in individual needs (Personal Integrative Needs). The influence of Korean drama on the behavior of young people in Kendari City is on four things, namely: The influence of Korean dramas on the use of language, the influence of Korean dramas on appearance, the influence of Korean dramas on association, the influence of Korean dramas on media use.*

**Keywords:** *Korean Drama; Behavior; Youth*

## PENDAHULUAN

Korea Selatan saat ini telah bertransformasi menjadi salah satu negara dengan industri kreatif yang paling berpengaruh di dunia dan berkembang dengan sangat pesat. Berkembangnya industri kreatif Korea berkontribusi besar dalam penyebaran budaya Korea diberbagai negara termasuk Indonesia. Beberapa tahun belakangan ini, budaya Korea masuk di Indonesia dengan cepat dan berkembang pesat. Penyebaran budaya Korea ini banyak dikenal dengan istilah *Hallyu* atau *Korean wave*.

Istilah *Korean wave* atau dalam bahasa Indonesia gelombang Korea adalah istilah yang sering digunakan untuk penyebaran budaya Korea Selatan diseluruh dunia. Penyebaran budaya tersebut melalui drama Korea atau *Korean Drama (K-Drama)*, Musik Pop Korea atau *Korean Pop (K-Pop)*, *fashion*, kosmetik dan sebagainya. *K-Drama* merupakan salah satu hasil dari budaya *Korean Wave* yang banyak digemari oleh banyak masyarakat dunia. Drama merupakan karya sastra yang dirancang untuk dipentaskan dipanggung oleh para aktor dan aktris (Rohmanto, 2014). Sedangkan drama Korea adalah budaya kesenian yang mengacu pada drama televisi Korea Selatan dalam sebuah format miniseri, di mana dalam drama mengangkat kisah-kisah kehidupan manusia yang disajikan dalam bahasa Korea. *K-Pop* adalah *Korean Pop* jenis aliran atau tipe musik yang berasal dari Korea Selatan, *K-Pop* berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa inggris dengan diiringi tarian moderen (*modern dance*).

Pada tahun 2019, KBS World Radio memaparkan data yang diterbitkan oleh Korean Foundation dibawah naungan Kementerian Luar Negeri Korea Selatan bahwa terdapat 99.3 juta orang menggemari drama Korea diseluruh dunia. Di Indonesia, demam drama Korea muncul Ketika tahun 2012, di mana tak hanya drama tetapi juga musik, film hingga aksesoris dan pernak-pernik digemari oleh masyarakat di Indonesia (Jimoondang, 2008).

Observasi awal pada anak muda di Kota Kendari yang tergabung dalam komunitas pecinta Korea mengakui bahwa kesuksesan drama Korea meraih simpati dan rasa suka mereka disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya Ceritanya yang menarik bisa termanifestasi ke banyak bentuk. Mulai dari cerita cinta

yang menyayat hati, membuat seolah jatuh cinta lagi, malu-malu sendiri saat adegan romantis, memimpikan pasangan ideal seperti dalam drama, hingga terinspirasi atas perjalanan hidup si tokoh. Dan cerita itu belum termasuk pula berbagai pernik fashion dan kosmetik yang dibawa dalam drama. ini juga menjadi kiblat *fashion* bagi para pecintanya karena menampilkan pakaian dan aksesoris yang *up to date*, serta juga membuat para penontonnya tanpa sengaja mempelajari bahasa Korea dan diaplikasikan pada keseharian. Selain itu faktor mudahnya mengakses drama Korea dalam genggamannya *gadget* juga merupakan poin lebih.

Bearawal dari drama, masyarakat kemudian mempelajari budaya dan semakin giat dan berminat untuk mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan Korea. Drama Korea memang memiliki pengaruh yang kuat pada kehidupan karena merupakan symbol dari faktor arketipe psikologis, dalam kehidupan sehari-hari secara tidak sadar, menonton drama membangkitkan faktor-faktor arketipe psikologis seseorang baik itu positif atau negative, baik atau buruk, fantastik atau realistik (Chun, 2015). Inilah yang secara tidak sadar ditangkap oleh para penonton drama Korea dan diinternalisasikan dalam bagian dirinya tanpa memperhatikan perilakunya positif atau negatif.

Dampak menonton drama Korea dikalangan anak muda secara umum memberikan dampak positif dan juga negatif. Semakin berkembang pesatnya media massa dan budaya populer membuat semakin kompleks pula perkembangan konsep diri seseorang (Roseberg, 1965). Dampak yang positif dapat berupa meningkatkan kecintaan anak muda pada kesenian, kreativitas, ketertarikan untuk mempelajari budaya, bahasa, dan *trend* dari Korea. Hal tersebut dapat memperluas wawasan yang dimiliki tentang negara lain. Sedangkan dampak negatifnya adalah menyebabkan terjadinya pergeseran budaya dan krisis identitas, anak muda akan cenderung apatis terhadap kebudayaan bangsa sendiri, mengubah pola pikir generasi muda untuk selalu meniru semua aspek kehidupan yang berbau Korea, sehingga melunturkan nilai kebudayaan Indonesia.

## METODE

Penelitian ini akan disajikan dalam metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam, studi Pustaka dan dokumentasi terhadap 10 informan yang merupakan anggota komunitas pecinta Korea, di bagi 5 laki-laki dan 5 perempuan. Informan diambil dari 3 komunitas pencinta Korea yang berbeda yang ada di Kota Kendari, 4 orang dari *Forza Family*, 3 orang dari *UKLI (United Korean Lovers Indonesia)*, dan 3 orang dari *Tuff e Nuff*. informan juga dipilih karena sudah menyukai drama Korea untuk waktu yang cukup lama minimal selama dua tahun. Kriteria informan adalah sebagai berikut:

1. Anak muda yang menonton drama Korea minimal satu kali dalam seminggu
2. Anak muda yang mengikuti perkembangan drama Korea berusia 17 sampai 22 tahun
3. Anak muda yang menyukai atau mengidolakan aktor dan aktris dalam drama Korea
4. Tergabung dalam komunitas pencinta Korea di Kota Kendari

Menggunakan teori *uses and gratifications*, mengasumsikan bahwa orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan (salah satu cara) menggunakan (berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa. Keterkaitan teori *uses and gratifications* dan media adalah, teori ini berfungsi untuk menggambarkan bagaimana seseorang menggunakan media sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan informasi, apa motif menggunakan media dan untuk mengetahui dampak yang dibuat media terhadap tiap individu (Hamidi, 2007).

Berkaitan dengan hal tersebut, teori *uses and gratifications* yang dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz menjelaskan bahwa teori ini banyak berkaitan dengan sikap dan perilaku para konsumen, di mana pengguna media menggunakan suatu media untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Teori ini juga mengasumsikan bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang hendak dipenuhi dengan cara menggunakan, membaca, menonton dan mendengarkannya melalui media massa. teori ini banyak berkaitan

dengan sikap dan perilaku para konsumen, di mana pengguna media menggunakan suatu media untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Teori ini juga mengasumsikan bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang hendak dipenuhi dengan cara menggunakan, membaca, menonton dan mendengarkannya melalui media massa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan *Korean Wave* menyebabkan budaya Korea banyak diadopsi oleh anak muda diberbagai negara termasuk di Indonesia, khususnya lagi remaja yang berada di Kota Kendari. Baik di Kota Besar maupun di Kota kecil, pengaruh Korea berhasil mempengaruhi perilaku anak muda. Drama Korea yang merupakan bagian dari agenda *Korean Wave* tersebut

mempengaruhi perilaku anak muda terutama pencinta Korea yang tergabung dalam komunitas pencinta Korea kota Kendari. Hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh drama Korea pada perilaku anak muda diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan bahasa yang digunakan oleh para remaja komunitas pencinta Korea Kendari, seperti dalam hal berbicara sering mengucapkan kata-kata atau istilah bahasa Korea misalnya “*Annyeong haseo*” yang artinya “Halo” dan juga “*Gomawo*” yang artinya “terima kasih”. Dan dalam hal lain juga menggunakan bahasa di sosial media menggunakan bahasa Korea yang dituliskan dalam *caption* di *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan juga media sosial lainnya. Hal inilah yang membuktikan bahwasanya keberadaan *Korean Wave* melalui *K-Drama* memberikan dampak terhadap penggunaan bahasa yang digunakan oleh remaja dikomunitas pencinta Korea yang ada di kota Kendari dalam hal kegiatan harian ataupun dalam menggunakan sosial media.
2. Pengaruh drama Korea terhadap penampilan dalam hal ini keberadaan *Korean Wave* melalui *K-Drama* memberikan

gambaran bukti bahwa keberadaan budaya Korea yang terjadi saat ini khususnya di kota Kendari memberikan dampak terhadap cara berpenampilan di mana remaja komunitas pencinta Korea yang ada di Kendari yang telah mengadopsi budaya Korea sering menggunakan busana/pakaian ala artis Korea maupun penyanyi Korea. Hal inilah yang memberikan bukti bahwasanya keberadaan Korean *Wave* melalui *K-Drama* memberikan dampak terhadap cara berpakaian remaja komunitas pencinta Korea kota Kendari berpenampilan seperti gaya *fashion* orang Korea.

3. Pengaruh Drama Korea terhadap pergaulan, hal inilah yang menyebabkan munculnya komunitas-komunitas pencinta Korea di kota Kendari seperti komunitas *United Korean Lovers Indonesia (UKLI)* Kendari, komunitas *Tuff e Nuff*, komunitas *Forza Family*.

Hal inilah yang menyebabkan bahwasanya keberadaan *Korean Wave* melalui *K-Drama* memberikan dampak terhadap remaja pencinta Korea dalam hal pergaulan dengan munculnya komunitas-komunitas pencinta Korea yang ada di kota Kendari.

4. Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan media. Dapat dikatakan bahwa dampak terhadap penggunaan media merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam proses berkembangnya *Korean Wave* melalui *K-Drama* dibuktikan dengan banyaknya muncul *K-Drama*, *K-Pop*, dan *skincare* tersebar melalui media. Dan dampak terhadap penggunaan media juga dapat dikatakan sangat memberikan pengaruh terhadap remaja pencinta Korea di mana mereka menggunakan media untuk mengakses hal-hal yang berkaitan dengan budaya Korea, seperti menonton atau mengunduh *K-Drama* melalui aplikasi berbayar seperti *viu* dan *Netflix*, Atau juga melalui situs yang memakan biaya kuota internet. Sehingga keberadaan media ini juga dapat dikatakan merupakan suatu hal yang berpengaruh besar dalam memberikan dampak terhadap remaja pencinta Korea dalam hal penggunaan bahasa, penampilan dan juga pergaulan. Karena semua hal-hal

yang berkaitan dengan *K-Drama* proses persebarannya yang paling besar yakni melalui media.

*K-Drama* menjadi salah satu tontonan masyarakat dunia yang saat ini banyak digemari. Hal ini juga tanpa terkecuali komunitas pencinta Korea di Kota Kendari. Diawali hanya sekedar menyukai hingga akhirnya memberi dampak terhadap perilaku komunikasi dari remaja tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perkembangan *Korean Wave* melalui *K*

*Drama* memberikan dampak terhadap perilaku komunikasi remaja pencinta Korea yang ada di Kota Kendari seperti dampak terhadap bahasa, dampak terhadap penampilan, dampak terhadap pergaulan, dampak terhadap penggunaan media. Hal inilah yang menyebabkan keberadaan *Korean Wave* melalui *K-Drama* memberikan dampak terhadap perilaku remaja pencinta Korea Kota Kendari, sebagai berikut:

## **1. Dampak Terhadap Bahasa**

Dampak terhadap bahasa merupakan sebuah akibat yang dihasilkan dari budaya *Korean Wave* melalui menonton drama Korea, di mana istilah bahasa dan logat cara orang Korea sering diucapkan dan diikuti oleh remaja pencinta Korea khususnya di Kota Kendari. Hal ini menyebabkan banyaknya remaja pencinta Korea mempelajari istilah bahasa Korea dan mengikuti logat-logat dalam bahasa Korea.

Hasil wawancara yang dilakukan penulis pada dampak terhadap bahasa akibat dari menonton drama Korea dapat dilihat dari ringkasan di bawah ini, seorang informan dari komunitas *Forza Family* di Kota Kendari atas nama Agil Ismail (18), ia menyatakan bahwa:

*“Dampak menonton drama Korea terhadap bahasa, yang saya rasakan yaitu saya biasa secara spontan menggunakan istilah-istilah bahasa Korea kepada teman-teman saya yang juga suka sama Korea. Hal itu disebabkan dari kebiasaan saya menonton drama Korea, namun penggunaan istilah bahasa Korea tidak menjadi hal yang rutin sehari hari karena menurut saya cuma sebagai seru-seruan begitu*

*sama mereka, misalnya saya biasa dipanggil “Oppa” yang artinya “kakak”, saya balas “Annyeong” artinya “Halo”. Kalau untuk kata yang sering saya ucapkan biasa “Annyeong haseo” artinya “Apa kabar”, “Kamsahamnida”, formal yang artinya Terimakasih, “Gomawo” yang artinya “terimakasih” kepada yang sebaya. Menurut saya bahasa Korea agak sulit untuk dipelajari karena kosa katanya susah untuk dipahami sama penulisannya juga susah, tapi keinginan saya belajar bahasa Korea sekitar 90%, karena dari drama Korea itu saya punya impian bisa kesana jadi otomotif saya harus pintar bahasa Korea.” (Wawancara 31 Agustus 2021)*

## **2. Dampak Terhadap Penampilan**

Dampak terhadap penampilan merupakan sebuah akibat yang dihasilkan dari munculnya budaya *Korean Wave* melalui menonton drama Korea, di mana cara berpakaian dan berpenampilan orang Korea di ikuti oleh remaja pencinta Korea yang ada di Kota Kendari. Hal ini menyebabkan banyaknya remaja pencinta Korea yang gemar berpakaian dan berpenampilan seperti artis Korea. Peneliti melakukan wawancara dengan informan Tuff e Nuff atas nama Vivin (21), ia menyatakan bahwa:

*“Dari drama Korea kita bisa belajar cara mereka dalam hal berbusana, karena visual mereka benar-benar ditampilkan dilayar. Saya menyukai gaya berpakaian yang feminim dan simpel. Soal belanja produk Korea yang replika cuma mengadopsi gayanya saja, karena yang original biasanya mahal berjuta-juta harganya. Untuk dalam komunitas tidak sedikit bagi kami untuk membeli baju bermerek yang mirip seperti idola kami ketika ada performance tampil dance.” (Wawancara 29 Agustus 2021)*

Dari hasil wawancara di atas peneliti menjabarkan bahwa dampak intensitas menonton drama Korea terhadap penampilan yang dirasakan Vivin, dia belajar fashion atau gaya busana dari drama Korea, mulai gaya pakaian yang feminim juga yang simpel.

Hal inilah yang memberikan bukti dampak menonton drama Korea terhadap penampilan. Namun, keinginan Vivin yang kuat untuk tampil seperti idolanya membuatnya harus rela membeli barang-barang replika karena harga barang original yang mahal. Vivun rela membeli replika agar tetap dapat mengadopsi gaya idolanya.

### 3. Dampak Terhadap Pergaulan

Dampak terhadap pergaulan merupakan sebuah akibat yang dihasilkan dari budaya *Korean Wave* melalui menonton drama Korea, di mana dengan adanya perkembangan budaya *Korean Wave* menjadikan sebagian remaja penggemar Korea membuat komunitas pencinta Korea sebagai tempat untuk *sharing* dan berbincang masalah trend Korea saat ini dan sebagai tempat untuk berkumpulnya para penggemar Korea untuk mengadakan event Korea, seperti *song cover*, *dance cover*, dll.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis pada dampak terhadap pergaulan akibat dari menonton drama Korea dapat dilihat dari ringkasan di bawah ini dengan salah satu contoh komunitas pencinta Korea Kota Kendari seperti “UKLI (*United Korean Lovers Indonesia*)” yang merupakan komunitas tempat perkumpulan remaja-remaja penggemar Korea di Kota Kendari. Oleh karena itu peneliti melakukan wawancara dengan seorang remaja yang bergabung dalam komunitas “UKLI” atas nama Stiffany (21), ia menyatakan bahwa:

*“Dampak menonton drama Korea terhadap pergaulan yang saya rasakan yaitu dengan bergabung dikomunitas membuat saya lebih banyak berinteraksi dengan teman-teman dikomunitas dan selalu ada event yang senantiasa membuat kita kompak baik online maupun offline. Hal itu karena saya merasa mereka lebih menghibur saya. Dalam pertemanan, di manapun saya berada menunjukkan bahwa saya adalah penggemar Korea, sehingga biasa menerima kritikan jadi saya batasi juga sama orang yang tidak suka sama Korea”.* (Wawancara 29 Agustus 2021)

Kekompakan adalah ciri dari para pecinta Korea. Kekompakan ini ditunjukkan baik dalam bentuk online maupun offline. Para pecinta Korea memang tidak lepas dari kekuatan jaringannya di dunia maya dan pada kegiatan tatap muka, seringkali dibuat event untuk tetap menjalin kebersamaan.

#### **4. Dampak Terhadap Penggunaan Media**

Dampak terhadap penggunaan media merupakan sebuah akibat yang dihasilkan dari munculnya budaya *Korean Wave* melalui menonton drama Korea, di mana dengan adanya perkembangan *Korean Wave* menjadikan sebagian remaja menggunakan media, dalam hal ini seperti sosial media sebagai tempat untuk mendapatkan informasi, menonton drama Korea, mendengarkan musik Korea dan mempelajari lebih banyak tentang budaya Korea.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis pada dampak terhadap penggunaan media akibat dari ketergantungan menonton drama Korea dapat dilihat dari ringkasan di bawah ini dengan salah satu informan yang bergabung di komunitas *UKLI* atas nama Risky Maulana (20), ia menyatakan bahwa:

*“Saya menonton drama Korea hampir setiap hari terutama saat di malam hari dan itu saya lakukan nonton secara marathon jika menurut saya dramanya menarik, dalam satu pekan mungkin saya bisa nonton 4 jenis judul drama yang berbeda. Menurut saya drama Korea itu menarik karena banyak pengalaman-pengalaman dari tokoh yang mengajarkan arti kehidupan yang bisa kita ambil yang tidak didapatkan di kehidupan sehari-hari, contohnya motivasi bagaimana untuk sukses, mencoba tantangan, belajar bertahan hidup di lingkungan yang keras, mengejar impian dan masih banyak lagi yang bisa kita ambil pelajaran dari menonton drama Korea dan itu yang membuat saya suka. Saya mendapatkan informasi drama Korea lewat Instagram, sekarang untuk menonton drama Korea saya biasa menonton lewat aplikasi Telegram dan disitu banyak bisa didownload. Drama yang saya sukai “Itaewon Class dan Penthouse”. Kemudian dampak yang saya rasakan*

*lebih ke Insomnia, susah tidur karena rasa penasaran dengan episode selanjutnya sehingga tidak terasa sudah pagi, akhirnya sampai sekarang kebiasaan susah tidur sampai pagi.” (Wawancara 6 September 2021)*

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan informan di komunitas UKLI atas nama Indah (19), ia menyatakan bahwa:

*“Sebagai penggemar Korea, saya memiliki hobi setiap hari menonton drama Korea, kalau dalam satu hari saya tidak nonton seperti ada yang kurang saya rasa. apalagi bulan ini lagi full drama on-going yang tayang dari Korea, seperti drama Penthouse, Hometown Cha Cha Cha, Police University, Lovers of the Red Sky dan masih banyak lagi. Saya biasa Menonton drama dalam sehari biasa dua sampai empat episode atau dua sampai 4 jam kadang juga lebih tidak menentu. Alasan saya menyukai drama Korea karena melihat dari drama mengajarkan pengalaman bagaimana cara mereka hidup, dari miskin menjadi sukses, banyak kisah pengalaman mereka ajarkan jadi ada nilai positif yang bisa diambil. Saya mendapatkan informasi tentang drama melalui instagram, twitter sama telegram. Untuk Idola saya Kim Taehyung dan Joy, Saya pernah vote grupnya yaitu BTS dan Red Velvet. Menurut saya dampak menonton drama Korea terhadap perilaku saya itu banyak menonton drama Korea sehingga banyak menunda aktivitas yang lain dan sering halusinasi membayangkan kehidupan saya seperti di drama Korea”.* (Wawancara 6 September 2021)

Kedua kutipan wawancara ini memperlihatkan bahwa meski nyaman dengan menggunakan dan engadaptasi menonton streaming, namun para pecinta drama Korea ini masih sering lebih memilih menonton dari jalur tidak resmi yakni menggunakan telegram dan diunduh secara illegal.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan informan atas nama Agil Ismail (18), ia menyatakan bahwa:

*“Saya menonton drama Korea hampir setiap hari. Dalam sehari biasanya 4 episode dalam durasi waktunya sekitar 4 jam, saat ini saya lagi mengikuti drama “Police University”. Alasan saya menyukai drama Korea karena ceritanya lebih unik dan misteri dibandingkan sinetron Indonesia, jadi realitanya lebih hidup. saya mendapatkan informasi drama Korea dan idola saya melalui instagram, youtube, telegram. Saya juga mengikuti sosial media mereka di intagram, seperti aktor Lee Min Ho, Cha Eun Woo, sama boygroup BTS dan masih banyak lainnya. Untuk dampak menonton drama Korea positifnya yang saya dapatkan banyak pelajaran hidup, contohnya drama “Itaewon Class” mengangkat tentang bullyng karena faktor ekonomi, orang kaya menindas yang miskin tetapi karena ketekunan dan kerja keras yang miskin bisa menjadi sukses. Kalo negatifnya mungkin kecanduan menonton karena drama sama nonton musik Korea di Youtube.” (Wawancara 31 Agustus 2021)*

Dari hasil wawancara di atas pengaruh menonton drama Korea dapat membuat anak muda memantau aktivitas idolanya melalui akun media sosial seperti instagram dan youtube.

Drama Korea juga memberikan pengaruh pada intensitas waktu menonton anak muda di Kota Kendari. Kesemua informan mengakui menghabiskan waktu di atas 10 jam setiap minggunya untuk menonton drama Korea favorit mereka, selengkapnya dapat dilihat dalam table berikut:

**Tabel 1 Media yang digunakan Informan Untuk Menonton Drama Korea**

No.	Nama Informan	Media Yang Digunakan			Intensitas Menonton dalam satu pekan
		Televisi	Handphone	Laptop	
1	Agil Ismail		v	v	>12 jam
2	Kasim		v	v	>12 jam
3	Same		v		>10 jam

4	Resta		v	v	>12 jam
5	Risky Maulana		v	v	>12 jam
6	Indah		v	v	>12 jam
7	Riani		v	v	>12 jam
8	Era		v		>10 jam
9	Vivin		v		>10 jam
10	Stiffany		v	v	>12 jam

*Gadget* yang paling banyak digunakan untuk menonton atau mengakses drama Korea adalah dengan menggunakan *handphone*. Menariknya, para informan juga mengakui sudah tidak pernah lagi mengakses atau menonton drama di televisi, alasannya adalah televisi dirumah mereka tidak dapat mengakses siaran televisi Korea, dan walaupun ada drama yang tayang di Indonesia, bukanlah drama terbaru yang sedang ditonton.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas para informan terpenuhi kebutuhannya saat menggunakan media untuk menonton drama Korea, rata-rata yang menggunakan media dengan menonton drama Korea terpenuhi kebutuhannya di kebutuhan individual (*Personal Integrative Needs*}, seperti dalam teori *Uses and Gratification..* pengguna media menggunakan suatu media untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Teori ini juga mengasumsikan bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang hendak dipenuhi dengan cara menggunakan, membaca, menonton dan mendengarkannya melalui media massa. Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kaitannya dalam penelitian ini informan sebagai penggemar atau pencinta Korea terbiasa menonton drama Korea, sering melihat penampilan dari cara berpakaian sehingga adanya mengadopsi penampilan seperti orang Korea untuk memenuhi kepuasan secara pribadinya seperti gaya berpakaian, aksesoris, gaya rambut dan warna rambut. Menggunakan Bahasa Korea dalam keseharian juga dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan yang akan berpengaruh pada identitas dan citra dirinya.

Secara lengkap, beberapa kebutuhan yang terpenuhi dari pengaruh menonton drama Korea oleh anak muda di kota Kendari adalah:

1. Kebutuhan Kognitif (*Cognitive Needs*): Hasil dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa para informan menggunakan media untuk mencari tahu informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Korea seperti drama Korea, musik Korea, dan lain-lain dalam memenuhi kebutuhannya secara *cognitive needs*.
2. Kebutuhan Afektif (*Affective Needs*): Hasil dalam penelitian ini informan ketika menonton drama Korea merasakan emosional seperti sedih dan bahagia melihat tayangan ataupun mendengar *soundtrack* lagu dalam drama Korea tersebut. Hal inilah yang menjadikan mereka tertarik dengan drama Korea karena ceritanya menarik sehingga menjadikan mereka penonton setia.
3. Kebutuhan Pribadi Secara Integratif (*Personal Integrative Needs*): Dalam hasil penelitian ini informan sebagai pencinta Korea terbiasa menonton drama Korea, sering melihat penampilan dari cara berpakaian sehingga adanya mengadopsi penampilan seperti orang Korea untuk memenuhi kepuasan secara pribadinya seperti gaya berpakaian, aksesoris, gaya rambut dan warna rambut.
4. Kebutuhan Sosial Secara Integratif (*Social Integrative Needs*): Hasil dalam penelitian ini informan menjalin hubungan bersama teman-temannya dengan bergabung di komunitas pencinta Korea, dengan itu akan memenuhi kebutuhannya secara psikologis karena memiliki ruang berbagi dalam minat dan hobi yang sama.
5. Kebutuhan Pelepasan (*Escapist Needs*): Hasil dalam penelitian ini informan juga menjadikan drama Korea sebagai melepas penat, menghibur diri, mengisi waktu luang dan menyegarkan kembali pikiran, dengan itu akan memenuhi kepuasaannya

Selanjutnya peneliti menguraikan dampak positif dan dampak negatif dari budaya *Korean Wave*:

### **Dampak Positif**

1. Korea menjadi inspirasi di dunia fashion banyaknya anak muda yang mempunyai kemauan besar untuk mengetahui hal-hal yang berbau korea. Kaitannya dampak ini dengan kebutuhan pribadi secara integratif.
2. Dapat bersosialisasi dan mandiri dengan adanya drama Korea dan *K-Pop* sehingga remaja dapat lebih kreatif dalam mengembangkan dirinya. Dengan adanya hubungan pertemanan, mereka menjadi memiliki banyak teman dari berbagai daerah, karena sesama penggemar idol yang dikagumi seperti belajar mandiri dengan berani berusaha seperti membuka online shop dengan menjual hal-hal berbau Korea seperti pakaian, kosmetik, dan lainnya, dengan keuntungan dari penjualan online bisa membuat seseorang jadi mandiri. Dikatakan dapat bersosialisasi karena mereka mengagumi idola yang sama, menyukai drama yang sama sehingga terjalin suatu hubungan yang cepat berlandaskan sesama fans Korea. Kaitannya dampak ini dengan kebutuhan sosial secara integratif.
3. Dapat memotivasi dan semangat karena dengan mengagumi hal yang berbau Korea mereka akan otomatis ingin belajar memahami bahasa korea tersebut sehingga dapat memperluas tambahan bidang penguasaan bahasa asing. Dan juga musik dapat juga dijadikan motivasi karena dapat menambah semangat belajar dengan mendengarkan musik Korea tersebut. Kaitannya dampak ini dengan kebutuhan Kognitif.
4. Manfaat secara emosional dapat membuat senang, menghilangkan stress bagi remaja yang lelah dari pekerjaan rumah atau tugas dari kampus maupun sekolah. Kaitannya dampak ini dengan kebutuhan afektif dan kebutuhan pelepasan.

## **Dampak Negatif**

1. Terjadi fanatisme terhadap remaja tersebut. Fanatisme sudah biasa ditemukan pada zaman modern ini, realitas pribadi sosial dari masyarakat, karena pada saat ini berpengaruh pada seorang individu sehingga menciptakan kepercayaan dan pemahaman berupa pengabdian, hubungan, kesetiaan, kecintaan.
2. Timbul sikap peniruan terhadap citra diri yang berlebihan akibat dari tayangan drama Korea yang menarik perhatian publik terutama remaja sehingga menimbulkan pengimitasian. Hal ini dibuktikan dengan adanya gaya hidup dan mengoleksi hal yang berbau *K-Pop*, serta dalam peniruan penampilan fisik dari citra hidup dirinya.
3. Konformitas yaitu suatu perilaku tertentu yang dilakukan karena pengaruh orang lain atau kelompoknya untuk melakukan perilaku dan tindakan yang sama. Maka individu tersebut melakukannya baik menyukainya atau tidak menyukai apa yang dia lakukan yang sedang terjadi.
4. Membuang waktu dan uang untuk hal yang sia-sia remaja sekarang ini, kadang lupa akan waktu yang telah terbuang karena terlena akan keinginan melihat idolanya sehingga menyebabkan lupa belajar, lupa istirahat gara-gara menonton drama korea, dan membuang uang karena membeli hal-hal yang tidak berguna dan kadang cenderung membeli kuota internet yang berlebihan hanya untuk menstalking idolanya.
5. Insomnia atau kesulitan tidur karena sudah terlalu sering bergadang hanya untuk maraton menonton drama yang disukai. Hal ini tentu sangat menyita waktu istirahat seseorang individu tersebut.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas para informan terpenuhi kebutuhannya saat menggunakan media untuk menonton drama Korea, rata-rata yang menggunakan media dengan menonton drama Korea terpenuhi kebutuhannya

di kebutuhan individual (*Personal Integrative Needs*). Pengaruh drama Korea terhadap perilaku anak muda di Kota Kendari adalah pada empat aspek yakni: Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan Bahasa, Pengaruh drama Korea terhadap penampilan, Pengaruh Drama Korea terhadap pergaulan, Pengaruh drama Korea terhadap penggunaan media.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alwi, Z. Iskandar. 2008. *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pancar Siwah
- Jimoondang. 2008. *Korean Wave (Insight Into Korea Series Vol.5). Korea: The Korea Herald*
- Moleong, L, J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Notoatmodjo. 2005. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rosenberg, M. 1965. *Society and The Adolescent self-Image*. Princeton University Press. United States of America
- Suciati, 2017. *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Yogyakarta: Mata Padi Presindo
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Walgito. 2005. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

## **Sumber E-Jurnal:**

- Akmaliyah, M. (2013). Dampak Tayangan Drama Korea *My Secret Romance* Terhadap Akhlakul Karimah (Studi Kasus: Jurusan Komunikasi Penyiaran Angkatan 2015). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Angelicha, T. (2020). Dampak Kegemaran Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Perilaku Remaja. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 154–159.

- Chun, C.I. 2015. *Korean wave as a factor on Taiwan's Entertainment, consumer behaviour, and cultural identity: A Case study about "my love from the star"*. *Journal of Human and Social Science Research, Volume 6.nomor 2. Hal 74-79*
- Elviani D., 2017, *Dampak Sosial Program Campus Social Responsibility Di Kecamatan Semampir Kota Surabaya, Skripsi, Universitas Airlangga, Surabaya*
- Fhadila, K. D. (2017). Menyikapi perubahan perilaku remaja. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia, 2(2)*, 17–23. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jpgi/article/view/220>
- Herpina, & Amri, A. (2017). Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea terhadap Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 2(2)*, 1–13. [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP)
- Ii, B. A. B. (1973). Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian* (Malang: UMM Press, 2007), 77. 10. 10–42.
- Lalitya A., dan Heni I., 2019, Pembentukan Identitas Diri Pada Komunitas Light Galaxy di Semarang, *Jurnal Audience, Vol. 2 (2)*.
- Marbun, Y., & Irma, A. (2018). Motivasi Ekstrinsik Mahasiswa Menonton Drama Korea. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 3(3)*, 1–12.
- Nuryanto & Oktaviani, F. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Komunitas KPOP ( Studi Kasus Pada Komunitas Kpop BLINK Pada Akun @ reaction \_ blackpink ). *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi, 2(1)*, 239–248.
- Poerwadarminta. W.J.S. 2003. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Studi, P., Bisnis, A., Madiun, P. N., Setiyawan, D. A. D., Azis, D. A., & Si, M. (2016). *Studi Korelasional Pada Siswa SMA Negeri 4 dan 5 Kota Madiun Priyanto, S. Pd., M. Si*. 13–18.
- Rohmanto, B. 2014. *Drama*. Universitas Terbuka (2014:1.11)
- Yuliana, I., & Christian, M. (2012). Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Seri Korea Terhadap Perilaku Imitasi pada Remaja di

Kota Bandung. *Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom.*

Zakiah, K., Widya Putri, D., Nurlimah, N., Mulyana, D., & Nurhastuti. (2019). Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea. *Media Tor*, 12(1), 90– 101.

# PEMANFAATAN WHATSAPP STATUS SEBAGAI PENGENALAN KEGIATAN PETANI MILENIAL DI YOGYAKARTA

## *UTILIZATION OF WHATSAPP STATUS AS AN INTRODUCTION TO MILLENIAL FARMERS ACTIVITIES IN YOGYAKARTA*

**Ririn Puspita Tutiasri<sup>1</sup>, Aulia Rahmawati<sup>2</sup>, Dian Hutami  
Rahmawati<sup>3</sup>, Kusumajanti<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

<sup>4</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

<sup>1</sup>ririn\_puspita.ilkom@upnjatim.ac.id, <sup>2</sup>aulia\_rahmawati.ilkom@  
upnjatim.ac.id, <sup>3</sup>dian.hutami.ilkom@upnjatim.ac.id, <sup>4</sup>kusumajanti@  
upnvj.ac.id

### **Abstrak**

*Petani milenial merupakan bagian dari masyarakat informasi, mereka merubah tatanan masyarakat dengan menggunakan media komunikasi. Berdasarkan usia petani yang tergolong ke dalam usia milenial yaitu, 19 – 39 tahun, Petani milenial di Yogyakarta fokus pada tiga bidang yakni, pertanian tanaman pangan, peternakan, dan hortikultura. Selain mendapatkan informasi dari penyuluh pertanian, para petani milenial mendapatkan informasi dari media informasi baik dari media sosial aplikasi pesan instan, berita,, jurnal atau hasil penelitian yang bisa diakses menggunakan internet. Menariknya media tersebut juga digunakan para petani milenial untuk pengenalan kegiatan yang mereka lakukan. Banyaknya media yang digunakan oleh para petani millennial, paling sering yang digunakan adalah, aplikasi pesan instan WhatsApp. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Pemanfaatan WhatsApp*

*Status sebagai pengenalan Kegiatan Petani Milenial di Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaat WhatsApp Status digunakan sebagai: pengenalan produk hasil pertanian, membangun kepercayaan, dan membagikan informasi berkaitan dengan proses kegiatan yang dilakukan.*

**Kata Kunci:** *Petani Milenial, WhatsApp, Yogyakarta*

### **Abstract**

*Millennial farmers are part of the information society, they change the social order by using communication media. Based on the age of farmers belonging to the millennial age, namely, 19 – 39 years, millennial farmers in Yogyakarta focus on three fields, namely, food crop agriculture, animal husbandry, and horticulture. In addition to getting information from agricultural extension workers, millennial farmers get information from information media, both from social media, instant messaging applications, news, journals or research results that can be accessed using the internet. Interestingly, this media is also used by millennial farmers to introduce the activities they do. The number of media used by millennial farmers, the most often used is the instant messaging application WhatsApp. The purpose of this study was to describe the use of WhatsApp Status as an introduction to Millennial Farmer Activities in Yogyakarta. This research method uses descriptive qualitative research. The results of this study indicate that WhatsApp Status users are used as: introduction of agricultural products, build trust, and share information related to the process of activities carried out.*

**Keywords:** *Millennial Farmers, WhatsApp, Yogyakarta*

## **PENDAHULUAN**

Kelompok petani milenial di Yogyakarta memanfaatkan aplikasi pesan instan WhatsApp, khususnya WhatsApp status sebagai pengenalan kegiatan mereka, serta memasarkan hasil pertanian. Hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok yang lain baik dalam memperkenalkan kegiatan mereka maupun memasarkan produk atau jasa yang mereka hasilkan. Kebanyakan

orang menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, maupun twitter untuk memposting hasil dari kegiatan mereka. Berbeda dengan para petani, yang lebih memanfaatkan WhatsApp untuk membantu petani dalam mencari informasi terkait dengan pertanian untuk meningkatkan produksi mereka, selain itu untuk memenuhi permintaan konsumen secara lebih cepat dan tepat (Irvan Nugroho, Wulan Sumekar, 2021). Penggunaan aplikasi WhatsApp sangat membantu para petani, terutama dibidang pemasaran produk atau memperkenalkan jasa pelayanan, yakni antara pembuat postingan status dan orang yang melihat postingan tersebut. Afnibar & Fajhriani (2020) menyebutkan, WhatsApp memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi serta berinteraksi.

Aliran informasi atau pertukaran pesan dari petani ke petani yang lainnya, atau ke konsumen mudah terjadi pada aplikasi WhatsApp. Lancarnya pertukaran informasi akan mendukung pemasaran (Furqon, 2014). Barau & Afrad (2017) sebagian besar pemangku kepentingan pada bidang pertanian menggunakan media sosial dalam pencarian informasi. Tutiasri & Kusuma (2020) dampak positif dari media sosial, menjadikan penggunanya lebih dekat satu sama lain, dengan saling membagikan informasi ataupun mengunggahnya pada fitur status. Aplikasi WhatsApp banyak digunakan oleh para pengguna internet, sejak tahun 2015 dengan aplikasi ini, pengguna bisa membagikan informasi berupa pesan teks, foto, panggilan suara serta panggilan video, keseluruhan aktifitas dengan menggunakan data internet (Tutiasri et al., 2019). Sebanyak 47 juta pengguna internet banyak dilakukan oleh generasi milenial (Islahuddin & Syaifudin, 2020). Menurut data dari databoks Indonesia pengguna WhatsApp terbesar ketiga di dunia pada juni 2021, setelah negara India dan Brazil, yakni mencapai 84,8 juta pengguna (Vika Azkiya Dihni, 2021).

Melalui gawai, pertukaran ide serta informasi, bekerjasama, berkolaborasi dalam menciptakan kreasi serta berkenalan dalam bentuk visual maupun audiovisual (Nasrullah, 2015). Trisnani (2017) Peningkatan penggunaan WhatsApp dikarekan adanya kebutuhan pengguna untuk saling berinteraksi baik secara personal maupun kelompok, dengan kendala jarak secara fisik. Kelompok petani milenial yang terdiri dari petani milenial tanaman pangan,

petani milenial holtikultura, petani milenial perternakan, dan petani milenial perkebunan, memanfaatkan pesan instan untuk memposting kegiatan mereka. Kelompok petani milenial terdiri dari petani dengan usia antara 19-39 tahun, mereka dibentuk dengan tujuan untuk kesejahteraan kehidupan berbangsa (Pertaniandigital, 2020). Dari kategori usia di atas jumlah petani milenial di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 29% dari 33 juta jiwa petani. Peran petani milenial sangat penting sekali, karena mereka memiliki pemahaman teknologi digital yang baik, sehingga mampu melakukan identifikasi dan verifikasi teknologi.

Media komunikasi merupakan salah satu unsur utama dalam sebuah pembangunan, salah satunya terciptanya kelompok petani milenial, yang akrab dengan teknologi untuk mengakses informasi. Petani millennial adalah petani dengan usia 17 tahun sampai dengan 39 tahun, berjiwa milenial dan adaptif terhadap teknologi digital, memilki jaringan kerjasama usaha. Menurut Jamaluddin Nur Ridho Keuntungan bergabung di Jaringan Petani Nasional antara lain yaitu menumbuhkan networking, akses modal, komunitas dibina langsung oleh Kementan sehingga dapat dengan mudah mendapatkan feeding informasi kebijakan yang mendukung petani milenial (Laoli, n.d.). Petani milenial mampu memahami kondisi cuaca, sehingga produk hasil panen memiliki nilai jual tinggi (Assidiq, 2021).

Petani millennial memanfaatkan media komunikasi berdasarkan kebutuhan, efektifitas, penggunaan dan kepuasan. Pemilihan media interaktif seperti aplikasi WhatsApp memungkinkan terjadinya umpan balik. Morissan (2010:24) menjelaskan media interaktif, memungkinkan adanya arus umpan balik, sehingga penggunaanya bisa berpartisipasi dan memodifikasi isi dari informasi pada saat itu juga (real time). Mereka memilih media yang mampu mengomunikasikan pesan dengan lebih efektif serta tepat sasaran. Di mana berkaitan dengan sikap dan prilaku para konsumen, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Baik individu maupun masyarakat menggunakan untuk memenuhi keperluan serta kepuasan untuk mereka (Trisnani, 2017). Pemanfaat WhatsApp status merupakan bagian dari difusi inovasi, yakni berhubungan dengan ide dari gagasan baru. Penelitian berkaitan dengan difusi inovasi menurut Rogers

(1971) dalam (Zulkarimen, 2004) yakni mengkaji pesan-pesan yang berupa ide-ide ataupun gagasan yang baru. Ada empat unsur dalam difusi menurut (Hanafi, 1987), yakni: inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, anggota sistem sosial. Inovasi perubahan juga terjadi ketika penggunaan media baru atau gawai untuk pencarian maupun penyebaran informasi (Tutiasri et al., 2021).

Peluang penggunaan WhatsApp status sebagai media Pengenalan Kegiatan Petani Milenial di Yogyakarta, sangat besar digunakan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya orang yang menggunakan WhatsApp status sebagai media untuk pengenalan dan pemasaran produk atau jasa. Melihat fenomena tersebut, hal tersebut juga terjadi pada petani milenial di Yogyakarta yang memanfaatkan WhatsApp status digunakan para petani millennial untuk pengenalan kegiatan, serta memasarkan hasil pertanian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penggunaan WhatsApp Status sebagai sarana pengenalan kegiatan, serta memasarkan hasil pertanian petani milenial di Yogyakarta.

## **METODE**

Metode dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, dengan metode ini diharapkan mampu menemukan gambaran yang mendalam tentang tuturan, tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks tertentu, yang dipelajari dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini penelitian difokuskan pada bagaimana WhatsApp status digunakan para petani millennial untuk pengenalan kegiatan, serta memasarkan hasil pertanian di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, di mana menurut Arikunto (2013), pemilihan sampel secara purposive akan berpedoman pada syarat-syarat yang harus dipenuhi peneliti melakukan wawancara. Yakni, petani milenial atau petani yang berusia 19-39 tahun yang berada di wilayah Yogyakarta, pada penelitian ini informan sebanyak 12 orang yang menggunakan WhatsApp status untuk sebagai media untuk pengenalan dan pemasaran produk atau jasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan WhatsApp status merupakan bagian dari difusi inovasi yang dilakukan oleh para petani milenial, dalam penyebaran informasi baik berupa pesan teks, audio, audio visual serta link atau tautan. Walaupun WhatsApp aplikasi pesan instan, tetap memiliki kelebihan yakni seperti sistem pengenalan kontak, verifikasi dan pengiriman pesan tetap dilakukan melalui nomor ponsel yang sudah terlebih dahulu didaftarkan (Afnibar & Fajhriani, 2020). Berikut hasil dan pembahasan temuan dari penelitian yang dilakukan berkaitan dengan pemanfaatan WhatsApp status.

### Pengenalan Produk Hasil Pertanian

Pemilihan aplikasi WhatsApp sebagai pengenalan produk pertanian, sangat simpel dan tepat sasaran, di mana orang yang menyimpan nomer dapat melihat postingan status yang dibagikan. Aplikasi WhatsApp dapat digunakan sebagai pemasaran digital para petani milenial, untuk mempromosikan hasil pertanian, holtikultura, perternakan, dan perkebunan, baik berupa produk maupun jasa. Susanto, (2017) menjelaskan digital marketing adalah pemasaran secara digital, menggunakan internet yakni web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv. Penggunaan pemasaran digital dapat meningkatkan target konsumen serta mengetahui profile, perilaku, nilai, produk, loyalitas pelanggan, untuk tercapainya tujuan pemasaran (Andamisari, 2021). Para petani baik petani pertanian dan holtikultura, perkebunan, dan perternakan, sering membagikan status WhatsApp Status berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. Dalam penelitian ini informan petani milenial dibagi menjadi dua kategori, kategori petani milenial yang bergerak dibidang menanam baik petani tanaman pangan, holtikultura, dan perkebunan dengan petani milenial dibidang perternakan. Berikut jawaban para petani milenial dibidang menanam terkait penggunaan WhatsApp status:

#### *Informan 1*

*"Yang sering saya bagikan di WhatsApp status, saya membagikan kegiatan jual beli tanaman, jamur, dan pupuk. Tapi lebih sering membagikan kegiatan jual beli tanaman"*

*Informan 4*

*"Selain bertani saya juga jualan pupuk dan obat-obatan, saya posting hasil pertanian dan produk terbaru yang semakin banyak merk yg baru"*

*Informan 6*

*"Kalau masa tanam cabai, atau bawang merah, saya unggah di status saya, biar orang tahu kalau saya menanam tanaman itu."*

*Informan 8*

*"Iya saya, kadang-kadang kalau kesawah dan lihat cabai yang saya tanam berbuah saya posting"*

*Informan 10*

*"Saya posting produk olahan dari gula aren, serta kegiatan yang berkaitan dengan usaha saya"*

*Informan 12*

*"Saya menanam padi organik, biasanya hasilnya saya posting di WhatsApp status, kalau ada yang mau beli ya saya siap mengantarkannya langsung atau kirim."*

Para petani milenial dibidang menam menggunakan WhatsApp status sebagai pengenalan diri mereka mereka, baik keahlian mereka, maupun apa yang mereka hasilkan. Begitu pula dengan petani milenial dibidang peternakan mereka memposting kegiatan mereka sebaga sarana informasi kalau mereka ahli dibidangnya seperti berikut ini:

*Informan 2*

*"Saya suka posting di WhatsApp status tentang hasil ternak ayam petelur saya, sehingga yang saya bagikan adalah Penataan dan packing telur"*

*Informan 3*

*"Membagikan kegiatan tentang uji kualitas ternak, biar orang tahu tentang kegiatan yang saya lakukan, atau pekerjaan saya."*

*Informan 5*

*"Memposting Pekerjaan saya, yang menjadi peternak ayam"*

*Informan 6*

*"Saat memberian pakan ternak, saya posting WhatsApp status saya"*

*Informan 7*

*"Saya memposting usaha pembesaran ayam saya."*

*Informan 9*

*"Saya memanfaatkan status WhatsApp, Awal-awalnya ceritanya gitu, Saya fokus dipeternakan domba, kambing, dan sapi mbak"*

*Informan 11*

*"Sejak tahun 2015 mulai dari hobi memelihara ayam, saya memposting kegiatan itu di status saya"*

Para petani milenial menggunakan WhatsApp status berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan, sekaligus melakukan digital marketing, di mana mereka meningkatkan target konsumen melalui kontak yang mereka simpan. WhatsApp status media atau sarana digital yang cukup potensial membantu para petani milenial di Yogyakarta untuk pengenalan produk dan memasarkan hasil mereka. Adanya fitur ini para petani dapat mengetahui berapa banyak orang yang melihat postingan mereka, sehingga bisa memperkirakan sejauh mana target pasar yang dijangkau. Bahkan beberapa diantara mereka untuk memperbesar pasar atau untuk memperkenalkan hasil produk ke khalayak banyak mereka sengaja menukar nomer WhatsApp status.

*Informan 2*

*"Agar menarik postingan WhatsApp status saya, dan untuk memperbanyak orang yang menonton status saya, saya tukar nomer WhatsApp. Dengan cara dia menyimpan nomer saya dan saya menyimpan nomer dia, otomatis ketika saya memposting status dia melihat apa yang saya bagikan."*

Cara memperbesar target pasar, bisa dibangun dengan cara membangun relasi yang baik, yakni dengan berkenalan, dan saling bertukar nomer gawai. Dengan saling bertukar nomer gawai, selain mereka saling mengenal, mereka juga bisa melihat status yang mereka bagikan. Status WhatsApp bisa menjadi menarik bila dibuat sekreatif mungkin, bisa dengan memposting hal yang dilakukan, dengan memberikan tambahan kata-kata, emoticon, atau suara, sehingga orang yang menyimpan kontak tertarik dengan apa yang diposting dan menimbulkan ketertarikan. Wati et al., (2020) konten yang dibagikan melalui unggahan merupakan strategi yang digunakan oleh produsen untuk menarik minat pelanggan, dengan tujuan memperkenalkan, dan mempromosikan produk.

### **Membangun Kepercayaan**

Kelebihan menggunakan Media WhatsApp status dibandingkan dengan menggunakan media yang lainnya, adalah di mana membangun kepercayaan sangat mudah untuk terjalin, karena sudah sama-sama kenal, atau tergabung dalam sebuah grup dan saling berkenalan dilanjutkan dengan saling menyimpan nomer gawai. Pemanfaatan menggunakan aplikasi WhatsApp status, bagi penggunaanya baik yang memposting maupun yang melihat postingan akan mendapatkan pengaruh proses komunikasi. Di mana antara keduanya akan terjalin komunikasi interpersonal lebih dekat dan mudah untuk berkomunikasi. Selain itu mereka juga membangun profile mereka dengan mengunggah postingan melalui WhatsApp status. Pemanfaatan fitur WhatsApp status dapat digunakan untuk membangun kepercayaan atau kredibilitas berkaitan dengan loyalitas konsumen. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Wati et al., 2020) konten sangat dibutuhkan dalam pemasaran yakni untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan loyalitas konsumen lama. Berikut jawaban dari para petani milenial yang memanfaatkan WhatsApp status untuk membangun kepercayaan.

#### *Informan 1*

*"Setiap hari saya posting kegiatan jamal farming, dari jamur lingsi, jamur kuping, tanaman hias, bibit tanaman hingga, pupuk organik yang saya olah sendiri, tujuan*

*saya mempostingnya agar orang yang melihat postingan saya jadi tahu apa yang sedang saya lakukan. Selain itu agar mereka yakin kalau saya menekuni bidang pertanian. Konten yang saya bagikan di WhatsApp status, kadang secara spontan, baik foto maupun video langsung saya beri judul, dan ada yang setelah saya edit untuk diposting di media sosial lainnya, terus saya bikin status WhatsApp."*

*Informan 2*

*"Saya sering membagikan foto atau video, ketika saya sedang melakukan penataan dan packing telur. Saya lakukan agar orang-orang percaya kalau saya adalah pengusaha telur. Setelah saya bagikan postingan tersebut, terkadang ada pesan masuk, yang menanyakan harga telur hingga pembelian telur."*

*Informan 9*

*"Berbeda sekali berjualan dengan media online seperti WhatsApp status atau media sosial lainnya, Kalo di pasar itu bener-bener mental yang harus dikuatkan. karena kalo di SDN disitu kan masih middle-low-middle. jadi tata bahasa terus cara komunikasi itu sangat jauh sama kita-kita yang muda ini. Kalo memang ngga kuat mentalnya, marah-marah dipasar pasti. Saya di pasar dulu awal-awal turun ke Muntilan itu muntah saya mbak. Kalau melalui WhatsApp status, kan orang jadi percaya saya menjual ternak"*

Pemanfaat aplikasi WhatsApp sebagai media komunikasi sangat berpotensi, hal ini karena memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, tanpa biaya karena data internet (Pranajaya, 2018). Pengguna WhatsApp status dapat memanfaatkan aplikasi ini untuk membangun kepercayaan atau loyalitas dan membangun kredibilitas. Petani milenial membangun kepercayaan dengan kesinambungan postingan-postingan yang diunggah, semakin sering mengunggah kegiatan yang dilakukan maka akan tercipta kredibilitas. Pemanfaatan WhatsApp status oleh para petani milenial untuk pengenalan dan pemasaran produk atau jasa mendapat

sambutan atau jawaban yang beragam dari orang-orang yang melihat WhatsApp status yang dibagikan.

*Informan 1*

*"Beberapa orang bertanya apa kegunaan jamur lingshi, dan beberapa hari kemudian mereka melakukan pemesanan. Ada juga yang sering melihat status saya, kemudian bertanya tentang bibit yang saya posting, terus mereka beli. Bahkan ketika saya posting saya memberikan pelayanan tidak hanya penjualan bibit, tapi hingga penanaman mereka juga ingin beli tapi juga ditanamkan. Ini yang terbaru, saya membuat pupuk dari bekas media tanam jamur ada beberapa yang langsung melakukan pemesanan. Iya dengan saya posting beberapa kali, atau hal yang berurutan muncul beberapa orang yang minat untuk membeli produk atau menggunakan jasa saya."*

*Informan 3*

*"Nah ini yang paling sering ditanyakan oleh orang-orang yang melihat WhatsApp status saya adalah kualitas, kalau kualitas biasanya petani minta bukti dengan cara minta di demplon langsung ke lahan sawah"*

*Informan 4*

*"Selain hasil pertanian ya ada yang tanya-tanya juga tentang pupuk yang saya jual dari bahan aktif produk favorit apa, harga pastinya serta kualitas. Iya saya merasa menjadi rujukan orang-orang yang butuh pupuk, atau ketika ada wabah hama mereka mengirim pesan dulu tanya-tanya baru beli produknya."*

Pemanfaatan WhatsApp status dalam penelitian ini menunjukan, para petani milenial adalah pengguna aktif di mana mereka membagikan setiap kegiatan mereka melalui status. Aplikasi WhatsApp dipercaya sebagai media yang tepat untuk menyebarkan informasi (Yusmita et al., 2014). Mereka memperlihatkan kompetensi yang mereka miliki dibidangnya. Mereka meyakinkan para pengguna WhatsApp yang menyimpan sehingga dapat melihat postingan yang dibagikan, dengan cara memposting secara terus-

menerus dan memiliki alur cerita kegiatan. Bahkan sebagian dari mereka juga bersedia untuk membagikan pengetahuan yang mereka miliki ketika ada yang bertanya.

*Informan 9*

*"Mungkin karena mereka penasaran dengan status yang saya unggah ya, mesti mereka heran kan liat domba-domba saya yang gede-gede itu, akhirnya mereka datang ketempat saya mereka penasaran terus dateng ke kandang terus ngobrol-ngobrol. Saya sekedar disitu edukasinya, Nah itu yang belum diketahui yang peternak-peternak lama, yang efektif untuk gemuk yang mana, yang bagus untuk breeding yang mana, gitu-gitu biasanya."*

*Informan 11*

*"Saya sering sharing-sharing dengan orang yang bertanya tentang bagaimana pemilihan bibit unggul, penggunaan pakan, perawatan, dan obat-obatan yang baik akan meningkatkan kualitas hasil ternak, kondisi kandang yang bagus dan bersih juga dapat meyakinkan pembeli. Belajar dari pengalaman pribadi dan ditambah dari teman peternak, untuk pemasaran selalu mengutamakan uji kualitas ternak sehingga mutu dan kualitas terjamin."*

Petani milenial, bagian dari agen perubahan, di mana mereka tidak segan untuk membagikan tips atau cara yang pernah mereka lakukan untuk mendapatkan hasil yang baik. Dengan cara membagikan pesan, atau informasi berkaitan dengan kesuksesan mereka, secara tidak langsung mereka mempromosikan diri mereka, dengan cara membangun kepercayaan. Dari hasil wawancara di atas mereka tidak pelit untuk membagikan apa yang mereka lakukan, seperti cara pemilihan bibit ternak, pemeliharaan, pengemukan, bahkan hingga pemasaran dan menjaga kualitas ternak. Pemanfaatan fitur WhatsApp status mampu digunakan untuk membangun kepercayaan para petani milenial sebagai agen perubahan.

## KESIMPULAN

Petani milenial memanfaatkan fitur WhatsApp status untuk Status sebagai sarana pengenalan kegiatan, serta memasarkan hasil pertanian petani milenial di Yogyakarta. Dari hasil penelitian ada dua hasil berkaitan dengan pengenalan produk hasil pertanian dan membangun kepercayaan. Pengenalan produk hasil pertanian dilakukan dengan cara memposting kegiatan yang mereka lakukan, sehingga menimbulkan ketertarikan orang-orang yang melihat status dan melakukan pengiriman pesan untuk membeli produk tersebut. Membangun kepercayaan bagian bagian dari loyalitas dan kredibilitas yang dibangun oleh para petani milenial, dengan memanfaatkan fitur WhatsApp status.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnibar, A., & Fajhriani, D. (2020). Pemanfaatan WhatsApp sebagai Media Komunikasi antara Dosen dan Mahasiswa dalam Menunjang Kegiatan Belajar (Studi terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 70–83.
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 5(1), 66–72.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta
- Assidiq, Y. (2021). *JAT Kulonprogo diharap jadi Contoh Pertanian Modern*.
- Barau, A. A., & Afrad, M. S. I. (2017). An overview of social media use in agricultural extension service delivery. *Journal of Agricultural Informatics*, 8(3).
- Furqon, C. (2014). Analisis Manajemen Dan Kinerja Rantai Pasokan. *Image*, III, 109–126.
- Hanafi, A. (1987). Memasyarakatkan ide-ide baru. In *Surabaya: Usaha Nasional*.
- Irvan Nugroho, Wulan Sumekar, K. P. (2021). *Hubungan Frekuensi Penggunaan Whatsapp Terhadap Keberhasilan Pemasaran*

*Kopi di Gapoktan Gunung Kelir Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang* (pp. 17–31). Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian. <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/agrolandnasional/article/view/695/745>

- Islahuddin, & Syaifudin, N. (2020). *Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial*. Lokadata.Id. <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>
- Laoli, N. (n.d.). *Kementan Terus Dorong Pertumbuhan Petani Milenial di DIY*. 1–6. <https://regional.kontan.co.id/news/kementan-terus-dorong-pertumbuhan-petani-milenial-di-diy?page=all>
- Morissan, M. A. (2010). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017*.
- Pertaniandigital. (2020). *Peran Petani Milenial*. 1–15. <https://petanidigital.id/petani-milenial/>
- Pranajaya, H. dan W. (2018). Pemanfaat Aplikasi Whatsapp di Kalangan Pelajar: Studi Kasus di Mts Al Muddatsiriyah dan Mts Jakarta Pusat. *Jurnal Orbith, 14(1), 60*. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/orbith/article/view/1155>
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Suharsimi, A. (2006). metodologi Penelitian. *Yogyakarta: Bina Aksara*.
- Susanto, G. M. (2017). *The power of Digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Trisnani,-.(2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika, 6(3)*. <https://doi.org/10.31504/komunika.v6i3.1227>

- Tutiasri, R. P., & Kusuma, A. (2020). Millennial generation and family literacy within the dissemination of hoax in Whatsapp group. *Informasi*, 50(2), 153–164.
- Tutiasri, R. P., Kusuma, A., & Sumardjijati, S. (2019). Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di Grup WhatsApp. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.36>
- Tutiasri, R. P., Rahmawati, A., & Matondang, N. (2021). *Utilization of Communication Media as Development Communication in Yogyakarta Indonesia 's Milenial Farmers Group*. V(Viii), 783–787.
- Vika Azkiya Dihni. (2021). Indonesia Pengguna WhatsApp Terbesar Ketiga di Dunia. *Databoks.Katadata.Co.Id*, Teknologi dan Telekomunikasi. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/23/indonesia-pengguna-whatsapp-terbesar-ketiga-di-dunia>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362>
- Yusmita, M., Larisu, Z., & Saidin. (2014). *Pemanfaatan WhatsApp Messenger Sebagai Media Komunikasi Antar Pribadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. 1–12.
- Zulkarimen, N. (2004). Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya. *Jakarta. Rajawali Pers*.

# **PENGALAMAN MAHASISWA DALAM MENELUSURI INFORMASI VAKSINASI DI MEDIA**

## ***STUDENT EXPERIENCE IN BROWSING VACCINATION INFORMATION ON SOCIAL MEDIA***

**Nadra Ideyani Vita<sup>1</sup>, Nina Siti Salmaniah Siregar<sup>2</sup>, R. Drajatno  
Widi Utomo<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Medan Area, Medan, <sup>3</sup>Universitas Trisakti, Jakarta  
nadravita@staff.uma.ac.id<sup>1</sup>, ninasitisalmaniah@staff.uma.ac.id<sup>2</sup>,  
drajatno@trisakti.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstrak**

*Berdasarkan hasil penelitian dan temuan vaksin merupakan hal yang harus dilakukan oleh negara kepada warganya. Dengan divaksinnnya warga masyarakat secara otomatis membuat adanya daya imunitas yang tinggi bagi manusia. Sehingga serangan virus Covid-19 ini dapat dicegah. Menyadarkan masyarakat untuk melaksanakan vaksin bukanlah hal mudah. Untuk dapat mengedukasi maka pemerintah melakukan edukasi warga masyarakatnya melalui aktivitas penyiaran dengan menggunakan berbagai media dan bentuk komunikasi.*

*Untuk mendapatkan informasi yang baik dan tidak hoaks tentu harus ada seleksi dari penelusur informasi. Kemampuan menyaring informasi ini hanya dapat dilakukan oleh warga yang sudah memiliki pemahaman akan bentuk informasi yang baik dan benar. Sehingga kebenaran informasi tentang sehat dan mengapa vaksin itu harus dilakukan tidak membuat warga ragu untuk melakukannya. Peneliti memilih mahasiswa di mana mahasiswa sebagai kelompok warga yang memiliki intelektual dan kemampuan literasi yang dianggap*

lebih baik dari warga awam lainnya.

Informan pada penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Kampus Universitas Medan Area. Mahasiswa yang dipilih menjadi informan adalah mahasiswa yang selalu mencari dan peduli dengan kesehatan dan mengerti tentang vaksin yang terus diinformasikan oleh pemerintah agar semua warga masyarakat mendukung kegiatan vaksinasi dalam menekan berkembangnya lagi Covid-19 di Indonesia. Informasi yang begitu berlimpah di media sosial sehingga ada muncul istilah infodemik di mana terjadinya informasi yang terlalu berlebih tentang Covid-19. Sehingga terjadi informasi yang bias antara yang benar dan sesat atau salah.

Oleh karena itu peneliti ingin mengali tentang pengalaman mahasiswa dalam menelusuri informasi vaksinasi dimasa pandemic Covid-19. Teori yang digunakan sebagai pengarah peneliti adalah teori fenomenologi. Sedangkan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan tradisi fenomenologi. Dalam mengali data peneliti melakukan observasi dan wawancara mendalam. Informan yang diwawancarai ada lima mahasiswa.

Hasil temuannya mahasiswa merasa harus lebih teliti untuk membedakan informasi yang hoaks dengan informasi yang benar. Perlu ketajaman analisis dan kemampuan media literasi. Hal ini yang harus disosialisasikan agar masyarakat mendapatkan informasi yang semestinya sehingga masyarakat berkenan untuk mengikuti program vasinasi yang dilakukan oleh pemerintah. Keberhasilan pemerintah tentu tidak lepas dari peran media dalam mengedukasi masyarakat.

**Kata Kunci:** pengalaman, penelusuran infomasi, mahasiswa, vaksin, media sosial

### **Abstract**

*Based on research findings and results, Vaccine is a thing that the country must do. People that are vaccinated automatically create a high immunity for humans. So that COVID-19 could be prevented. Raising awareness toward people to be vaccinated is not an easy matter. To educate the people, Government through broadcasting activity using various media and forms of communication.*

*To gather good and verified information, there has to be selection by the information searcher. The ability to filter this information could only be done by the people who already understood the form of good and true information so that the truth of information regarding being healthy and why vaccines should be administered would make people sure to administer them. Researcher chose students as an informant, where students as a group of people with considerably better intellectual and literacy than common people.*

*Informant in this research is Universitas Medan Area Communication Science student. Students chosen as informants are students who are always looking and care about the health and understood vaccine that kept being informed by the government so that all people supporting the vaccination program to hold down the development of COVID-19 in Indonesia. Abundant amount of information on social media causes the term infodemic to raise where too many amount of information regarding COVID-19. So that there might be some bias regarding what is right or wrong.*

*Because of that, the researcher wants to dig into the student's experience in browsing vaccination information in time of the COVID-19 pandemic. The theory used as a guide by the researcher is phenomenology theory. While the method used is qualitative with phenomenology tradition. In gathering data, researcher does observation and in-depth interviews. Five students are being interviewed.*

*Research find that students need to be more thorough in differentiating hoax information from truthful information. Analytical sharpness and media literacy skill is needed. This needs to be socialized so that people get the information they should get so that people would be pleased to join the vaccination program by the government. The government's success certainly is not off from the role of media in educating people.*

**Keywords:** *experience, information browsing, student, vaccine, social media*

## PENDAHULUAN

Vaksin saat ini menjadi suatu pembahasan yang hangat ditengah kehidupan masyarakat Indonesia. Pemerintah begitu gencarnya dalam mensosialisasi dan mengedukasi warganya agar mengikuti program vaksinasi untuk Covid-19. Di mana program vaksinasi yang dilancarkan dengan harapan bangsa Indonesia dapat segera mengatasi persoalan pandemi yang sudah melanda selama lebih kurang dua tahun berjalan.

Berbagai cara dan metode komunikasi dilakukan pemerintah untuk mendapatkan perhatian dan perubahan perilaku dalam menjalani situasi dan kondisi pandemi Covid-19. Warga masyarakat diharap untuk dapat melakukan hidup sehat dan menjalani protokol kesehatan secara ketat agar terhindar dari keterpaparan Covid-19. Banyak hal yang berubah dalam perilaku sehari-hari manusia dimasa pandemi ini, mulai dari semua aktifitas kehidupan yang selama ini dijalani berubah dengan seketika, seperti aktifitas bekerja karyawan dan pegawai yang harus di kantor lalu dilakukan bekerja dari rumah. Warga juga melakukan ibadah di rumah tidak diperbolehkan ke masjid, gereja, kuil dan rumah ibadah lainnya. Proses belajar mengajar yang selalu dilaksanakan di sekolah dan kampus harus berubah, siswa dan mahasiswa belajarnya di rumah dengan model belajar *daring*. Tentu perubahan ini bukanlah hal yang mudah diterima warga. Banyak terjadi penolakan warga di kala ketentuan yang diterapkan pemerintah kepada warganya agar semua aktifitas dilakukan dirumah guna menghindari kontak fisik dengan orang lain dan orang asing.

Penyebaran virus SARS-COV-2 yang begitu cepat menerpa warga dunia membuat seluruh pemerintah negara negara dunia bergerak cepat untuk menanganinya. Banyaknya korban yang terpapar dan meninggal menjadi pemicu para ilmuwan, pemerintah, dan tenaga medis bekerja secara ekstra. Pandemi yang datang ini membuat warga dunia terkejut dan harus mempersiapkan solusi dan penanganan yang sangat serius. Mulai dari pencegahan, penanganan keterpaparan, dampaknya setelah terpapar, penyembuhan sampai kepada pemulasaran pasien yang meninggal karena Covid-19 menjadi keharusan untuk di pahami oleh semua unsur yang terlibat dalam melaksanakan perannya dimasa pandemi, termasuk keluarga

sebagai orang terdekat dari pasien.

Informasi yang jelas dan benar menjadi suatu hal penting untuk diperhatikan agar warga masyarakat dapat menjaga dirinya agar tetap sehat dan dapat segera bertindak seandainya ia dan keluarganya ada yang terpapar Covid-19. Oleh karena itu peran media sebagai alat mengedukasi warga masyarakat menjadi begitu berarti disaat pandemi ini, agar dapat memberikan pemahaman, pengertian sehingga dapat merubah perilaku sesuai ketentuan yang harus diterapkan dalam kesehariannya. Melaksanakan protokol kesehatan seperti, menjaga jarak, menggunakan masker dan mencuci tangan yang menjadi benteng awal keterpaparan antar per orang. Meminta warga masyarakat untuk melakukan aktifitas di rumah, hal ini bukan suatu yang mudah, tetap ada warga yang merasa bahwa Covid-19 itu tidak ada. Melanggar ketetapan yang disampaikan pemerintah juga terjadi, tapi pemerintah tetap terus memberikan informasi tentang pencegahan dan penanganan ketika terpapar sampai apa yang akan dialami warga pasca terpapar Covid-19.

Memanfaatkan media komunikasi menjadi suatu solusi bagi pemerintah dalam mengedukasi warganya. Sehingga untuk mencari informasi terkait Covid-19 tidak sulit ditelusuri oleh warga masyarakat. Bahkan yang terjadi melubernya informasi membuat masyarakat juga menjadi bingung untuk melakukan tindakan pencegahan, penanganan dan memahami dampak dari Covid-19 karena, informasi yang ada di media juga tidak semuanya informasi yang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Perlu ada penelusuran informasi yang membutuhkan kemampuan dan kejelian dari setiap orang agar tidak terjebak dengan informasi yang salah atau hoaks. Situasi banyaknya muncul berita hoaks di media ini menambah runyam informasi penanganan Covid-19. Infodemik yang terjadi telah membuat pengguna media harus memiliki kompetensi tersendiri pula.

Banyaknya orang yang berniat menyampaikan informasi tentang kesehatan dan Covid-19 dimasa pandemi tetapi ia tidak memiliki kemampuan dan skill (keahlian) dibidang kesehatan atau medis. Sehingga informasi yang disampaikannya menjadi bias bahkan salah. Tapi dengan dimuatnya di media online dan media social dengan mudah informasi tersebut menjadi konsumsi warga

masyarakat. Karena Sebagian besar pengguna dari media online atau media social bukanlah individu yang memahami tentang informasi yang baik dan benar sehingga berita-berita hoaks juga menjadi konsumsi warga masyarakat. Kesalahan informasi untuk dunia Kesehatan yang hoaks atau tidak benar dapat berakibat fatal untuk kehidupan manusia. Untuk hal ini perlu kesadaran bagi para penyampai informasi untuk tidak membuat berita atau informasi yang menyesatkan. Pengguna media online atau media sosial juga perlu menyadari agar tidak membagi informasi bila yang menjadi narasumbernya tidak jelas kompetensi keilmuan dan keahliannya, isi pesannya menyesatkan pikiran dan akan membuat perilaku pembaca atau pendengarnya jadi salah, penyampai pesan bukan dari Lembaga pemerintah yang terkait dalam penanganan Covid-19. Jadi perlu ada kemampuan penelusuran informasi yang baik dan benar agar warga terlatih untuk memilih dan mengkonsumsi informasi dan berita yang ada diberbagai media.

Setelah banyaknya masyarakat yang sudah paham tentang protokol kesehatan yang diinfokan oleh Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan, di perkotaan dan dipedesaan sudah diwajibkan untuk taat menjaga jarak, menggunakan masker dan mencuci tangan atau dengan istilah 3 M. Di setiap sudut lingkungan selalui ada peringatan tentang 3 M tersebut, di area publik di siapkan poster, spanduk, billboard dan berbagai media untuk dapat mencapai masyarakat agar melakukan 3M tersebut. Selain media konvensional, media online yang sangat gencar dengan berbagai informasi terkait Covid-19, Prokes bahkan Vaksin.

Bukan hal yang mudah juga menggerakkan warga masyarakat untuk taat melakukan 3 M, cukup banyak penolakan yang terjadi dalam masyarakat. Tapi karena salah satunya peran media yang terus menyiarkan kebermanfaatn tentang penggunaan 3 M dalam kehidupan masyarakat. Sudah menjadi suatu bagian kelengkapan bagi seseorang kalau keluar rumah harus menggunakan masker, menjaga jarak dan rutin mencuci tangan dengan cara yang benar. Kesadaran untuk hidup sehat dengan melakukan protokol kesehatan sudah mulai terbiasa untuk dijalankan dalam kesehariannya. Semua fasilitas untuk protokol kesehatan juga disiapkan diperkantoran, mall, rumah makan dan tempat public lainnya. Bahkan dirumah masing-

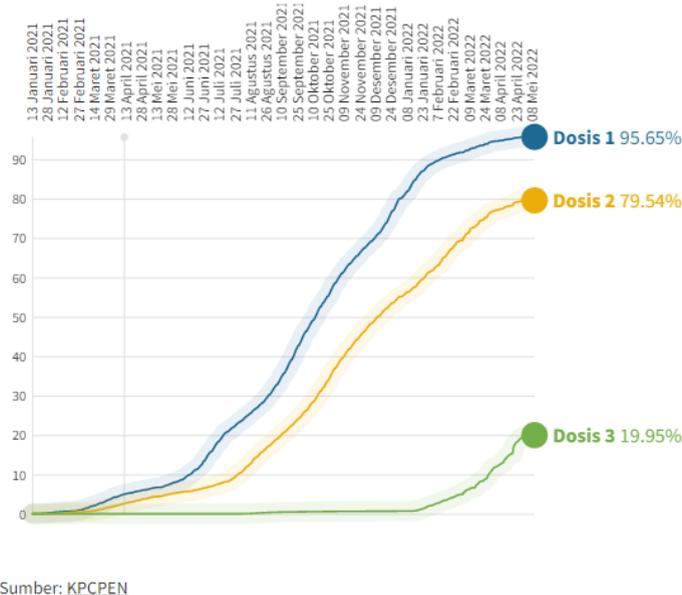
masing warga juga menyiapkan tempat cuci tangan dan sanitizer untuk orang yang datang atau berkunjung ke rumah tersebut.

Pembatasan mobilitas warga juga selalu dibatasi oleh pemerintah, sehingga mengurangi pergerakan warga dalam beraktivitas walaupun tetap melakukan protokol kesehatan. Begitu cepat waktu berlalu sehingga tanpa disadari pandemi Covid-19 sudah berjalan menuju tiga tahun. Harapan untuk dapat segera lepas dari situasi pandemi sangat diinginkan seluruh lapisan masyarakat. Program vaksinasi yang dianjurkan pemerintah disambut sebagai suatu harapan bagi seluruh warga Indonesia bahkan dunia. Prediksi bahwa vaksin dapat menekan jumlah keterpaparan dan jumlah pasien yang meninggal membuat pemerintah bekerja fokus untuk mengadakan vaksin yang dipesan dari berbagai negara.

Pemerintah Indonesia salah satu negara yang bergerak cepat untuk memesan vaksin ke berbagai negara. Mengingat keberadaan Vaksin COVID-19 adalah untuk membentuk kekebalan kelompok di masyarakat, maka diperkirakan setidaknya 70% dari populasi masyarakat Indonesia atau setara dengan 182 Juta jiwa harus mendapatkan Vaksin COVID-19. Namun tidak mudah untuk mendapatkan Vaksin COVID-19 mengingat hampir semua negara terdampak COVID-19 juga memiliki prioritas/target untuk dapat meng-akses Vaksin COVID-19, ditambah dengan kondisi terbatasnya Penyedia Vaksin yang sudah memenuhi kualifikasi untuk COVID-19, sebagaimana yang disampaikan oleh Presiden RI bahwa semua negara di dunia berlomba-lomba untuk memperoleh Vaksin COVID-19, hal ini bertujuan untuk memulihkan warga dan membangkitkan kondisi perekonomian (<https://anggaran.kemenkeu.go.id/in/post/penanggulangan-pandemi-covid-19-melalui-program-pengadaan-vaksin-dan-pelaksanaan-vaksinasi-covid-19>).

Data warga Indonesia yang sudah di vaksinasi sampai dengan tanggal 8 Mei 2022 dapat terlihat jelas dari gambar grafik yang di tampilkan dibawah ini. Banyak hal yang membuat program vaksinasi di Indonesia ini tidak mudah. Tapi secara data sudah dapat ditampilkkan oleh Kementrian Kesehatan Indonesia perjalanan vaksinasi berlangsung terus dengan berbagai upaya yang dilakukan agar semua kondisi dapat pulih berjalan seperti dahulu sebelum Covid-19 melanda dunia. Informasi yang baik dan benar yang di

bagi media termasuk media sosial tentu akan menjadi salah satu cara berlangsungnya vaksinasi di Indonesia.



Sumber: KemKes

Vaksinasi yang di program oleh pemerintah tidak langsung dapat dipahami oleh warga masyarakat. Bahkan banyak informasi salah yang beredar dikalangan masyarakat, ada yang mengatakan vaksin itu membahayakan manusia, lalu menyatakan kalau vaksin itu akan membuat seseorang itu nanti di masukkan chip/alat ke dalam tubuhnya sehingga akan mudah distel oleh orang-orang tertentu, kemudian jika divaksin dapat terjadi kematian. Sangat banyak info aneh yang disebar oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab agar masyarakat tidak berkeinginan untuk vaksin. Semua hal buruk dan keraguan untuk melaksanakan vaksin ini disebar di media online dan media sosial. Berita atau informasi hoaks ini begitu mengacaukan pemikiran masyarakat. Banyak warga masyarakat diawal pelaksanaan vaksinasi tidak mau untuk di vaksin, ini karena kurangnya pemahaman akan manfaat vaksin.

Informasi yang baik dan benar sangat bersaing dengan informasi yang salah dan hoaks diberbagai media, seperti media online dan media sosial, sehingga pemerintah selain bekerja ekstra untuk mempersiapkan vaksin, pemerintah juga harus menyiapkan informasi yang benar-benar mudah dipahami oleh warga masyarakat agar mau melakukan vaksinasi ke berbagai lokasi atau puskesmas, rumah sakit yang siap melayani warga masyarakat secara gratis. Pemerintah telah menyiapkan vaksin kepada warganya untuk dilakukan sebanyak tiga kali perorangnya. Namun karena diawal warga masyarakat sudah ditakut-takuti oleh orang yang tidak bertanggung jawab akan keahlian dan ilmunya hanya sekedar untuk menyesatkan informasi tentang vaksin, terjadi kelambatan diawal pelaksanaan penyuntikan vaksin. Sehingga sampai saat ini masih ada warga yang belum melaksanakan vaksinasi sekalipun, tentu ini perlu terus di ingatkan agar jumlah warga yang vaksin terus bertambah sehingga bangsa ini secara perlahan dapat terlepas dari pandemi Covid-19.

Tugas media selaku corong yang membantu kerja pemerintah untuk memberikan informasi yang baik dan benar kepada masyarakat harus lebih ditingkatkan. Warga masyarakat yang teredukasi dengan informasi yang dapat dipahami akan memudahkan warga untuk sadar dan melaksanakan vaksinasi. Karena hal ini peneliti ingin menggali bagaimana pemahaman mahasiswa sebagai warga yang memiliki pendidikan dan berpikrinya tentu lebih maju dibanding lapisan warga masyarakat lainnya. Sebagai warga yang berpendidikan tentu memiliki pengalaman dalam menelusuri informasi di media online dan media sosial karena mahasiswa juga tidak akan percaya seratus persen akan informasi yang ada dimedia. Mahasiswa akan berupaya mendapatkan informasi yang baik dan benar dan akan membuang infomasi salah dan hoaks untuk dikonsumsi.

Peneliti melakukan kajian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman dan motif mahasiswa dalam menelusuri media guna mendapatkan infomasi vaksin Covid-19 yang diprogramkan pemerintah untuk warga masyarakat. Mahasiswa yang selama masa pandemi ini melaksanakan proses belajar secara daring harus bersiap diri agar ke depannya apabila kampus akan melakukan proses belajar luring atau tatap muka dikelas, mahasiswa sudah siap. Sehingga mahsiswa tidak perlu merasa ragu untuk berada dikelas untuk

mengikuti proses belajar bersama. Tapi apakah mahasiswa sudah memahami tentang kebermanfaatan vaksin baginya dan seperti apa motif mahasiswa yang ada di Universitas Medan Area, khususnya mahasiswa komunikasi tentang vaksin yang diprogramkan oleh pemerintah.

Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui media yang dimanfaatkan oleh mahasiswa guna mendapatkan informasi yang baik dan benar. Sehingga kalau mahasiswa sudah dapat menelusuri informasi yang baik dan benar, tentunya mahasiswa ini akan menjadi sumber informasi yang baik bagi lingkungannya. Lingkungan di sini seperti keluarga dan lingkup pertemanannya, karena akan terjadi berbagi informasi diantara mereka. Dengan adanya diskusi dan informasi yang benar akan membuat mahasiswa menjadi bijak dalam mengambil keputusan untuk melakukan vaksin dan sebagai contoh untuk lingkungannya. Karena mahasiswa masih dianggap lebih memiliki kemampuan penelusuran informasi yang lebih cepat jika dibanding dengan masyarakat awam.

Teori yang menjadi pengarah pada penelitian ini digunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Alfred Schutz, Schutz memusatkan perhatian kepada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubjektif. Yang dimaksud dengan dunia intersubjektif ini adalah kehdupan-dunia (life-world) atau dunia kehidupan sehari-hari.(Ritzer;2007; 94).

Bagi Schutz, tidak ada satu orang pun yang membangun realitas dari pengalaman intersubjective yang mereka lalui. Kemudian, Schutz bertanya lebih lanjut, apakah dunia sosial berarti untuk setiap orang sebagai aktor atau bahkan berarti baginya sebagai seorang yang mengamati tindakan orang lain? Apa arti dunia sosial untuk aktor/subjek yang diamati, dan apa yang dia maksud dengan tindakannya di dalamnya? Pendekatan semacam ini memiliki implikasi, tidak hanya untuk orang yang kita pelajari, tetapi juga untuk diri kita sendiri yang mempelajari orang lain. Instrumen yang dijadikan alat penyelidikan oleh Schutz adalah memeriksa kehidupan bathiniah individu yang direfleksikan dalam perilaku sehari-harinya (Campbell, 1994; 233)

Uraian Schutz juga mengemukakan tentang makna dan motif. Makna dikaitkan dengan bahwa aktor merupakan suatu aspek yang penting dalam kehidupan sosial. Sedangkan motif lebih kepada alasan seseorang melakukan sesuatu. Makna yang diungkapkan Shutz adalah Makna subjektif yang merupakan konstruksi realitas tempat seseorang mendefinisikan komponen realitas tertentu yang bermakna baginya. Sedangkan makna objektif adalah seperangkat makna yang ada dan hidup dalam kerangka budaya secara keseluruhan yang dipahami bersama lebih dari sekedar idiosinkratik. Shutz juga membagi motif menjadi dua yaitu motif *in other to* (dalam kerangka untuk) dan motif *because* (karena). Motif pertama berkaitan dengan alasan seseorang melakukan sesuatu tindakan sebagai usahanya menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa datang. Motif kedua merupakan pandangan retrospektif terhadap faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu (Haryanto, 2012: 149).

Selain teori fenomenologi, peneliti juga menggunakan konsep penelusuran informasi. Menelusuri informasi secara benar tentu akan memberikan informasi yang baik dan benar sehingga apa yang dibutuhkan untuk pemenuhan informasi yang diharapkan dapat terpenuhi. Dalam kajian ini peneliti berkeinginan menggali pengalaman kemampuan mahasiswa untuk mendapatkan dengan cara menelusuri informasi tentang vaksin Covid-19. Kesalahan informasi yang dikonsumsi akan berdampak pada cara berpikir dan perilaku yang salah dalam memutuskan tindakan kesehatan seseorang. Oleh karena itu seorang mahasiswa harus mampu menjadi agen literasi informasi untuk lingkungannya melalui penelusuran informasi yang benar.

Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat (Pawit; 2010;1). Sedangkan penelusuran informasi adalah proses yang melibatkan banyak komponen atau unsur, dan karenanya proses ini sering disebut dengan sistem simpan dan temu kembali informasi (*information storage and retrieval system*). Secara umum, proses simpan dan temu kembali informasi melibatkan tiga komponen pokok, yaitu (1) sumber-sumber informasi, (2) sistem yang dirancang untuk menyimpan dan menemukan kembali informasi, dan (3)

pengguna, yaitu masyarakat yang memiliki kebutuhan informasi dan memerlukan sistem untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Aktifitas menelusuri informasi di masa pandemic Covid-19 ini harus dapat dilakukan secara serius. Apabila dilakukan secara sembarang akan berdampak pada kesalahan dalam melakukan tindakan. Apalagi terkait dengan kesehatan diri seseorang, tentu dapat menjadi fatal kalau salah melakukan tindakan medisnya. Contoh seorang yang akan di suntik vaksin itu wajib memiliki tekanan darah yang normal sesuai ketentuan yang berlaku, agar tidak terjadi hal-hal yang fatal pada diri pasien atau seorang yang ingin di vaksin. Informasi ini tentu dapat ditelusuri berupa kesiapan pasien yang ingin mendapatkan vaksin. Dengan informasi yang benar seorang yang ingin vaksin sudah mempersiapkan dirinya sebelum mendapatkan vaksin yang disuntikkan.

Vaksin adalah produk biologi yang berisi antigen yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu. Produk/ zat yang dimasukkan (suntikan/ lewat mulut) kedalam tubuh untuk menstimulasi sistem imun tubuh (<https://mekarsari-pacet.desa.id/artikel/2021/6/24/cari-tahu-apa-itu-vaksin-dan-vaksinasi>) Vaksin yang akan disuntikkan ketubuh seseorang akan membantu membentuk kekebalan atau imun terhadap virus yang menjadi sumber penyakit.

Vaksinasi adalah pemberian vaksin dalam rangka menimbulkan atau meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpajan dengan penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan (<https://covid19.go.id/tentang-vaksin-covid19>) Dengan program vaksinasi yang dilaksanakan pada warga masyarakat berharap akan munculnya kekebalan kelompok.

Pelayanan vaksinasi COVID-19 dilaksanakan di Fasilitas Pelayanan Kesehatan milik Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota atau milik masyarakat/swasta yang memenuhi persyaratan, meliputi: Puskesmas, Puskesmas Pembantu, Klinik, Rumah Sakit dan/atau Unit Pelayanan Kesehatan di Kantor Kesehatan Pelabuhan (KKP).

Konsep media sosial juga digunakan peneliti untuk menggali Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakilkan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016).

Berdasarkan Tenia, 2017 menyatakan bahwa fungsi media sosial adalah 1. Tempat mencari berita, informasi dan pengetahuan, 2. Mendapatkan hiburan, 3. Komunikasi online, 4. Menggerakkan masyarakat, 5. Sarana berbagi. Keberadaan media sosial dikalangan pengguna media online menjadi salah satu sumber informasi yang dapat dijadikan bahan rujukkan untuk mendapatkan informasi dikalangan warga masyarakat.

Media sosial juga menjadi salah satu pilihan pemerintah untuk menjadi media penerus informasi yang layak untuk warga masyarakat. Media sosial dijadikan pilihan karena dianggap menjadi salah satu sumber informasi yang dapat dengan mudah digapai para warga, di mana dalam berkomunikasi di media sosial ini seakan lebih mudah dipahami karena para penyampai informasi lebih menyesuaikan bahasa yang mudah dipahami user dari media sosial tersebut. Jadi media sosial terasa lebih dekat dengan warga dengan kemasan bahasa yang dimuat penyampai informasinya.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan untuk kajian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2011), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan tri-angulasi

(gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Metode kualitatif yang digunakan dipilih dengan tradisi fenomenologi. Fenomenologi dipilih karena kajian ini mengambil tentang pengalaman Pengalaman Mahasiswa Dalam Menelusuri Informasi Vaksinasi di Media Sosial. Dengan pendekatan tradisi fenomenologi ini peneliti akan dapat menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui di dalam kesadaran langsungnya dan pengalamannya. Dan apa yang muncul dari kesadaran itulah yang disebut sebagai fenomena.

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik prodi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi dipilih dengan alasan mereka akan lebih paham tentang media, baik itu media online dan media sosial. Universitas Medan Area juga kampus yang sangat perhatian dan peduli dengan situasi dan kondisi pandemi yang berdampak pada proses belajar mahasiswa. Selama masa pandemi mahasiswa belajar dengan secara daring. Seiring dengan berjalannya waktu ke depan tentu akan diberlakukan proses belajar secara luring atau tatap muka. Untuk dapat melaksanakan perkuliahan dengan tatap muka harus diwajibkan semua civitas akademika dan mahasiswa sudah di vaksinasi sesuai ketentuan pemerintah.

Sebagai seorang mahasiswa tentu juga tidak akan langsung percaya dengan informasi yang mereka terima. Akan terjadi seleksi informasi tersebut di dalam diri masing-masing mahasiswa sehingga untuk meyakinkan diri mereka, mahasiswa berupaya mendapat kebenaran informasi tentang vaksinasi dari berbagai sumber media. Media yang menjadi sasaran mahasiswa salah satunya adalah media sosial. Sehingga untuk mengagali pengalaman mereka perlu dilakukan riset kepada lima mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

Informan penelitian dipilih secara teknik purposive sampling. Karena penelitian ini membahas tentang pengalaman mahasiswa dalam menelusuri informasi vaksinasi di media sosial. Informan yang lima orang ini merupakan mahasiswa yang sudah melakukan vasinasi sehingga ke limanya dapat memberikan pengalaman mereka sebagai data kepada peneliti.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan observasi, dan wawancara mendalam. Sedangkan untuk melakukan analisis data dilakukan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan/verifikasi. Guna keabsahan data yang disimpulkan peneliti maka dilakukan juga triangulasi data temuan lapangan tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil temuan dilapangan mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area merupakan informan yang layak untuk di gali pengalamannya. Mengingat mahasiswa adalah bagian dari warga masyarakat yang lebih memahami pemanfaatan media sosial dalam mereka menelusuri informasi terutama yang terkait dengan isu terkini. Masalah pandemi Covid-19 dan vaksinasi menjadi sesuatu yang menarik untuk ditelusuri informasi karena mahasiswa dalam menjalani proses pembelajaran berdampak untuk menjalani belajar daring. Di mana dengan belajar daring ini lebih menyulitkan dalam proses belajar bagi mahasiswa. Kerinduan untuk belajar tatap muka begitu diharapkan tapi untuk dapat melaksanakan belajar luring atau tatap muka diharuskan mahasiswa untuk sudah vaksin terlebih dahulu sesuai aturan yang diterapkan oleh pemerintah. Vaksinasi dilakukan guna menjaga seluruh mahasiswa, dosen dan seluruh civitas akademika di perguruan tinggi itu terhindar dari Covid-19 dan proses belajar tatap muka / luring dapat segera dilaksanakan.

Adapun informan penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang belajar di semester delapan di prodi ilmu komunikasi Universitas Medan Area, mereka ada lima mahasiswa yaitu:

1. Natalia Aginta Sembiring stambuk 2018, sudah melakukan tiga kali vaksinasi dengan kombinasi vaksin Sinovac dan Pfizer.
2. Mitra Hindepeya stambuk 2018, sudah melakukan dua kali vaksinasi dengan vaksin Sinovac.
3. Maria Hotna Enjelina Hutabarat stambuk 2018, sudah melakukan dua kali vaksinasi dengan vaksin Sinovac.

4. Dio Vita Lora Tarigan stambuk 2018, sudah melakukan dua kali vaksinasi dengan vaksin Sinovac.
5. Winda Afirma Putri stambuk 2018, baru melakukan vaksinasi satu kali dengan vaksin Moderna.

### **Pengalaman dan Motif Mahasiswa**

Kelima mahasiswa ini ternyata semua sudah melakukan vaksinasi, dari semuanya menelusuri informasi dari media sosial. Mereka mempelajari tentang vaksin yang akan di suntikkan ke tubuh mereka, sehingga mahasiswa ini mencari apa yang dimaksud dengan Vaksin dan vaksinasi itu. Natalia saat diwawancarai menyatakan bahwa:

*“Yg saya pahami tentang vaksin yaitu vaksin itu berupa zat yang disuntikkan ke dalam tubuh untuk kekebalan/imunitas tubuh. Sedangkan vaksinasi itu adalah proses memasukkan vaksin ke dalam tubuh supaya memiliki kekebalan terhadap penyakit menular tertentu.”*

Sedangkan informan lainnya menjawab sama pemahamannya tentang vaksin dan vaksinasi.

Motif mahasiswa menelusuri informasi vaksin dan vaksinasi tersebut menurut Maria HEH adalah “Karna saya merasa vaksin tersebut sangat saya butuhkan untuk membantu saya melawan virus Covid-19, walaupun memang tidak ada jaminan bagi yang telah vaksin tidak akan terpapar Covid-19, akan tetapi sistem imun tubuh semakin kebal dengan bantuan vaksin tersebut”Sedangkan menurut Dio Vita Lora Tarigan menyatakan:

*“Karena saya yakin dengan vaksin bisa menurunkan tingkat kenaikan Covid-19”. Lain lagi dengan pernyataan dari Winda yang mengatakan “Saya di vaksin karna alasan tertentu terutama karna dengan keadaan lingkungan yang semakin fatal dengan kehadiran Covid-19 pada saat itu namanya juga untuk jaga jaga kedepannya untuk hasilnya tidak ada yang tahu.”*

Melihat motif yang muncul dari para informan jelas mahasiswa berkeinginan menelusuri informasi vaksin untuk menjadi lebih sehat dan terhindar dari keterpaparan akan penyakit Covid-19. Vaksin dapat mencegah kematian dan kefatalan dikala terpapar Covid-19. Harapan mahasiswa terhadap program vaksinasi yang dilancarkan pemerintah menurut Winda:

*“Semoga Covid-19 hilang, dan juga semoga kedepannya setiap umat yg di vaksin akan selalu normal dan tetap sehat.”*

Dio Vita Lora juga menyatakan *“Harapan saya agar warga tidak takut untuk di vaksin dan pemerintah memberantas akun yg menyebarkan berita hoax yg membuat warga takut di vaksin.”*

Pernyataan mahasiswa terkait dengan pengalaman dan motifnya menelusuri informasi akan membuat mahasiswa lebih paham dan mengerti akan informasi tentang vaksinasi Covid-19. Pemahaman yang baik akan membantu mahasiswa untuk memaknai penanggulangan Covid-19 dan manfaat untuk apa seseorang itu harus di vaksin. Teori Alfred Schuzt yang membahas tentang realitas dari pengalaman intersubjektif yang mereka alami mendukung akan pengalaman mahasiswa menelusuri informasi menjadi suatu model sebuah tindakan di mana mahasiswa berkeinginan untuk melaksanakan vaksin. Realitas yang terbangun adalah terlaksananya program vaksin yang dicanangkan oleh pemerintah, keterpaparan dan kematian karena Covid-19 dapat ditekan. Sedangkan motif mahasiswa adalah untuk dapat sehat, bermobilitas, beraktivitas seperti kuliah tatap muka dan segera selesai pandemi Covid-19.

### **Media yang Digunakan.**

Media sosial yang digunakan mahasiswa untuk menelusuri informasi Covid-19, vaksin dan vaksinasi adalah Youtube, Instagram, Facebook, Google. Mitra menyatakan kalau menelusuri informasi vaksin media yang digunakan untuk menelusur informasi *“Saya menggunakan Google, Instagram dan Facebook”*. Pernyataan Mitra ini juga sama dengan ke empat mahasiswa lainnya, tetapi ada

tambahan selain mereka mendapat dari media sosial mereka juga mendapat informasi dari pemerintah, tenaga medis, dan juga opinion leader di desa mereka. Mahasiswa ini dikala pandemi pulang ke kampung halaman.

Media sosial ini digunakan secara intens dalam mencari informasi yang benar. Menurut salah satu informan Natalia Aginta Sembiring menyatakan pengalamannya menggunakan media sosial:

*"Mudah dipahami karena media tersebut memakai bahasa yang mudah di mengerti dan mereka tidak memakai bahasa yang sulit dan tidak memakai bahasa medis."*

Jadi bahasa yang mudah dipahami dan tidak menggunakan bahasa medis akan lebih menarik untuk membuat mahasiswa paham.

Sedangkan Mitra menyatakan

*"Kalau ia mendapatkan informasi tentang vaksin itu melalui media sosial"*

Media sosial merupakan sumber informasi dari banyak mahasiswa. Mahasiswa juga harus paham kalau media sosial yang menjadi pilihannya dalam menelusuri informasi memang merupakan media dan informasi yang baik dan benar, bukan informasi hoaks. Mahasiswa harus tepat guna memilih media sosial dan aplikasi yang bermanfaat untuk informasi yang dibutuhkannya. Seperti informan Maria menyatakan:

*"Saya mendapatkan informasi Covid-19, vaksinasi dari aplikasi Perduli Lindungi dan Kementrian Kesehatan."*  
*Pernyataan informan Maria didukung oleh empat informan lainnya.*

Temuan yang didapat dari lapangan ternyata selain media sosial sebagai sumber informasi mahasiswa ternyata komunikasi yang dilaksanakan pemerintah daerah, tenaga medis (dokter, bidan, perawat) *opinion leader* dan ulama/pemuka agama masih juga berperan di dalam menyampaikan informasi tentang program vaksinasi. Jadi hasil lapangan peran media sosial sebagai penelusuran

informasi juga tetap didampingi oleh edukasi dari pemerintah. tenaga medis dan *opinion leader* guna memperkuat pemahaman dari mahasiswa.

Pengalaman mahasiswa dalam melakukan penelusuran informasi terkait dengan vaksinasi bukan suatu hal yang mudah. Karena hampir sebagian besar informasi tentang kesehatan selalu dibayangi dengan informasi yang hoaks. Maka dari itu sebagai seorang mahasiswa para informan ini membuka pemahamannya dengan menggunakan media sosial tentang informasi vaksinasi dan Covid-19 yang disiapkan oleh Lembaga atau orang yang memiliki kemampuan dibidang kesehatan. Dengan mengetahui kompetensi pembuat informasi maka informasi yang ditulis atau disiapkan olehnya merupakan informasi yang layak untuk dipahami dan dibagi dengan orang yang berada disekitar lingkungan.

Guna menekan berkembangnya Covid-19 yang sudah berlangsung lama selain melaksanakan protokol kesehatan tentunya program yang disiapkan pemerintah untuk melaksanakan program vaksinasi harus disampaikan kepada seluruh warga masyarakat. Pemanfaatan media sosial menjadi satu pilihan pemerintah untuk menyebarkan informasi yang baik dan benar. Pahamnya mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terlihat dari kelima mahasiswa tersebut sudah di vaksin, kalau dilihat dari data yang diterima peneliti bahwa mahasiswa yang masih di vaksin satu kali hanya satu orang, sedangkan yang tiga kali juga satu. Tapi tiga orang mahasiswa sudah menjalani vaksinasi sebanyak dua kali, artinya mahasiswa sudah mendapat informasi yang baik dan benar sehingga mereka sudah divaksin dan kedepanya harus melakukan vaksin yang lengkap.

Komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti sosialisasi dari pemerintah, medis, petugas puskesmas, juga menjadi bagian penambah informasi yang ditelusuri oleh mahasiswa. Setelah mereka mendapat informasi dari media sosial akan diperkuat lagi saat mereka melaksanakan vaksinasi yang diarahkan dan dijelaskan oleh dokter, bidan, perawat, tentang efek dari vaksinasi yang akan berdampak pada mahasiswa pasca vaksinasi.

## **KESIMPULAN**

Pengalaman penelusuran informasi yang dilakukan oleh mahasiswa di media sosial merupakan langkah awal untuk mendapatkan informasi yang baik dan benar. Tapi setelah informasi dikumpulkan dan dicerna maka mahasiswa akan melakukan komunikasi dengan para petugas medis yang akan melaksanakan vaksinasi. Penjelasan sebelum disuntik vaksin sampai kepada selesainya seseorang di vaksin semua terekam dengan baik lalu diupload dan diupload di media sosial sebagai contoh kalau vaksin itu bukan yang harus ditakuti tapi didukung oleh segenap warga masyarakat termasuk mahasiswa. Jadi media sosial sebagai tempat menelusuri informasi awal. Media sosial merupakan satu sumber informasi untuk mahasiswa informan dalam mendapatkan informasi yang mudah dipahami, bahasa yang dapat dimaknai, visual dan audio yang melengkapi informasi yang disajikan.

Peran media sosial dimasa pandemi ini sangat membantu pemerintah untuk memberikan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat. Cepatnya media sosial dapat diakses dalam waktu yang bersamaan tentu juga memudahkan informasi penting segera dapat sampai. Diharap adanya perhatian dari pemerintah untuk dapat mengontrol informasi yang ada di media sosial. agar tidak kebablasan informasi, tersebarnya informasi hoaks, dan meliterasi warga masyarakat untuk bijak menggunakan gadget/handphone/gawai sebagai tempat menelusuri informasi khususnya tentang vaksinasi dan Covid-19. Media sosial yang dikonsumsi ke lima informan ini Google, Youtube, Instagram, Facebook, Aplikasi Peduli Lindungi, dan informasi dari Kementerian Kesehatan yang ada media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakri.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi, Teori & Praktik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2019. Teori Komunikasi Theories of Human Communication, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

- \_\_\_\_\_ (2016) Ensiklopedia Teori Komunikasi, jilid 1 dan 2, Jakarta, Kencana
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru., Jakarta: UIP.
- Morissan. 2015. Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2018) Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugeng Pujileksono. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif, Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiyono (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Vivian, John (2008) Teori Komunikasi Massa, Jakarta, Prenada Media Group
- Yusup, Pawit. M (2010), Teori dan Praktik Penelusuran Informasi, Jakarta, Prenada Media

Sumber Lain:

<https://covid19.go.id/tentang-vaksin-covid19>

<https://mekarsari-pacet.desa.id/artikel/2021/6/24/cari-tahu-apa-itu-vaksin-dan-vaksinasi>

<https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>

# **PESAN KOMUNIKASI DALAM PENIPUAN DIGITAL PADA MASA PANDEMI COVID-19**

## ***COMMUNICATION MESSAGES IN DIGITAL DECEPTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

**Fitri Ariana Putri<sup>1</sup>, Najahan Musyafak<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>UIN Walisongo, Semarang

fitriarianaputri@gmail.com<sup>1</sup>, najahanmusyafak@walisongo.ac.id<sup>2</sup>

### **Abstrak**

*Interaksi sosial secara online pada masa pandemi COVID 19 telah menyebabkan meluasnya tindakan penipuan melalui platform digital. Meluasnya tindakan penipuan tersebut ditandai oleh tiga hal: pertama, tingginya jumlah aduan yang masuk ke Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kedua, beragamnya modus penipuan yang digunakan oleh aktor; Ketiga, multiple platform yang digunakan untuk menyebarkan pesan penipuan. Tulisan ini bertujuan untuk melengkapi kajian-kajian terdahulu tentang praktik penipuan secara online dengan melihat pada aspek pesan, jenis penipuan dan modus yang digunakan dalam komunikasi secara digital pada masa pandemi COVID 19. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 300 netizen. Terdapat lima (5) platform media online yang paling banyak digunakan oleh netizen, yaitu SMS, whatsapp, instagram, facebook dan telegram. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai websites yang memiliki relevansi dengan tema penelitian, antara lain <https://www.kominfo.go.id/>; [cekrekening.id](https://cekrekening.id/); Rentang waktu yang diambil dalam studi ini adalah peristiwa antara Januari – Desember 2021. Hasil studi menunjukkan: 1). Media yang digunakan dalam praktik penipuan*

*paling banyak dilakukan melalui platform SMS dan Whatsapp (WA). 2). Undian berhadiah menempati porsi yang dominan sebagai modus yang digunakan untuk mengelabui netizen. 3). Pesan yang banyak digunakan oleh aktor penipu adalah dengan cara social engineering diartikan sebagai memanipulasi dengan membangun komunikasi yang seakan-akan kesalahan sendiri.*

**Kata Kunci:** *Covid-19, Penipuan Digital, Media Platform, Pesan Komunikasi*

### **Abstract**

*Online social interaction during the COVID-19 pandemi has led to widespread fraud through digital platforms. The extent of these fraudulent acts is indicated by three things: first, the high number of complaints submitted to the Ministry of Communications and Information Technology. Second, the various modes of fraud used by actors; Third, multiple platforms are used to spread fraudulent messages. This paper aims to complement previous studies on online fraud practices by looking at the message aspect, types of fraud and modes used in digital communication during the COVID 19 pandemi. Primary data was obtained through distributing online questionnaires to 300 netizens. There are five (5) online media platforms that are most widely used by netizens, namely SMS, WhatsApp, Instagram, Facebook and Telegram. While secondary data was obtained from various websites that have relevance to the research theme, including <https://www.kominfo.go.id/>; Cekrekening.id; The time span taken in this study is the event between January – December 2021. The results of the study show: 1). The media used in fraudulent practices is mostly done through the SMS and Whatsapp (WA) platforms. 2). Lottery prizes occupy the dominant portion as the mode used to trick netizens. 3). The message that is widely used by fraudulent actors is by means of social engineering, which is defined as manipulating by building communication as if it were one's own fault.*

**Keywords:** *COVID-19, Digital Deception, Media Platforms, Communication Messages*

## PENDAHULUAN

Terbukanya ruang komunikasi secara *online* pada masa pandemi COVID 19 telah menyebabkan meluasnya tindakan penipuan melalui platform digital. Tindakan penipuan secara digital ditandai oleh tiga hal: *pertama*, tingginya jumlah aduan yang masuk ke Kementerian Komunikasi dan Informatika yang mencapai angka 115.756 kasus. *Kedua*, modus penipuan yang digunakan oleh aktor untuk mengelabui calon korban; *Ketiga*, *multiple platform* dimanfaatkan untuk menyebarluaskan pesan penipuan. Pelaku penipuan tidak hanya menggunakan *single platform* dalam melakukan aksinya, tetapi sudah memanfaatkan jenis media yang sering digunakan oleh masyarakat. Sebagaimana dinyatakan Sarkadi, dkk. (2021) bahwa penipuan di media *online* telah mengalami evolusi dalam hal pesan, bentuk, modus dan media yang digunakan. Ketiga alasan menunjukkan meluasnya jenis dan modus penipuan melalui sistem digital pada saat masyarakat menghadapi penyebaran virus corona.

Fakta sosial menunjukkan bahwa penipuan berbasis media *online* bukan merupakan fenomena baru di masyarakat, namun demikian peristiwa tersebut berulang dengan berbagai bentuk pesan dan modus yang berbeda. Penipuan difahami sebagai tindakan yang disengaja dengan maksud untuk menyesatkan orang lain, sementara target tidak sadar atau tidak menganggap bahwa tindakan seperti itu mungkin terjadi. Penipu bertujuan memberikan percayaaan palsu kepada yang tertipu (Tsikerdekis, 2017; Volkova & Jang, 2018). Sementara itu, pesan yang disebarluaskan dapat berbentuk undian berhadiah, minta tolong, investasi dengan keuntungan yang tinggi, berita musibah dan transaksi jual beli dengan harga murah (Fitriana, 2019; Rahmawati, 2021; Van Der Walt & Eloff, 2017). Sayangnya, pengguna media sosial belum sepenuhnya mengetahui dan mengidentifikasi karakteristik pesan penipuan. Kondisi tersebut diperparah oleh kondisi psikologis, sosial dan ekonomi masyarakat yang melemah akibat hantaman pandemi COVID 19 (Kaczmarek & Gaś, 2021; Misnawati, 2021; Rodríguez-Ferrándiz et al., 2021; Scales et al., 2021). Berdasarkan situasi ketidakpastian dari sisi psikologis dan sosial tersebut, masyarakat menjadi rentan terhadap pesan palsu, berita bohong dan informasi yang menjanjikan berbagai

kemudahan dan keuntungan secara instant melalui media sosial.

Studi-studi terdahulu tentang penipuan melalui media *online* cenderung melihat peristiwa dari tiga aspek; *pertama*, studi yang menfokuskan diri pada aspek regulasi yang mengatur tentang persoalan penipuan melalui media sosial dan upaya pencegahannya (Dewi & Irwansyah, 2021; Rahmad, 2019; Utami et al., 2021; Wardayati, 2019). Sebagaimana ditunjukkan oleh Rahmad (2019) penipuan *online* merupakan bentuk kejahatan siber yang dalam penanganannya termasuk ranah hukum pidana di Indonesia sebagaimana diatur dalam KUHP dan UU ITE. *Kedua*, tulisan yang mendasarkan pada aspek dampak yang ditimbulkan oleh perilaku penipuan melalui media sosial (Ebner et al., 2020; Handaningtyas & Sunarto., 2021; Irawan, 2019; Peng et al., 2016); *Ketiga*, kajian yang memotret pada jenis media yang digunakan dalam praktik penipuan (Drouin et al., 2016; Guo et al., 2021; Logsdon & Patterson, 2009; Rusmana, 2015). Drouin et.al. (2016) menemukan bahwa penipuan *online* terjadi pada empat tempat *online* yang berbeda, yaitu, media sosial, kencan *online*, ruang obrolan anonim, dan situs web seksual. Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media digital berbentuk pada jenis penipuan. Berdasarkan pada ketiga kecenderungan studi terdahulu tersebut, belum ada studi yang memberikan perhatian khusus pada pesan yang digunakan dalam praktik penipuan secara *online*. Tulisan ini bertujuan untuk melengkapi kajian-kajian terdahulu dengan melihat secara seksama pada aspek pesan dan modus yang digunakan dalam komunikasi penipuan lewat digital pada masa pandemi COVID 19.

## **METODE**

Fokus penelitian ini pada praktik penipuan melalui media digital yang terjadi di berbagai platform media pada rentang waktu selama tahun 2021. Kurun waktu ini dipilih berdasarkan fakta masih tingginya penipuan melalui media digital pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia dengan tingkat keberhasilan mencapai 59% (Annur, 2020). Adapun korban kasus penipuan yang dilaporkan hingga September 2021 sebanyak 115.756 kasus (Indonesia, 2021). Data digali menggunakan *survey online* dengan menyebarkan ke 300 orang. Dari jumlah tersebut, 139 netizen mengembalikan formulir

dan diperoleh data bahwa 135 responden pernah menerima pesan penipuan. Selanjutnya, studi ini melakukan pemetaan data terkait pengalaman penerima pesan penipuan dan diperoleh data bahwa diantara penerima pesan tersebut terdapat 27 orang yang menjadi korban penipuan *online*.

Studi ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mendasarkan diri pada analisis isi (*content analysis*) melalui pendekatan semiotik (Eriyanto, 2015; Romdhoni, 2016). Pendekatan semiotik digunakan untuk mengkaji tanda dalam teks dalam mengungkapkan maknanya. Selanjutnya, data didapat melalui penelusuran dari sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui kajian terhadap platform media *online* yang paling banyak digunakan oleh netizen, yaitu SMS, *whatsapp*, *instagram*, *facebook* dan *telegram*. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai websites yang memiliki relevansi dengan tema penelitian, seperti <https://www.kominfo.go.id>; [cekrekening.id](http://cekrekening.id). Selain itu, data sekunder digali melalui melalui buku, artikel, jurnal sebagai bahan yang mendukung dalam penelitian ini.

Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (Miles & Huberman, 2020) melalui tiga tahap yaitu *pertama*, reduksi data (*data reduction*) dapat diartikan sebagai proses pemilihan data dengan menyederhanakan hasil dari lapangan; *kedua*, penyajian data (*data display*) sebagai proses penyederhanaan dengan cara mengoding atau dengan memilah data yang relevan dalam penelitian berdasarkan pada platform yang digunakan untuk penipuan, bentuk pesan penipuan dan modus penipuan; *ketiga*, penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*) dilakukan untuk memahami dengan memberikan kesimpulan sebagai tahapan terakhir dalam proses pengumpulan data.

Data yang tersudah tersaji selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis isi Krippendorff dengan menetapkan kalimat sebagai unit analisis yang diperkaya dengan pendekatan semiotik (Baudrillard & Berners-lee, 2016; Danesi, 2018; Eriyanto, 2015; Piliang, 2004; Romdhoni, 2016). Kalimat yang terdapat dalam pesan melalui media *online* baik yang dikirim melalui platform SMS, Instagram, dan Facebook diinterpretasikan secara seksama agar mudah difahami

sebagai sebuah kalimat penipuan yang berwujud jual beli, undian hadiah atau permintaan tolong. Pesan yang sudah diidentifikasi sebagai sebuah kalimat penipuan dipetakan berdasarkan motif yang digunakan dengan menerapkan jenis *phising*, *scam* atau *social engineering*. Analisis selanjutnya berupa deskripsi terhadap data untuk melihat kecenderungan dari temuan studi ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi mengenai pesan penipuan melalui media digital pada masa pandemi ini menemukan empat hal; *pertama*, tingginya jumlah sasaran pesan penipuan tidak sebanding dengan jumlah pihak yang menjadi korban penipuan. Studi ini mengungkapkan bahwa perempuan menjadi pihak yang lebih dominan baik sebagai sasaran maupun menjadi korban. *Kedua*, studi ini menemukan bahwa adanya tujuh (7) saluran yang digunakan pelaku untuk melancarkan aksinya melalui *multiple media platform*. *Ketiga*, bentuk pesan penipuan yang digunakan mencakup lima (5) pola yang berbeda. *Keempat*, terdapat tiga (3) modus yang digunakan dalam penipuan *online* meliputi *phising*, *scamming* dan *social engineering*. Keempat hasil temuan tersebut akan dideskripsikan secara sistematis dalam studi ini.

### Sasaran dan Korban Penipuan

Temuan pertama studi ini mengungkapkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial pernah menerima pesan penipuan. Fenomena tersebut terlihat dari pendapat netizen di mana sebanyak 135 orang pernah menerima pesan penipuan dari responden sebanyak 139 orang. Data tersebut menunjukkan bahwa 97,1% dari pengguna media sosial menjadi sasaran kebohongan pesan di dunia digital. Temuan lain dari studi ini menunjukkan bahwa pengguna media perempuan lebih dominan menerima pesan penipuan dibandingkan jenis kelamin laki-laki. Hal ini terungkap dari tingginya jumlah kaum perempuan yang mencapai 88 orang atau 65,2%, sedangkan laki-laki menempati kurang lebih setengah dari kaum perempuan, yaitu sebanyak 47 orang atau 34,8%. (Tabel 1). Berdasarkan fakta tersebut terlihat bahwa ruang media sosial memberikan peluang

besar terjadinya praktik penipuan dengan korban yang didominasi oleh kaum perempuan. Dengan demikian, perempuan lebih rentan untuk bisa dijadikan sebagai sasaran pesan penipuan di ruang digital.

**Tabel 1. Penerima Pesan dan Korban Penipuan**

Kategori	Jenis Kelamin			
	Laki-Laki	%	Perempuan	%
Penerima	47	34.8	88	65.2
Korban	8	29.6	19	70.4

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

### Platform Media Penipuan

Temuan kedua studi ini menunjukkan bahwa saluran yang dimanfaatkan oleh pelaku penipuan dalam melakukan aksinya tidak hanya menggunakan *single* platform, tetapi memanfaatkan berbagai jenis media yang sering digunakan oleh publik. Keberagaman platform media yang digunakan tersebut terlihat dari ditemukannya tujuh jenis media paling banyak digunakan dalam pengiriman pesan palsu. Ketujuh media tersebut meliputi *Short Message Services* (SMS), Whatsapp, Facebook, Instagram, Telegram, Telepon dan Website (Tabel 2). Media sosial tertinggi jumlahnya sebagai saluran pesan palsu adalah SMS dan Whatsapp yang mencapai secara berurutan sebanyak 113 pesan (83,1) dan 64 pesan (47,1%). Sedangkan tiga media yang paling sedikit digunakan oleh pelaku adalah telegram, telepon dan website yang mencapai di bawah 10%. Sejalan dengan hal tersebut, dua media yang digunakan dengan posisi sedang adalah Facebook dan Instagram. Berdasarkan data tersebut dapat dipahami bahwa platform media yang rentan terhadap kasus penipuan adalah SMS dan Whatsapp.

**Tabel 2. Platform Media Penipuan**

No	Platform	N	%
1	SMS	113	83,1
2	Whatsapp	64	47,1
3	Facebook	19	14

4	Instagram	15	11
5	Telegram	9	6,6
6	Telpon	5	3,5
7	Website	3	2,1

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

### Bentuk Pesan Penipuan

Jenis pesan penipuan yang digunakan pelaku dalam mengirimkan pesan penipuan berbeda-beda. Jenis pesan penipuan yang beredar juga ditemukan dalam berbagai bentuk yaitu; jual beli, undian berhadiah, minta tolong, kode *On Time Password* (OTP) dan penawaran investasi atau pinjaman *online*. Jenis pesan penipuan yang paling banyak diterima oleh pengguna adalah undian berhadiah sebanyak 112 orang atau 81,8%. Urutan kedua, jenis pesan penawaran investasi atau pinjaman *online* sebanyak 71 orang atau 51,8%. Urutan ketiga jenis pesan minta tolong sebanyak 61 orang atau 42,3%. Urutan keempat jenis pesan kode OTP sebanyak 27 orang atau 19,7%. Disusul dengan jenis pesan jual beli sebanyak 25 orang atau 18,2% yang menjadi urutan terakhir.

**Tabel 3. Bentuk Pesan Penipuan**

No	Bentuk	N	%
1	Undian Berhadiah	112	81.8
2	Penawaran Investasi/ Pinjaman <i>Online</i>	71	51.8
3	Minta Tolong	61	42.3
4	Kode OTP	27	19.7
5	Jual Beli	25	18.2

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel di atas, pelaku mengirimkan berbagai pesan penipuan untuk mendapatkan korban. Jenis penipuan undian berhadiah maupun yang lainnya dapat dikirimkan melalui berbagai *platform*, sehingga pengguna media digital harus waspada dalam menerima pesan penipuan.

## Modus Penipuan

Modus yang digunakan pelaku tidak hanya dengan satu cara, melainkan tiga modus penipuan yaitu; *phising*, *social engineering* dan *scam*. Modus penipuan yang berada di urutan tertinggi adalah *social engineering* dengan jumlah 18 pesan atau 66,7%. Disusul dengan modus penipuan *phising* sebanyak 7 pesan atau 25,9%. Sedangkan, modus penipuan yang paling rendah adalah *scam* sebanyak 2 pesan atau 7,4%. Adapun masing-masing modus penipuan memiliki distribusi pada media digital.

**Tabel 4. Modus Penipuan pada Media Digital**

No	Platform	Modus		
		Phising	Scamming	Social Engineering
1	SMS	4	0	0
2	Whatsapp	2	1	6
3	Facebook	1	1	4
4	Instagram	1	0	7
5	Telegram	0	0	1
6	Telpon	0	0	1
7	Website	0	0	2
	Jumlah	8	2	20
	Persentase	26.7	6.7	66.6

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Temuan dalam studi ini, mengkategorisasikan modus penipuan pada media digital yang dilihat dari banyaknya korban penipuan. Keberhasilan penipuan dilihat dari media digital paling banyak digunakan melalui *whatsapp* dengan modus *phising*, *scam* dan *social engineering*. Kemudian disusul melalui *Instagram*, *facebook*, SMS. Dengan demikian, kesinambungan modus penipuan dilihat dari media digital. Kasus penipuan dengan modus *social engineering* paling banyak dilakukan daripada modus *phising* maupun *scam*. Studi kasus *social engineering* sering terjadi di *Instagram* sejalan dengan itu contohnya seorang mahasiswi berusia 26 tahun tertipu dengan postingan promo pembelian tiket pesawat Semarang-Bali. Kemudian, korban menindaklanjuti dengan menghubungi pelaku

melalui *whatsapp*. Setelah pembayaran pelaku menghilang dan memblokir korban. Terjadinya interaksi tersebut, untuk membangun rasa kepercayaan yang seolah-olah benar terjadi serta *social engineering* diartikan sebagai memanipulasi dengan membangun komunikasi yang seakan-akan kesalahan sendiri. Hal demikian, termasuk contoh modus *social engineering* dengan jenis pesan jual beli.

**Gambar 1. Contoh modus *social engineering* dalam penipuan**



Sumber: Dokumentasi

Modus *phising* juga digunakan pelaku untuk menipu orang lain. *Phising* merupakan mencuri data orang lain dengan mengatasnamakan instansi, lembaga atau perusahaan resmi untuk menyakinkan calon korban. Contohnya; Ernawati, mahasiswi di salah satu perguruan tinggi di Semarang berusia 21 tahun dalam pemaparannya:

*“2 kali dapat WA mengatasnamakan shopee yang mencoba mau menipu melalui mendapatkan hadiah dan beberapa kali ditelfon. 1 kali ditipu saat dompet saya hilang, kan saya bikin pengumuman ke beberapa media sosial tentang*

*dompet yang hilang menghubungi ke nomor ini, terus malemnya ada yang telfon katanya menemukan dompet saya dan saya disuruh transfer karena posisinya yang menemukan adalah sopir dan sedang di luar kota, ngga tau kenapa saya percaya. Akhirnya saya trasfer uang, tetapi setelah itu, ngga bisa di hubungi lagi”.*

Penipuan yang terjadi melalui *whatsapp* dengan bentuk penipuan undian berhadiah yang mengatasnamakan Shopee. Selain itu, modus yang digunakan adalah *scaming*. *Scaming* merupakan aktivitas yang sudah direncanakan dengan tujuan membohongi orang lian, sebagai contohnya pada jenis pesan “minta tolong” yang disebabkan sengaja menghubungi calon korban untuk menipu. Salah satu mahasiswa yang menjadi korban *scaming* melalui *whatsapp* adalah AI (20 tahun) mengungkapkan:

*“Awalnya mengaku sebagai tetangga dan meminta kirim pulsa terlebih dahulu (karena kami jual pulsa dan mengira itu tetangga yaudah dikasih) eh terus minta lagi akhirnya curiga dan ditelpon. Ternyata itu penipu”.*

Fenomena penipuan *online* di masyarakat timbul akibat terjadinya interaksi antara pelaku dan korban melalui pesan. Pesan menjadi sebuah indikator penting untuk menentukan sebuah keberhasilan berkomunikasi. Dilihat dari teori penyusunan pesan, yakni pesan yang bersifat normatif dan pesan yang bersifat persuasif. Sejalan dengan itu, realitas penipuan yang terjadi dapat dikategorikan pada teori penyusunan pesan bersifat persuasif yang mempunyai tujuan dapat mengubah persepsi, sikap dan khalayak. Beberapa cara yang digunakan yakni; *pertama*, menimbulkan rasa takut pada orang lain (*fear appeal*); *kedua*, cara penyampaian pesan dengan menggugah emosional pada khalayak (*emotional appeal*); *ketiga*, penyampaian pesan dengan menawarkan janji pada khalayak (*reward appeal*); *keempat*, penyampaian pesan yang disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga dapat mempengaruhi orang lain (*motivational appeal*); *kelima*, penyampaian pesan yang disertai humor, sehingga penerima pesan

tidak merasa bosan (Musyafak & Marfu'ah, 2020).

Wujud dari fenomena penipuan dapat dilihat dari teori penyusunan pesan yang bersifat persuasif. Fenomena tersebut disebabkan dari pesan yang disampaikan pelaku berupa ajakan negatif ke pengguna media digital. Pesan penipuan yang disampaikan sebagai cara untuk berinteraksi. Cara yang digunakan dalam penyusunan pesan direncanakan secara sistematis oleh pelaku untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan yang dimaksud yakni dengan mengelabui korban agar dapat menipu orang lain melalui pesan-pesan yang disampaikan. Sebagaimana rekayasa pesan yang berbentuk undian berhadiah, penawaran investasi atau pinjaman *online*, minta tolong, kode OTP dan jual-beli. Berbagai cara penyampaian pesan dilakukan untuk mendapatkan sebuah keberhasilan. Berbagai jenis pesan yang dilakukan pelaku juga menggunakan modus-modus penipuan lainnya seperti *social engineering*, *phising* dan *scaming* ke berbagai *platform* media digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya tren peningkatan dalam penggunaan data internet selama pandemi Covid-19. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 sebesar 47,22%, di tahun 2017 sebesar 57,33%, tahun 2018 sebesar 66,22%, pada tahun 2019 sebesar 73,75%, sedangkan tahun 2020 terjadi peningkatan sebesar 78,18% (Jayani, 2021). Hasil yang didapatkan merupakan akhir dari sebuah awalan. Artinya hasil yang didapatkan melalui kuesioner secara *online* dapat diklasifikasikan sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil yang diperoleh dapat diteliti kembali dengan objek yang berbeda. Seperti pada korban penipuan, perempuan mendominasi penerima pesan dibanding laki-laki dan lain-lain. Realitas di masyarakat penipuan dapat dilakukan oleh siapapun. Dalam tahap ini, aktivitas mengenai penipuan *online* menjadi keprihatinan bersama. Dilihat dari banyaknya korban penerima pesan penipuan melalui berbagai *platform* serta korban penipuan *online* yang mengalami banyak kehilangan mental, finansial maupun waktu.

Tingginya kasus penipuan menandakan rendahnya literasi media di tengah arus keterbukaan informasi melalui berbagai saluran (*platform*). Hal tersebut menguatkan adanya teori yang menyatakan bahwa media merefleksikan realitas masyarakat. *Whatsapp* menjadi urutan tertinggi terjadinya penipuan melalui media digital. *Whatsapp*

merupakan salah satu aplikasi *Instant Messenger* (IM) yang sangat populer dan bisa digunakan pada perangkat seluler dan komputer sebagai media komunikasi. *Whatsapp* memiliki banyak fitur seperti telepon, pengiriman pesan, pesan suara, pesan grup, pengiriman dokumen, pengiriman foto (Riadi et al., 2018). Melalui *whatsapp* pelaku dapat melakukan penipuan dengan berbagai cara untuk mendapatkan korban.

Platform media digital *whatsapp* mempunyai pengaruh besar pada penipuan. Dilihat dari banyaknya korban penerima pesan penipuan melalui platform tersebut. Modus yang digunakan pada *whatsapp* terdapat tiga hal; *pertama*, *social engeneering* dengan cara membangun interaksi antar manusia sebagai teknik manipulasi psikologis yang seolah-olah korban melakukan kesalahan sendiri. *Kedua*, *phising* sebagai bentuk tindakan penipuan dengan mencuri informasi serta mengatasnamakan orang lain untuk menjebak korban. *Ketiga*, *scam* diartikan sebagai tindakan yang sudah direncanakan yang bertujuan untuk menipu atau membohongi orang lain (DANA, 2020). Dengan demikian, relevansi antara modus dan media sangat mempengaruhi keberhasilan pada penipuan melalui media digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah mendorong terjadinya peningkatan kasus penipuan lewat media *online* sejalan dengan masifnya penggunaan media internet. Situs Cekrekening.id mencatat kasus penipuan *online* dari *ecommerce* dan jualan *online* dilaporkan hingga September 2021 sebanyak 115.756 (CNNIndonesia, 2021). Data lainnya dari Direktorat Tindak Pidana Siber (Dittipidsiber) Bareskrim Polri menerima 649 laporan sepanjang Januari-September 2020. Tingkat keberhasilan penipuan melalui media sosial mencapai 59% di tengah pandemi Covid-19, sehingga media dapat mempengaruhi kehidupan di masyarakat. Penelitian ini fokus pada faktor-faktor terjadinya penipuan di media digital yang membahas *platform* atau media yang digunakan, jenis-jenis penipuan serta modus yang dilakukan oleh aktor pelaku.

Tindakanyangharusdilakukandari temuandiatasdibutuhkannya regulasi secara khusus tentang penipuan melalui digital. Penipuan *online* menjadi urgensi di masyarakat, disebabkan dari keresahan pengguna media digital saat menerima pesan penipuan. Pengguna media digital saat menerima pesan belum bisa membedakan antara

kebenaran dan kejahatan. Hasil dari temuan di atas menghasilkan 4 hal yakni; sasaran dan korban penipuan, *platform* media, bentuk pesan penipuan dan modus penipuan. Dengan demikian, tindakan yang harus dilakukan lebih berhati-hati jika menerima pesan singkat dari nomor yang tidak dikenal. Penipuan dapat terjadi di mana saja, kapan saja dan siapa saja. Semua pengguna media digital menjadi sasaran dan korban penipuan. Tindakan penipuan *online* masuk ke kejahatan melalui *cybercrime* yang menempati urutan ke-dua setelah penyebaran konten provokatif laporan dari Direktorat Tindak Pidana Siber (Dittipidsiber) Bareskrim Polri (Annur, 2020).

Masifnya tindakan penipuan digital dilatarbelakangi oleh faktor ekonomi di masyarakat. Faktor tersebut mengakibatkan terjadinya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) secara besar-besaran mengakibatkan kesejahteraan rakyat menurun. Maka, hal demikian dapat menjadi peluang untuk berbuat kejahatan dengan menyalanggunakan digital. Dalam kajian kriminologi, tindakan penipuan digital termasuk dalam teori diferensiasi asosiasi. Artinya proses belajar dari sikap kriminal melalui interaksi sosial (Wulandari 2022). Sejalan dengan hal tersebut, Kominfo menghimbau masyarakat untuk berhati-hati terhadap isi pesan penipuan yang disebarluaskan di berbagai platform. Masyarakat disarankan untuk mengabaikan berbagai pesan singkat yang menawarkan hadiah, tawaran peminjaman *online* dan lain-lain dari pengguna yang tidak dikenal (Kominfo, 2015).

## **KESIMPULAN**

Temuan terpenting dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pada saat menghadapi masa krisis akibat pandemi virus corona, jumlah kasus penipuan *online* terungkap masih tinggi. Fenomena tersebut dibuktikan selain tingginya aduan tindakan penipuan ke Kementerian Komunikasi dan Informatika, juga ditunjukkan oleh pendapat netizen bahwa 97.1% dari mereka pernah menerima pesan palsu. Fakta lainnya menunjukkan bahwa penyebaran pesan palsu dilakukan melalui *multiple platform* yang tersebar ke dalam tujuh media. Adapun bentuk pesan yang dibuat untuk mengelabui penerima berbentuk undian berhadiah, jual beli *online*, tawaran pinjaman dan penggunaan kode OTP. Sedangkan modus yang dipakai

oleh penipu berwujud *phising*, *scamming* dan *social engineering*.

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan berupa pengayaan terhadap pemahaman pesan yang kredibel, obyektif dan faktual serta dapat dipertanggungjawabkan. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kesadaran ke pengguna media digital untuk lebih melek terhadap literasi dengan meningkatkan sikap teliti dan hati-hati dalam membaca dan menerima pesan. Korban penipuan *online* dapat terjadi akibat kurangnya wawasan pengetahuan dan keamanan data pribadi bagaimana mampu membedakan antara pesan kebenaran maupun kejahatan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada jumlah dan karakteristik responden yang terbatas pada kalangan mahasiswa dan waktu penelitian yang memiliki rentang satu tahun. Diperlukan adanya kajian yang lebih luas dan dalam terutama dalam melihat trend penipuan dari tahun ke tahun agar mendapatkan kajian secara komprehensif mengingat maraknya penipuan *online* di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2020). *Daftar Kejahatan Siber yang Paling Banyak Dilaporkan ke Polisi*.
- Baudrillard, J., & Berners-lee, T. (2016). *[Marcel\_Danesi]\_Encyclopedia\_of\_Media\_and\_Communic(BookZZ.org) (1)*.
- CNNIndonesia. (2021). *Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: Jualan Online*.
- DANA. (2020). *Kenali 8 Jenis Penipuan Online di Masa Pandemi*.
- Danesi, M. (2018). *Understanding Media Semiotics. Understanding Media Semiotics*. <https://doi.org/10.5040/9781350064201>
- Dewi, N. S. P. S., & Irwansyah, I. (2021). *Regulasi terhadap Penipuan Identitas: Studi Fenomena ‘Catfish’ pada Social Networking Sites (SNS)*. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 267. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2612>
- Drouin, M., Miller, D., Wehle, S. M. J., & Hernandez, E. (2016). *Why do people lie online? “Because everyone lies on the internet.” Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.031>

chb.2016.06.052

- Ebner, N. C., Ellis, D. M., Lin, T., Rocha, H. A., Yang, H., Dommaraju, S., Soliman, A., Woodard, D. L., Turner, G. R., Spreng, R. N., & Oliveira, D. S. (2020). Uncovering Susceptibility Risk to Online Deception in Aging. *Journals of Gerontology - Series B Psychological Sciences and Social Sciences*. <https://doi.org/10.1093/geronb/gby036>
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi, Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Fitriana, R. A. (2019). Analisis Wacana Kritis Berita Online Kasus Penipuan Travel Umrah (Model Teun A. Van Dijk). *BASINDO : jurnal kajian bahasa, sastra Indonesia, dan pembelajarannya*. <https://doi.org/10.17977/um007v3i12019p044>
- Guo, Z., Cho, J. H., Chen, I. R., Sengupta, S., Hong, M., & Mitra, T. (2021). Online Social Deception and Its Countermeasures: A Survey. In *IEEE Access*. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3047337>
- Handaningtyas, R. A., & Sunarto. (2021). Pengaruh Intensitas Konsumsi Berita Penipuan I-Commerce dan Intensitas Komunikasi Kelompok Rujukan terhadap Tingkat Minat Beli pada Situs Belanja Online Tokopedia. *ejournal3 undip*, 9(1).
- Irawan, A. (2019). Aktivitas Anak - Anak Dan Pemuda Dalam Penggunaan Internet. *Cyber Security dan Forensik Digital*. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2018.1.2.1372>
- Jayani, D. H. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Meningkat saat Pandemi Covid-19*.
- Kaczmarek, B. L. J., & Gaś, Z. B. (2021). The power of self-deception: Psychological reaction to the COVID-19 threat. *Acta Neuropsychologica*. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0015.0613>
- Kominfo. 2015. "Kemkominfo Himbau Masyarakat Berhati-Hati Isi SMS Asusila Dan Modus Penipuan." Retrieved ([https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4999/Kemkominfo+Himbau+Masyarakat+Berhati-hati+Isi+SMS+Asusila+dan+Modus+Penipuan/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4999/Kemkominfo+Himbau+Masyarakat+Berhati-hati+Isi+SMS+Asusila+dan+Modus+Penipuan/0/berita_satker)).

- Logsdon, J. M., & Patterson, K. D. W. (2009). Deception in Business Networks: Is It Easier to Lie *Online*? *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0605-z>
- Miles, & M. Huberman, D. (2020). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Fourth Edi). Sage, London.
- Misnawati, A. R. & D. (2021). Deception in *Online Learning* During the Pandemi of Covid-19 in Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*.
- Musyafak, N., & Marfu'ah, U. (2020). *Teori-Teori Komunikasi: Tradisi, Perkembangan dan Konteks* (Cetakan Pe). Fatawa Publishing.
- Peng, L., Cui, G., Zhuang, M., & Li, C. (2016). Consumer perceptions of *online* review deceptions: an empirical study in China. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2015-1281>
- Piliang, Y. A. (2004). Semiotika Teks : *Semiotika Teks : Sebuah Pendekatan Analisis Teks*.
- Rahmad, N. (2019). Kajian Hukum terhadap Tindak Pidana Penipuan Secara *Online*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Rahmawati, P. (2021). Tindak Pidana Pencucian Uang dan Penipuan Arisan *Online* sebagai Kejahatan Asal. *Juris-Diction*. <https://doi.org/10.20473/jd.v4i1.24302>
- Riadi, I., Sunardi, S., & Rauli, M. E. (2018). Identifikasi Bukti Digital WhatsApp pada Sistem Operasi Proprietary Menggunakan Live Forensics. *Jurnal Teknik Elektro*, 10(1), 18–22. <https://doi.org/10.15294/jte.v10i1.14070>
- Rodríguez-Ferrándiz, R., Sánchez-Olmos, C., Hidalgo-Marí, T., & Saquete-Boro, E. (2021). Memetics of deception: Spreading local meme hoaxes during COVID-19 1st year. *Future Internet*. <https://doi.org/10.3390/fi13060152>
- Romdhoni, A. (2016). *Semiotik Metodologi Penelitian* (1 ed.). Literatur Nusantara.
- Rusmana, A. (2015). Penipuan Dalam Interaksi Melalui. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*.

- Scales, D., Gorman, J., & Jamieson, K. H. (2021). The Covid-19 Infodemic — Applying the Epidemiologic Model to Counter Misinformation. *New England Journal of Medicine*. <https://doi.org/10.1056/nejmp2103798>
- Tsikerdekis, M. (2017). Identity Deception Prevention Using Common Contribution Network Data. *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*. <https://doi.org/10.1109/TIFS.2016.2607697>
- Utami, S. D., Carudin, C., & Ridha, A. A. (2021). Analisis Live Forensic Pada Whatsapp Web Untuk Pembuktian Kasus Penipuan Transaksi Elektronik. *Cyber Security dan Forensik Digital*. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2021.4.1.2416>
- Van Der Walt, E., & Eloff, J. H. P. (2017). Identity deception detection on social media platforms. *ICISSP 2017 - Proceedings of the 3rd International Conference on Information Systems Security and Privacy*. <https://doi.org/10.5220/0006271105730578>
- Volkova, S., & Jang, J. Y. (2018). Misleading or Falsification: Inferring Deceptive Strategies and Types in *Online News and Social Media*. *The Web Conference 2018 - Companion of the World Wide Web Conference, WWW 2018*. <https://doi.org/10.1145/3184558.3188728>
- Wardayati, D. D. (2019). Pencegahan Praktik Penipuan Internet (Internet Fraud) Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk Cyber Crime Ditinjau Dari Perspektif Hukum Internasional. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Wulandari, Ningsih. 2022. “Cyber Crime: Tinjau Faktor Penyebab Kasus Penipuan Secara Online.” Retrieved (<https://yoursay.suara.com/ulasan/2022/06/27/084927/4-alasan-matematika-memegang-peranan-penting-pada-kegiatan-keilmuan>).

# STRATIFIKASI SOSIAL PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI INDONESIA

**Diego**

Universitas Andalas, Padang

diego@soc.unand.ac.id<sup>1</sup>

## **Abstrak**

*Masyarakat digital Indonesia yang heterogen terdiri dari berbagai lapisan yang dapat diklasifikasikan dengan konsep dan metode tertentu. Lapisan-lapisan yang ada di masyarakat ini dikenal dengan stratifikasi sosial. Dengan adanya stratifikasi sosial, kita dapat melihat perbedaan masyarakat digital ke dalam kelas-kelas sosial secara bertingkat. Stratifikasi sosial di masyarakat melahirkan kelas-kelas sosial yang terdiri dari tiga tingkatan, yaitu upper class, middle class dan lower class. Kelas sosial dengan stratifikasi sosial tertentu adakalanya terbentuk dengan sendirinya ada pula yang dengan sengaja dibantuk. Dan dasar dari pembentukan kelas sosial adalah ukuran kekayaan, ukuran kepercayaan, besaran kekuasaan, ukuran kehormatan dan ukuran ilmu pengetahuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi literatur. Temuan dari penelitian ini adalah pada masyarakat digital, stratifikasi sosial yang ada juga dapat dianalogikan seperti halnya di dunia nyata. Pemilik akun Instagram beserta followers juga terdapat kelas-kelas sosial mengacu kepada ukuran-ukuran yang dijadikan tolak ukur. Kelas sosial yang ada pada masyarakat digital ini juga dapat tercipta dengan sendirinya maupun dengan sengaja dibantuk.*

**Kata Kunci:** *Media Sosial Instagram, Masyarakat Digital, Stratifikasi Sosial*

## Abstract

*Indonesia's heterogeneous digital society consists of various layers that can be classified with certain concepts and methods. The layers in society are known as social stratification. With the existence of social stratification, we can see the differentiation of digital society into social classes in stages. Social stratification in society gives produce to social classes consisting of three levels, namely the upper class, middle class and lower class. Social classes with certain social stratifications are sometimes formed by themselves and some are deliberately assisted. And the basis of the formation of social class is a measure of wealth, a measure of trust, a measure of power, a measure of honor and a measure of knowledge. This study uses a qualitative method with data collection techniques literature study. The findings of this study are that in digital society, the existing social stratification can also be analogized as in the real world. Instagram account owners and followers also have social classes referring to the measurements that are used as benchmarks. The social class that exists in this digital society can also be created by itself or intentionally assisted*

**Keywords:** *Digital Society, Social Media Instagram, Social Stratification*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di zaman sekarang sudah mengalami transformasi yang begitu cepat. Perkembangan teknologi mengalami transformasi sesuai dengan kebutuhan komunikasi yang terjadi antar manusia. Teknologi komunikasi sangat berkembang secara berevolusi sehingga membentuk suatu budaya digital yang dirasakan oleh masyarakat saat ini. Keberadaan masyarakat di-era globalisasi cenderung tidak bisa dipisahkan dengan teknologi informasi dan komunikasi digital. Kehidupan dan interaksi masyarakat sangat terbantu dengan hadirnya pembaharuan teknologi komunikasi, tetapi akibat dari perkembangan teknologi perkembangan informasi digital tersebut kondisi sosial masyarakat mulai mengalami perubahan (Arifianto, 2019).

Menurut Arifianto (2018) hidup pada era teknologi digital ini, kita dituntut untuk berpacu dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin masif. Masifnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi itu berkorelasi dengan inovasi teknologi digital yang selama ini sering disebut sebagai media digital atau media online. Dengan adanya perkembangan tersebut, masyarakat dikenalkan pada sebuah media sosial berbasis internet yang menghapus segala batas geografis antar pengguna sehingga pengguna dapat berinteraksi kapan dan di mana saja.

Media sosial dapat diartikan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017). Selanjutnya menurut Nasrullah, media sosial juga memiliki banyak jenis, namun di dalam artikel ini, media sosial yang diteliti hanya pada bagian *social networking* saja. Dalam media sosial terdapat masyarakat maya atau *cyber community* yang mereka bangun interaksi sosial dan kehidupan berkolompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kekuasaan dan juga membangun kontrol sosial.

Masyarakat di dalam kesehariannya mengklasifikasikan orang-orang dalam kategori-kategori atau lapisan yang dikenal dengan nama stratifikasi. Sistem yang dimaksud di dalam lapisan masyarakat ini adalah system lapisan stratifikasi sosial. Stratifikasi sosial tidak semata-mata ada, tetapi melalui sebuah proses dari bentuk kehidupan baik berupa gagasan, nilai, norma, aktifitas sosial, maupun benda-benda. Stratifikasi sosial merupakan suatu konsep dalam kajian sosiologi yang melihat bagaimana anggota masyarakat dibedakan berdasarkan status yang dimiliki. Sorokin dalam Soekanto (2014) menjelaskan stratifikasi sosial adalah perbedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarkis). Dasar dan inti lapisan masyarakat tidak adanya keseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban, kewajiban dan tanggungjawab nilai-nilai sosial serta pengaruhnya di antara anggota-anggota masyarakat.

Menurut Bungin (2011), stratifikasi sosial adalah struktur sosial yang berlapis-lapis di dalam masyarakat. Lapisan sosial

menunjukkan bahwa masyarakat memiliki strata, lai dari yang terendah sampai yang paling tinggi. Selanjutnya, penelitian ini juga mencoba melihat analogi stratifikasi sosial di dunia nyata pun terjadi di dunia maya. Stratifikasi pada *social networking* yang ingin dilihat adalah tertuju pada aplikasi Instagram sebagai salah satu *social networking* dengan peminat terbesar saat ini. Menurut Nasrullah (2017), *social networking* adalah medium terpopuler di dalam kategori media sosial. medium ini merupakan sarana yang dipergunakan oleh penggunanya untuk melakukan hubungan sosial tanpa perlu tatap muka, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Berdasarkan data tersebut, peneliti melihat adanya kesamaan stratifikasi sosial yang berlaku di dunia nyata, akan berlaku juga di dunia virtual.

Berdasarkan Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2), pengguna internet di tahun 2019 sampai dengan 2020 adalah 196,71 juta jiwa yang setara dengan 73,7% jiwa secara keseluruhan dari penduduk Negara Republik Indonesia yang berjumlah 266,91 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat sebesar 8,9% dibanding tahun 2018 sebesar 64,8% dari total penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta jiwa. Pulau Jawa menempati urutan pertama pemakai atau pengguna dari internet di Indonesia sebesar 41,7% dan kemudian disusul oleh Sumatera sebesar 16,2%. Sisanya ditempati Bali dan Nusa Tenggara sebesar 3,9%, Kalimantan 4,6%, Sulawesi 5,1% dan terakhir Maluku dan Papua sebesar 2,2%. Dengan rata-rata pengguna internet di atas 8 tahun, yaitu sebesar 19,2% dari total pengguna internet di Indonesia, dapat dipahami bahwa sudah banyak tercipta stratifikasi sosial pada jejaring media sosial yang ada. Terdapat 95,4% pengguna internet di Indonesia selalu terhubung dengan menggunakan perangkat *smartphone*, dibandingkan internet komputer *desktop* dan internet kantor.

Lebih lanjut, masih berdasarkan Laporan Survey Internet APJII 2019-2020 (Q2), alasan pengguna internet di Indonesia menggunakan internet adalah untuk mengakses sosial media (51,5%) serta berkomunikasi lewat pesan (32,9%). Dari data tersebut, pengunjung aplikasi Instagram menyatakan bahwa 42,3% dari mereka adalah pengunjung yang sering mengaksesnya, 21,3% menyatakan sesekali saja mengakses aplikasi ini. Mengingat besarnya akses masyarakat

Indonesia terhadap aplikasi Instagram, tentunya aplikasi ini sudah menciptakan lapisan-lapisan masyarakat yang terpisah berdasarkan arah dan tujuan tertentu pula.

Pentingnya untuk mengetahui stratifikasi sosial dalam konteks media sosial Instagram menurut Soekanto (2014) adalah agar setiap masyarakat dapat menempatkan individu-individu pada tempat tertentu di dalam struktur sosial dan mendorong mereka untuk melaksanakan kewajibannya. Apabila semua kewajiban selalu sesuai dengan keinginan individu, dan sesuai pula dengan kemampuan-kemampuannya dan seterusnya, persoalan tidak akan terlalu sulit untuk dilaksanakan. Hal yang paling penting adalah bahwa individu-individu tersebut mendapatkan hak-hak, yang merupakan himpunan kewenangan-kewenangan untuk melakukan tindakan-tindakan atau untuk tidak berbuat sesuatu.

Berdasarkan konsep di atas, diperlukan adanya sebuah sistem yang terdapat di dalam sebuah lapisan masyarakat karena sebuah indikasi yang terjadi sehingga hal itu menjadi solusi atas sebuah permasalahan yang tengah dihadapi oleh sekelompok masyarakat seperti pengelompokan individu di sebuah posisi kosong di dalam sebuah struktur sosial sehingga dapat mendorongnya untuk memenuhi sebuah kewajiban yang juga memenuhi posisi jabatan mencakup dengan peran dan fungsinya (Soekanto, 2014).

## **METODE**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif dengan pendekatan teknik analisis studi literatur. Studi literatur sendiri bertujuan untuk mendukung dan juga meningkatkan pemahaman terhadap sebuah objek penelitian. Pada studi literatur peneliti akan melakukan pendalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap suatu fenomena atau masalah yang hendak diteliti (Kartiningrum, 2015). Studi literatur ialah, merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku buku, majalah yang berkaitan dengan fenomena yang hendak diteliti. Menurut Daniel dan Warsiah (2009), teknik yang digunakan dalam studi literatur dengan mengumpulkan beberapa sumber, buku buku, dan artikel jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

Studi literatur utama yang diambil dalam penelitian ini ialah kajian studi berdasarkan fenomena adanya tingkatan sosial pengguna atau masyarakat digital yang terjadi di aplikasi Instagram. Aplikasi ini adalah salah satu media sosial dengan pengguna terbesar di Indonesia saat ini, disampaing Facebook, Twitter dan TikTok.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melihat stratifikasi sosial yang ada di Instagram, penulis mengacu pada pengklasifikasian yang dibahas oleh Soekanto (2014) di mana stratifikasi sosial lebih banyak menggunakan teori dari Pitirim A. Sorokin. Sorokin memfokuskan stratifikasi sosial pada diferensiasi, stratifikasi dan konflik sosial. Sorokin (Pattinasarany, 2016) secara eksplisit menyatakan bahwa untuk dapat memahami struktur sosial secara utuh diperlukan pengetahuan tentang diferensiasi dan stratifikasi sosial. Diferensiasi menurut pengertian Sorokin adalah pembagian populasi mengikuti garis horizontal, sedangkan stratifikasi mengacu kepada pembagian populasi menaungi garis vertikal. Sorokin mendefinisikan stratifikasi sosial sebagai perbedaan anggota masyarakat dalam kelas-kelas yang sifatnya hierarkis, yang wujudnya adalah adanya orang-orang yang menduduki kelas yang tinggi (*upper*) dan ada pula yang rendah (*lower*).

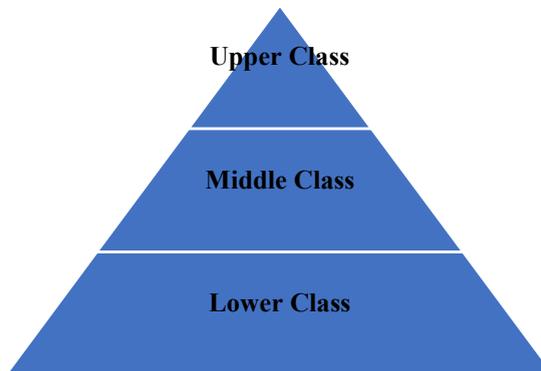
Berdasarkan analogi yang sama, stratifikasi sosial juga dapat diterapkan pada sosial media, dalam hal ini media sosial yang dipilih adalah aplikasi Instagram. Aplikasi Instagram termasuk dalam kategori *social networking* di mana media sosial tersebut (Nasrullah, 2017) memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu dengan anggota lainnya. Interaksi yang terjadi tersebut tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain pada akun yang sama. Semua *posting* yang dibagikan merupakan *real time*, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang terjadi. Dengan banyaknya interaksi serta pengklasifikasian individu maupun kelompok yang terjadi di aplikasi Instagram, stratifikasi sosial dapat terjadi dalam dua proses: terjadi dengan sendirinya maupun dengan secara sengaja disusun untuk mengejar suatu tujuan bersama.

## Terjadinya Stratifikasi Sosial di Instagram

Adanya sistem stratifikasi sosial pada Instagram dapat terjadi dengan sendirinya dalam proses pertumbuhan masyarakat tersebut. Akan tetapi, ada pula yang dengan sengaja diciptakan untuk meraih sebuah tujuan yang sama dengan pengguna lainnya. Alasan terciptanya stratifikasi sosial yang terjadi dengan sendirinya adalah kepandaian, tingkat umur, sifat keaslian keanggotaan kerabat seorang kepala masyarakat, dan juga harta dalam batas-batas tertentu.

Apabila diilustrasikan ke dalam gambar, sistem stratifikasi sosial akan berbentuk seperti gambar di bawah ini:

**Gambar 1. Stratifikasi Sosial pada Instagram**



Sumber: Aji, 2015

Pada sistem stratifikasi sosial yang terjadi dengan sendirinya, ditempati oleh akun-akun *Instagram* dengan pengklasifikasian berdasarkan (Yuswohady&Kemal, 2015) kepemilikan sumber daya (*ownership of resources*), tingkat pengetahuan dan wawasan (*knowledgeability*) dan tingkat keterhubungan sosial (*social connection*). Untuk kepemilikan sumber daya, *upper class* dimiliki oleh akun *crazy rich* yang acap kali viral di Instagram. Akun *Instagram crazy rich* ini umumnya berisi posting foto-foto liburan, barang-barang mewah maupun *life style* yang menyenangkan. *Follower* dari akun ini berisikan akun-akun *social climber* maupun akun-akun *middle* dan *lower class* yang memimpikan kehidupan layaknya *crazy rich* jalani sehari-hari.

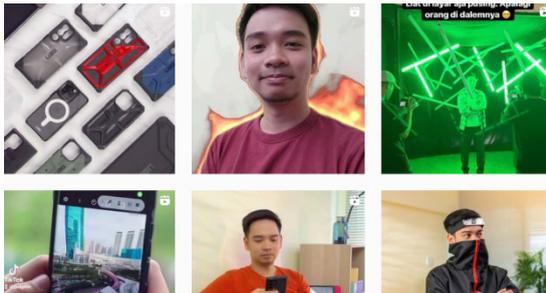
**Gambar 2. Akun Instagram @Siscakohl**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Salah satu contoh akun yang merepresentasikan level ini adalah @siscakohl. Level *middle* dan *lower class* pada sistem stratifikasi sosial yang terjadi dengan sendirinya adalah akun-akun standar yang memutuskan untuk bergabung ke dalam Instagram untuk tujuan tertentu dan menjadi *follower* dari akun-akun lainnya.

**Gambar 3. Akun Instagram @Gadgetin**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Untuk pengklasifikasian berdasarkan tingkat pengetahuan dan wawasan, *upper class* ditempati oleh akun-akun tokoh yang berpengaruh di bidang tertentu. *Follower* dari akun ini cukup banyak mengingat besarnya transfer pengetahuan dan wawasan yang diberikan oleh akun *upper class* ini. Akun ini tidak hanya diisi oleh orang yang berpendidikan tinggi saja, orang yang berpengalaman serta memiliki wawasan yang mumpuni dan diakui oleh masyarakat

digital yang luas dapat menduduki level ini. Contoh dari akun yang menduduki posisi ini berdasarkan tingkat pengetahuan dan wawasan adalah @rhenald.kasali. Untuk posisi *middle class* dari pengklasifikasian ini berisikan *influencer* yang pertumbuhannya sangat tinggi pada aplikasi Instagram. Influencer tersebut menempati posisi *middle class* mengingat transfer pengetahuan yang tidak terlalu besar serta adanya motif ekonomi dibalik kegiatan mereka. Umumnya, influencer menerima bayaran untuk penyebarluasan pengetahuan akan sebuah produk dan jasa yang mereka *review*. Contoh dari akun Instagram yang menempati posisi ini adalah @gadgetin. Posisi *lower class* pada kategori ini diisi oleh akun *follower* dan akun *fake* yang dengan setia menikmati karya dari akun *upper* dan *middle class* serta memberikan *comment* di kolom komentar, baik itu positif maupun *comment* negatif.

Pada kategori tingkat keterhubungan sosial, penulis merasa ada kemiripan dengan kategori tingkat pengetahuan dan wawasan. *Upper*, *middle* dan *lower class* diisi oleh akun-akun yang memiliki kemiripan sehingga penjelasan untuk pengkategorian di atas sudah mewakili untuk kategori tingkat keterhubungan sosial. *Upper class* ditempati oleh akun tokoh yang berpengaruh di tengah masyarakat sedangkan untuk *middle* dan *lower class* diisi oleh akun influencer dan akun *follower* saja. Di dalam stratifikasi sosial level *lower class*, akun-akun Instagram yang bergerak tidak membawa perubahan sosial yang besar, hal tersebut terjadi karena akun tersebut berisikan *follower* yang dengan setia menikmati karya kreatif dari akun yg berpengaruh maupun *influencer*.

**Gambar 4. Akun Instagram @Pustekkom\_kemendikbud**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada sistem lapisan sosial yang secara sengaja disusun untuk mencapai tujuan bersama, umumnya diisi oleh akun *official* dan akun informatif yang berisikan informasi yang bermanfaat untuk kalangan tertentu. Akses terhadap akun tersebut dilakukan oleh ketiga kelas yang ada dengan berbagai tujuan yang umumnya berkaitan dengan informasi yang diperlukan sehingga individu tersebut mendapatkan informasi langsung dari sumbernya. Derasnya arus informasi yang ada membuat masyarakat mengkasas akun terpercaya untuk menghindari bias informasi dan hoax. Contoh akun Instagram ada pada kategori ini adalah @pustekkom\_kemdikbud

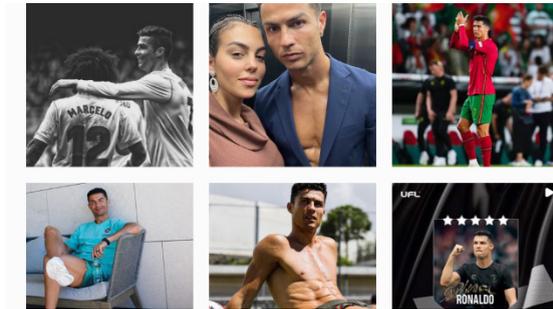
### **Sifat Sistem Lapisan Masyarakat**

Sifat sistem lapisan di sebuah masyarakat (Soekanto, 2014) bisa menjadi memiliki sifat yang tertutup (*closed social stratification*) juga terbuka (*open social stratification*). Sebuah lapisan yang bersifat tertutup memiliki sistem seperti membatasi adanya perpindahan dari seseorang dalam satu lapisan ke sebuah lapisan yang berbeda, baik itu adalah sebuah gerak dari atas dan juga ke bawah. Sistem yang sama juga, jalan yang hanya bisa dilakukan agar dapat bergabung anggota dari sebuah lapisan masyarakat yaitu sebuah kelahiran. Berbeda dengan sebuah sistem lapisan yang terbuka, anggota dari lapisan masyarakat ini, memiliki sebuah kesempatan agar dapat mengupayakan dengan kepandaian dari diri sendiri untuk mendapatkan strata sosial yang lebih tinggi. Ataupun, untuk mereka yang kurang beruntung seperti jatuh lapisan seperti contohnya lapisan atas jatuh ke lapisan bawah. sistem terbuka umumnya dapat memberi rangsangan yang jauh lebih besar untuk masing-masing anggota di dalam masyarakat dan menjadikan landasan di dalam sebuah pembangunan masyarakat dibandingkan sistem lapisan tertutup.

Dalam sifat stratifikasi sosial, sistem yang ada di aplikasi Instagram, *closed social stratification* tidak ditemukan di interaksi antar akun ini. Perpindahan secara vertikal dari *upper class* ke *medium* atau *lower class* maupun sebaliknya sangat acap kali terjadi di dunia digital. Menurut Arifianto (2018) kemunculan media digital memberikan pengaruh terhadap budaya lain di segmen tertentu di masyarakat. Ketetapan mutlak pada suatu kelas di dunia

digital merupakan sebuah ketidakmungkinan mengingat masifnya perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Jika di dunia nyata, *closed social stratification* dimungkinkan untuk terjadi, maka di dunia digital hal tersebut tidak bisa terjadi. Dapat kita pantau perubahan dalam waktu singkat, *lower* dan *medium class* berusaha keras menjadi *social climber* untuk bisa bersaing memperoleh kelas yang lebih tinggi.

**Gambar 5. Akun Instagram @Cristiano**

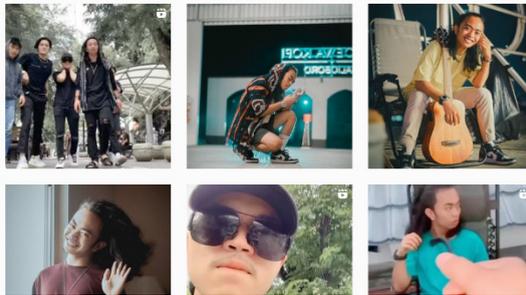


Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada sifat sistem *open social stratification*, naik turunnya level pada sifat ini acap kali terjadi. *Upper class* berusaha untuk mempertahankan statusnya atau bahkan naik lebih tinggi lagi. Kita perhatikan akun Instagram yang paling populer saat ini dengan jumlah *followers* terbesar sepanjang masa dan sampai saat ini belum terkalahkan @cristiano, dengan jumlah follower 438 juta secara teratur dan konstan mengunggah posting yang menarik sehingga para *followers* secara terus menerus mamantau apa yang dilakukan oleh idola mereka. Bahkan, hal kecil yang dilakukan oleh manusia paling populer versi Instagram ini dapat memberikan dampak yang besar terhadap perubahan sosial. Tentu kita masih ingat ketika Cristiano Ronaldo hanya mengesampingkan sebuah produk minuman dari mejanya, membuat harga saham dari minuman tersebut langsung anjlok. Kuatnya pengaruh dari seorang @cristiano mampu menggerakkan penggemarnya mengikuti apa yang sang idola senangi atau kerjakan.

Untuk *upper class* yang turun kelas dapat kita perhatikan pada kejadian baru-baru ini, seorang idola baru dengan suara yang merdu @zinidinzadan\_real membuat video candaan terhadap beberapa musisi yang dianggap cukup senior membuat jumlah *followers* dari akun Instagram ini anjlok ke angka 1,2 juta *followers*. Idola baru yang awalnya dielu-elukan penggemarnya dengan suara yang merdu pun tidak luput dari fenomena turun kelas karena beberapa video yang awalnya dianggap sebuah candaan. Keadaan ini juga diperburuk dengan terpaan berita dari berbagai akun berita dan gosip yang menggiring arah pemberitaan yang menyudutkan sehingga memunculkan cacian di kolom komentar dari akun ini. Contoh kasus ini berbanding terbalik apabila dilihat pada awal fenomena idola baru ini muncul.

**Gambar 6. Akun Instagram @zinidinzadan\_real**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Untuk *lower class* yang mencoba naik kelas ke *middle* dan *upper*, akun di atas masih dapat dijadikan contoh kasus yang tepat. Awalnya @zinidinzadan\_real ini tengah merangkak naik kelas dari *lower* ke *middle* atau *upper class*. Berawal dari video yang diunggah oleh penonton yang menyaksikan *live performance* dari penyanyi ini yang diunggah ulang oleh akun-akun berita dan gosip, dalam waktu singkat @zinidinzadan\_real menjadi idola baru dengan suara yang merdu. Naik kelasnya akun ini diperkuat oleh rutusnya pemilik akun mengunggah foto maupun videonya berkegiatan sehari-hari sehingga membuat para *followers* semakin menggemarnya. Kreatifitas dari pemilik akun Instagram dalam mengunggah foto maupun video yang menarik menjadi salah satu kunci untuk menaikkan jumlah

*followers* dan menaikkan kelas mereka menjadi *middle* atau bahkan *upper class*.

Berdasarkan jabaran di atas dapat dipahami bahwa naik turunnya kelas pada pengkategorian sifat sistem lapisan masyarakat sangat umum terjadi di dunia digital. Instagram dapat membuat pemilik akunnya menjadi orang yang terkenal dalam waktu yang relatif singkat namun dapat juga menghancurkan reputasi pemilik akun hanya dengan sebuah kesalahan kecil. Dinamisnya pergerakan kelas pada aplikasi Instagram dapat disebabkan oleh tingkat keterhubungan antara satu akun dengan akun lainnya yang real time yang hanya bermediakan smartphone maupun PC. Segala keterbatasan geografis coba dirubuhkan dengan keberadaan sosial media sehingga jarak bukan lagi menjadi sebuah halangan untuk berkomunikasi dengan baik.

### **Dasar Statifikasi Sosial Pada Media Sosial Instagram**

Menurut Soekanto (2014) di antara lapisan *upper class* dengan *lower class*, terdapat lapisan yang jumlahnya cukup banyak. Umumnya lapisan atasan tidak hanya memiliki satu macam saja dari apa yang dihargai oleh masyarakat. Akan tetapi, kedudukannya yang tinggi itu bersifat kumulatif. Artinya, *upper class* mempunyai uang yang banyak akan mudah sekali mendapatkan tanah, kekuasaan dan juga kehormatan. Hal yang sama juga dapat dianalogikan ke dalam dunia media sosial yang dalam hal ini adalah aplikasi Instagram di mana ukuran kelas dapat dengan mudah diidentifikasi karena semua unggahan foto dan video pengguna dapat dijadikan bukti kelas sosial masing-masing individu.

Ritzer & Douglas (2004) mengemukakan bahwa stratifikasi sosial adalah institusi yang menyentuh begitu banyak ciri kehidupan, seperti: kekayaan, politik, karier, keluarga, klub, komunitas dan gaya hidup. Ukuran atau kriteria yang biasa digunakan untuk mengklasifikasikan anggota masyarakat ke dalam suatu lapisan adalah sebagai berikut:

## 1. Ukuran kekayaan

Ukuran kekayaan ini diukur dari seorang yang memiliki kekayaan dengan nilai terbanyak dan ditempatkan di sebuah lapisan yang teratas. Bentuk dari sebuah kekayaan adalah sebagai berikut: hal yang terlihat seperti Rumah dan juga mobil pribadinya, selain itu juga ada cara-cara dari orang tersebut untuk memakai pakaian dari bahan yang berkelas dan juga memiliki harga beli yang mahal, kebiasaan untuk berbelanja barang-barang mahal dan seterusnya. Ukuran ini adalah yang paling banyak ditemukan pada aplikasi Instagram saat ini. Banyak dari *upper class* memperlihatkan kekayaannya dengan tujuan tertentu. Akun Instagram dari ukuran ini sarat akan foto dan video yang diimpikan oleh *followers*, seperti: barang-barang mewah, liburan di tempat-tempat yang indah serta *lifesyle* dan selera *fashion* yang tinggi. Akun Instagram milik *upper class* ini umumnya banyak sekali *followers* karena hal-hal yang diperlihatkan merupakan impian dari *middle* dan *lower class*.

Salah satu akun Instagram yang merepresentasikan ukuran kekayaan ini adalah @princessyahrini. Di dalam akun Instagramnya, terlihat pemilik menjalani gaya hidup mewah dan sangat nyaman. Barang-barang yang digunakanpun merupakan keluaran dari brand ternama. *Middle* dan *lower class* yang merupakan *followers* dari akun ini akan memperhatikan dengan seksama apa yang tengah dikerjakan dan dimiliki oleh selebriti Indonesia ini. @princessyahrini merupakan salah satu *the trendsetter* (Yuswohady & Kemal, 2015) bagi *followers*-nya. *The trendsetter* merupakan figur anak muda yang ingin dihormati dan disegani di lingkungan komunitasnya. Sosok ini ingin menjadi pusat perhatian dan dianggap sebagai orang nomor satu di tengah lingkungannya. Anggapan itu diciptakan melalui aspek penampilan fisik: *fashion, gadget, lifestyle*. *Fashion, gadget, dan lifestyle* merupakan simbol dunia modern.

Berdasarkan jabaran ini dan menelaah unggahan akun @princessyahrini di Instagram, konsep yang ada berbanding lurus dengan temuan peneliti berdasarkan hasil observasi di akun Instagramnya.

**Gambar 7. Akun Instagram @Princessyahrini**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Akun ini memang menjadi *the trendsetter* untuk masyarakat digital Instagram Indonesia. *Attitude* yang ditampilkan dengan segera diduplikasi oleh *followers* dan menjadi jargon yang diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari. Dalam hal *life style* dan selera *fashion*, semua yang dikenakan dan dikerjakanpun menjadi *trend* di kalangan masyarakat, seperti hijab Syahrini, mukena Syahrini, kaftan Syahrini dan lain sebagainya. Menurut Sorokin dalam Pattinasarany (2016) untuk menemukan posisi seseorang dalam ruang sosial maka perlu pendefinisian tentang hubungan orang atau fenomena sosial dengan orang lain atau fenomena sosial lain yang dipilih sebagai *point of reference*. Dalam hal ini, @princessyahrini merupakan *point of reference* bagi masyarakat digital Indonesia.

## 2. Ukuran kekuasaan

Barangsiapa yang memiliki kekuasaan atau yang mempunyai wewenang terbesar menempati atasan. Pada lapisan ini, *upper class* yang menduduki posisi lapisan ini adalah akun Instagram orang yang memiliki kedudukan tinggi, baik itu di sektor formal maupun non formal. Ukuran kekuasaanpun cakupannya cukup luas namun dapat diidentifikasi dengan baik. Orang-orang yang memegang jabatan penting umumnya memiliki akun Instagram sendiri agar para pendukungnya dapat berkomunikasi dan mengakses informasi secara langsung dan real time pula. Umumnya, para penguasa yang berada pada level *upper class* ini adalah orang yang populer atau bisa dikatakan tokoh masyarakat. Berkat peran dan fungsinya di tengah

masyarakat, orang tersebut dipercaya untuk memegang peranan penting di dalam kekuasaan.

**Gambar 8. Akun Instagram @Jokowi**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pada negara Indonesia, akun Instagram yang paling berpengaruh dalam hal ukuran kekuasaan tentu saja dipegang oleh akun @jokowi. Akun milik Presiden Indonesia ini tentu saja menduduki kelas tertinggi karena negara kita dipimpin oleh seorang presiden. Akun ini memiliki *followers* yang cukup besar 46,3 juta *followers*. Berdasarkan jumlah *followers*-nya, akun @jokowi memang memiliki jumlah pengikut dan kekuasaan terbesar di negara ini. Wewenang yang diemban oleh pemilik akun ini terbilang cukup besar dan penting, sehingga *followers* dari akun ini perlu untuk memantau penguasa ini karena jadwal yang cukup padat dan *well scheduled*.

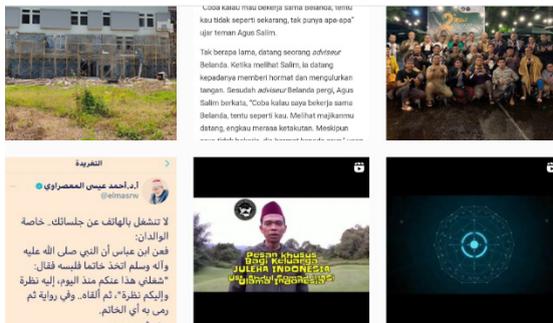
### 3. Ukuran kehormatan

Ukuran kehormatan terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan/atau kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapat tepat yang teratas. Ukuran semacam ini, banyak dijumpai pada masyarakat-masyarakat tradisional. Biasanya mereka adalah golongan tua atau mereka yang pernah berjasa. Untuk ukuran ini memang ditempati oleh akun dari orang yang manjadi panutan di masyarakat. Untuk ukuran kehormatan, umumnya diperoleh dari pemberian atau anugrah yang sudah disepakati bersama oleh orang lain. Menjadi panutan masyarakat membutuhkan pengakuan dalam

kurun waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, ukuran kehormatan merupakan anugrah atau pemberian yang di alamatkan kepada seseorang.

Akun Instagram yang mewakili ukuran kehormatan ini tentunya diduduki oleh *senior citizen* yang telah kaya akan pengalaman dan sudah diakui oleh sebagian besar masyarakat digital Indonesia. Ketokohan dari pemilik akun ini sudah tidak perlu dibuktikan lagi dan rata-rata dari *followers* dari pamilik akun ini adalah *followers* yang loyal. Kekaguman *followers* terhadap panutannya tercipta berkat proses yang cukup panjang sehingga *followers* mereka bisa dikategorikan fanatik. Contoh akun Instagram yang cocok menduduki ukuran ini adalah @ustadzabdulsomad\_official. Marintis untuk menjadi ulama sejak bertahun-tahun yang lalu membuat pemilik akun ini menjadi tokoh yang dihormati oleh masyarakat.

**Gambar 9. Akun Instagram @ustadzabdulsomad\_official**



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Tidak hanya di dunia digital, di dunia nyata pun pemikiran, sikap dan tingkah laku dari Ustadz Somad menjadi panutan bagi jemaatnya. Setiap pengajian yang mengundang beliau selalu dibanjiri oleh ribuan masa. Gelar kehormatan ustadz juga diperoleh beliau tidak dalam waktu yang singkat, butuh pembuktian bertahun untuk bisa mendapatkannya.

Kehidupan sehari-hari dari ustadz ini juga tidak luput dari perhatian jemaahnya karena attitude beliau mencerminkan keseharian dari Nabi Muhammad SAW. Maka tidak heran, banyak

sekali kutipan-kutipan dari wawancara beliau muncul di berbagai akun Instagram yang berbau Islam. Akun Instagram ini menduduki upper class untuk ukuran kehormatan dan memang sudah tidak ada yang meragukannya. Pengaruh yang ditimbulkan dari pengajian beliau memberikan dampak untuk kemaslahatan umat Islam. Hal tersebut juga diperkuat dengan profesi lain beliau selain ustadz, yaitu sebagai dosen yang membuat posisi ukuran ini semakin kokoh saja.

#### 4. Ukuran ilmu pengetahuan.

Sistem lapisan masyarakat juga memiliki pengukuran dari segi ilmu pengetahuan. namun, pada pengukuran dari ilmu pengetahuan terkadang menjadi sebab ada dampak-dampak negative yang ditimbulkan karena ilmu pengetahuan ternyata gelar akademik yang menjadi penilaiannya bukan berdasarkan pengetahuan yang secara alami dimiliki oleh seseorang. Sangat jelas sekali bahwa hal ini membuat seorang bergairah dalam berusaha agar menerima gelar, walau dengan cara yang tidak baik. Berdasarkan penjelasan ini, sistem pengukuran melalui ilmu pengetahuan juga dapat membuat stratifikasi sosial seseorang menjadi naik. Umumnya akun Instagram orang yang memiliki strata pendidikan yang tinggi berisikan hal-hal yang berbau akademik, pengetahuan atau hanya berisikan kegiatan keseharian saja namun memberikan manfaat dan informatif. Akun Instagram milik orang pada level ini tetap memiliki misi mencerdaskan dan mengajarkan literasi akan sesuatu. Namun banyak juga ditemui akun Instagram orang-orang pada level ini bersifat pasif mengingat ketidaktertarikan mereka terhadap sosial media.

Gambar 10. Akun Instagram @Rhenald Khasali



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Akun Instagram yang menduduki level ini terlihat pada akun @rhenald.kasali. Akun Instagram ini sangat representatif untuk mewakili ukuran ilmu pengetahuan. Akun ini berisikan hal-hal yang sangat edukatif dan mengajak *followers* untuk lebih cerdas dalam menyikapi sesuatu. Akun ini juga aktif berkolaborasi dengan influencer dan akun terkenal lain dalam hal edukasi. Akun ini memiliki ciri kebebasan berekspresi (Arifianto, 2018) di mana semua orang yang terlibat dalam media digital ini meski tetap ada batasnya. *Followers* untuk akun ini tidak hanya datang dari kalangan pendidik saja, namun sangat bersifat heterogen. Semua kalangan masyarakat yang membutuhkan informasi untuk meningkatkan kapabilitasnya juga banyak yang mengakses akun Instagram ini.

## KESIMPULAN

Pada dunia digital yang sangat berkembang saat ini, stratifikasi sosial juga mulai diimplementasikan dengan baik. Stratifikasi sosial diperlukan untuk menciptakan penempatan individu serta mendorong mereka untuk melaksanakan kewajibannya sesuai dengan penempatan. Dengan analogi yang sama, fenomena ini juga dapat diterapkan pada dunia media sosial, yang dalam hal ini mengacu pada aplikasi Instagram. Stratifikasi sosial pada media sosial ini juga dapat dilihat berdasarkan konsep-konsep stratifikasi sosial yang ada. Berdasarkan konsep stratifikasi sosial yang sederhana saja: *upper*, *middle* dan *lower class*, stratifikasi sosial sudah terlihat jelas dan nyata di Instagram. Masyarakat digital dengan klasifikasi tertentu akan bergabung dengan stratifikasi sosial tertentu berdasarkan kriteria yang sudah ada.

Stratifikasi sosial yang muncul di aplikasi Instagram akan memunculkan perilaku yang berbeda pula dengan ukuran-ukuran yang ada. Ukuran tersebut mengacu pada empat kriteria utama: kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan. Berdasarkan empat ukuran tersebut, masyarakat yang terdiri dari tiga kelas ini akan saling mempengaruhi sehingga dapat diidentifikasi ciri-ciri utama dari masing-masing kelas. *Upper class* memang memegang puncak teratas dari fenomena ini dan mampu membuat *followers* mereka tetap menjadikan panutan. Namun, tanpa kehadiran *middle* dan *lower class* sebagai pengikut, maka *upper class* juga tidak akan bertahan

dalam jangka waktu yang lama. Jadi, interaksi yang terjadi dalam tiga kelas ini tetap berupa sebuah simbiosis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aji, Rizqon Halal Syah. Stratifikasi Sosial dan Kesadaran Kelas. *Jurnal Salam* Vol. 2, No. 1 (2015). E-ISSN: 2654-9050, 31 - 48. DOI: 10.15408/sjsbs.v2i1.2239
- APJII. (2020). *Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2019 - 2020 (Q2)*. Jakarta.
- Arifianto, S. (2018). *Praktik Budaya Media Digital dan Pengaruhnya*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Bungin, Burhan. (2011). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pattinasarany, Indera Ratna Irawati. (2016). *Stratifikasi dan Mobilitas Sosial*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Rahman, Boy & Ega Selviyanti. *Studi Literatur: Peran Stratifikasi Sosial Masyarakat Dalam Pembentukan Pola Pemukiman*. *Jurnal Planologi* Vol. 15, No. 2 (2018). E-ISSN: 2615-5257, 195 - 215. DOI: 10.30659/jpsa.v15i2.3525
- Ritzer, George & Douglas E. Goodman. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Soekanto, Soerjono. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yuswohady & Kemal E. Gani. (2015). *8 Wajah Kelas Menengah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

# **TINGKAT LITERASI MEDIA ORANG TUA DI KOTA PADANG SEBAGAI PENDAMPING KONSUMSI MEDIA ANAK-ANAK DI ERA DIGITAL**

**Alna Hanana, Novi Elian**

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Andalas

[alna@soc.unand.ac.id](mailto:alna@soc.unand.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, menghasilkan begitu banyak jenis media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Sosial media saja, misalnya, memiliki banyak jenis dan spesifikasinya tersendiri. Dengan banyaknya media komunikasi yang tersedia tentu diperlukan pertimbangan dan perencanaan yang tepat untuk membantu pengguna dalam memanfaatkannya. Terlebih media internet yang pada saat sekarang ini sangat banyak penggunaannya di berbagai tingkat usia, baik di tingkat anak-anak, dewasa bahkan lanjut usia sekalipun.

Tingginya angka penggunaan media digital berbasis internet saat ini sudah jauh melebihi tahun-tahun sebelumnya. Tentu saja ini tidak terlepas dari situasi pandemi yang melanda dan membatasi ruang gerak masyarakat. Saat ini semua teknologi komunikasi bukan hanya sebagai media komunikasi semata, tetapi juga sudah merambah sebagai media pendidikan, media hiburan, media jual beli dan transaksi ekonomi, hingga media kesehatan bahkan media keagamaan.

Sebelum pandemi, mungkin masih banyak orang yang bisa hidup tanpa teknologi komunikasi, tetapi situasi pandemi mengubah segalanya. Semua kita dipaksa untuk melakukan aktivitas hidup dengan bantuan teknologi. Berbelanja online, sekolah online,

pengajian online, memeriksakan kesehatan online, bekerjaonline, dan segala hal lainnya. Hal yang tidak bisa kita lakukan secara online saat ini hanya makan/minum, buang air, dan tidur. Sementara untuk hal-hal lainnya kita sudahdipaksa untuk melakukan segalanya dengan bantuan teknologi.

Mungkin masih ada beberapa orang yang bisa bertahan tanpa punya akunsosial media, akun internet banking, atau lainnya. Ada beberapa orang juga yangberhasil mencoba diet tanpa smartphone untuk jangka waktu tertentu. Tetapi hal-hal seperti itu hanya akan berhasil untuk satu dua orang, kelompok-kelompok minoritas yang kebanyakan juga adalah generasi-generasi dahulu. Hal seperti ini sudah tidakmemungkinkan lagi untuk dilakukan secara kolektif oleh generasi muda di usiaproduktif. Institusi profesional, pemerintah, kesehatan, pendidikan, hiburan, perbankan, jual beli barang dan jasa, hingga hubungan sosial manusia saat ini semakintak bisa dilepaskan dari teknologi komunikasi. Apalagi dengan perkembangan duniadigital dan internet yang memasuki babak baru di mana 5G dan konsep metaverseyang semakin membaurkan hidup kita di dunia nyata dengan dunia maya.

Karena keteterkukungan masyarakat saat ini dalam dunia digital, makakemampuan literasi media adalah sebuah kewajiban yang wajib dimiliki oleh semua pengguna media. Secara sederhana, literasi media adalah kemampuan untuk memilah, mengakses, dan menganalisis isi media. Kemampuan ini harus dimiliki semua orang untuk dapat menjadi seorang penonton yang cerdas dan terhindar dari kepentingan- kepentingan dalam industri media. Dengan menguasai informasi akanmemungkinkan seseorang untuk menguasai dunia. Literasi media merupakan sebuah konsep kesadaran masyarakat terhadap media. Melalui literasi media, masyarakat diajak untuk menyadari bahwa media tidak lagi hanya berperan sebagai kontrol sosial dan cermin realitas, tapi media mencoba mengkonstruksi realitas sosial secara subjektif.

Kemampuan literasi media ini sangat penting dimiliki oleh semua pengguna media, terutama orang tua yang seharusnya menjadi penanggung jawab dan pengawas utama konsumsi media anak-anak mereka. Di era pandemi sekarang, bahkan anak- anak usia sekolah dasar yang sebelumnya masih belum sepenuhnya

mengenal mediadigital, sekarang sudah menjadi pengguna tetap karena kebutuhan pendidikan mereka. Di samping untuk pendidikan dan kebutuhan sekolah, anak-anak juga menggunakan gadget dan mengakses media untuk keperluan hiburan, seperti menonton video dan bermain games. Karenanya penulis tertarik untuk menggali lebih jauh sebenarnya bagaimana tingkat literasi media orang tua dalam mengontrol aktivitas bermedia anak-anak mereka.

Tulisan ini akan memaparkan temuan mengenai tingkat literasi media orangtua di Kota Padang. Meskipun bukan sebuah kota besar, Kota Padang merupakan ibu kota provinsi sehingga tingkat penggunaan medianya cukup tinggi dibandingkan dengan kota-kota lain di Sumatera Barat. Selama masa pandemi, seluruh sekolah termasuk sekolah dasar juga melaksanakan proses belajar mengajar dengan teknologi komunikasi digital. Untuk mengevaluasi kondisi sebenarnya di masyarakat dan demi mengantisipasi berbagai dampak negatif media tersebut, maka diperlukan pengukuran informasi mengenai tingkat literasi orang tua di Kota Padang. Hasil temuan ini bisa menjadi gambaran kondisi sebenarnya untuk evaluasi ke depannya.

## **KERANGKA KONSEPTUAL**

### **Internet**

Media internet didefinisikan sebagai jaringan luas komputer yang dengan perizinan dapat saling berkoneksi antara satu dengan yang lainnya untuk menyebarluaskan dan membagikan *digital files*, serta memperpendek jarak antar negara. Media internet memiliki berbagai macam teknologi, seperti *website*, *transfer file*, *email*, jaringan pertemanan, forum, *mailing list*, dan sebagainya (Yunus, 2011).

### **Literasi Media**

Istilah literasi media muncul di sekitar tahun 2004 untuk menggabungkan literasi lainnya dengan visual (Ofcom, 2004). Ofcom mengatakan literasi adalah keterampilan untuk mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan sekaligus mengkomunikasikannya dalam berbagai macam format. Lebih daripada itu adalah mampu

mengenali dan mengerti informasi secara komprehensif untuk mewujudkan cara berpikir kritis, seperti tanyajawab, menganalisa dan mengevaluasi informasi itu. Potter (2005) mengatakan bahwa literasi media adalah sebuah perspektif yang digunakan secara aktif ketika, individu mengakses media dengan tujuan untuk memaknai pesan yang disampaikan oleh media.

Ada sembilan karakteristik literasi media sebagai berikut:

1. Keterampilan dan informasi, keduanya adalah hal yang penting. Jika kita memiliki banyak informasi tetapi tidak mampu mengolahnya, kita tidak akan dapat mengambil banyak manfaat. Informasi tersebut cenderung akan disimpan dalam ingatan kita, tetapi tidak akan dievaluasi dan diintegrasikan ke dalam struktur pengetahuan yang berguna. Keterampilan diperlukan dalam memilah-milah informasi dan mengaturnya. Keterampilan itu mencakup analisis, evaluasi, pengelompokan, induksi, deduksi, abstraksi, sintesis, dan ekspresi persuasif.
2. Literasi media adalah sekumpulan perspektif di mana kita membuka diri kita pada media dan menafsirkan makna dari pesan yang dibawanya. Kita membangun perspektif kita dari struktur pengetahuan. Struktur pengetahuan membentuk dasar di mana kita berdiri untuk melihat fenomena media yang memiliki banyak sisi, yaitu organisasi media, konten media, dan pengaruhnya terhadap individu serta Semakin banyak struktur pengetahuan yang kita miliki, semakin banyak fenomena media yang kita bisa “lihat” dan pahami.
3. Literasi media harus dikembangkan. Ini juga merupakan proses jangkapanjang yang tidak pernah berakhir. Tidak ada orang yang memiliki kemampuan literasi media secara lengkap dan sempurna.
4. Literasi media bersifat multidimensi. Informasi dalam struktur pengetahuan tidak terbatas pada unsur kognitif saja tetapi juga harus mengandung unsur-unsur emosional, estetika, dan moral.
5. Literasi media tidak terbatas pada satu media. Ide dasarnya adalah bahwa pemahaman awal tentang literasi hanya

terbatas pada membaca saja dan lebih jauh pada mengenali simbol. Hal inilah yang menjadi dasar dari literasi untuk media. Namun literasi media adalah sesuatu yang jauh lebih luas, yaitu membangun makna dari pengalaman dan konteks yang ada (ekonomi, politik, budaya, dll). Setiap media memiliki karakteristik yang berbeda, misalnya dalam menggunakan simbol-simbol, cara memandang khlayak, motivasi mereka dalam melakukan bisnis, dan estetika yang mereka gunakan. Semakin seseorang mengetahui perbedaan-perbedaan ini, mereka akan semakin dapat menghargai persamaan dan semakin mereka dapat memahami bahwa pesan memiliki sifat yang sensitif terhadap medium yang digunakan.

6. Orang yang memiliki kemampuan literasi media menunjukkan pemahaman bahwa manfaat literasi media adalah untuk melakukan kontrol yang lebih besar atas eksposur dari media dan proses pemaknaan. Tujuan seseorang agar menjadi lebih memiliki kemampuan literasi media adalah untuk mendapatkan kontrol yang lebih besar dari eksposur seseorang terhadap media, dan untuk membangun sendiri makna atas pesan-pesan media.
7. Literasi media harus terkait dengan nilai-nilai. Tetapi yang menjadi persoalan bukan pada apakah literasi media sarat nilai atau tidak. Sebaliknya, permasalahan lebih pada identifikasi apa nilai-nilai tersebut dan siapa yang mengontrolnya.
8. Orang yang memiliki literasi media meningkatkan eksposur terhadap media secara sadar. Seseorang yang memiliki perspektif yang luas pada fenomena media, memiliki potensi tinggi untuk bertindak dengan cara seperti orang yang memiliki literasi media yang tinggi.
9. Orang yang memiliki tingkat literasi media yang tinggi menunjukkan pemahaman bahwa literasi media adalah sebuah kondisi yang terus bertambah, bukan bersifat kategorikal.

Menurut *National Leadership Conference on Media Education*, literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya (Hobbs 1999 diacu Juditha2013). Berdasarkan definisi tersebut, berikut model konsep literasi media:

**Tabel 1. Matriks Model Konsep Literasi Media**

No	Kategori Literasi Menurut <i>National Leadership Conference on Education</i>	Keterangan Media	Indikator
1	Mengakses [sub-indeks 1]	Pemahaman dan penge-tahuan menggunakan dan mengakses media dan mampu mema-hami isi pesan	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Media yang digunakan</li> <li>· Frekuensi penggunaan</li> <li>· Tujuan penggunaan</li> <li>· Mengerti isi pesan-pesan</li> </ul>
2	Menganalisis [sub-indeks 2]	Mampu memahami tujuan media dan dapat mengiden-tifikasi pengirim pesan melalui media apa isi pesan ter-sebut	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Kemampuan mengingat pesan yang diterima melalui dan media</li> <li>· Mampu menjelaskan dari pesan</li> <li>· Mampu mengidentifikasi pengirim pesan</li> <li>· Mampu menilai pesanyang dapat menarik</li> </ul>

3	Mengevaluasi [sub-indeks 3]	Mampu menilai pesan yang diterima kemudian dibandingkan dengan perspektif sendiri. Hal mencakup penilaian subjektif seorang individu atau reaksi sikap terhadap pesan serta implikasi lain dari pesan	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sikap, perasaan atau yang dirasakan setelah ini menerima pesan dari media</li> <li>· Mengungkapkan informasi apa saja yang menyaran-kan atau memberikan informasi yang berguna bagi pengguna</li> </ul>
4.	Mengomunikasikan [sub-indeks 4]	Mampu mengko-munikasikan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang	Pesan yang diterima pesan dikomunikasikan dalam bentuk apa saja lain

## METODOLOGI

Tulisan ini dihasilkan dari penelitian yang menggunakan pendekatan campuran, kuantitatif maupun kualitatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah desain penelitian *survey* yang bersifat *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi dan apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data tentang tingkat literasi media orang tua. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menjelaskan variabel yang diteliti secara lebih rinci. Sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2010) bahwa alasan mengombinasikan data kuantitatif dan data kualitatif ini adalah agar lebih memahami masalah penelitian tersebut dengan mengonvergensi data kuantitatif (berupa angka) dan data kualitatif (berupa pandangan-pandangan deskriptif).

Populasi pada penelitian ini adalah orang tua murid dengan anak yang duduk di bangku Sekolah Dasar (kelas 3 SD) di Kota Padang. Pemilihan kelas 3 SD berdasarkan data APJII yang menyatakan bahwa pengguna internet anak-anak berkisar di usia 10-14 tahun.

Pada penelitian ini, peneliti menentukan jumlah responden adalah sebanyak 100 unit analisis yaitu 100 orang wali murid yang anaknya duduk di kelas 3 SD di sekolah dasar Kota Padang. Adapun definisi wali murid yang dimaksud di sini adalah orang tua berupa ayah atau ibu, bukan wali seperti kakek nenek ataupun baby sitter.

Teknik sampel yang digunakan adalah cluster random sampling atau yang bisa disebut juga dengan pengambilan sampel acak berdasarkan area. Teknik sampling ini mengambil sampel secara berkelompok dan bertujuan untuk meneliti sampel pada suatu bagian yang berbeda dalam suatu wilayah. Pembagian kluster dibagi berdasarkan sebelas kecamatan yang di Kota Padang, yaitu: Padang Barat, Padang Selatan, Padang Timur, Padang Utara, Kuranji, Pauh, Nanggalo, Koto Tengah, Lubuk Begalung, Lubuk Kilangan, Bungus Teluk Kabung. Karena ini merupakan Single Stage Cluster, anggota Kluster yang terpilih didapatkan secara acak.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan mengajukan pernyataan-pernyataan kepada responden. Indikator dan parameter dituangkan dalam bentuk definisi operasional, kemudian dikembangkan dalam bentuk daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai acuan atau instrumen penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian, maka disusunlah definisi operasional sebagai berikut:

1. Karakteristik orang tua adalah orang tua menggunakan media internet. Karakteristik tersebut digambarkan dengan kondisi spesifik yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan formal dan tingkat penghasilan.
2. Literasi Media adalah kemampuan orang tua untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden untuk mengukur tingkat literasi media di sini adalah orang tua yang memiliki anak SD yang tersebar di Kota Padang. Tabel 2 berikut ini akan menjelaskan karakteristik orang tua dilihat dari profil orang tua.

**Tabel 2. Karakteristik Orang Tua dengan anak Pengguna Internet di Kota Padang**

No.	Karakteristik		Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Umur	< 30 tahun	2	2
		30 – 40 tahun	55	55
		40 – 50 tahun	39	39
		> 50 tahun	3	3
	Total		100	100
2.	Pekerjaan	Pedagang	4	4
		Wirasasta	12	12
		IRT	47	47
		Buruh/Karyawan	17	17
		PNS	11	11
	Lainnya	7	7	
Total		100	100	
3.	Jenis Kelamin	Laki-laki	23	23
		Perempuan	77	77
	Total		100	100

Tabel 3 di bawah ini adalah distribusi data kepemilikan alat komunikasi pada responden penelitian. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa belum semua orangtua menggunakan *handpone*, sekitar 5% responden tidak menggunakan alat komunikasi tersebut. *Handpone* yang dimaksud di sini adalah *smartphone*, artinya masih ada orang tua yang menggunakan *handpone* konvensional, yang belum terdapat fitur-fitur untuk berselancar di dunia maya.

**Tabel 3. Data Kepemilikan dan Kemahiran Menggunakan Alat Komunikasi pada Responden**

No.	Jenis Media/Alat Komunikasi	Memiliki	Bisa Menggunakan	Sering Menggunakan
1.	Handpone	95 orang	95 orang	95 orang
2.	Komputer	27 orang	27 orang	27 orang
3.	Notebook	12 orang	12 orang	12 orang
4.	Laptop	44 orang	44 orang	44 orang
5.	Tab	32 orang	32 orang	32 orang

Tabel 4 akan menjelaskan tempat dan orang yang menemani respondensaat mengakses dunia maya.

**Tabel 4. Tempat dan Orang yang Menemani Responden Saat Mengakses Dunia Maya (%)**

No.	Keterangan		Jumlah	(orang) Presentase
1.	Tempat Akses	Rumah	76	76
		Kantor	10	10
		Fasilitas Umum	6	6
		Lainnya	14	14
	Total		100	100
2.	Orang yang Menemani Saat Akses	Sendiri	60	60
		Teman/kolega	9	9
		Keluarga	15	15
		Lainnya	16	16
	Total		100	100

Literasi media orang tua dapat dilihat dari struktur pengetahuan orangtuaterhadap konten-konten yang terdapat di dunia maya. Struktur pengetahuan ini merupakan kumpulan informasi yang dihasilkan oleh orang tua ketika mengakses berbagai aplikasi media maya. Literasi media juga diartikan sebagai kemampuan orangtua untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya. Aplikasi/ akun jejaring sosial yang menjai fokus di sini adalah *whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, email*, aplikasi belanja *online*, aplikasi belajar *online*, aplikasi transportasi *online* serta *games online*. Implementasi literasi media orang tua dapat diketahui melalui penggunaan berbagai aplikasi dan akun jejaring sosial seperti yang dikemukakan sebelumnya. Tabel 5 di bawah akan menjelaskan deskripsi konsumsi media internet oleh siswa-siswi SD di Kota Padang.

**Tabel 5. Deskripsi Literasi Media Orang Tua di Kota Padang (%)**

No.	Keterampilam mengakses dan mengevaluasi akun jejaring sosial/aplikasi online	Jumlah	(orang) Presentase	
1.	Whatsapp [251: 20%]	Mengetahui	73	29
		Paham Fungsi	65	26
		Paham Cara Menggunakan	67	27
		Paham Fitur	46	18
2.	Instagram [147: 12%]	Mengetahui	42	29
		Paham Fungsi	37	25
		Paham Cara Menggunakan	38	26
		Paham Fitur	30	20
3.	Facebook [273: 22%]	Mengetahui	76	28
		Paham Fungsi	65	24
		Paham Cara Menggunakan	64	23
		Paham Fitur	68	25
4.	Twitter [61: 5%]	Mengetahui	20	33
		Paham Fungsi	14	23
		Paham Cara Menggunakan	13	21
		Paham Fitur	14	23
5.	Youtube [205: 17%]	Mengetahui	63	31
		Paham Fungsi	57	28
		Paham Cara Menggunakan	57	28
		Paham Fitur	28	13
6.	Email [157: 13%]	Mengetahui	49	31
		Paham Fungsi	46	30
		Paham Cara Menggunakan	38	24
		Paham Fitur	24	15
7.	Belajar Online [79: 6%]	Mengetahui	24	30
		Paham Fungsi	18	23
		Paham Berbagai Jenis Situs	20	25
		Paham Fitur	17	22
8.	Games Online[69: 5%]	Mengetahui	25	36
		Paham Berbagai Jenis Situs	13	19
		Paham Cara Menggunakan	19	28
		Paham Fitur	12	17

Berdasarkan temuan penelitian terlihat bahwa belum semua orang tua memiliki pengetahuan literasi media yang baik dan mumpuni. Tidak semua orang tua mengetahui dan dapat mengakses berbagai aplikasi/ akun jejaring sosial yang tersedia. Tabel di atas memperlihatkan kurang dari separuh responden yang mengetahui tentang *instagram*, *email*, dan *games online* Bahkan sedikit sekali responden yang mengetahui aplikasi *twitter* (5%). Responden teridentifikasi mengetahui aplikasi yang *mainstream* seperti *facebook* (22%), *whatsapp* (20%), dan *youtube* (17%).

Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa tidak semua responden paham fungsi dari masing-masing aplikasi/akun jejaring sosial. Mereka masih banyak yang baru sekedar mengetahui tetapi tidak paham fungsi bahkan cara menggunakan aplikasi/akun jejaring sosial tersebut. Fakta di lapangan terlihat bahwa lebih dari sebagian responden yang paham cara menggunakan serta paham fitur aplikasi *facebook* dan *whatsapp*. Dua aplikasi yang saat ini memang sangat populer dibanding aplikasi lainnya dengan jenis yang sama. Sisanya, responden masih banyak yang tidak paham fitur, tidak tahu cara menggunakan dan fungsi dari masing-masing aplikasi. Aplikasi yang sangat sedikit sekali dipahami oleh responden seperti *twitter* serta *games online*.

Dari tabel deskripsi literasi, jika dihitung skornya berdasarkan indeks yang maka didapatkan:

	Skor	Sub Indeks	1 Sub Indeks	2 Sub Indeks	3 Sub Indeks	4 Indeks Literasi
Buruk	1	372	315	316	239	310,5
	1,5					
	2					
Sedang	2,5					
	3					
	3,5					
Baik	4					
	4,5					
	5					

Dalam penelitian ini tingkat indeks diturunkan dari Model Konsep Literasi Media dengan skor tertinggi empat, yaitu tingkat kemampuan dalam: Mengakses/Mengetahui (1), Menganalisis/Paham (2), Mengevaluasi/Penggunaan(3), dan Mengomunikasikan/Fitur (4). Secara umum, indeks literasi orang tua masih berada pada level “sedang”. Berdasarkan survei tersebut, masing-masing sub-indeks diperoleh hasil skor sebagai berikut: Subindeks 1 Mengakses/Mengetahui 3,72; subindeks 2 Menganalisis/Paham 3,15; subindeks 3 Evaluasi/Penggunaan 3,16 dan subindeks 4 Komunikasi/Fitur 2,39.

Setelah dikonfirmasi melalui wawancara dengan responden, rendahnya tingkat literasi media orang tua juga diakui dengan tindakan mereka melepaskan anak mereka untuk mengakses internet. Orang tua menganggap anak tersebut hanya bermain *games online*, padahal berdasar kasus yang peneliti temui anak tersebut terhubung dengan pemain game lainnya dan sudah melakukan perjumpaan tatap muka tanpa diketahui orang tuanya. Tentu saja hal ini bisa membahayakan bagi anak apabila orang yang ditemuinya tersebut memiliki niat jahat kepada anaknya. Artinya orang tua belum memainkan kuasa penuh terhadap penggunaan internet oleh anak.

Ketidakpahaman orang tua mengenai aplikasi-aplikasi *games online*, bahkan tidak mengawasi mereka saat bermain, tentu merupakan sebuah persoalan. Penelitian penulis sebelumnya menunjukkan bahwa *games online* merupakan salah satu yang penggunaannya tertinggi setelah youtube (Hanana, 2018). Hal ini tentu merupakan sebuah potensi resiko besar bagi anak-anak usia sekolah dasar ini. Apalagi youtube dan *games online* adalah jenis platform yang tidak bebas dari muatan iklan. Jika orang tua tidak paham dan membebaskan anak untuk mengakses tanpa pengawasan yang ketat, tentu ada banyak jenis pesan negatif yang bisa memampar anak-anak tersebut.

Temuan-temuan tersebut mengaskan bahwa pemahaman orang tua masih kurang tentang literasi media internet. Namun tidak berarti orang tua memiliki literasi media yang buruk. Orang tua mengetahui struktur pengetahuan yang baik tentang konten-konten yang terdapat di pada aplikasi-aplikasi yang ada, seperti

kemampuan mengidentifikasi konten informasi, hiburan, berita, *chatting* atau *game* pada masing-masing aplikasi. Meskipun memang ada jenis aplikasi yang belum mereka pahami dengan dan tidak mereka awasi dengan maksimal, pada umumnya orang tua cukup familiar dengan aplikasi berjenis sosial media.

Setelah dikonfirmasi ke beberapa responden sebenarnya mereka juga pahamakan bahaya yang terdapat di internet, namun mereka masih kesulitan dalam mensiasati penggunaan media oleh anak-anak mereka, terutama di situasi saat ini. Ada juga yang merasakan keterpaksaan untuk mengizinkan anak mengakses gawai, seperti untuk kebutuhan pendidikan, hingga kebutuhan hiburan karena orang tua harus bekerja dan butuh mengalihkan anak-anaknya. Meski terdapat dampak positif dari internet, tetapi anak-anak jauh lebih rentan terpapar dampak negatif, karena anak-anak usia SD masih labil dan gampang terpengaruh.

Apa yang diakses anak mempunyai peluang dalam penambahan kecakapan pengetahuan, perubahan sikap dan perilaku anak, yang tidak hanya berlaku pada konten positif tetapi juga konten negatif. Apalagi pada era perkembangan teknologi informasi yang melaju pesat seperti sekarang ini. Dampak kemajuan teknologi informasi ini hampir dirasakan seluruh lapisan masyarakat termasuk pada anak. Ameliola dan Nugraha (2013) menegaskan dalam pengoptimalan potensi diri seorang anak, diperlukan adanya peran serta orang tua yang menjadi elemen terpenting dalam pembentukan dan perkembangan kepribadian anak. Memahami perkembangan anak merupakan salah satu upaya alternatif terbaik dalam membimbing anak.

Potter (2008) menyebutkan bahwa setiap orang memiliki perbedaan secara substansial pada keterampilan dan pengalamannya sehingga akan bervariasi pada jumlah dan kualitas struktur pengetahuan yang dimilikinya. Senada dengan pendapat tersebut, orang tua yang cukup banyak waktu terlibat dengan internet akan lebih mudah memahi setiap fitur yang terdapat di internet tersebut. Pendapat Potter di atas selaras dengan pernyataan Triyono (2010) bahwa tidak ada seseorang yang benar-benar tidak memiliki literasi media, begitu juga tidak ada yang mengenal media secara sempurna.

## KESIMPULAN

Literasi media orang tua belum sepenuhnya berada pada tingkatan yang baik, masih di angka sedang dengan indeks sebesar 3,10. Artinya orang tua dari siswasekolah dasar di Kota Padang masih masih butuh untuk meningkatkan kemampuan literasi media mereka. Responden orang tua masih banyak yang tidak pahamapalagi mampu menjelaskan/mengkomunikasikan fitur yang ada, juga tidak tahu caramenggunakan dan fungsi dari masing-masing aplikasi. Aplikasi yang sangat sedikit sekali dipahami oleh responden antara lain *twitter* serta *games online*. Lebih dari separuh responden orang tua yang tidak paham dengan aplikasi-aplikasi tersebut, padahal *games online* sendiri merupakan jenis aplikasi tertinggi kedua yang dikonsumsi oleh anak-anak sekolah dasar ini. Terlebih orang tua masih sulit untuk mensiasati penggunaan media pada anak-anak mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, Gracia Rachmi., Yolanda Stellarosa, Martha Warta Silaban. 2015. *Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal HUMANIORA Vol.6 No.4, 470-482. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i4.3376>.
- Ardianto E, Komala L, Karlinah S. 2012. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Hanana, Alna. 2018. *Perilaku Konsumsi Media Maya (Cyber Media) Pada Anak Di Kota Padang*. 2nd CELSciTech Prosiding: Urgensi Riset dan Pengembangan Teknologi Informasi dalam Mengatasi Masalah Bangsa. Vol 2 (2017). <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/PCST/article/view/335>.
- Judhita C. 2013. *Literasi media pada anak di daerah perbatasan Indonesia dan Timor Leste*. Jurnal IPTEK Komunikasi. [http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppkiyogyakarta/files/2013/07/04\\_ArtikelChristiany-Juditha-Juni-2013.pdf](http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppkiyogyakarta/files/2013/07/04_ArtikelChristiany-Juditha-Juni-2013.pdf).
- Kriyantono R. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta (ID): Kencana Prenada Media Group.

- Morissan, Wardhani AC, Hamid UF. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Potter, W.J. 2008. *Media Literacy (4<sup>th</sup> ed)*. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Rakhmat J. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya. \_\_\_\_\_ . 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung (ID): Remaja Rosda Karya.
- Roslita. 2014. *Hubungan Karakteristik Desa Cibanteng dengan Perilaku Menonton dan Literasi Media Acara Televisi Prime*. Bogor: IPB.
- Silalahi U. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung (ID): Refika Aditama.
- Singarimbun M, Effendi S. 2011. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta (ID): LP3ES.
- Suryati, Israwadi. 2013. *Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi dan Pendidikan Literasi Media pada Remaja (Studi di SMP Madani, Kota Palu)*. Jurnal *Academica FISIP UNTAD* Vol 5 No 1 Februari 2013.
- Triyono, A. 2010. *Pendidikan Literasi Media pada Guru TK Gugus Kasunan sebagai Upaya Menanggulangi Dampak Negatif Televisi*. Jurnal *WARTA*, 13(2), 150-159, ISSN 1410-9344.
- Yunus S. 2011. *Jurnalistik Terapan*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.

# **ISU-ISU KOMUNIKASI KONTEMPORER**



# URGENSI KESADARAN ETIKA BERINTERNET (NETIKET) BAGI WARGANET INDONESIA

## *THE URGENCE OF NETIQUETTE AWARENESS FOR INDONESIAN NETIZEN*

**Rose Emmaria Tarigan**

Universitas Pelita Harapan

rose.tarigan@uph.edu

### **Abstrak**

*Survey Digital Civility Index 2020, menunjukkan kalau Indonesia diperhadapkan pada masalah yang serius di mana warganet yang berasal dari Indonesia mendapat label sebagai warganet paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Kondisi ini menunjukkan adanya urgensi para warganet idealnya memiliki kesadaran etika berinternet sehingga tidak memberikan citra negatif terhadap Indonesia di mata dunia internasional. Metode penelitian yang digunakan adalah kajian literatur. Kajian literatur ini menggunakan dukungan teoritis-konseptual dan empiris terkait kajiannya dari sumber-sumber yang terpercaya seperti laporan hasil penelitian jurnal ilmiah, karya ilmiah, dokumen tertulis atau karya-karya lain yang relevan. Penelitian ini menemukan bahwa sangat urgen para warganet memiliki kesadaran akan tanggung jawab sebagai warga negara, yakni menjaga identitas nasional yang melekat pada dirinya dan termanifestasi pada sikap dan perilakunya berinteraksi di dunia maya. Terdapat sekurangngnya tiga dari enam maksim kesopanan berinternet yang dilanggar warganet di media sosial ketika memberi tanggapan pada pihak asing, yakni maksim pujian, simpati dan kedermawanan. Pandemi turut berkontribusi atas meningkatnya perilaku tidak sopan dalam berinternet. Terdapat tiga faktor yang*

*diduga mendorong warganet untuk bersikap dan berperilaku tidak sopan, yakni faktor tekanan ekonomi, ketidakpastian, dan frustrasi. Maka sebagai rekomendasi dari riset ini adalah bahwa pemerintah dan lembaga terkait perlu membuat kebijakan atau kode etik dalam berperilaku di dunia maya. Kebijakan yang tidak membatasi kebebasan untuk berekspresi tetapi yang menyadarkan warganet bagaimana idealnya berinteraksi lewat media sosial yang mencerminkan identitasnya sebagai warga negara Indonesia.*

**Keywords:** *Urgensi Kesadaran Netiquette, Netizen, Sosial Media, Identitas Nasional*

### **Abstract**

*The Digital Civility Index 2020 survey shows that Indonesia is faced with a serious problem where netizens from Indonesia are labeled as the most disrespectful netizens in Southeast Asia. This condition shows the urgency of netizens actually have an awareness of internet ethics so as not to give a negative image to Indonesia in the eyes of the international world. The research method used is a literature review. This literature review uses theoretical-conceptual and empirical support related to its study from reliable sources such as reports on the results of scientific journal research, scientific papers, documents written or other relevant works. This research found that it is very urgent for netizens to have an awareness of their responsibilities as citizens, namely maintaining the national identity attached to themselves and manifested in his attitudes and behaviors interacting in cyberspace. There are at least three out of six internet politeness maxims that netizens violate on social media when responding to foreign parties, namely the maxim of praise, sympathy and generosity. The pandemic has contributed to the increase in disrespectful behavior on the internet. There are three factors that allegedly encourage netizens to behave and behave disrespectfully, namely economic pressure, uncertainty, and frustration. So as a recommendation from this research is that the government and related institutions need to make policies or codes of ethics in behaving in cyberspace. A policy that does not restrict freedom of expression but which makes netizens aware of how ideally they should interact through social media that reflects their identity*

as Indonesian citizens.

**Keywords:** *The Urgency of Netiquette Awareness, Netizens, Social Media, National Identity*

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang sangat aktif dalam menggunakan internet sebagaimana dilaporkan oleh Data Reportal, Digital 2022 bahwa di Indonesia terdapat 204.7 Juta rakyat Indonesia yang menggunakan internet. Mengalami peningkatan sekitar 2.1 Juta antara tahun 2021 dan 2022 hal ini berkaitan dengan masa pandemi yang membuat kegiatan banyak yang berlangsung dengan menggunakan internet (Kepios, 2022). Tidak heran, berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Whatsapp, Tiktok dan lain-lain, menjadi media yang jamak digunakan bukan hanya untuk kepentingan pribadi, tetapi juga kepentingan lainnya seperti bisnis hingga kampanye politik tidak lepas dari penggunaan media sosial.

Data Digital 2022, memperlihatkan WhatsApp menjadi salah satu media sosial yang paling lama digunakan oleh publik, yakni sekitar 31.4 Jam/bulan, disusul oleh Youtube, 26.4 jam/bulan, Tiktok, 23.1 jam/bulan, Facebook 15.2 jam/bulan, Instagram 16.0 jam/bulan yang terakhir adalah, 16.0 jam/bulan. Terlihat perbedaan antara tahun 2014, berdasarkan riset *Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal*. Mereka melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun hasil yang diperoleh adalah, besaran waktu yang digunakan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, hal ini terbukti melebihi kegiatan mengakses media tradisional (Nasrullah, 2015).

Berbeda dengan laporan dari Digital 2022 seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa terjadi peningkatan yang sangat signifikan, khususnya disebabkan oleh masa pandemi yang berlangsung hampir tiga tahun lamanya. Jadi bisa dikatakan bahwa penggunaan teknologi seperti komputer, *smartphone*, tablet yang terhubung dengan internet sangat masif digunakan khususnya periode pandemi. Kemudahan yang diperoleh dengan menggunakan media sosial ini sebagai sarana berkomunikasi terlihat jelas bila dibandingkan dengan era sebelumnya.

Berbagai kemudahan ditawarkan kepada warganet dengan menggunakan media sosial ini, antara lain setiap orang bisa mendapatkan informasi secara aktual, berkomunikasi bisa dilakukan secara *real time* (langsung) dengan biaya terjangkau, peluang besar untuk memperkenalkan produk baru dengan cara murah dan mudah, bagi penulis aktif atau mereka yang suka mengunggah tulisan atau konten baru otomatis akan meningkatkan trafik pengunjung, selain itu memudahkan menjalin dan atau membangun relasi atau jejaring (*network*) yang tentu saja bisa dimanfaatkan untuk keperluan yang positif.

Penggunaan media sosial ini juga dapat menimbulkan kerugian bagi penggunanya. Misalnya terpapar konten, informasi yang negatif dengan muatan SARA (suku, agama, ras dan antargolongan). Kerugian lainnya yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial adalah, kemungkinan terpapar *hoax* atau berita bohong khusus bagi mereka yang rendah literasi medianya. Hubungan atau relasi dalam rumah tangga juga banyak yang rusak sebagai akibat dari penggunaan media sosial, bahkan juga tidak sedikit dari pengguna media sosial menjadi korban kejahatan siber.

Fakta lain yang perlu mendapat perhatian dan penanganan serius dari berbagai pihak, baik pemerintah, lembaga pendidikan maupun masyarakat umum terkait data yang dilaporkan Microsoft tentang *Digital Civility Index* (DCI) atau indeks keberadaan digital, menunjukkan bahwa netizen Indonesia tercatat sebagai warganet yang paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Indonesia berada pada urutan ke- 29 dari 32 negara yang disurvei. Survei ini dilakukan kepada 503 responden remaja dan dewasa, pada April hingga Mei 2020. Laporan ini sangat memprihatinkan, karena menggambarkan bagaimana pemahaman etika bermedia sosial yang rendah dimiliki oleh warga negara Indonesia, juga menggambarkan betapa rendahnya tingkat keberadaban (*civility*) dari warganet Indonesia (Mazrieva, 2021).

Data dari DCI juga menunjukkan bahwa ada tiga faktor utama yang memengaruhi resiko kesopanan netizen atau warga net dalam berperilaku di dunia maya. Antara lain faktor pertama adalah *hoax* dan penipuan 47 %, meningkat 13 poin dari tahun sebelumnya, faktor kedua ujaran kebencian 27 % meningkat 5 poin dari tahun

sebelumnya, faktor ketiga yakni diskriminasi sebesar 13 %, turun 2 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Menariknya lagi, pengguna usia dewasa paling banyak mendorong mundurnya tingkat kesopanan dengan persentase 68 %. Sebaliknya dengan usia remaja tidak memberikan kontribusi atas mundurnya tingkat kesopanan digital Indonesia di tahun 2020.

Pengamat Psikososial dan Budaya, Endang Mariani berpendapat bahwa perlu ditelusuri metodologi dan analisis data yang digunakan agar bisa menentukan apakah hasil riset tersebut bisa digeneralisasi. Jika seandainya sudah memenuhi, Mariani berasumsi bahwa ada tiga faktor yang memengaruhi, yakni 1) ketidakpastian, 2)kesulitan ekonomi, 3) respons rasa frustrasi. Ketidakpastian karena masa pandemi mendorong masyarakat mencari informasi dari berbagai sumber. Tanpa melakukan *check dan recheck* mereka langsung *forward* dan hal ini membuat rantai hoax semakin Panjang. Kesulitan ekonomi di masa pandemi menyebabkan naiknya kasus penipuan. Orang dengan berbagai cara mencari uang meskipun dengan cara menipu.

Selain itu, respons rasa frustrasi dari apa yang dialami selama masa pandemi. ungkapan emosi dan ujaran kebencian bisa menjadi bentuk luapan rasa frustrasi,”harus ada yang disalahkan” dan mereka pun mencari sasaran kemarahan. Hal ini juga “didukung” oleh karakteristik media sosial di mana setiap orang yang terlibat bisa menyamakan diri jadi tidak ada kesungkapan untuk merespons frustrasi dengan cara yang tidak sopan (Dewi Kumala Bestari, 2021)

Ketidaksopanan warganet dapat dilihat dari komentar-komentar negatif dalam media sosial yang diungkapkan melalui berbagai cara misalnya, mencela, mengumpat, menghina, memaki, memojokkan dan sebagainya ini adalah bentuk ketidaksopanan dalam berkomunikasi. Terdapat beberapa kasus, di antaranya yang terjadi pada pasangan gay yang menikah. Pasangan gay yang berasal dari Thailand ini, menerima beragam komentar yang negatif dari netizen Indonesia. Komentar yang menyerang dan menghina pasangan gay ini, ada di laman *facebook* mereka. Kalimat mengecam dan menghakimi, mengancam mati yang dilontarkan oleh netizen yang berasal dari Indonesia, mayoritas netizen mengatakan pernikahan tersebut dilarang Tuhan, hal tersebut bisa membuat dunia kiamat,

ada juga kata menyebut sebagai sialan dan gila. (Guritno, 2020).

Polemik tim Indonesia yang secara paksa mundur dari All England 2021, memengaruhi media sosial, dengan netizen Indonesia menyerbu akun BWF (Federasi Bulu Tangkis Dunia). Warganet menyerang dengan mengungkapkan kata-kata “*BWH unfair*”. Netizen Indonesia menyerbu bahkan berlangsung meski Neslihan Yigit, pemain tunggal putri yang satu pesawat dengan tim Indonesia dan sempat dibolehkan bermain, akhirnya dikeluarkan dari turnamen. Netizen Indonesia menyerang akun Instagram Stephen Fry, ternyata salah alamat mereka telah menyerang aktor-komedian asal Inggris. Demikian halnya yang terjadi pada Levy Rozman, seorang *gamer* catur online dunia sempat mengunci serta mengganti akun Twitter-nya menjadi privat karena netizen Indonesia menyerbunya. Serangan ini terjadi setelah insiden pertandingan catur online melawan Dadang Subur di platform Chess.com. Pendukung Levy menuding Dadang Subur telah berlaku curang untuk mengalahkannya. Merekapun melaporkan supaya akun Dewa Kipas diblokir.

Tidak kalah hebohnya dengan apa yang terjadi pada Reemar Martin remaja asal Filipina yang dikenal banyak orang dengan video TikTok-nya. Reemar menjadi korban bully dari netizen Indonesia. Netizen Indonesia melakukan aksi ujaran kebencian yang ditujukan kepada Reemar dan kebanyakan dating dari perempuan Indonesia. Mengapa mereka membully Reemar? Diduga adalah karena mereka tidak terima pacar mereka mengidolakan remaja kelahiran 1999 ini, karena kecantikannya. Terakhir yang paling jelas menunjukkan ketidaksopanan warganet yang berasal dari Indonesia, adalah tutupnya kolom komentar dari Microsoft yang tanpa alasan. Diduga karena dibanjiri komentar negatif dari warganet Indonesia karena telah menyebut netizen Indonesia sebagai yang paling tidak sopan se Asia Tenggara dari hasil risetnya (Iswara Jaya Aditya, 2021).

Komentar-komentar dari netizen yang berasal dari Indonesia, jelas tidak pantas diungkapkan secara terbuka kepada orang yang sama sekali tidak mereka kenal, apalagi berbeda negara pula yang mengindikasikan adanya perbedaan kultur dan adat kebiasaan mereka. Komentar-komentar tidak sopan dalam berinteraksi di media sosial menunjukkan kalau kesadaran warganet atas etika berinternet sangat rendah. Hal ini juga menjadi temuan dari Purbawati dan Kusmanto

yang meneliti tentang “Ketidaksopanan Berkomentar pada Media Sosial Instagram; Studi Politogramatik”, tentang integrasi kajian antara kebahasaan dan politik”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data-data yang berasal dari komentar *follower* pada akun instagram liputan6 yang melanggar prinsip sopan-santun. Temuannya memperlihatkan para followers melanggar tiga maksim, yakni maksim pujian, maksim kearifan, dan maksim kedermawanan. Pelanggaran maksim pujian adalah pelanggaran yang paling banyak. *Follower* akun instagram liputan6 paling banyak berkomentar yang berisi kecaman, hinaan, juga dan menyudutkan mitra tutur serta sedikit memberikan pujian kepada mitra tutur.

Dalam hal ini menurut Purbawati & Kusmanto dikutip dalam Leech 2014, menyebutkan ada enam jenis maksim terkait sopan santun meliputi: (1) maksim kearifan; (2) maksim kedermawanan; (3) maksim pujian; (4) maksim kerendahan hati; (5) maksim kesepakatan; dan (6) maksim simpati. Untuk menghasilkan komunikasi yang berkualitas menurut maka Purbawati & Kusmanto, idealnya ke enam maksim ini terpenuhi. Maksim kearifan artinya bahwa dalam berkomentar sipenutur memberikan kerugian sekecil mungkin kepada mitra tutur, dan membuat keuntungan kepada mitra tutur sebesar mungkin. Maksim kedermawanan memberi dengan membuat keuntungan sekecil mungkin untuk diri sendiri tetapi dan membuat kerugian sebesar mungkin terhadap diri sendiri. Maksim pujian menginginkan agar dalam memberi komentar terhadap mitra tutur lebih meminimalkan kecaman dan memberikan pujian sebanyak mungkin. Maksim kerendahan hati ingin supaya ada upaya meminimalkan pujian terhadap diri sendiri. Maksim kerendahan hati menginginkan agar ada upaya mengecam diri sendiri sebanyak mungkin. Maksim kesepakatan dilakukan dengan cara mengupayakan adanya kesepakatan orang lain terhadap diri sendiri sedikit mungkin. Mengusahakan sebanyak mungkin kesepakatan dari diri sendiri dan kepada orang lain lebih banyak. Demikian juga dengan maksim simpati menginginkan agar rasa antipati kepada mitra tutur sebanyak mungkin. Meningkatkan rasa simpati kepada orang lain sebanyak mungkin. (Purbawati; Kusmanto, 2019)

Pada penelitian ini ditemukan bahwa komentar para followers pada media sosial Instagram ada dalam tiga bentuk ketidaksopanan. Ketidaksopanan berkomentar pada media sosial Instagram dilakukan dengan cara melanggar maksim-maksim dalam prinsip sopan santun. Dalam penelitian ini terdapat sejumlah maksim yang dilanggar dalam berkomentar di sosial media Instagram yakni meliputi: maksim pujian 80 %, maksim simpati 12 %, dan maksim kedermawanan, 8 %. Ditemukan pelanggaran maksim pujian yakni melalui komentar follower akun Instagram liputan6 mereka tidak banyak menggunakan kata-kata pujian dalam berkomentar sebaliknya, cenderung mengecam, menghina, menghujat, memaki, mengkritik dan sebagainya. Pelanggaran maksim pujian dapat dilihat dari hasil analisa, bahwa wujud pelanggaran maksim pujian pada saat berkomentar ada tiga bentuk, yakni menuduh mitra tutur, menghina mitra tutur, dan menyudutkan mitra tutur dan pelanggaran paling banyak adalah pelanggaran maksim pujian yakni menuduh mitra tutur tanpa bukti.

Pelanggaran maksim simpati yakni ketidaksopanan dalam memberi komentar pada media sosial selanjutnya dilakukan melalui pelanggaran terhadap maksim simpati. Pelanggaran maksim kesimpatian pada media sosial Instagram mencapai 12%. Salah satunya bentuknya adalah dengan memberi apresiasi terhadap tindakan mitra tutur misalnya dengan memberikan ucapan selamat atas keberhasilan mitra tutur. Maksim kedermawanan ingin supaya penutur memberi komentar dengan keuntungan sekecil-kecilnya terhadap diri sendiri sebaliknya memberikan keuntungan terhadap mitra tutur. Yang ditemukan dalam penelitian ini adalah terdapat komentar yang tidak sopan dari penutur yang dapat merugikan mitra tutur” (Purbawati; Kusmanto, 2019)

Fakta lain yang menarik perhatian adalah bahwa tingkat keberadaban warganet Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara Singapura, Malaysia dan negara lainnya di Asia Tenggara. Isu ini tentu menjadi penting untuk ditindaklanjuti, serius karena terkait dengan identitas nasional yang melekat pada diri setiap warga negara Indonesia. Sebagaimana dikemukakan Lukman dkk, bahwa identitas nasional itu sangat penting dan wajib dimiliki setiap warga negara. Identitas nasional adalah merupakan manifestasi dari nilai-

nilai budaya dan kearifan lokal suatu bangsa yang bertumbuh dan berkembang di dalam masyarakat. Khususnya bagi warga Indonesia, identitas nasional mengakar kepada Pancasila, dengan nilai-nilai mulia yang terefleksi dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Pluralitas merupakan salah satu bentuk identitas nasional. Pluralitas merupakan elemen utama dari pembentukan identitas yang sangat perlu untuk dilestarikan dan dikembangkan.

Kemajemukan ini tercermin dalam kehidupan bangsa Indonesia. yang terdiri dari kelompok etnis, bahasa dan budaya yang dikenal dengan Bhineka Tunggal Ika. Sebagai aplikasi dari identitas nasional tersebut akan terefleksi dalam pola pikir, sikap dan pola tindakan yang selalu mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara. Dengan kata lain identitas nasional menjadi pola yang mendasari cara berpikir, berperilaku, dan bertindak untuk menghadapi berbagai masalah yang menyangkut kehidupan bermasyarakat dan berbangsa dan negara (Prakoso Y Lukman & Risman Helda, 2021).

Dengan demikian sejatinya setiap warganet selain menyadari pentingnya menjaga identitas nasional yang termanifestasi di dalam sikap dan perilaku berinteraksi di media sosial, agar lebih memerhatikan etika berinternet (netiket), dalam berkomunikasi juga perlu membiasakan diri dengan perbedaan khususnya di dunia maya karena sebagai warga negara Indonesia kita tidak bisa menolak keberagaman atau pluralitas yang sudah ada sejak Indonesia berdiri sehingga sejatinya tidak gamang lagi ketika berinteraksi dengan keberagaman di dunia internasional yang jauh lebih luas. Memang tidak bisa dipungkiri bangsa Indonesia dikenal dunia sebagai bangsa yang memiliki keberagaman, mulai dari keberagaman suku, keberagaman agama, keberagaman ras, dan juga keberagaman anggota golongan.

Namun, keberagaman juga membuat Indonesia rentan dengan perpecahan seperti yang terlihat pada masa sekarang. Kita bisa menemukan adanya polarisasi di masyarakat disebabkan adanya keberagaman tersebut. Selanjutnya, adanya polarisasi dapat membuat masyarakat sangat rentan terhadap propaganda. Sebagaimana dikemukakan oleh Anita Wahid, mewakili Presidium Anti Fitnah Indonesia (Mafindo). Masyarakat yang terpolarisasi akan sangat memungkinkan untuk dimanipulasi untuk mendukung atau menolak

sesuatu. Polarisasi ini menunjukkan adanya dua kelompok yang saling berlawanan, ini sangat memungkinkan dapat menimbulkan terbukanya peluang terjadinya penyebaran hoaks (Abdillah, 2021). Namun demikian bukan hanya penyebaran hoax yang terjadi dalam interaksi antara warga pengguna media sosial. Tidak kalah seriusnya adalah ketidaksopanan dalam berkomentar di media sosial.

Dengan demikian, kesadaran perlu dilakukan terus menerus karena bagaimanapun juga, warganet Indonesia adalah juga bagian dari masyarakat internasional yang dikenal sebagai masyarakat yang pluralis, baik agama, suku, golongan dan lain-lain. Dalam hal ini, Pancasila menjadi acuan dari pandangan hidup berbangsa, artinya perilaku sosial warganya dipengaruhi oleh nilai-nilai yang termuat pada Pancasila. Pancasila menjadi salah satu landasan filosofis empat landasan kebangsaan. Bhineka Tunggal Ika menjadi salah satu di antaranya.

Bhineka Tunggal Ika menjadi wujud kesadaran serta keberagaman hidup bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang utuh secara nasional dan harmonis dalam pergaulan antarbangsa, juga dalam pergaulan global, sebagai warga dunia (global citizenship). Ini merupakan gambaran dari identitas nasional yang perlu dipertahankan dan diperkenalkan kepada dunia. Pada dasarnya identitas nasional, yang membedakan kita dengan bangsa lain. Identitas nasional inilah yang akan menjaga eksistensi dan keberlangsungan hidup suatu bangsa sehingga memiliki kemartabat dan sejajar dengan bangsa lain. Dengan demikian adalah tanggung jawab dari setiap warga negara Indonesia untuk meletakkan dan menjunjung tinggi identitas nasional yang merupakan kepribadian atau karakter bangsa Indonesia (Afifah, 2018).

Sikap yang mengedepankan keadaban atau kesopanan dalam berinteraksi bukan hanya di dunia nyata tetapi khususnya di dunia virtual. Penelitian dengan pendekatan kajian literatur ini diharapkan dapat menjelaskan bahwa perilaku berinternet yang beretika dari warganet yang berasal dari Indonesia, menjadi sangat urgen mengingat masalah ini tidak hanya menyangkut masalah individu tetapi sebagai warga internasional setiap warganet memiliki tanggung jawab untuk menjaga identitas nasional yakni sebagai bangsa yang bersifat plural yang menghargai dan menjaga pergaulan antarbangsa

yang harmonis.

Dengan demikian menjadi urgen bagi warganet Indonesia yang memang sangat aktif menggunakan media sosial untuk memiliki kesadaran menggunakan internet khususnya media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian citra buruk yang sudah menempel pada warganet Indonesia bisa diubah menjadi lebih baik. Urgensi kesadaran akan pentingnya sikap dan perilaku berinternet bagi warganet tidak bisa diabaikan lagi. Semua pihak terkait, seperti pemerintah, lembaga-lembaga Pendidikan dan masyarakat wajib memperhatikan dan menyuarakan masalah etiket berinternet di media sosial.

Netiquette adalah merupakan singkatan dari kata “*internet etiquette*” atau *networks dan etiquette* (Nugraha Pepih, 2012). Menurut *Cambridge Dictionary* netiquette adalah “*the set of rules about behaviour that is acceptable on the internet*”. *Miriam Webster*, mendefinisikan netiquett, “*governing communication on the Internet*”, Kedua definisi di atas menjelaskan netiquette sebagai seperangkat aturan tentang perilaku dalam berkomunikasi yang dapat diterima di internet. Dengan demikian jelaslah bahwa warganet wajib mengetahui dan menyadari bahwa media sosial bukanlah tempat untuk secara bebas mengekspresikan isi hati (emosi) ataupun pikiran tanpa memerhatikan adanya rules atau aturan-aturan yang membatasi sikap dan perilaku pengguna media sosial.

Meskipun demikian, menarik untuk dicermati tanggapan dari Mariani, pengamat Psikososial dan Budaya yang mengatakan bahwa kesadaran etika berinternet menjadi semakin menjadi urgen khusus di kalangan pengguna media sosial yang melakukan interaksi di dunia virtual atau maya. Namun demikian, sebagaimana dikemukakan, bahwa data yang dirilis oleh Microsoft terkait Digital Civility Index (DCI) atau indeks keberadaan digital, menunjukkan bahwa netizen Indonesia tercatat sebagai warganet yang paling tidak sopan se-Asia Tenggara perlu dipertanyakan lagi metodologinya, dengan mengajukan pertanyaan bahwa apakah hasil temuan dari penelitian ini bisa digeneralisasi?

Selain itu menjadi bahan pertimbangan seperti hasil penelitian Arindawati, 2016. Ia meneliti tentang “*Sosiabilitas Para Netter Di Indonesia:Kaskuser Regional Yogyakarta*. Objek penelitiannya

adalah Kaskus yang pada awalnya dikenal para netter atau warganet memiliki konten yang berbau pornografi namun sejak tahun 2008 sejak keluarnya UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik, berubah menjadi *profit oriented* dan merkea masih bertahan sebagai forum diskusi online yang mengetengahkan kebebasan berbicara (*freedom of speech*). Keanggotaan KASKUS terdiri dari orang-orang Indonesia, mayoritas kalangan kaum muda. Keberadaan anggota ini mencakup wilayah geografis di Indonesia juga di seluruh dunia (Eropa, Timur Tengah, Amerika, Asia dan Afrika). Yang menjadi ranah kajiannya adalah kelompok usia muda berusia 15-40 tahun. Yang merupakan temuan pada penelitian ini adalah, bahwa ternyata di dunia virtual pun dapat ditemukan komunitas yang melakukan hubungan antarpribadi.

Komunitas virtual adalah konsep dalam kajian media baru mengenai bentuk hubungan perkumpulan manusia di ruang maya (*cyber*). Komunitas virtual ini memiliki aturan main yang dikenal dengan reputasi. Masing-masing Kaskuser memiliki Reputasi. Reputasi dianggap sebagai alat mengukur kualitas atau nilai diri seseorang, sehingga reputasi dapat memengaruhi hubungan interaksi sosial yang terjadi di masyarakat atau juga komunitas. Reputasi dalam penelitian ini adalah sebuah fitur yang disediakan oleh manajemen pendiri forum Komunitas Virtual KASKUS untuk memberikan “nilai” terhadap KASKUSER dan diberikan oleh KASKUSER lain berdasarkan aturan-aturan tertentu di ruang online. Nilai atau “*reward*” atau penghargaan; pemberian sukarela, “nilai” yang memiliki arti negatif atau mengandung unsur punishment ialah ‘bata’ atau reputasi buruk. Karenanya kontekstualisasi “nilai” ini disebut dengan *virtual reward dan virtual punishment*.

Komunitas ini menggunakan virtual punishment sebagai punishment yang berlaku dalam mekanisme “pemberian nilai” reputasi yang memframing suatu netiquette yang sudah ditentukan sebagai standar kehidupan sosial dan hukum, virtual ini bertujuan sebagai mengendalikan atau mengganggu komunikasi orang lain (Jones, 1997). Reputasi ini berkaitan dengan trust yang didapatkan oleh anggota komunitas. Jadi penggunaan internet tidak selalu negatif, berakhir dengan penilaian minus terhadap perilaku berinternet pada warganet. Tetapi di sisi lain, bahwa bentuk-bentuk sosiabilitas yang

dibangun para netter ternyata bisa saling mendukung dan menguatkan kembali hubungan sosialnya baik secara online maupun *offline atau face to face* (Arindawati A.Weni, 2016). Dengan demikian bisa dikatakan bahwa tidak selalu sikap dan perilaku warganet menjadi tidak terkontrol, sebagaimana yang dilakukan pihak Kaskus adanya rules atau aturan perlu diberlakukan bagi warganet sehingga berpikir dua kali untuk bersikap dan berperilaku yang tidak sopan karena enggan untuk mendapatkan punishment. Penelitian ini adalah penelitian kajian literatur dengan menggunakan dukungan teoritis-konseptual dan empiris terkait kajiannya dari sumber-sumber yang terpercaya seperti laporan hasil penelitian jurnal ilmiah, karya ilmiah, dokumen tertulis atau karya-karya lain yang relevan. Penelitian ini ingin menemukan alasan mengapa urgen bagi warganet Indonesia untuk memiliki kesadaran etika berinternet (netiket) di dalam berinteraksi di media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan dengan kajian literatur yakni merupakan uraian atau berupa deskripsi terkait sejumlah literatur yang relevan dengan yang sedang dikaji baik bersumber pada sejumlah jurnal, koran, buku teks, dan lain-lain. Kajian ini memberi tinjauan mengenai apa yang menjadi perhatian dan bahasan dari si peneliti, berupa konsep, teori-teori dan juga asumsi-asumsi yang mendukung, permasalahan penelitian yang diajukan atau ditanyakan. Adapun objek dari penelitian ini adalah urgensi kesadaran netiquette dari pengguna media sosial yang disebut juga di sini sebagai warganet (netizen) yang menjadi subjek dari penelitian ini.

Peneliti menggunakan kajian literatur dalam hal ini, perlu melakukan penilaian salah satunya adalah Ketepatan (*adequacy*), ketepatan berarti apa yang menjadi sumber literatur yang menjadi pijakan pembahasan yang dipilih harus memiliki kriteria ketepatan, artinya sumber tersebut dipilih sesuai dengan derajat kesesuaian antara masalah dengan sumber pendukungnya, atau variabel peneliti yang sedang dikaji sesuai dengan referensi rujukan (Tuckman, 1999). Kajian ini dilakukan dengan pendekatan induktif di mana data diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku teks, e-book, surat kabar online, dan lain-lain. Selanjutnya diambil intisarinnya

atau pokok pembahasan dari yang sifatnya umum ke khusus

Penelitian ini berupaya menemukan penjelasan mengapa warganet yang berasal dari Indonesia berada di posisi pertama untuk tingkat Asia Tenggara menjadi warganet yang paling tidak sopan dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Selain itu peneliti ingin menemukan penjelasan sejumlah faktor penyebab mengapa warganet Indonesia berperilaku tidak sopan dan juga menjelaskan mengapa urgen kesadaran *netiquette* berdasarkan sejumlah referensi yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya tren jumlah pengguna media sosial di Indonesia, terus meningkat setiap tahunnya. Persentase tertinggi yakni mencapai 88,7 persen adalah penggunaan sosial media *whatsapp* menyusul *Instagram* dan *Facebook* dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sedangkan proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8%. Survei dari *Digital Civility Index 2020* mengumumkan netizen Indonesia berada di posisi 29 tingkat dunia dengan indeks kesopanan digital (*Digital Civility Index/DCI*) paling buruk se-Asia Pasifik. Indonesia berada di posisi 29 dari 30 negara yang disurvei, perlu mendapat perhatian yang serius dari berbagai pihak terkait apakah itu pemerintah, Lembaga Pendidikan dan masyarakat pada umumnya.

Data ini menyadarkan kita bahwa sikap dan perilaku berinternet (netiket) di kalangan warganet Indonesia ternyata sangat rendah. Terdapat sejumlah kasus yang masuk kategori kasus lintas negara. Warganet Indonesia menyerang warganet dari negara lain dengan berbagai umpatan, kata-kata yang tidak sopan bahkan ada yang sampai melakukan ancaman membunuh pihak yang dituju. Ketidaksopanan warganet dapat dilihat dari komentar-komentar yang tidak santun dalam media sosial yang direalisasikan melalui berbagai cara misalnya, mengejek, menghina, menghina, menyudutkan dan sebagainya ini adalah bentuk ketidaksopanan dalam berkomunikasi.

Ketidaksopanan warganet Indonesia sangat dirasakan oleh pasangan gay asal Thailand yang memposting foto mereka saat

menikah. Serangan dari warganet Indonesia bertubi-tubi ke laman facebook mereka. Mereka bukan saja dihakimi dengan kata-kata yang tajam dan sarkas, tetapi juga mengancam mati mereka. Tentu hal ini disikapi secara serius oleh mereka. Demikian juga dengan polemik tim Indonesia yang dipaksa mundur dari All England 2021, ternyata merembet ke media sosial. Kata-kata “BWH unfair” menjadi sangat viral. Warganet Indonesiapun beramai-ramai menyerang Instagram Stephen Fry. Semula mereka pikir bahwa Stephen Fry adalah wasitnya, ternyata warganet Indonesia salah orang alias salah alamat Stephen Fry adalah aktor komedian asal Inggris. Kasus ini sangat memalukan bukan saja warganet, tetapi Indonesia dikancah pergaulan internasional.

Kasus menarik lainnya adalah, Reemar Martin remaja asal Filipina yang terkenal dengan video TikTok-nya ini, juga menjadi korban bully warganet Indonesia. Aksi ujaran kebencian yang dilontarkan kebanyakan berasal dari netizen perempuan Indonesia. Alasannya mengapa mereka membully Reemar diduga adalah karena mereka tidak terima pacar mereka mengidolakan remaja kelahiran 1999 ini, karena parasnya yang cantik. Tiga dari banyak kasus yang menunjukkan sikap dan perilaku berinternet dari kalangan warganet Indonesia yang sangat tidak sopan, sudah mewakili betapa warganet tanpa pandang usia dan gender sama-sama sangat mungkin bersikap tidak sopan terhadap pihak lain yang menurut mereka mengganggu kenyamanan mereka.

Data dari DCI juga menunjukkan bahwa ada tiga faktor utama yang memengaruhi resiko kesopanan netizen atau warga net dalam berperilaku di dunia maya. Antara lain faktor pertama adalah hoax dan penipuan 47 %, meningkat 13 poin dari tahun sebelumnya, faktor kedua ujaran kebencian 27 % meningkat 5 poin dari tahun sebelumnya, faktor ketiga yakni diskriminasi sebesar 13 %, turun 2 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Namun berbeda dengan asumsi dengan salah seorang pengamat Psikososial dan Budaya, Endang Mariani, yang menduga jika hasil riset tersebut tidak untuk menggeneralisasi maka kemungkinan apa yang mendorong sikap dan perilaku yang tidak sopan dari warganet adalah masa pandemi yang panjang, yakni hampir tiga tahun telah membuat warganet atau masyarakat pada umumnya menjadi kesulitan secara ekonomi,

mengalami ketidakpastian, dan frustrasi.

Ketiga hal ini mendorong mereka melampiaskan emosi, kemarahan yang mereka alami lewat media sosial. Jadi mereka seolah-olah mencari sasaran luapan kemarahan mereka. Tetapi hal ini pun bisa disanggah karena, sebelum pandemi terjadi sebenarnya perang, saling hujat, maki, atau *hate speech* sudah menjadi biasa terjadi di media sosial, bahkan banyak menyebutkan kalau bangsa ini sudah terpolarisasi menjadi dua kubu, yakni kubu pro dan kontra terhadap pemerintah. Sebagaimana dikemukakan oleh Anita Wahid, mewakili Presidium Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), bahwa masyarakat yang terpolarisasi maka pihak lain sangat memungkinkan memanipulasi untuk kepentingan politik tertentu, yakni mendukung atau menolak sesuatu. Polarisasi ini menunjukkan adanya dua kelompok yang saling berlawanan, ini sangat memungkinkan dapat menimbulkan terbukanya peluang terjadinya penyebaran hoaks (Abdillah, 2021).

Faktanya, bukan hanya penyebaran hoax yang terjadi dalam interaksi antara warga pengguna media sosial, ternyata ketidak sopanan dalam berkomentar di media sosial lebih lagi menjadi masalah yang serius. Hal ini benar terjadi kalau kita mengamati perkembangan penggunaan media sosial di kalangan warganet.

Data DCI menyangkut sikap dan perilaku berinternet warganet Indonesia memang bisa menjadi “cambuk” buat kita karena sudah menyadarkan bagaimana sesungguhnya persepsi dunia internasional atas etika berinternet kita. Hasil penelitian yang dilakukan di 2019, oleh Purbawati dan Kusmanto yang meneliti tentang “Ketidak sopanan Berkomentar pada Media Sosial Instagram; Studi Politogramatik”, tentang integrasi kajian antara kebahasaan dan politik”. Mereka menggunakan data dari komentar-komentar Follower akun Instagram liputan6.

Peneliti menemukan bahwa dari enam maksim yang dikemukakan Leech 2014, ada enam maksim dalam prinsip sopan santun meliputi: (1) maksim kearifan; (2) maksim kedermawanan; (3) maksim pujian; (4) maksim kerendahan hati; (5) maksim kesepakatan; dan (6) maksim simpati. Terdapat tiga maksim yang paling banyak dilanggar, yakni maksim pujian, maksim kearifan, dan maksim kedermawanan. Dari ketiganya maka maksim pujian yakni maksim yang menghendaki supaya dalam berkomentar dengan

mitra tutur meminimalkan kecaman terhadap mitra tutur. Maksim ini menghendaki supaya memberikan pujian sebanyak mungkin. Jadi berdasarkan hasil penelitian ini terlihat bahwa kebiasaan warganet yang suka mengecam mitra tutur atau siapa yang menjadi target sudah menjadi kebiasaan yang melekat pada warganet Indonesia. Terlepas dari dugaan pengamat Mariani bahwa sikap dan perilaku yang tidak sopan dari warganet ini adalah sebagai bentuk ekspresi dari kondisi ekonomi, ketidakpastian dan frustrasi selama masa pandemi.

Temuan dari penelitian Arindawati, 2016 tentang “*Sosiabilitas Para Netter Di Indonesia: Kaskuser Regional Yogyakarta*, yang memiliki karakteristik objek penelitian yang hampir sama baik dari sisi usia (15-40) dan juga kasus interaksi di media sosial yang bebas berbicara apapun (*freedom of speech*). Bahwa di dunia virtual pun dapat ditemukan komunitas yang melakukan hubungan antarpribadi, artinya ada interaksi yang positif dan tidak selalu berkonflik. Komunitas virtual adalah konsep dalam kajian media baru yakni terkait dengan bentuk hubungan perkumpulan manusia di ruang virtual (*cyber*). Komunitas virtual ini memiliki aturan main yang dikenal dengan reputasi. Masing-masing Kaskuser memiliki Reputasi. Reputasi dalam hal ini terkait dengan ukuran kualitas diri seseorang, sehingga reputasi tidak secara langsung memengaruhi hubungan interaksi sosial pada komunitas atau masyarakat.

Reputasi adalah sebuah fitur yang disediakan oleh manajemen pendiri forum Komunitas Virtual KASKUS untuk memberikan “nilai” terhadap KASKUSER dan diberikan oleh KASKUSER lain berdasarkan aturan-aturan tertentu di ruang online. Nilai yang dimaksud di sini adalah “*reward*” atau penghargaan; pemberian sukarela, “nilai” yang memiliki arti negatif atau mengandung unsur punishment ialah ‘bata’ atau reputasi buruk. Karenanya kontekstualisasi “nilai” ini disebut dengan *virtual reward dan virtual punishment*. Komunitas ini menggunakan virtual punishment sebagai punishment yang berlaku dalam mekanisme “pemberian nilai” reputasi yang mengkerangkai suatu netiquette yang sudah ditetapkan sebagai *standards of being social*. *Virtual punishment ini bertujuan sebagai controlling and disrupting the communication of others* (Jones, 1997) (Arindawati A. Weni, 2016).

Dengan demikian, tidak mustahil terbentuk komunitas virtual yang mengglobal asal ada aturan atau rules yang disepakati bersama. Bisa dikatakan bahwa tidak selalu sikap dan perilaku warganet menjadi tidak terkontrol, sebagaimana yang dilakukan pihak Kaskus adanya rules atau aturan perlu diberlakukan bagi warganet sehingga berpikir dua kali untuk bersikap dan berperilaku yang tidak sopan karena enggan untuk mendapatkan punishment. Reputasi ini berkaitan dengan trust yang didapatkan oleh anggota komunitas. Jadi penggunaan internet tidak selalu negatif, dan berakhir dengan penilaian minus terhadap perilaku berinternet pada warganet. Tetapi di sisi lain, penggunaan internet juga memiliki dampak arus balik antara sosiabilitas *online dan offline*. Bentuk-bentuk sosiabilitas yang dibangun para netter dapat saling menguatkan kembali hubungan sosialnya baik secara online maupun *offline atau face to face*

Dari pembahasan di atas, menjadi sangat urgen bagi warga Indonesia untuk menunjukkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan bhineka Tunggal Ika ketika mereka melakukan interaksi lewat sosial media baik dengan sesama warga negara Indonesia, maupun dengan warga negara lain atau pihak asing. Nilai-nilai Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika menjadi landasan yang kuat dalam bersosialisasi di masyarakat khususnya masyarakat Internasional dan konteks kegiatan daring (dalam jaringan). Dalam hal ini warganet Indonesia dapat dikatakan sebagai duta bangsa, yang mewakili bangsa dan negara di kancah Internasional.

Dengan demikian dalam aktivitas warganet idealnya menunjukkan sikap yang sudah diwarnai oleh nilai-nilai Pancasila, sila pertama adalah Cinta Kasih, warganet haruslah menghormati perbedaan, tidak melakukan perundungan terhadap orang lain yang berbeda. Sila kedua Kemanusiaan yang adil dan beradab, Adil berarti mengharuskan kita memperlakukan semua orang sama baiknya apapun latar belakangnya, tanpa diskriminasi, serta menunjukkan tenggang rasa, toleransi, empati, tolong menolong dan saling mendukung. Sedangkan sikap beradab mengandung nilai penghormatan atas kehidupan sesuai norma agama, sosial, budaya juga hukum. Sila ketiga, Persatuan Indonesia menunjukkan harmoni. Dalam hal ini warganet memiliki sikap yang lebih mengutamakan kepentingan Indonesia daripada kepentingan kelompok atau

pribadi. Sila keempat adalah Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dan permusyawaratan. Pada sila ini yang diutamakan adalah sikap yang demokratis. Warganet diharapkan memiliki sikap yang egaliter yang artinya memiliki sikap memandang semua orang sama di depan hukum. Sila kelima sebagai sila terakhir, yakni Keadilan sosial sebagai seluruh rakyat Indonesia. Sila ini mengutamakan nilai kegotong royongan. Ini bermakna kita berhak mendapatkan keadilan dan hukum, ekonomi juga politik dan kebudayaan. Sikap yang paling nyata adalah sikap yang bisa menghargai hasil karya orang lain.

Dengan demikian maka tidak heran jikalau hal ini menjadi sangat urgen berarti merujuk pada kepentingan yang luar biasa atau bisa dimaknai harus segera dilakukan. Urgen bisa juga diartikan sebagai satu kondisi yang teramat penting dan membutuhkan perhatian atau penanganan yang segera (Al-Amin, 2022).

Semua pihak terkait wajib menyadari dan juga bertindak untuk mengatasi rendahnya tingkat kesadaran etika berinternet Warganet Indonesia. Bagaimanapun juga hal ini akan berdampak kepada identitas nasional atau jati diri bangsa yang terlihat pada kancah internasional. Tentu bangsa ini tidak suka atau setuju dunia menyebut sebagai bangsa yang tidak beradab. Kita harus bertanggung jawab menjaga identitas nasional, karena identitas nasional pada hakekatnya adalah manifestasi nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam aspek kehidupan suatu bangsa dengan ciri khas yang berbeda dengan lain dalam kehidupannya. Sejatinya kita ingin agar dunia internasional kembali identitas nasional di dalam diri bangsa kita, yang diwakili oleh warganet Indonesia sebagai bangsa yang ramah, bertenggang rasa, menerima perbedaan yang merupakan pengejawantahan dari nilai Bhineka Tunggal Ika dan Pancasila.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa sangat urgen para warganet memiliki kesadaran akan tanggung jawab sebagai warganet yang adalah warga negara Indonesia. Dalam hal ini menjadi sangat penting warganet menunjukkan sikap dan perilaku berinternet yang dipengaruhi oleh nilai-nilai Pancasila mulai dari sila pertama hingga kelima dalam berinteraksi secara daring. Ini adalah bentuk

tanggungjawab dalam menjaga identitas nasional yang melekat pada dirinya dan termanifestasi pada sikap dan perilakunya berinteraksi di dunia maya. Dengan demikian sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh nilai-nilai Pancasila akan mengubah ketidaksopanan dari warganet. Dalam hal ini, terdapat tiga dari enam maksim kesopanan berinternet yang sering dilanggar warganet di media sosial.

Ketiga bentuk ketidaksopanan tersebut, ketika memberi tanggapan pada pihak asing, yakni 1) maksim pujian, simpati dan kedermawanan. Maksim pujian menjadi bentuk ketidaksopanan yang paling sering dilanggar. Maksim ketidaksopanan yakni maksim yang menghendaki supaya dalam berkomentar dengan mitra tutur meminimalkan kecaman terhadap mitra tutur. Maksim ini menghendaki supaya memberikan pujian sebanyak mungkin. Jadi berdasarkan hasil penelitian ini, terlihat bahwa kebiasaan warganet yang suka mengecam mitra tutur atau siapa yang menjadi target seakan-akan sudah menjadi kebiasaan yang melekat pada warganet Indonesia. Tidak bisa dipungkiri bahwa pandemi turut berkontribusi meningkatkan a perilaku tidak sopan dalam berinternet.

Terdapat tiga faktor yang diduga mendorong warganet untuk bersikap dan berperilaku tidak sopan, yakni faktor tekanan ekonomi, ketidakpastian, dan frustasi. Hal ini didukung data bahwa meningkatnya ketidaksopanan warganet Indonesia terjadi di masa pandemi. Dari penelitian tentang Kaskus, bisa diambil contoh bahwa perlu membuat *rules* atau aturan dalam berperilaku di dunia maya, tidak cukup hanya UU ITE (informasi dan transaksi elektronik) tetapi aturan yang disepakati masing-masing komunitas atau kelompok yang berinteraksi di dunia maya. Tidak semua warganet berperilaku tidak sopan, karena terdapat juga warganet yang memiliki kemampuan sosiabilitas, yakni bersedia untuk berbicara dan terlibat dalam kegiatan dengan orang lain; ramah hingga membentuk komunitas *online* dan *offline*.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdillah (2021). Polarisasi Sebabkan Kelompok Masyarakat Rentan Akan Hoaks. *LIiputan 6*. [Liputan6.Com/cek-fakta/read/4640270/polarisasi-sebabkan-kelompok-masyarakat-](https://liputan6.com/cek-fakta/read/4640270/polarisasi-sebabkan-kelompok-masyarakat-)

rentan-akan-hoaks

- Afifah, T (2018). Identitas nasional di Tinjau dari Undang-Undang Dasar 1945 dan Undang-Undang No 24 Tahun 2009. *AJUDIKASI; Jurnal Ilmu Hukum*, 2 no 2 Desember 2018(1). [jurnal.hukum.online.com/j/5c6bd17c48fd800010fbaa3e](http://jurnal.hukum.online.com/j/5c6bd17c48fd800010fbaa3e)
- Al-Amin, I. M. (2022). *Urgensi Adalah Kepentingan yang Mendesak, ini Penjelasannya*. <https://Katadata.Co.Id/Safrezi/Berita/61ea00be79b10/Urgensi-Adalah-Kepentingan-Yang-Mendesak-Ini-Penjelasannya>.
- Arindawati A.Weni. (2016). Sosiabilitas Para Netter Di Indonesia:Kaskuser Regional Yogyakarta. *Jurnal Politikom Indonesia*, 1(no 1). [journal.unisika.ac.id/index.php/politikomindonesia/article/view/330/327](http://journal.unisika.ac.id/index.php/politikomindonesia/article/view/330/327)
- Dewi Kumala Bestari. (2021). *Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan se-Asia Tenggara Pengamat Sebut Ada Tiga Faktor Penyebab*. [kompas.com/sains/read/2021/02/26/19450023/netizen-indonesia-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara-pengamat-sebut-ada-3-faktor-penyebab](http://kompas.com/sains/read/2021/02/26/19450023/netizen-indonesia-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara-pengamat-sebut-ada-3-faktor-penyebab)
- Guritno, T. (2020). *Ini Kemungkinan Penyebab Rendahnya Etika Bersosial Media Netizen Indonesia*. [nasional.kompas.com/read/2021/04/14/16520561/ini-Kemungkinan-Penyebab-rendahnya-etika-bersosial-media-netizen-indonesia](http://nasional.kompas.com/read/2021/04/14/16520561/ini-Kemungkinan-Penyebab-rendahnya-etika-bersosial-media-netizen-indonesia)
- Iswara Jaya Aditya. (2021). *6 Bukti Netizen Indonesia Tidak Sopan Se-Asia Tenggara Akun Luarpun Diserang*. [kompas.com/global/read/2021/04/14/100430270/6-bukti-netizen-indonesia-tidak-sopan-se-asia-tenggara-akun-luarpun-diserang](http://kompas.com/global/read/2021/04/14/100430270/6-bukti-netizen-indonesia-tidak-sopan-se-asia-tenggara-akun-luarpun-diserang)
- Kepios. (2022). *Digital 2022; Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Mazrieva, E. (2021). *Index Keberadaban Digital: Indonesia Terburuk SeAsia Tenggara*. [Voaindonesia.com/a/index-keberadaban-digital-indonesia-terburuk-seAsia Tenggara/5794123/html](http://Voaindonesia.com/a/index-keberadaban-digital-indonesia-terburuk-seAsia-Tenggara/5794123/html).
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi Budaya dan Sositoteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha Pepih. (2012). *Citizen Journalism; Pandangan, Pemahaman dan Pengalaman* (1st ed.). PT Kompas Media Nusantara.

- Purbawati; Kusmanto. (2019). Ketidaksopanan Berkomentar Pada Media Sosial Instagram: Studi Politikogramatik. *Jurnal Kata*, 3(no 2 tahun 2019). <https://doi.org/10.22216/jk.v3i2.4338>
- Tuckman, B. W. (1999). *Conducting Educational Research*. Orlando, FL. Harcourt, Brace, Jovanovich.

# KOMUNIKASI PERDAMAIAN DAN HUKUM DALAM KONFLIK KARIUW DAN ORI DI MALUKU TENGAH

Yustina Sopacua<sup>1</sup>, Medyline Agnes Elias<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pattimura, Ambon,  
Maluku

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Universitas Pattimura, Ambon, Maluku  
yustinasopacua25@gmail.com<sup>1</sup>, medylinee@gmail.com<sup>2</sup>

## Abstrak

*Maluku dengan kemajemukan latar belakang adat istiadat yang berbeda dari tiap-tiap kehidupan masyarakat adat yang ada di kota dan kabupaten sering kali terjadi konflik di dalam kehidupan masyarakat adat itu sendiri, maupun dengan sesama kelompok masyarakat adat. Baru baru ini terjadi konflik antara dua masyarakat adat dari desa islam, yaitu desa Ori dan desa kristen, yaitu desa Kariuw terjadi pada bulan Januari 2022 di Kabupaten Maluku Tengah. Konflik terjadi karena permasalahan tapal batas yang saling serang antara kedua desa yang bertetangga tersebut.*

*Di tengah-tengah terjadinya konflik media dapat berperan untuk mempromosikan perdamaian dalam pemberitaan konflik, namun media juga dapat berfungsi sebagai agen destruktif dalam proses pemberitaan tersebut. Tujuan daripada penulisan ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana membangun komunikasi media massa dalam mendamaikan suasana konflik dan peranan hukum dalam pengendalian media massa dalam pemberitaan konflik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menganalisis wacana (discourse analysis), yaitu studi tentang aneka fungsi bahasa yang terdapat dalam media-media berita yang ada di internet. Penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan (library*

*research) untuk mengkaji bahan pustaka dan data sekunder dalam mengkaji mengenai ilmu komunikasi dan norma-norma hukum yang ada. Hasil daripada penelitian yang ada kemudian disajikan secara deskriptif dan diberi kesimpulan. Peneliti menemukan bahwa pemberitaan tentang konflik oleh media pemberitaannya haruslah menggunakan komunikasi yang mempromosikan perdamaian untuk dapat membantu berjalannya proses perdamaian. Peranan hukum dalam pengendalian media masa dalam pemberitaan konflik yaitu sebagai norma bagi media untuk menjadi petunjuk dan mengatur mengenai batas-batas kebebasan yang dimiliki oleh pers.*

**Kata kunci:** komunikasi perdamaian, konflik, media massa

### **Abstract**

*Maluku, with its plurality of cultural backgrounds, which differ from each other in the lives of indigenous peoples in cities and districts, often causes conflicts within the lives of indigenous peoples themselves, as well as with fellow indigenous groups. Recently, a conflict between two indigenous peoples from an Islamic village, namely Ori village and a Christian village, namely Kariuw village occurred in January 2022 in Central Maluku Regency. The conflict occurred because of boundary issues which caused them to attack each other between the two neighboring villages. In the midst of a conflict the media can play a role in promoting peace in conflict reporting, but the media can also function as a destructive agent in the reporting process. The purpose of this paper is to find out how to build mass media communication in reconciling conflict situations and the role of law in controlling mass media in reporting conflicts. This study uses qualitative research methods by discourse analysis, namely the study of various language functions contained in news media on the internet. This study also uses library research to examine library materials and secondary data in studying communication science and existing legal norms. The results of the existing research are then presented descriptively and concluded.*

*The researcher found that reporting on conflict by the news media must use communication that promotes peace to be able to help the peace process run. The role of law in controlling the mass media in*

*reporting conflicts is as a norm for the media to guide and regulate the limits of freedom of the press.*

**Keywords:** *peace communication, conflict, mass media*

## **PENDAHULUAN**

Maluku merupakan sebuah provinsi kepulauan di Indonesia Timur yang masih kental dengan kehidupan masyarakat adatnya. Masyarakat adat merupakan bagian daripada Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang diakui keberadaannya di dalam Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 dalam pasal 18B ayat (2) yang berbunyi “Negara mengakui dan menghormati kesatuan-kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak-hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang diatur dalam undang-undang”. Maluku sebagai sebuah Provinsi kepulauan dengan kemajemukan latar belakang adat istiadat yang berbeda dari tiap-tiap kehidupan masyarakat adat yang ada di kota dan kabupaten sering kali terjadi konflik di dalam kehidupan masyarakat adat itu sendiri, maupun dengan sesama kelompok masyarakat adat.

Maluku sebagai sebuah daerah yang masih meninggalkan bekas konflik agama antara saudara *salam*/islam dan *sarani*/kristen di tahun 1999 yang ada di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Pasca konflik tahun 1999 dari tahun ke tahun masyarakat Maluku berusaha erat untuk tetap mempertahankan perdamaian, kepercayaan dan persatuan antar umat beragama yang telah dibangun kembali. Perdamaian, kepercayaan dan persatuan yang telah dibangun kembali di tengah-tengah kehidupan masyarakat Maluku akan rentan runtuh kembali jika timbulnya konflik konflik yang ada di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang dapat memicu kembali konflik yang sudah terkubur lama.

Konflik yang rentan terjadi di Maluku, yaitu konflik mengenai tapal batas antar masyarakat adat. Di Maluku sejak konflik tahun 1999 pemukiman masyarakat terbagi menjadi kampung islam dan kampung kristen. Permasalahan mengenai tapal batas yang baru-baru ini terjadi, yaitu konflik antara dua masyarakat adat dari desa islam, yaitu desa Ori dan desa kristen, yaitu desa Kariuw terjadi pada bulan Januari 2022. Permulaan konflik yang terjadi diantara dua

kelompok masyarakat adat itu bermula dari kesalahpahaman antara dua warga Kariuw dan Ori terkait permasalahan tapal batas, menurut Kabid Humas Polda Maluku Kombes Mohamad Roem Ohoirat kesalahpahaman ini kemudian mengakibatkan terjadinya konsentrasi massa dan berakhir pada penganiayaan yang kemudian merembet sampai adanya saling serang antara kedua desa yang bertetangga tersebut. Pemberitaan mengenai konflik antara desa Ori dan Kariuw tersebar cepat di media massa, dengan adanya konflik antara dua desa yang mayoritas terdiri dari yang beragama islam dan kristen dan dengan penyebaran berita di media massa yang sangat cepat jika tidak disaring dan dikontrol dengan baik dapat menimbulkan informasi yang salah dan berdampak bagi persatuan daripada Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Dalam kehidupan modern ini pemberitaan mengenai konflik dapat diketahui oleh banyak orang dalam sekejap melalui peran media massa. Media massa dapat berperan untuk mempromosikan perdamaian dalam pemberitaan konflik, namun juga dapat berfungsi sebagai agen destruktif dalam proses pemberitaan tersebut. Cara media massa membangun cerita tentang proses perdamaian dalam pemberitaan mengenai konflik memiliki dampak penting pada proses perdamaian itu sendiri. Penerima berita bergantung pada cerita yang diberitakan oleh media untuk mempelajari apa yang terjadi walaupun penerima berita menerapkan interpretasi mereka sendiri, namun yang diberitakan oleh media merupakan titik referensi utama untuk wacana publik (Wolfsfeld G, 2004).

Media massa cetak berupa surat kabar, buku, dan majalah sedangkan media masa elektronik berupa radio, televisi dan internet. Dalam penelitian ini peneliti lebih terfokus membahas mengenai jenis media massa elektronik, yaitu internet. Arus global manusia, barang dan informasi telah berlangsung sejak dahulu kala, namun revolusi dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada abad terakhir dan pertumbuhan eksponensial dalam teknologi digital dan Internet dalam dekade terakhir telah mengubah realitas tanah begitu mendalam sehingga para sarjana dan pemimpin politik tidak dapat lagi mengabaikan pengaruh horizontal. Interaksi di antara warga negara—aliran media baru—dalam konteks negara-bangsa yang bersaing dalam diplomasi publik, konflik, dan perdamaian (Anup

Kumar & Holli A. Semetko, 2018).

Penyebaran berita di internet sangatlah cepat dibanding media komunikasi yang lain karena di zaman modern ini internet dapat diakses di mana saja dan kapan saja menggunakan data seluler maupun *wi-fi*. Dewasa ini orang-orang lebih menghabiskan waktu mereka menggunakan internet dan berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik Indonesia BPS perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang paling pesat adalah penggunaan internet yang mencapai angka 78,18. Penggunaan internet mengalami peningkatan selama kurun waktu 2016—2020, yang ditunjukkan dari meningkatnya persentase penduduk yang mengakses internet pada tahun 2016 sekitar 25,37 persen menjadi 53,73 persen pada tahun 2020.

Penggunaan bahasa dalam memberitakan konflik oleh media massa sangat memiliki peranan dalam menyelesaikan konflik, namun dewasa ini dalam pemberitaan media tidak memperhatikan bahasa yang membawa harmoni dan mengabaikan komunikasi perdamaian di dalam bahasanya. Berdasarkan penjelasan di atas penulis merasa bahwa penelitian dengan topik Komunikasi Perdamaian dan Hukum dalam Konflik Negeri Kariuw dan Ori Maluku Tengah sangat penting dengan mengingat Maluku sebagai daerah bekas konflik agama tahun 1999 dan konflik-konflik antar masyarakat adat yang masih sering terjadi di Maluku untuk dapat membangun persatuan NKRI, maka dari penulisan penelitian ini diharapkan untuk dapat mengetahui bagaimana membangun komunikasi media massa dalam mendamaikan suasana konflik? dan mengingat

Indonesia sebagai Negara Hukum peneliti juga ingin mengetahui apa peranan hukum dalam pengendalian media massa dalam pemberitaan konflik?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menganalisis wacana (*discourse analysis*), yaitu studi tentang aneka fungsi bahasa yang terdapat dalam media-media berita yang ada di internet (Alex Sobur, 2012). Penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan (*library research*) untuk mengkaji bahan pustaka dan data sekunder dalam mengkaji mengenai ilmu komunikasi dan

norma-norma hukum yang ada. Hasil daripada penelitian yang ada kemudian disajikan secara deskriptif dan diberikan kesimpulan.

## **PEMBAHASAN**

### **Membangun Komunikasi Media Massa dalam Mendamaikan Suasana Konflik**

Menurut Harold Lasswell dalam kehidupan sosial masyarakat sistem komunikasi memiliki fungsi, yaitu sebagai penjagaan lingkungan yang mendukung, pengaitan berbagai komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, pengalihan warisan sosial atau dengan istilah yang lebih sederhana komunikasi di dalam kehidupan masyarakat berfungsi sebagai penjaga, forum dan hiburan yang ditambahkan oleh Wilbur Schramm sebagai salah satu fungsi daripada sistem komunikasi yang keempat daripada sistem komunikasi bersamaan dengan sejumlah pakar (William L. Rivers et al., 2008).

Dalam ilmu komunikasi media massa merupakan salah satu alat atau sarana daripada komunikasi. Media massa merupakan alat penyampaian pesan yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis. Media massa memiliki karakteristik, yaitu bersifat melembaga yang berarti pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, media massa bersifat satu arah di mana komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima, media massa meluas dan serempak yang artinya dapat mengatasi waktu dan jarak, memakai peralatan teknis seperti surat kabar atau televisi dan sebagainya, media massa bersifat terbuka yang berarti pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja. Media massa terbagi menjadi dua jenis, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik.

Keberadaan media massa dalam pranata sosial tidak hanya membuahkan manfaat, namun juga dapat membuahkan masalah. Komunikasi massa merujuk pada keseluruhan institusi yang merupakan pembawa pesan yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang secara serentak. Komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yaitu komunikasi oleh media dan komunikasi untuk

massa, namun tidak berarti komunikasi adalah untuk setiap orang tetapi media tetap cenderung memilih khayalak, dan demikian pula sebaliknya khayalak memilih-milih media (William L. Rivers et al., 2008).

Media mempunyai kontrol sosial yang diakui oleh McLuhan bahwa komunikasi massa berperan sebagai alat kontrol sosial dan pemeliharaan tertib masyarakat, Joseph Klapper melihat adanya “rekayasa kesadaran” yang dimiliki oleh media yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan apapun dan hal tersebut merupakan kekuatan terpenting yang dimiliki oleh media. Paul Lazarsfeld dan Robert K. Merton berpendapat bahwa media dapat menghaluskan paksaan sehingga tampak seperti bujukan (William L. Rivers et al., 2008). Komunikasi massa dapat menjangkau banyak orang dalam waktu yang sama, komunikasi massa memiliki kuantitas yang lebih besar daripada komunikasi interpersonal.

Dengan kuantitas yang dimiliki oleh komunikasi massa, maka penggunaan media massa dalam pemberitaan konflik dapat membawa dampak baik dan buruk. Media memiliki empat pengaruh utama dalam semua proses perdamaian. Pertama, media mempunyai pengaruh dalam mendefinisikan suasana politik di mana proses berlangsung. Kedua, media dapat memiliki pengaruh penting pada sifat perdebatan tentang proses perdamaian. Ketiga, media mempengaruhi strategi dan perilaku daripada para antagonis. Keempat, media dapat menaikkan dan menurunkan kedudukan dan legitimasi publik daripada para antagonis yang terlibat dalam proses dan posisi mereka (Gadi Wolfsfeld, 2003).

Dalam pemberitaan tentang konflik media terkadang berperan dalam merusak proses perdamaian itu sendiri. Gadi Wolfsfeld dalam tulisannya menjelaskan bahwa terdapat empat nilai utama yang menjadi masalah dalam produksi berita mengenai konflik, yaitu *immediacy*, *drama*, *simplicity*, dan *ethnocentrism*. Wolfsfeld menjelaskan masalah pertama dalam pemberitaan mengenai konflik, yaitu *immediacy* di mana media lebih meliput mengenai *events* bukan proses (lih.gambar 1).



**Gambar 1**

Gambar di atas merupakan tangkapan layar daripada berita yang diterbitkan oleh Mata Maluku yang membahas mengenai unjuk rasa yang dilakukan oleh masyarakat Kariuw dan *gandongnya*, yaitu masyarakat dari negeri Booi, Aboru dan Hualo. Muatan berita milik Mata Maluku membahas mengenai ketidakhadiran Gubernur dan Kapolda Maluku saat aksi damai itu berlangsung. Muatan berita Mata Maluku memberikan pandangan yang sangat sempit dan sederhana kepada publik tentang apa yang terjadi dan menyulitkan para pemimpin untuk mempromosikan kebijakan jangka panjang. Proses perdamaian biasanya ditandai dengan negosiasi yang berlarut-larut dan sulit yang kadang-kadang disertai dengan terobosan. Penekanan media di sini dan sekarang mempersulit pemerintah untuk mempertahankan dukungan publik untuk proses tersebut dalam jangka waktu yang lama.

Kedua, yaitu *drama* di mana media lebih tertarik untuk meliput mengenai kekerasan, krisis, konflik, tindakan-tindakan ekstrim, bahaya, perselisihan internal daripada tentang keamanan, kurangnya krisis, kerjasama, moderasi, peluang, konsensus internal,

dan kemajuan bertahap (lih.gambar 2).



Gambar 2

Gambar di atas merupakan hasil tangkapan layar daripada berita yang dimuat oleh faktaidn. Muatan berita faktaidn mengenai konflik Kariuw dan Ori memuat mengenai drama yang terjadi yang dapat berkontribusi pada hubungan bermasalah antara media dan perdamaian. Setiap tindakan kekerasan, setiap krisis, dan setiap tanda konflik dianggap sebagai berita. Di sisi lain, ketenangan dan kerjasama diabaikan karena dianggap tidak menarik.

Ketiga, yaitu *simplicity* pada kriteria ini media memunculkan alur cerita yang sederhana dengan visual yang bagus untuk dapat menjangkau khalayak dan melewati ideologi dan tidak berfokus pada dasar-dasar politik dan sejarah yang kompleks dari suatu peristiwa. Keempat, yaitu *ethnocentrism* di mana media seringkali meliput hanya dari sudut pandang satu pihak dan mengabaikan penderitaan, keyakinan, kebrutalan, dan cerita dari pihak yang lain.

Media seringkali memuat isi berita yang lebih terfokus pada konflik dan mengabaikan bahasa-bahasa yang memuat ajakan kerukunan dalam pemberitaan mengenai konflik. Pemberitaan tentang konflik bertujuan untuk adanya transparansi mengenai apa

yang sebenarnya terjadi, namun dalam pemberitaan tersebut media juga harus dapat memunculkan fakta yang bisa mendorong terjadinya perdamaian. Untuk dapat memperoleh perdamaian, komunikasi yang digunakan dalam arus media harus mendorong wacana sipil yang menekankan budaya dan nilai-nilai bersama, kesejahteraan kolektif, dan bekerja untuk mengurangi kekerasan dan konflik (Anup Kumar & Holli A. Semetko, 2018).

Pemberitaan mengenai konflik antara desa Kariuw dan Ori di Maluku Tengah oleh media tidak boleh hanya memberitakan mengenai penderitaan yang dialami oleh salah satu pihak dan tidak menyorot pihak yang lainnya juga. Jurnalisme mengenai konflik media seringkali melaporkan mengenai pihak-pihak yang berperang di arena konflik, penyebab konflik, dan solusi untuk itu, dicari di medan pertempuran; liputan berita berfokus pada pertanyaan tentang siapa yang menang dalam perang. Mode jurnalisme krisis ini umumnya berorientasi pada *zero-sum*, yaitu satu pihak menang dan pihak lain kalah. Pemberitaan hanya dimulai dengan manifestasi (wabah) kekerasan dan berkonsentrasi pada konsekuensi yang terlihat, seperti kematian, korban jiwa, dan kerusakan material. *War or Violence Journalism* mengadvokasi nasib “pihak kita” dan hal tersebut itu hanya mengungkap ketidakbenaran dan pelaku kekejaman di “sisi lain” (Thomas Hanitzsch, 2010).

Pemberitaan mengenai konflik yang ada akan lebih baik menggunakan komunikasi perdamaian dalam memuat berita dan sudah seharusnya. Komunikasi perdamaian adalah sub bidang komunikasi yang bertujuan untuk mempromosikan dan membawa perdamaian di antara para pihak yang menghadiri proses komunikasi. Metode dan teknologi apa pun yang dapat digunakan untuk komunikasi dapat digunakan dalam komunikasi damai. Karena komunikasi damai biasanya berhubungan dengan situasi konflik, kampanye komunikasi damai seringkali memiliki banyak segi (Behruz Raisov Anadolu & Ali Simsek Anadolu, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam pemberitaan terhadap konflik media harus mempunyai kebijaksanaan komunikasi. Isi pemberitaan media terhadap konflik haruslah yang tidak memuat visualisasi yang mengguncang, media harus menghindari isi pemberitaan yang memuat pesan yang menghina SARA, media

harus menyajikan pemberitaan yang benar dan komprehensif, media harus bersikap netral dengan menyajikan pemberitaan dari dua sudut pandang pihak yang ada dalam konflik, isi pesan media yang dimuat media haruslah isi pesan yang mempromosikan perdamaian.

### **Peranan Hukum dalam Pengendalian Media Massa dalam Pemberitaan Konflik**

Dewasa ini penyebaran berita di media massa sangat cepat, apalagi dengan perkembangan zaman di mana hadirnya internet yang memungkinkan semua orang dapat mengakses berita di mana saja. Penyebaran berita yang sangat cepat itu dapat memungkinkan penyebaran hal-hal negatif yang dapat memicu meluasnya konflik ataupun menimbulkan konflik baru untuk itu diperlukannya sebuah bentuk kebijakan yang dapat mengatur media massa, yaitu hukum.

Pengertian tentang hukum sendiri masih sulit untuk didefinisikan karena hukum mempunyai segi dan bentuk yang sangat banyak. Pencarian mengenai batasan tentang hukum sampai pada saat ini belum memberi kepuasan (C.S.T. Kansil & Christine S.T Kansil, 2014). Poernomo menjelaskan bahwa secara prinsip, hukum mempunyai dua ciri tetap, yaitu hukum merupakan suatu organ peraturan-peraturan yang abstrak dan hukum merupakan proses sosial untuk mengadakan tertib hukum dan mengatur kepentingan-kepentingan manusia. Hukum memiliki sifat yang pada dasarnya mengatur dan memaksa.

Drs. E. Utrecht, S.H mencoba merumuskan pengertian hukum yang dimaksudkan untuk dapat menjadi pegangan semata, Utrecht menjelaskan bahwa “hukum itu ialah himpunan peraturan-peraturan (perintah-perintah dan larangan-larangan) yang mengurus tata tertib suatu masyarakat dan arena itu harus ditaati oleh masyarakat itu. Hukum sendiri bertujuan untuk dapat menjamin adanya kepastian hukum dalam masyarakat. Hukum memiliki salah satu fungsi sebagai kontrol sosial di dalam masyarakat lewat peraturan-peraturannya yang mengikat masyarakat untuk memberikan batasan tingkah laku yang ada di dalam masyarakat untuk dapat menciptakan masyarakat yang teratur(C.S.T. Kansil & Christine S.T Kansil, 2014).

Hukum telah mengatur mengenai kebebasan berpendapat

yang dimiliki oleh media yang diatur dalam hukum internasional melalui Deklarasi Hak Asasi Manusia (HAM) Pasal 19 yang berbunyi “*Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinions without interference, and to seek, receive, and impart information and ideas through any media regardless of frontiers*” (Setiap orang berhak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi; hak ini termasuk kebebasan untuk memiliki pendapat tanpa gangguan, dan untuk mencari, menerima, dan menyampaikan informasi dan gagasan melalui media apa pun tanpa memandang batas). Kebebasan berpendapat media kemudian diatur dalam hukum positif yang ada di Indonesia yang tertuang dalam pasal 28F UUD 1945 dan berdasarkan UUD sebagai pedoman disusunnya undang-undang di Indonesia maka lahirlah UU Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS.

Berbicara mengenai media massa tidak bisa terlepas dari pers. Berdasarkan pasal 1 ayat 1 UU No 40 Tahun 1999 pers diartikan sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Dalam UU No 4 Tahun 1999 diatur mengenai hak-hak pers yang terdapat di dalam pasal 4 di mana pers mempunyai hak untuk bebas dari tindakan pencegahan, pelarangan dan atau penekanan. Dari kemerdekaan yang diberikan oleh hukum terhadap pers lahirlah tanggung jawab. Prof. Oemar Seno Adji menegaskan bahwa kemerdekaan pers harus diartikan sebagai kemerdekaan untuk mempunyai dan menyatakan pendapat, bukan sebagai kemerdekaan untuk memperoleh alat-alat dari *expression* (Haris Sumadiria, 2016).

Kebebasan yang dimiliki pers bukanlah tanpa batas, tidak mutlak, dan bukanlah tidak bersyarat sifatnya. Kebebasan pers merupakan kebebasan yang ada dalam lingkungan batas tertentu dengan syarat-syarat limitatif dan demokrasi dari hukum nasional, hukum internasional, dan ilmu hukum (Haris Sumadiria, 2016). Hak yang dimiliki oleh pers memunculkan kewajiban yang harus dilakukan oleh pers, di mana ada hak disitu ada kewajiban. Kewajiban

yang dimiliki oleh pers tertuang di dalam pasal 5 UU No 40 Tahun 1999 di mana pers harus menghormati norma-norma agama dan kesusilaan, dan asas praduga tak bersalah dalam memberitakan sebuah peristiwa dan media memiliki kewajiban untuk melayani hak jawab dan hak tolak.

Dari hak dan kewajiban hukum yang dimiliki pers, maka ada pula ketentuan pidana bagi pers jika melanggar ketentuan-ketentuan yang tertulis dalam UU di mana ketentuan pidana terhadap pers diatur dalam pasal 18 UU No 40 Tahun 1999 yang memberikan pidana bagi pers jika melanggar norma-norma agama, kesusilaan masyarakat dan asas praduga tak bersalah maka akan dijatuhi pidana dengan denda paling banyak lima ratus juta. Dalam hukum pidana terdapat penggolongan delik (tindak pidana) untuk delik yang dapat dikaitkan dengan pers terdapat dua delik, yaitu delik aduan dan delik biasa. Delik aduan merupakan delik yang dapat dituntut apabila adanya pengaduan jadi jika tidak ada pengaduan maka tidak ada delik pidana yang dilakukan pers. Delik biasa (*eenvoudige delicten*) merupakan delik yang di mana penuntutannya tidak perlu adanya pengaduan (H. Ishaq, 2017).

Kehadiran hukum dalam mengatur pers juga perlu adanya pengawasan terhadap pers, oleh karena itu lahirlah dewan pers. UU No 40 Tahun 1999 mengatur mengenai dewan pers di dalam pasal 15 di mana dewan pers bukan merupakan kepanjangan tangan dari Negara dan pers maupun masyarakat, dewan pers bersifat independen dan dibentuk untuk dapat mengupayakan pengembangan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers. Pasal 15 di dalamnya mengatur mengenai fungsi daripada dewan pers, yaitu melindungi kemerdekaan pers, melakukan pengkajian-pengkajian pers, menetapkan dan mengawasi pelaksanaan kode etik jurnalistik, menyelesaikan pengaduan masyarakat, komunikasi pers masyarakat dan pemerintah, memfasilitasi organisasi pers, dan mendata perusahaan pers. Dewan pers dalam melaksanakan fungsinya untuk menetapkan dan mengawasi kode etik jurnalistik masih mengalami kesulitan dalam pengawasan karena tidak meratanya kehadiran dewan pers di daerah-daerah lain (Haris Sumadiria, 2016). Kekurangan dalam pengawasan yang dimiliki dewan pers dapat dibantu oleh peran serta masyarakat yang dimuat di dalam

pasal 17 yang memberikan hak kepada masyarakat untuk dapat memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, etika, dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers dan menyampaikan usulan dan saran kepada dewan pers.

Hukum ada di tengah-tengah kehidupan masyarakat dalam komunikasi media massa untuk menjadi norma. Hukum memberikan petunjuk tentang hak dan kewajiban daripada media massa dalam menjalankan fungsi dan perannya, serta hadir untuk memberikan sanksi jika melanggar ketentuan-ketentuan yang telah diatur.

## **KESIMPULAN**

Dalam memberitakan mengenai konflik media harus menggunakan komunikasi yang mempromosikan perdamaian atau komunikasi perdamaian. Media harus mempunyai kebijaksanaan komunikasi. Pemberitaan tentang konflik oleh media dalam pemberitaan konflik harusnya tidak memuat visualisasi yang mengguncang, menghindari isi pemberitaan yang memuat pesan yang menghina SARA, menyajikan pemberitaan yang benar dan komprehensif, bersikap netral dalam menyajikan pemberitaan, dan komunikasi yang disampaikan oleh media dalam pemberitaannya haruslah menggunakan komunikasi yang mempromosikan perdamaian.

Peranan hukum dalam pengendalian media masa dalam pemberitaan konflik, yaitu mengatur mengenai hak pers dan kewajiban yang dimiliki oleh pers di mana tertuang dalam undang undang, selain mengatur tentang hak dan kewajiban hukum juga mengatur mengenai ketentuan pidana bagi pers yang untuk delik pers yang dilakukan. Hukum hadir untuk menjadi norma bagi media untuk mengatur mengenai batas-batas kebebasan yang dimiliki oleh pers.

Saran yang ingin disampaikan peneliti terhadap media masa, yaitu dalam pemberitaan mengenai konflik kiranya media dapat menggunakan hak dan kewajiban dan memaksimalkan fungsi pengawasan daripada dewan pers yang diatur dalam undang-undang dengan kebijaksanaan dengan membawa pesan perdamaian dengan lebih menyorot mengenai perdamaian dan menggunakan bahasa-

bahasa yang menggaungkan perdamaian tanpa mengabaikan fakta-fakta yang ada di dalam isi berita media daripada lebih menyorot pada hal-hal yang dapat memperlambat perdamaian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anup Kumar, Holli A Semetko, Peace Communication in Cross-border Media Flows, *Journal of Communication*, Volume 68, Issue 3, June 2018, Pages 612–635, <https://doi.org/10.1093/joc/jqy018>
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020. Dikutip 17 April 2022, dari <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- C.S.T. Kansil & Christine S.T. Kansil (2014). Pengantar Ilmu Hukum Indonesia. PT. Rineka Cipta, Jakarta
- FaktaIDN. (2022). Merinding! Konflik Warga Desa Ori dan Kariuw Ternyata Disebabkan Karena Ini. Dikutip 20 April 2022, dari <https://www.faktaidn.com/hukum/pr-2662455369/merinding-konflik-warga-desa-ori-dan-kariuw-ternyata-disebabkan-karena-ini>
- Hanitzsch, T. (2004) Journalist as Peacekeeping Force? *Peace Journalism and Mass Communication Theory. Journalism Studies*, 5, 482-493. <https://doi.org/10.1080/14616700412331296419>
- Haris Sumadiria. Hukum Dan Etika Media Massa: Panduan Pers, Penyiaran, Dan Media Siber / A.S. Haris Sumadiria; Editor: Rema Karyanti Soenendar. 2019
- H. Ishaq (2017), Pengantar Hukum Indonesia, cetakan ke-4, PT. RajaGrafindo Persada, Depok.
- MataMaluku. (2022). Ratusan Warga Gabungan Gandong 4 Negeri Gelar Unjuk Rasa. Dikutip 20 April 2022, dari <https://matamaluku.com/ratusan-warga-gabungan-gandong-4-negeri-gelar-unjuk-rasa/>
- Raisov, B., & Simsek, A. (2018). The Role of Media in Peaceful Resolution of Civil Wars: The Case of Tajikistan from

the Point of Peace Communication. Online Journal of Communication and Media Technologies, 8(3), 215-236. <https://doi.org/10.12973/ojcmmt/2652>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

William L. Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, “Media Masa dan Masyarakat Modern”, Prenada Media Group, Jakarta, 2008

Wolfsfeld, G. (2004). Media and the Path to Peace (Communication, Society and Politics). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511489105.

# MENINGKATKAN PELAYANAN INFORMASI MELALUI *PUBLIC RELATIONS* YANG HARMONIS DAN HUMANIS PADA PUBLIK

**Siantari Rihartono**

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## **Abstract**

*Information received by the public is often distorted and difficult to understand, this happens because PR agencies in presenting information to the public do not pay attention to the conditions and relationships that must be considered. Conditions like this cause the public to feel that they are only used as objects without feeling involved. In this theoretical study, it examines how public relations is able to improve information services to the public in order to be able to establish relationships that lead to harmonious relationships towards humanism. There are five steps used by public relations to improve services to the public, the five steps are: honest communication, openness and consistency, fair and goodwill measures, continuous two-way communication, and evaluation and research on the environment. The occurrence of a harmonious relationship provides reinforcement for Public Relations in creating a harmonious relationship between Public Relations institutions and the community to lead to humanist activities.*

**Key word:** *Public Relations, Harmonious, Relations, Service.*

## **PENDAHULUAN**

Public Relations memegang peranan yang paling penting dalam berjalannya suatu organisasi atau instansi dalam rangka penyebaran informasi pada publik yang selalu menuntut atas pelayanan yang cepat dan humanis. Di masa seperti sekarang ini PR selaku bidang

yang bergerak pada pelayanan informasi, maka perlu meningkatkan pelayanan pada public secara cepat, akurat, dan cermat. Menjadi hal yang sangat penting mengingat pelayanan bagi masyarakat menjadi tugas utama bagi PR

Public Relations adalah sebuah payung besar dari sekian banyak bidang keahlian, sehingga sebenarnya publisitas hanya sebagian kecil dari PR. Bernays menyebut PR sebagai suatu “ Program Total “ yang mengikuti banyak kegiatan yang lebih kompleks dari pada publisitas (Ribers, 2000:265). Begitu juga dengan menjalankan pelayanan pada masyarakat, keberadaan PR harus mengetahui kondisi dari masyarakat atau publik agar dapat segera mengadaptasi dengan maksimal sehingga mampu menjalankan tugasnya secara harmonis dan humanis, sehingga sesuai harapan masyarakat.

maka dapat dikatakan bahwa Public Relations merupakan suatu manfaat strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari public. Pada upaya meningkatkan pelayanan public PR perlu memperhatikan hubungan yang humanis dan harmonis dengan pelanggannya, secara terbuka, jujur, fair, ikhlas, maka dalam melayani. Publik memerlukan pelayanan yang bersifat humanis dan harmonis tersebut.

Pelayanan melalui PR dalam rangka penciptaan hubungan humanis didasari pada hubungan harmonis untuk dapat menciptakan menyenangkan bagi public. Ada 5 (lima ) prinsip hubungan yang harmonis dalam mendasari prinsip humanis (Melvin Sharpe 1992: 9), yaitu: (1). Komunikasi yang jujur untuk kredibilitas. (2). Keterbukaan dan konsistensi.(3). Langkah Yang *fair* dan *goodwill*. (4). Komunikasi dua arah yang terus menerus. (5). Evaluasi dan riset. Prinsip ini merupakan prinsip untuk dijadikan dasar kegiatan PR dalam meningkatkan pelayanan informasi pada public atau masyarakat yang mengarah pada pelayanan yang harmonis dan humanis, sehingga public dalam menerima informasi yang disampaikan PR mampu menyejukan, sehingga tidak menimbulkan kecemasan, kehilangan citra (*lost of image*) yang dapat menimbulkan berbagai resiko yang menyakut krisis kepercayaan maupun krisis manajemen. Seperti sekarang ini pada masa pandemi, informasi yang buruk akan mengakibatkan keraguan di masyarakat sehingga akan mengakibatkan kurangnya kepercayaan.

Hubungan harmonis dijadikan sebagai pijakan dalam meningkatkan pelayanan bagi PR dalam rangka memuaskan secara humanis, di mana pelayanan ditingkatkan dengan cara membentuk pribadi PR secara kuat, sehingga dalam memberi pelayanan selalu didasari dengan penciptaan hubungan manusia secara manusiawi dan bersikap menghormati terhadap pelanggan dengan penuh tanggung jawab dan bermartabat. Hal ini dapat dilakukan oleh seorang PR, karena PR adalah suatu pendekatan yang sangat strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi dan teknik-teknik komunikasi yang sesuai, maka seorang PR akan melakukan tugas-tugas pelayanan dengan penuh keyakinan dengan didasari kepribadian yang kuat juga.. Suatu organisasi atau instansi yang sukses tanpa PR adalah sama dengan seorang politikus atau seorang pengacara (atau profesi pembujuk lainnya) yang berhasil tanpa kepribadian (Roger Hayword 1987: 86).

Organisasi maupun perusahaan sebagai sebuah institusi yang melibatkan pelanggan. Keberadaan PR menjadi sangat diperlukan. Pelayanan-pelayanan pasti sudah dilakukan selama ini, namun persoalannya adalah seberapa jauh pelayanan yang telah dilakukan apakah telah dilakukan secara baik dan benar dengan mengutamakan hubungan yang harmonis sebagai dasar dari pelayanan yang humanis? PR pada kasus-kasus tertentu seperti Ditengah masa pandemi virus Corona (COVID-19) ini dalam menginformasikan masyarakat banyak untuk melakukan adaptasi di kehidupan sehari-hari, adaptasi ini pun berlaku juga pada penyelenggaraan pelayanan publik. PR sebagai penyelenggara pelayanan informasi pada masyarakat dituntut untuk memberi informasi yang lengkap, terbuka dan jujur, sehingga masyarakat yang menerima informasi menjadi jelas dan tidak kebingungan dan tercipta suasana yang tidak ada kebingungan. Sebagai PR, harus terbiasa dengan speed. Dalam merespons kebutuhan informasi yang benar dan akurat.

Namun saat ini, alternatif kreatif PR harus dicari. Speed tidak menjadi relevan lagi di sini, namun berpikir secara kreatif, jernih dan objektif menjadi kunci!. Bagaimana dalam menyampaikan pesan disertai dengan hati, sehingga masyarakat dalam menerima pesan yang disampaikan oleh PR tidak menjadi cemas dan ketakutan. kasus pada informasi tentang covid- 19 oleh para satgas nya kurang humanis

ndalam menyampaikan pesan yang ditujukan pada masyarakat atau public tanpa menggunakan bahasa yang dimengerti oleh masyarakat dan penyjian data yang sering berubah-ubah, sehingga masyarakat menjadi kebingungan dan cenderung tidak memeprcayai, akhirnya banyak yang tidak dipatuhi masyarakat.. untuk itu PR sebagai produk pelayanan informasi dittuntut selalu meningkatkan pelayanan pada masyarakat, agar pesan atau informasi yang disampaikan PR denngan mendasarkan pada pelayanan yang harmonis dan humanis dapat dipercaya dan mampu mencerahkan masyarakat.

## **PEMBAHASAN**

### **Peranan Public Relation dalam meningkatkan pelayanan informasi**

Dewasa ini, perkembangan pesat diberbagai kehidupan masyarakat mengakibatkan Publik Relation dalam kegiatannya harus sudah diarahkan pada masyarakat yang berbeda-beda dan masing-masing dengan cara yang berlainan pula sebagai dasar dalm membangun komunikasi efektif. Di era keterbukaan seperti sekarang ini PR, xebaagai otgaisasi atau pemerintah mempunyai peren yang sangat penting dalam memberikan informasi pada public dalam memnuhi kebutuhan masyarakat teerhadap informasi yang jujur dan bertanggungjaawab. Pelayanan secara optimal menjadi kunci dari keberhasilan PR dengan secara terus menerus meningkatjan pelayanan informasi pada masyarakat atau public. Peran PR dalam upaya meningkatkan pelayanan dengan cara meningkatkan kemampuan mengakomodir keinginan masyarakat dalam melakukan pelayanan informasi

Pada keadaan seperti ini, Keberadaan PR yang kuat sangat dibutuhkan, mengingat PR memepunyai keahlian di Instansi pemerintah maupun masyarakat untuk menyanpaikan layanan pesan yang dapat dipercaya secra maksimal maupun menyampaikan informasi sevara berimbang tanpa berpihak. PR mempunyai kemempuanyangluasdalammemperolehaksesinformasimasyarakat. Dengan adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) PR dalam melakukan tugas dan perannya mrrmpunyai saat yang tepat dalam menyampaikan informasi, penjelasan, dan

edukasi pada masyarakat yang menyangkut keputusan, kegiatan, maupun pekerjaan-pekerjaan pemerintah transparan, fair, dan tidak berpihak pada kelompok tertentu. Informasi yang disampaikan melalui PR jika dilakukan secara tidak segera, teliti, serampangan, dan sulit dipahami, akan mengakibatkan keputusan atau kebijakan menjadi basi, membingungkan, dan sulit dipahami masyarakat. Hal ini merupakan tantangan bagi PR untuk menyampaikan informasi pada masyarakat secara terbuka dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, utamanya pada pelayanan public. Memang sulit untuk mengubah perilaku pengambil kebijakan (sebagai pemberi informasi) yang terbiasa dilayani, maka dengan adanya UU keterbukaan dituntut untuk melayani kebutuhan informasi masyarakat. Sebagai pelaksana dan pengambil kebijakan pemerintah membutuhkan bagian yang berkompeten dalam penyampaian informasi yang menyangkut kebutuhan masyarakat secara benar, akurat, dan terbuka.

Publik Relation dalam menyampaikan informasi, perlu mendasarkan pada Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai dasar obyektifitas dan ketidak berpihakan pada kelompok tertentu Adapun dalam Undang-undang ini ada beberapa pasal yang mengatur jenis informasi yang menyangkut kebutuhan masyarakat, yaitu antara lain,

1. Informasi yang wajib diumumkan secara berkala (Pasal 9). Informasi ini meliputi informasi yang berkaitan dengan badan publik, Informasi mengenai kegiatan dan kinerja badan publik terkait, dan Informasi lainnya yang diatur dalam Peraturan Perundang-undangan.
2. Informasi yang wajib diumumkan secara segera (Pasal 10). Informasi ini meliputi Informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum, seperti bencana alam, endemi (wabah penyakit), dan sebagainya.
3. Informasi yang wajib tersedia setiap saat (Pasal 11). Informasi ini meliputi daftar seluruh Informasi Publik yang berada di bawah penguasaannya, yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat, dan laporan mengenai pelayanan akses informasi publik.

4. Informasi yang Dikecualikan (Pasal 17). Informasi ini tidak boleh dibuka kepada publik, yakni informasi yang berkaitan dengan informasi yang dapat membahayakan negara dan bangsa,.

Berkenaan dengan hal tersebut, ada beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan oleh Public Relation dalam meningkatkan pelayanan informasi yang menuju pada pelayanan yang Harmonis dan Humanis yang menyangkut peran dengan langkah langkah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi pada masyarakat secara terus menerus dan lengkap serta mudah dan dapat menimbulkan didapat yang menyangkut seluruh kegiatan dari pengambil kebijakan baik yang masih rencana sampai pelaksanaan, sehingga mampu memberikan kesan yang baik bagi lembaga dan menimbulkan trus dari msyarakat, sehingga public memberikan dukungan pada kebijakan lembaga.
2. Merespon dan memonitor pendapat umum yang bergulir, baik di mass media danmastarakatyabg menyangkut pada kebijakan lembaga dengan berbagai saluran informasi baik yang cetak maupun elektunik, termasuk media social, dengan demikian maka respon yang dilakukan PR dengan berbagai saluran tersebut memudahkan msyaeakat dalam mendapatkan informasi. Langkh selanjutnyaa yaitu berupa monitoring, PR selalu memantau secara terus menerus terhadap respon dari masyaraka tentangpemahaman informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Lembaga PR harus mampu dijadikan rujukan utama bagi media massa dan masyarakat dalam memperoleh informasi kredibel.
3. Mengumpulkan data informasi yang valid pada hasil kenijakan dari pejabat yang berwenang dengan selalu bekerja sama dan menyampaikn inputan berupa informasi tentang terjadinya pendapat public yang berhubungan dengan kebijakan lembaga atau pemerintah yang telah beredr.

4. Menyampaikan Informasi pada masyarakat luas secara profesional dengan melakukan penyampaian informasi dengan membuka ruang public melalui proses komunikasi agar terjadi hubungan yang seimbang antara pengambil kebijakan dengan masyarakat.

Selain menjalankan strategi dalam pencapaian peram, PR berupaya meningkatkan pelayanan informasi dengan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Selaku penghasil informasi dengan meramu isi pesan tanpa berpihak PR harus menunjukkan kemampuan dirinya dengan meningkatkan sajian informasi yang seimbang terhadap masyarakat yang terkait dengan lembagnya.
2. Membangun dan menyatu dalam meningkatkan kesan positif lembaga atau pemerintah secara menyeluruh. Kesan yang terus ditingkatkan oleh PR agar masyarakat menilai baik buruknya citra pemerintah tidak sepotong-potong, tapi menyeluruh.
3. Membuat perpustakaan sebagai pusat data informasi yang menyangkut peraturan pemerintah dan hasil-hasil kebijakan. Untuk melakukan kegiatannya lembaga PR perlu menyiapkan karyawan khusus menangani dan mengolah informasi yang bersal dari perpustakaan, sehingga apabila pimpinan dari suatu lembaga dengan cepat untuk melayani kebutuhannya. Bagian PR perlu meningkatkan penguasaan terhadap peraturan-peraturan atau kebijakan dari pemerintah agar seger mengetahui apabila suatu organisasi melanggar dari peraturan yang dikeluarkan pemerintah. Seorang PR dalam rangka meningkatkan pelayanan juga melakukan pelayanan terhadap pimpinan dengan memberi input sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan kebijakan dan pengambilan keputusan setiap saat tanpa harus diminta. Poinnya seorang PR harus siap secara terus menerus pada hal-hal yang menyangkut informasi, singkatnya seorang PR bagaikan Perpustakaan berjalan.

4. Melakukan Media Relasi, pemingkatan pelayanan PR dengan memanfaatkan media massa merupakan cara yang paling efektif dalam rangka melaksanakan aktivitas yang sifatnya informative, dalam menjalin hubungan dengan medi massa dapat dilakukan dengan mengadakan konfrensi pers, siaran pers, pengumuman-pengumuman melalui media, disamping itu menjaga hubungan media perlu ditingkatkan mengingat saat ini masyarakat membutuhkan informasi yang terbuka, cepat dan kredibel.

Profesi Public Relations adalah profesi terbuka, yang mempunyai peran dalam melayani kebutuhan masyarakat akan informasi, sehingga informasi yang disampaikan harus dapat diakses oleh masyarakat yang membutuhkan. Untuk itu, kemampuan PR menjadi sangat penting dalam rangka upaya menyampaikan informasi pada publik, dengan demikian informasi yang akurat dan bias dipertanggungjawabab pada public dapat tersalur dengan baik dan mengarah pada peningkatan pelayanan informasi yang harmonis dan humanis.

### **Meningkatkan pelayanan Informasi pada masyarakat melalui Public Relations yang harmonis dan humanis**

Meningkatkan pelayanan informasi merupakan upaya yang lebih baik dari pelayanan yang telah dilakukan selama ini, yakni Pelayanan berdasarkan pembagian pekerjaan saja tanpa mampu menyelesaikan pekerjaan dengan optimal. Tuntutan dari masyarakat akan kebutuhan informasi saat ini semakin meningkat dan beragam dan tidak hanya sekedar menyelesaikan pesanan saja, tetapi lebih dari itu, seperti tuntutan kebutuhan informasi, yang mengarah pada relasi yang seimbang atau harmonis, sehingga masyarakat memperoleh pelayanan informasi yang humanis dari Publik Relations (PR). PR yang Humanis selalu mengutamakan pada hubngan yang didasarkan pada hubungan harmonis kepada masyarakat dalam melayani informasi. Prinsip hubungan harmonis dimaksudkan untuk menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dan publiknya.(Melvin Sharpe ;1992:9).

Peningkatan pelayanan informasi yang didasarkan pada hubungan harmonis bisa dikerjakan oleh PR dalam melayani informasi publik supaya tercipta hubungan dalam jangka panjang. Adapun peningkatan pelayanan informasi untuk masyarakat atau public dapat dilakukan dengan berdasar pada prinsip-prinsip hubungan yang harmonis dan mengarah pada humanis dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas

Penyajian informasi pada public didasarkan pada isi informasi yang jujur, yaitu seorang PR dalam memberikan informasi ke public diwajibkan untuk menyampaikan informasi atau keterangan secara benar yang didasari pada apa yang sesuai dengan yang sebenarnya tanpa ditutup-tutupi dan dapat dipertanggung jawabkan. Meningkatkan Pelayanan informasi yang dilandasi kejujuran terhadap masyarakat akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat untuk menjadi sumber informasi yang tidak diragukan lagi dalam mengatasi masalah-masalah yang ada di masyarakat, maka PR dapat dijadikan sebagai sumber rujukan informasi yang bisa dipercaya, Pada masa pandemi Covid 19 seperti sekarang ini, maka peran PR mampu memberikan informasi dan data sejujurnya dengan menyusun daftar layanan kesehatan esensial yang khusus untuk negara, berdasarkan konteks dan dengan dukungan panduan serta instrumen-instrumen WHO., dengan menjawab kebutuhan-kebutuhan khusus kelompok-kelompok masyarakat yang terpinggirkan, seperti suku-suku asli, perantau dan pengungsi, pekerja seks, dan tuna wisma, dengan data-data yang akurat seperti itu maka PR akan menjadi agen yang betul-betul jujur dengan menyampaikan informasi yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya..

Public Relations dalam meningkatkan pelayanan adalah dengan menilai sikap masyarakat (public) agar tercipta keharmonisan antara kebutuhan akan informasi masyarakat dan kebijaksanaan organisasi/ instansi. Karena mulai dari kegiatan, program, tujuan dan PR hingga sasaran (target) yang akan dicapai oleh organisasi/ instansi tersebut tidak terlepas dari dukungan serta kepercayaan citra positif dari pihak publiknya., Dengan demikian maka peningkatan pelayanan PR dapat dijadikan sebagai rujukan yang betul- betul dapat dipercaya, sehingga

informasi yang disampaikan dengan mendasari pada kejujuran akan memperoleh kredibilitas dan akan mencapai kondisi yang harmonis di masyarakat, dan mencerminkan harmonisasi yang menuju kearah humanis dalam melakukan kegiataannya yang berdasar pada kejujuran, dalam menyampaikan informasi sebenar-benarnya.

2. Keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain.

Peningkatan pelayanan informasi yang dilakukan oleh PR dalam memberikan informasi pada masyarakat dilakukan secara terbuka, di mana dalam melayani masyarakat dalam memperoleh informasi dengan memberikan dukungan atau aturan-aturan dan SOP yang telah ada. Dengan demikian apabila karyawan dalam melayani mahasiswa dan tidak bisa memberikan pelayanan yang diharapkan oleh mahasiswa, mereka bisa memahami dan mau menerima argumen dari masyarakat, sehingga hubungan tetap terjaga antara karyawan dan masyarakat. Peningkatan pelayanan informasi dapat dijalankan petugas PR secara konsisten dengan cara memberikan informasi berupa himbauan maupun instruksi dari pemerintah yang berupa janji yang harus ditepati. sementara masyarakat kadang-kadang mengalami kekecewaan dalam mendapatkan informasi.

Masyarakat dalam memperoleh informasi ada yang tidak pasti, dengan melalui jalur birokrasi berbelit-belit sehingga ada kesan melempar tanggung jawab, pelayanan yang tidak konsisten seperti ini menjadikan hubungan antara penyampai pesan atau PR dan masyarakat tidak terbentuk hubungan secara harmonis, sehingga PR sebagai sumber informasi dalam melayani masyarakat akan berkurang kepercayaannya dari masyarakat yang berakibat pada berkurangnya keyakinan masyarakat terhadap petugas PR. Sebagai banteng utama dalam penyampai informasi kepada publik, PR memiliki peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan peraturan protocol kesehatan baik yang dikeluarkan oleh WHO, termasuk informasi yang disampaikan PR tentang kebijakan pemerintah tentang keterbukaan informasi pada public, seperti lowongan pekerjaan, pengusutan-pengusutan, kriminal, dan informasi yang lain, termasuk pemerintah pusat dan pemerintah Daerah dalam menyampaikan kebijakan melalui instruksi mewajibkan setiap badan

publik untuk menjamin tersedianya informasi publik yang terbuka untuk public dan dapat diakses secara cepat, tepat waktu, biaya ringan dan dengan cara sederhana dan dengan adanya keterbukaan informasi publik, PR dituntut bisa bekerja profesional. Terutama dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, tentang kegiatan yang menyangkut masalah yang dihadapi masyarakat dan pemerintah, dapat dilakukan baik melalui dokumentasi internal maupun menyampaikan ke publik melalui media maupun secara langsung melalui media relations.

Dalam peningkatan pelayanan PR dituntut untuk selalu konsisten, dengan melakukan penelian yang cermat. Dalam kasus COVID-19 saat menunjukkan begitu derasnya arus informasi dari berbagai kalangan atau pihak yang saling berbenturan satu sama lain, bahkan perberdaan data yang sangat signifikan, membuat masyarakat menjadi ragu mana yang bisa, seperti dipercaya, di sinilah PR dalam menyampaikan informasi dituntut untuk konsisten dalam rangka meluruskan informasi tentang apapun yang tidak sama, bahkan cenderung banyak perbedaan, Konsistensi dari PR bisa dikerjakan dengan mendapatkan data terlebih dahulu pada sumber-sumber yang berkompeten sebelum informasi akan disampaikan pada masyarakat, dengan diperolehnya data sebelumnya, maka PR saat memberikan informasi kebijakan pemerintah pada masyarakat seperti misalnya protokol kesehatan dapat dijadikan sumber rujukan dibanding yang lain. Dengan adanya konsistensi dari PR, maka informasi yang disampaikan akan mendapat kepercayaan dari publik, karena masyarakat mengetahui bahwa informasi tentang kesehatan atau kebijakan yang lain bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Kecenderungan seperti ini akan menjadikan masyarakat patuh pada protokol kesehatan dengan penuh kesadaran.

### 3. Langkah yang *fair dan goodwill* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*.

Langkah fair yang dilakukan dalam pelayanan bagi masyarakat dilakukan dengan cara menjelaskan peraturan-peraturan, secara gamblang dan secara terbuka, sehingga masyarakat mengerti akan langkah-langkah dalam memperoleh pelayanan informasi dari lembaga-lembaga yang kompeten. Pelayanan secara terbuka

merupakan upaya untuk mendapatkan hubungan secara timbal balik, dalam arti yang melayani dan yang dilayani memperoleh pengalaman yang menyenangkan dan kepuasan, sehingga hubungan yang terbentuk bisa berjalan lama dan abadi. setiap apa yang dilakukan PR dalam melayani terutama masalah informasi segera perlu ditindak lanjuti secara tepat, baik dari sisi kecepatan waktu maupun hasil yang akurat. Dengan adanya pelayanan secara fair bagi masyarakat akan memperoleh hubungan yang saling berhubungan satu sama lain secara berkelanjutan tanpa rintangan dalam memperoleh informasi bagi masyarakat dan bisa menciptakan hubungan yang harmonis

Secara fair PR selalu menyiapkan Informasi Secara benar berdasarkan Standar Pelayanan. Hampir semua penyelenggara layanan informasi sudah memiliki media sosial (*online*) dan website, namun media belum digunakan dalam menyampaikan informasi Disamping itu dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat secara fair PR melakukan pengumpulan data dari sumber-sumber yang bisa dipertanggungjawabkan, seperti melalui perustakaan, peraturan-peraturan, pimpinan organisasi, sehingga informasi yang disampaikan pada public mempunyai dasar yang kuat dan obyektif Disamping itu dengan langkah-langkah dari PR yang fair juga akan membangun hubungan yang harmonis dengan melalui pendekatan humanis. Adanya relasi yang timbal-balik secara terbuka dan selalu fair baik dari pihak PR maupun dari masyarakat dalam berlangsungnya komunikasi melalui pesan-pesan yang akan tersampaikan secara utuh dan dipahami,, bagi PR menjadi kewajiban untuk selalu mengadakan hubungan timbal balik dalam menyampaikan informasi pada masyarakat,

Juga menyiapkan Prasarana Dan Fasilitas Pelayanan. Sarana, prasarana dan fasilitas yang selama ini telah ada dan sarana lain yang dibutuhkan dengan demikian pelayanan yang ditingkatkan PR untuk melakukan secara fair akan menghasilkan hubungan secara harmonis dan humanis. sedangkan peningkatan pelayanan PR dalam menyampaikan informasi pada public secara *goodwill* dengan melakukan pengawasan secara terus menerus pada informasi yang telah disebar, apakah isi pesan bisa dipahami oleh masyarakat, tanpa ada kesalahan pesan atau informasi, seperti informasi yang disampaikan dari kebijakam pemerintah apakah ada tindak lanjut dari

kebijakan itu, atau sebaliknya, jika tidak ada tindak lanjut, maka PR seger mengadakan cek dan recek dengan memberikan penjelasan mengapa tidak ada tindak lanjut, tentunya dengan penjelasan yang argumentative, sehingga masyarakat mampu memahami informasi yang disampaikan PR dan merasa terjalin hubungan yang harmonis dan bersifat humanis.

4. Komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan.

Public Relations (PR) yang berperan sebagai agen informasi mempunyai tanggung jawab pada edukasi bagi masyarakat. Maka dalam meningkatkan pelayanan PR selalu melakukan hubungan secara timbal balik, yang berarti bahwa ada nilai yang dikandung dalam setiap kegiatan PR, khususnya dalam rangka pemenuhan kebutuhan Pelayanan public. Saat ini informasi sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat yang dipenuhi oleh pemerintah melalui juru bicara yang berkedudukan sebagai PR-nya, Maka dari itu perlu kesadaran masing-masing anggota masyarakat untuk tidak merasa diperintah oleh lembaga penyampai informasi, yaitu PR. seperti misalnya kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang ditujukan pada masyarakat pada kasus Covid-19, dengan menggunakan standar pelayanan yang sudah ditetapkan melalui protokol kesehatan, maka masyarakat memperoleh penjelasan yang bersifat timbal balik secara terus menerus bagaimana pelaksanaan pencegahan covid-19 dalam rangka untuk lebih mendekatkan hubungan egaliter, di mana masyarakat tidak merasa diperintah oleh pemerintah, sehingga tidak ada kesan bahwa masyarakat dianggap tidak mengerti apa-apa tentang kondisi yang sedang dialami pada masa pandemic tersebut. Pekerjaan seperti ini yang merupakan upaya PR dalam meningkatkan pelayanan informasi secara dua arah dan ini bisa diterapkan dalam setiap pekerjaan PR..

Menciptakan hubungan dua arah antara pemberi informasi dan penerima informasi menjadi dasar untuk bagaimana PR meningkatkan pelayanan informasi pada publik dengan cara menggunakan strategi komunikasi melalui persuasive dengan menggunakan pesan-pesan yang halus untuk menggugah semangat masyarakat untuk melaksanakan sesuai dengan apa yang diinstruksikan atau yang

disampaikan tanpa ada unsur paksaan, sehingga masyarakat merasa bahwa informasi yang disampaikan merupakan kebutuhan yang ditunggu, disamping itu juga lembaga PR memberi peluang pada masyarakat untuk meminya penjelasan lebih lanjut dari pemberi informasi, dalam hal ini adalah PR, sehingga masyarakat merasa familiar terhadap informasi yang disampaikan dan tidak merasa asing terhadap informasi yang diterima, Disamping itu dengan informasi yang terus menerus dan konten yang sesuai kebutuhan masyarakat, maka akan melahirkan peningkatan pelayanan PR melalui peran baik sebagai komunikator maupun sebagai mediator, maka memungkinkan PR sebagai jembatan bagi pemerintah dengan masyarakat, hal ini berarti PR mempunyai peluang untuk membangun hubungan dua arah antara pemberi informasi dengan penerima informasi, ini berarti bahwa meningkatkan pelayanan dengan secara dua arah akan menjauhi dari keterasingan dan menciptakan hubungan yang harmonis secara humanis.

5. Evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian yang dibutuhkan bagi masyarakat yang harmonis.

Dalam mendapatkan hasil apa yang sudah dicapai dalam kegiatannya PR perlu menjalankan evaluasi dengan mengadakan riset secara terus menerus dengan cara mengevaluasi adanya, hal-hal yang terkait dengan pertanyaan bagaimana menilai suatu program PR apakah sudah berhasil atau belum ? evaluasi yang signifikan terhadap suatu program PR haruslah dilakukan berdasarkan pengukuran ilmiah mengenai peningkatan perubahan pendapat, sikap, dan tingkah laku masyarakat mengenai organisasi PR, maka langkah dalam mengevaluasi perlu, adengan melakukan langkah-langkah a). evaluasi tahap persiapan, b). evaluasi tahap pelaksanaan, dan c) evaluasi tahap dampak atau efek, Pada tahap persiapan evaluasi bagi PR, ketika menilai keberhasilan program PR berdasarkan pujian ri atas atau dari masyarakat, tahap ini sudah sedikit menyentuh tahap pelaksanaan juga, sedangkan pada tahap pelaksanaan, ketika PR menilai berdasarkan jumlah ekspose media massa yang diterima PR. Sementara pada tahap dampak atau efek, ketika PR menilai berdasarkan pada peningkatan pendapat, sikap

dan t.ingkah laku.

Dengan demikian evaluasi yang dilakukan oleh PR menjadi kunci penting dalam merencanakan kembali program-program PR, disamping untuk mekilai tingkat keberhasilan, juga untuk melihat sejauh mana kegagalan-kegagalan yang dialami oleh PR, sehingga ada upay-upaya perbaikan dalam rangka untuk lebih meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat, sehingga hubungan antara organisasi PR dengan publik terjalin secara harmonis, karena dengan evaluasi bisa diketahui hal-hal yang tidak dipahami maupun dimengerti atas informasi apapun yang disampaikan oleh PR, maka deagan terciptanya hubunganyang harmonis atas dasar evaluasi, PR akam lebih mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, bukan sebaliknya masyarakat menjadi tidak percaya, maka akan terjadi masalah besar bagi PR.

Disamping evaluasi yang harus dilakukan oleh PR, mala PR juga harus melakukan Riset evaluasi yang digunakan untuk mempelajariapa yang terjadi dan menjawab pertanyaan mengapa itu itu terjadi, Misalnya pada kasus informasi tentang penggusuran rumah pendduduk, dalam kasus lain riset evaluasidilakukan unuk membenarkan keputusan atau membujuk penduduk untuk mendukung atau tidak mendukung pada kasus tersbut, apabila riset evaluasi digunakan untuk mendukung keputusan yang sudah dibuat, ini merupakan riset pura-pura. Dalam riset yang harus dilakka PR lainnya Adalah mengevaluasi apakah media massa yang digunakan dalam menyampaikan informas tepat atau tidak mengingat masyarakat Indonesia yang heyerogen majemuk.

Melalui Evaluasi dan Riset ini maka PR dapat meningkatkan pelayanan informasi pada public, karena persoalan ataupun marogram kerjanyasalalah-masalah yang ditemukan dapat segera diperbaiki dan dicarikan solusi penyelesaiannya dan dijadikan dasar langkau-langkah untuk penyesuaian bagi PR untuk menentukan langkah selanjutnya dalam menentukan program kerja kedepan sebagai upaya peningkatan pelayanan informasi pada public. Penyesuaian tang berdasar dari evaluasi dan riset dilakukan agar masyarakat mampu memahami informaasi- informasi dari organisasi PR sesuai dengan yang dibutuhkan, sementara PR penyesuaian ini dipergunakan untuk lebih menigkatkan pelayanan dalam rangka

membangun kepercayaan juga hubungan yang lebih akrab dan familier terhadap masyarakat, dengan memberi informasi yang sesuai kebutuhan masyarakat akan lebih mengikat hubungan yang harmonis dan mengarah pada humanis/

## **KESIMPULAN**

Dalam meningkatkan penyampaian informasi pada public, Public Relations yang merupakan pintu terdepan dalam penyebaran informasi penting untuk meningkatkan dalam berbagai hal yang menyangkut hubungan yang harmonis dan humanis antara organisasi PR dengan masyarakat penerima informasi. Ada 5 langkah dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada publik yang harmonis dan humanis dilakukan dengan melalui: 1). Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas, 2). Keterbukaan dan konsistensi 3). Langkah yang *fair* dan *goodwill*, 4). Komunikasi dua 5). Evaluasi dan riset terhadap lingkungan

Potensi dan dukungan yang ada pada Public relations merupakan basis harapanyang besar terhadap keberhasilannya pada saat meningkatkan dan menjalankan tugasnya, yakni dapat membangun kepercayaan yang besar dari publik, sehingga dalam upaya meningkatkan pelayanan informasi pada public dengan mengarah pada suasana yang saling menguntungkan dari berbagai pihak, sehingga Public Relations mampu merakit bersama masyarakat menuju hubungan yang humanis dan Harmonis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A. Anditha sari, S.Sos, M.ikom, *Dasar-dasar Public Relations*, Deepublish, 2017, Yogyakarta
- Liliweri, Alo. 2004. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Morisson MA, *Manajemen Public Relations*, Kencana, 2008, Jakarta,
- Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Rahmad kriyantono, PhD, *Public Relations, Issue & Crisis Management*, 2014, kencana, Jakarta.

- Ruslan Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta
- Suprawoto, DR, SH, M.Si, *Government Public Relations perkembangan dan Praktek di Indonesia*, Prenadamedia Group, 2018, Jakarta.ndy,
- Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

# ORANG BASUDARA DALAM MEMBANGUN PERDAMAIAN DI KOTA AMBON

## *BASUDARA PEOPLE IN BUILDING PEACE IN AMBON CITY*

**Fransina Matakena<sup>1</sup>, Dortje Lopulalan<sup>2</sup>, Prapty Muwarni<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Dosen Sosiologi Fisip Unpatti

<sup>2</sup>Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Unpatti.

sn\_matakena@ymail.com, nor\_lopulalan@yahoo.com, prapty.  
murwani@yahoo.com

### **Abstrak**

*Maluku dalam keterpurukan sosial beberapa tahun lalu membawa nostalgia yang tak mudah untuk dilupakan karena situasi konflik saat itu. Konflik selalu menjadi pengganggu dan merusak tatanan hidup sosial masyarakat. Keutuhan hidup dalam kehidupan sosial sangat dibutuhkan semua orang, namun terkadang ada beberapa hal yang membuat manusia tidak bisa dengan tenang dan tetap diliputi perasaan yang tidak menyenangkan, seperti curiga, takut bahkan hidup dalam kecemasan yang lama. Konsep hidup orang basudara yang sudah lama tertanam dalam kehidupan sosial masyarakat memberikan rasa nyaman dan saling peduli satu terhadap yang lain. Masyarakat adat yang terdapat didalamnya orang basudara memandang hidup ini sebagai satu kesatuan hidup dalam damai. Interaksi sosial dalam masyarakat dengan didorong integrasi yang kuat memberikan perubahan pola pikir dan cara melihat persoalan dari sisi orang Basudara. Hidup tersegregasi saat konflik dan pasca konflik, kemudian dipulihkan dengan memandang hidup baku bae atau saling berdamai dalam membangun rekonsiliasi dan reintegrasi antara orang basudara pasca konflik, yang kemudian didamaikan*

*dan dipersatukan sehingga memperkuat tatanan kehidupan dengan jalan hidup saling berdampingan antara satu dengan lainnya melalui local wisdom yang ada dalam budaya masyarakat Maluku. Interaksi yang positif dengan menghadirkan rasa yang menyatukan anak negeri dengan berbagai budaya yang melekat dan menyatu antara satu dengan lainnya dalam kehidupan bersama antara satu dengan lainnya. Perdamaian berbasis Orang basudara penting dalam masyarakat yang multikultur saat ini. Penelitian ini dilakukan di beberapa negeri di kota Ambon yang langsung mendapatkan dampak dari situasi konflik saat itu dan juga situasi damai melalui budaya lokal yang ada di Maluku. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa perdamaian yang terjadi pada masyarakat adat di Kota Ambon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan subject materrnya non material dengan pendekatan fenomenologi.*

**Kata Kunci:** *Orang Basudara, Interaksi Sosial, Perdamaian*

## **PENDAHULUAN**

Maluku memiliki daerah yang terdiri dari pulau-pulau kecil yang didalamnya terdapat berbagai keragaman adat istiadat dan budaya, dengan satu kesatuan geneologis yang terangkum dalam struktur kehidupan masyarakat yang berbeda istilah budaya lokal yang ada di dalamnya, namun memiliki konsep hidup yang disebut orang basudara. Konsep ini sangat sulit dipisahkan dari keseharian masyarakatnya, yang telah menjadi kekuatan mulia dalam kehidupan bersama dengan kekerabatan yang kuat sehingga tak mampu dibendung toleransi antara satu dengan yang lainnya dalam kehidupan kekerabatan yang satu dalam kehidupan masyarakat Maluku secara khusus, namun juga bagi mereka yang bukan masyarakat Maluku namun sudah menetap lama di Kota Ambon. Konsep hidup orang basudara terangkum indah dalam dinamika kehidupan yang penuh dengan corak dan karakter yang berbeda, namun tetap dipersatukan dengan ikatan hidup “Orang Basudara” yang memberikan rasa persatuan yang lebih erat dengan tetap ada pada koridor budaya setempat dengan karakter dari masyarakat kepulauan itu sendiri.

Dalam realita sosial yang terjadi di Maluku Pasca konflik masyarakat Maluku hidup dalam kondisi segregasi yang memang cukup aman secara fisik, namun sekaligus berada dalam sebuah kondisi yang menyengsarakan sebagai suatu realita masyarakat adat, karena menyangkut rasa curiga antara satu dengan lainnya, cemas bahkan jaminan kehidupan tidak memberikan rasa nyaman dalam relasi antara satu dengan lainnya. Masyarakat adat yang selalu hidup dalam kekerabatan sebagai suatu kesatuan sosio-kultural yang utuh dan sakral, kini harus hidup dalam keterisolasian. Mereka mesti mencari dan menjaga serta melestarikan tradisi, budaya serta keutuhan mereka sebagai satu kesatuan adat, baik dalam menjaga keutuhan dan harmoni sosial dengan diri mereka dan juga dengan sesama saudara. Fenomena ini perlu dikaji dalam penulisan ini lewat penelitian yang telah dilakukan untuk bisa mengakomodir dan mengkaji dan mengimplementasikan temuan yang dilakukan bagi pemerintah maupun komunitas adat yang tersegregasi pemukiman pascakonflik. Orang Basudara dalam membangun Perdamaian menunjukkan bahwa ada nilai-nilai adat Orang Basudara yang adalah bagian yang tidak bisa terpisahkan dalam hidup bersama, perdamaian (hidup baku bae) menunjukkan suatu aturan adat yang membangun nilai-nilai hidup Orang Basudara, hal ini memberikan kenyamanan dalam hidup, namun membutuhkan proses yang dinamis dan bersifat sustainable untuk mendamaikan dan juga mempersatukan kembali pihak yang bertikai.

Ale menunjukkan kamu dan beta diartikan dengan saya/aku merupakan dua kata yang memiliki arti yang dipadukan dalam konsep `Orang Basudara` dalam keseharian dengan istilah “Katong Samua” menurut Soumokil katong menunjukkan intentsitas seseorang dalam melaksanakan tugas sebagai anak negeri yang menjalankan tugas dan fungsi dalam melihat kebersamaan dalam dunia budaya secara kolektif (Soumokil 2011). Pada masyarakat Maluku secara umum orang mengenal berbagai istilah adat yang menyatukan dengan sebutan Orang Basudara yang didalamnya terkandung makna saling menghargai, saling baku sayang antara satu dengan yang lain, saling peduli ketika satu merasakan susah dan yang lain juga merasakan hal yang sama dan sebaliknya ketika berada dalam suasana senang. Pulau-pulau kecil yang ada pada tataran Maluku menggambarkan

betapa masyarakat memahami arti bersama dalam satu rasa yang membawa pada suatu hakikat perdamaian yang sesungguhnya walaupun telah melewati fase konflik yang membuat distansi sosial terjadi pada masyarakat ini, namun atas dasar kesadaran kolektif itu sehingga membangun masyarakat ini kembali menjadi masyarakat adat yang hidup sesuai dengan konsep hidup Orang Basudara itu.

Konsep adat Orang Basudara ini menegaskan bahwa, masyarakat adat Orang Basudara, di samping memiliki berbagai konsep kunci tentang konflik, juga memiliki berbagai konsep kunci tentang perdamaian, yaitu baku dame (saling berdamai), baku ampong (saling memaafkan atau saling mengampuni), baku sanang (saling menyenangkan hati) baku sayang (saling menyayangi). Bahkan, di berbagai komunitas adat Orang Basudara yang menyebar di Maluku seribu pulau ini, selalu ada tradisi yang dijalankan untuk memelihara dan menumbuh-kembangkan perdamaian secara mandiri dan berkelanjutan di antara mereka. Misalnya; tradisi kumpul basudara (mengumpulkan saudara, kerabat), panas Pela (memanaskan hubungan-hubungan kekerabatan antarkomunitas adat yang memiliki ikatan sejarah persaudaraan), panas gandong (memanaskan hubungan-hubungan persaudaraan yang bersifat sedara daging atau geneologi) di antara komunitas-komunitas adat Orang Basudara di Maluku Tengah.

## **RUMUSAN MASALAH**

Dari uraian latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Orang Basudara dalam membangun Perdamaian di Kota Ambon”

## **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini mengetahui arti penting konsep hidup orang basudara dalam kehidupan bersama antara masyarakat yang hidup dalam satu kesatuan antara satu dengan yang lain dalam masyarakat. Manfaat praktis yang dirasakan dari penelitian ini adalah implementasi gagasan perdamaian yang berbasis Orang Basudara pada semua ruang lingkup dalam kehidupan masyarakat, baik cara

berpikir dalam adat hidup orang basudara yang bersifar lintas ego, lintas budaya dan juga lintas komunitas dalam kebersamaan hidup.

## TINJAUAN PUSTAKA

Istilah perdamaian (Hidop baku bae), lebih menunjuk pada sebuah proses (laku hidop adati) yang dinamis dan berkelanjutan untuk mendamaikan dan mempersatukan kembali pihak-pihak yang berkonflik. (Aholiab Watloly dkk, 2016). Studi Perdamaian Berbasis Adat Orang Basudara menegaskan bahwa, perdamaian Orang Basudara merupakan sebuah prestasi hidup adati yang tidak ditemukan begitu saja, tetapi harus diciptakan dan dibangun (dibudayakan) secara konsisten dan berkelanjutan.

Watloly dalam Karel Albert Ralahalu (2012) menjelaskan bahwa Orang Basudara adalah habitat asli Orang Maluku. Habitat asli anak adat negeri Maluku adalah habitat Orang Basudara. Konsekuensinya, siapa pun yang mengambil keputusan untuk hidup di kosmos adat kepulauan Maluku, harus dapat bersedia mengambil keputusan untuk menjadi pendukung identitas ke-Maluku-an Orang Basudara dan habitat anak adat Maluku, yaitu habitat Orang Basudara tersebut. Identitas Orang Basudara dan tabiat asli Orang Basudara itu selalu terpatri sebagai sebuah tenaga budaya dalam kesadaran kolektif adati Orang Maluku dari generasi ke generasi.

Menyebut diri Orang Maluku berarti menjadi pendukung habitat Orang Basudara dalam sebuah geneologi kultural. Bagi mereka, menjadi orang Maluku artinya menjadi Orang Basudara dan pendukung identitas Orang Basudara dengan segala citarasa perbedaan sebagai masyarakat kepulauan. Menurut Watloly, manusia kolektif yang disebut manusia Orang Basudara itu tidak dilahirkan melalui sebuah proses biologi, tetapi sebuah proses biologis kultural (*bio cultural*) di dalam sebuah visi kosmos atau cara pandang kosmos yang menjadi budaya dalam mereka. Manusia kolektif Orang Basudara lahir dari sebuah rahim budaya dan tradisi kelahiran yang penuh nilai kekeluargaan. Manusia bio kultural itu menandai sebuah fakta kelahiran adati (geneologi cultural) dari setiap generasi anak negeri Maluku di dalam rahim “Kosmologi” Orang Basudara.

Orang Maluku dalam konteks kehidupan masyarakat yang hidup saling bergandengan satu dengan lainnya bisa diartikan sebagai satu kesatuan yang memiliki hubungan kekerabata yang utuh dan saling bersinggungan satu dengan lainnya dalam berbagai situasi sosial, pada masyarakat Maluku Tengah ada relasi yang positif antara negeri yang menggambarkan hubungan yang baik lewat istilah Pela, Pela diartikan sebagai “suatu relasi perjanjian persaudaraan antara satu negeri dengan negeri lain yang berada di pulau lain dan kadang menganut agama yang berbeda.” Sedangkan gandong bermakna “adik”. Perjanjian ini diangkat dalam sumpah yang tidak boleh dilanggar.

Hubungan Pela dan Gandong ini menurut sejarah terjadi lewat berbagai peristiwa besar yang terjadi antara negeri, ada peristiwa perang antara dua negeri dan juga peristiwa perjanjian lainnya untuk mendapatkan kesepakatan mengikat sumpah dengan perjanjian pela antara satu negeri dengan negeri yang lainnya, kebanyakan negeri yang berpela dan bergandong adalah negeri yang berdomisili pada Maluku Tengah. Menurut Johan Galtung (2003), perdamaian adalah sebuah proses. Perdamaian, dalam hal ini lebih menunjuk pada suatu proses yang dilakukan secara efektif untuk menuju suasana damai. Misalnya, ketika dua pihak yang sementara berkonflik, namun kemudian mengambil keputusan bersama untuk menghentikan konflik di antara mereka dan melakukan upaya-upaya untuk menyinergikan kerjasama di antara mereka dalam membangun dan memantapkan kondisi aman dan nyaman secara berkelanjutan maka hal itu disebut perdamaian.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang subject matternya non material, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian fenomenologi Creswell (2007), sangat kental dengan pengalaman peneliti di lapangan dalam memahami fenomena di lokasi penelitian. Dalam penelitian fenomenologi, peneliti diharuskan untuk memahami dua gambaran yang bersifat tekstural dan struktural. Selain data primer yang di ambil ada juga data sekunder yang diambil. Data sekunder yang digunakan bertolak pada metode yang diterapkan

Harper (2004). terkait sosiologi visual yang menggunakan gambar melalui kamera. Harper menjelaskan foto atau gambar (*image*) dapat melengkapi ketidaksetaraan antara observasi dan wawancara. Setelah pengambilan data yang dilakukan maka akan dianalisa. Lokasi penelitian adalah di Kota Ambon dengan fokus penelitian adalah melihat konsep hidup Orang Basudara dalam masyarakat Kota Ambon melalui berbagai kegiatan sosial yang terjadi dalam kehidupan bersama. Proses reproduksi sosial nilai nilai orang basudara kepada semua pendatang, yang oleh Spradley dalam Sanapiah Faisal (1998) menjelaskan tentang konsep tersebut. Teknik wawancara mengikuti metode Hopf (2004) terkait wawancara yang bersifat narasi, didalamnya terkandung proses dialektika yang bebas berdasar pada memori dan pikiran yang terungkap melalui aksi nyata bukan berdasar pada ideologi dan rasionalisasi. Informan penelitian meliputi beberapa masyarakat lokal maupun masyarakat pendatang yang sudah menetap lama di Kota Ambon.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Orang Basudara dalam kehidupan masyarakat Maluku adalah manusia yang secara kolektif memahami ruang kepribadian sebagai Orang Basudara dengan mengidentikkan *Katong Samua Orang Basudara*, dalam berbagai rasa, bahasa, agama, kampung, pulau serta tradisi terhimpun dalam kehidupan bersama saling berangkulan antara satu dengan lainnya. Sama-sama merasakan sukacita dan dukacita yang mendalam dalam satu ritme kegiatan keagamaan, sukacita maupun keadaan dukacita. Konsep hidup Orang Basudara selalu menjadi suatu dasar yang kuat dalam komunikasi maupun realita sosial yang dianut oleh setiap masyarakat secara komunal. Menjadi manusia Orang Basudara bukanlah sebuah pemberian alam (*given*), tetapi sebuah pilihan eksistensi yang beradab, beradab, dan bermartabat melalui sebuah proses budaya. Seperti terlihat dalam gambar di bawah ini:

## Bagan 1. Dinamika Orang Basudara



Orang Basudara menjadi sebuah pusat imajinasi diri orang Maluku yang adati dari generasi ke generasi, sehingga tanpa menjadi Orang Basudara maka mereka belum menjadi orang Maluku dalam arti yang sesungguhnya. Orang Basudara yang selalu hidup rukun dan damai di tengah kemajemukan adalah sebuah budi alami dan etos adati yang menghidupi mereka. Orang basudara adalah sebuah dasar atau fondasi yang didirikan diatas bangunan sosial budaya secara adat bagi orang Maluku.

*Hidop Orang Basudara* menunjukkan hakikat keaslian diri (habitat asli) dan martabat diri yang asli sebagai Orang Basudara. Dasar argumennya bahwa, karena adalah Orang Basudara maka mereka harus menjalani hidup bersama sebagai *Hidop Orang Basudara* yang saling berdamaian, saling mengampuni dan saling memaafkan, dan saling menyayangi dalam sebuah keluhuran budi dan batin kosmos Orang Basudara.

### **Pela gandong sebagai suatu realita sosial**

Dalam kehidupan masyarakat Maluku yang mendiami lokasi tempat tinggal dalam wilayah Maluku Tengah memiliki hubungan sosial yang dinamakan Pela dan juga Gandong. Pela merupakan hubungan antara negeri yang memiliki kerjasama karena perang atau karena saling tolong menolong antara satu negeri dengan yang lain sehingga menghasilkan sumpah angkat pela antara satu negeri Kristen dengan negeri Kristen lainnya yang ada di Maluku Tengah, seperti Negeri Tuhaha dengan Rohomoni berada dalam satu kesatuan Pela, kedua negeri ini memiliki hubungan Pela keras(

Pela batu karang) dengan Rohomoni, ikatan pela ini terbentuk saat Tuhaha membantu Amarima Hatuhaha berperang melawan Portugis dan Belanda, Amarima Hatuhaha saat ini terpecah menjadi lima negeri yakni Rohomoni, Pelauw, Kailolo, Kabauw dan Hulaliu, namun negeri Tuhaha hanya memiliki hubungan yang dipelihara dengan Rohomoni, dan sebagai peringatan hubungan pela antar kedua negeri dalam gereja Pniel di Tuhaha terukir nama Rohomoni pada salah satu tiang gereja ini. Pela merupakan hubungan kekerabatan antara dua negeri atau lebih dalam kehidupan bersama masyarakat.

Beberapa jenis pela antara lain: Pela Keras (Pela Batu Karang), Pela Tampa Garam, dan Pela Lunak, Pela Tempat Sirih. Dalam hubungan pela ini kebanyakan terjadi ikrar bersama berdasarkan sesuatu perjanjian yang kemudian diperkuat dengan angkat sumpah, yang menempatkan perjanjian seperti Pela harus saling membantu saat susah maupun senang, Pela harus menepati janji yang pernah diucapkan, Pela tidak boleh kawin dengan Pela, khusus untuk Pela Tampa Sirih dalam ikatan ini terjadi balas jasa (bantuan sosial, ekonomi dll) Tempat sirih memegang peranan penting dalam usaha pendekatan antara satu negeri dengan negeri yang lain. Selain itu Pela Minum Darah disebut juga dengan Pela Perang. Dinamika Pela ini terjaga dan terpelihara sampai saat ini dalam kehidupan sosial masyarakat Maluku, khususnya masyarakat Maluku Tengah.

### ***Pentingnya Hidup Orang Basudara.***

Makna serta hakekat dari konsep hidup orang basudara yang ada pada orang Maluku secara umum merupakan suatu hakekat hidup yang mengikat serta mempersatukan dari aspek sosial, budaya serta politik. Keseharian hidup informan hanyalah mencari sesuap nasi dengan cara berjualan di pasar mardika yang merupakan pasar induk kota Ambon, dan merupakan pertemuan antara beberapa komunitas yang termasuk didalamnya masyarakat lokal yang mempunyai pekerjaan utama sebagai pedagang, baik sebagai pedagang sayur, pedagang ikan, para penjual klontongan dan kebutuhan sehari-hari maupun pedagang lainnya, yang menjual besi maupun peralatan rumah tangga dan sebagainya. Beberapa informan menjadi eksklusif

untuk kehidupan budaya yang satu ini, jauh dari kebersamaan kehidupan sosial antara sesama masyarakat yang multikultur serta beragam agamanya, pemenuhan kebutuhan ekonomi merupakan tujuan utama dengan mengabaikan kehidupan secara bersama dalam komunitas orang basudara.

*Hidop Orang Basudara* adalah karakter asli atau habitus asli orang Maluku. Ia menjadi sebuah jalan karakter untuk menjadi Orang Maluku yang beridentitas, berhati dan jiwa Orang Basudara. Karakter (habitus) asli *Hidop Orang Basudara* itu selalu terpatri sebagai sebuah tenaga budaya dalam kesadaran kolektif adati Orang Maluku dari generasi ke generasi. *Hidop Orang Basudara* sebagai sebuah jalan karakter, merupakan sebuah jalur primer untuk membentuk keutuhan hidup Orang Basudara dan karakter asli Orang Basudara yang; *hidop baku bae* (saling berdamaian), *hidop baku dame* (saling mengampuni dan saling memaafkan), dan *hidop baku saying* (saling menyayangi). Sebagai sebuah jalan karakter,

### **Kearifan dan marabat diri Orang Basudara.**

Pada dasarnya konsep hidup orang Basudara terpatri dalam kehidupan masyarakat dengan memaknainya sebagai “*ale rasa beta rasa*” suatu kekuatan dalam diri ale dan beta yang memiliki nilai yang sama tanpa rasa curiga, ada rasa senang bersama, rasa sepenanggungan bersama disaat sedih, dan rasa lainnya yang bergejolak dalam kehidupan orang basudara, sebagai satu kesatuan yang mempersatukan dalam rasa, tanpa ada perbedaan. Sifat saling peduli (*care*) membuat keakraban terjadi dalam diri dan menjadi milik kolektifitas kelompok dalam satu kesatuan yang sulit dipisahkan. Falsafah *Ale Rasa-Beta Rasa* menunjukkan sebuah inti pokok keberadaan manusia Maluku dengan solidaritas sosial yang sakral. *Ale Rasa - Beta Rasa* adalah salah satu vocal perdamaian yang asli (otentik) yang tercetus dari suara hati adat atau batin adat yang dalam, dan yang selalu mendamaikan mereka dalam suasana hidup yang penuh dendang sukacita, meskipun mereka berbeda latarbelakang pulau dan bahasa dan saling berjauhan (jauh di mata). Dalam adat Orang Basudara, *Ale Rasa - Beta Rasa* dilakoni sebagai sebuah irama hati dan kalbu kehidupan serta didendangkan sebagai sebuah melodi kehidupan adat dalam sebuah seni kehidupan adat

yang bermartabat luhur, agung, dan mulia. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Konsep Hidup Orang Basudara

Slogan lain yang sering dipakai oleh masyarakat Maluku dalam keseharian adalah bagaimana meresapi kehidupan bersama dalam konteks hidup Orang Basudara seperti terlihat dalam bagan diatas, “*Potong di kuku Rasa di Daging*” makna yang mendalam dari kalimat ini memberikan kenyamanan diri ketika hidup dalam kebersamaan yang membuat seseorang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat lainnya dan tergambar indah lewat tutur kata, sikap bahkan peran penting lainnya dalam pengambilan keputusan dan berbagai solidaritas lainnya yang membawa kepada kebahagiaan hati nurani tanpa menjadi pembeda antara satu dengan lainnya.

Sagu yang merupakan makanan khas daerah Maluku, terkesan hambar rasanya dan kasar namun memberikan rasa nikmat jika dinikmati dengan secangkir kopi atau the di sore hari, serta memberikan rasa kenyang bagi penikmat sagu didaerah seribu pulau ini, sagu mencirikan betapa orang Ambon memiliki karakter yang keras, namun dibalik kerasnya sagu tersisa rasa ramah serta toleransi yang memberikan kenyamanan bagi siapa saja yang menikmati persahabatan yang terjadi. Pola kehidupan ini terbawa dari jaman dulu hingga saat ini, sehingga slogan sagu salempeng di patah dua, memberi arti yang luas dengan tetap mengacu pada konsep hidup Orang Basudara yang memberikan kehidupan yang saling bahu menyamping, saling peduli dan saling memperhatikan antara satu dengan lainnya, sehingga akan sulit untuk dipisahkan dari kehidupan bersama antara Orang Basudara. Konsep *Hidup Orang Basudara* itulah yang membuktikan hakikat keaslian diri, keaslian hati, batin dan jiwa, serta keaslian hidup sebagai Orang Maluku. tetapi harus dibuktikan

sebagai pendukung hati dan jiwa serta tabiat atau karakter asli *Hidop Orang Basudara* di atas.

### **Perdamaian Berbasis Adat Orang Basudara**

Perdamaian dalam sebuah kehidupan adalah suatu proses yang sebenarnya sudah disetting dan dilakukan untuk mengatasi konflik, memelihara kondisi damai dan terus mengembangkannya menjadi aman dan damai serta berkelanjutan. Perdamaian sebenarnya tidak terjadi dengan sendirinya, namun perdamaian membutuhkan proses kerja yang dilakukan secara bersama untuk membangun kehidupan yang lebih baik dengan pihak yang dulunya bertikai atau tidak sepemahaman dalam keadaan konflik. Perdamaian Orang Basudara dikerjakan dengan hati dan nurani yang terimplementasi lewat perilaku yang setia, jujur tanpa rasa curiga. Berbeda dalam situasi di mana konflik belum sempat terjadi secara terbuka, maka di dalam kondisi masyarakat yang sudah terlanjur bertikai, usaha-usaha perdamaian akan memerlukan energi atau tenaga yang sangat besar. Dibutuhkan waktu dan tenaga, seringkali juga dana untuk mengupayakan proses-proses rekonsiliasi (menuju ke arah damai). Perdamaian Orang Basudara merupakan jalan satu-satunya dalam mendulang kejayaan masa depan bersama. Perdamaian berbasis adat Orang Basudara memberi sebuah semangat, vitalitas, dan harapan baru untuk mendulang kejayaan bersama anak negeri adat di dalam berbagai dimensi kehidupan.

Perdamaian Orang Basudara bisa dilakukan dengan cara melakukan ritual Panas Pela, Panas Gandong, solidaritas antar negeri serta berbagai kehidupan sakral yang dirasakan oleh Orang Basudara sebagai rasa yang kolektif dan membutuhkan pengakuan dari semua pihak untuk menjalani kehidupan yang lebih baik ke depan, perdamaian yang berkelanjutan (*sustainable peace*).

### **KESIMPULAN**

*Hidop Orang Basudara* adalah sebuah cara hidup yang mampu membuat *Orang Basudara* itu hidup dalam sebuah alam kehidupan yang damai, rukun, toleran, bahagia, dan sejahtera. Hidup yang penuh kasih sayang pada sesama orang Basudara, sopan

dan santun pada sesama *Orang Basudara*, menjunjung martabat sesama orang Basudara, menjaga ketenangan hati dan hidup sesama Orang Basudara, dan penuh keramahtamaan, kepada sesama *Orang Basudara*. Sebuah cara hidup yang tidak akan menyusahkan sesama *Orang Basudara*, baik secara langsung ataupun tidak langsung dan selalu berinisiatif memperbaiki (*bikin bae*) hubungan dengan sesama *Orang Basudara* bila terdapat kesalahan. *Hidop* memberi tempat khusus pada sebuah kualitas hidup yang lurus, jujur, ikhlas, dan setia terhadap sesama *Orang Basudara*. *Hidop Orang Basudara* adalah tabiat atau jalan karakter yang asli Orang Basudara yang harus dipertahankan, dilestarikan, dan dikembangkan secara berkelanjutan. Sebuah cara dan pola karakter hidup yang selalu mau mengampuni dan memberi maaf yang tulus kepada sesama *Orang Basudara*. *Hidop Orang Basudara* memberi sebuah tempat yang istimewa pada cara hidup saleh yang mampu membuat *Orang Basudara* menjadi damai dalam hidup. sehingga memberikan sukacita dalam aktivitas keseharian menuju perdamaian yang berkelanjutan dan memberikan rasa memiliki antara satu dengan lainnya dalam masyarakat yang variatif kehidupan sosialnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Faisal Sanapiah. 2008. Penelitian Kualitatif, dasar-dasar dan aplikasi, Malang. YA3
- Hopf, Christel. 2004. “*Qualitative Interviews: An Overview*”, *A Companion to Qualitative Research*. London: Sage Publications
- Harper, Douglas. 2004. “Photography as Social Science Data”, *A Companion to Qualitative Research*. London: Sage Publications
- Johan Galtung, 2019, *Studi Perdamaian, Perdamaian dan Konflik Pembangunan dan Peradaban*, diindonesiakan oleh Aswani dan Safruddin, Pustaka Eureka, Surabaya.
- Soumokil. Tontji. 2011. Reintegrasi Sosial Pasca Konflik Maluku. Salatiga Universitas Kristen Satya Wacana. Press.
- Watloly Aholiab dan Fransina Matakana 2013. Ale Rasa Beta Rasa Dalam Konsep Hidup Orang Basudara Di Maluku.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Balai Pelestarian  
Nilai Budaya Ambon.

Watloly Aholiab dkk (2016). Perdamaian Berbasis Adat Orang  
Basudara. Yogyakarta, PT Kanisius;

# PERAN KOMUNITAS PENGGERAK LITERASI DALAM MENJAGAPERDAMAIAAN MELALUI LITERASI DIGITAL DI PROVINSI MALUKU

## *THE ROLE OF THE LITERATURE MOVING COMMUNITY INMAINTAINING PEACE THROUGH DIGITAL LITERATURE INMALUKU PROVINCE*

Ode Dermansya<sup>1</sup>, Ronald Alfredo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pattimura Ambon

ode.dermansya@gmail.com<sup>1</sup>, ronald150877@gmail.com<sup>2</sup>

### **Abstrak**

*Perkembangan dunia digital menuntut banyak perubahan. Hal ini, memberikan kemudahan dalam proses komunikasi yang semakin lebih efisien, inovatif dan dinamis. Namun, perkembangan teknologi tidak dibarengi dengan tingkat literasi. Maka, perlu kesiapan untuk mengantisipasi dan mesti harus bergerak cepat dalam meningkatkan minat literasi dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunitas penggerak literasi dalam menjaga perdamaian di provinsi Maluku. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian diperoleh, komunitas penggerak literasi adalah gabungan dari beberapa kelompok komunitas literasi. “Kemah Komunitas Penggerak Literasi” merupakan kegiatan yang pertama kali dilaksanakan di provinsi Maluku. Program ini dipelopori oleh Kantor Bahasa Provinsi Maluku. Komunitas penggerak literasi adalah komunnitas yang dibentuk, dilatih dan dikembangkan dengan tujuan untuk percepatan sosialisasi dan pengembangan gerakan literasi serta*

*menjadi agen perdamaian melalui konten literasi digital di provinsi Maluku.*

**Kata Kunci:** *Literasi, Digital, Konten, Komunitas, Perdamaian.*

### **Abstract**

*The development of the digital world demands many changes. This provides convenience in the communication process that is increasingly more efficient, innovative and dynamic. However, technological developments are not accompanied by literacy levels. So, it is necessary to be prepared to anticipate and must move quickly in increasing literacy interest in the community. This study aims to determine the role of the literacy driving community in maintaining peace in Maluku province. This study used qualitative research methods. Data collection techniques using in-depth interviews and observation. The result of the research is that the literacy driving community is a combination of several literacy community groups. "Literacy Motivating Community Camp" is the first activity held in Maluku province. This program is spearheaded by the Maluku Provincial Language Office. The literacy drive community is a community that is formed, trained and developed with the aim of accelerating the socialization and development of the literacy movement and becoming an agent of peace through digital literacy content in Maluku province.*

**Keywords:** *Literacy, Digital, Content, Community, Peace.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia digital menuntut banyak perubahan. Hal ini, mempengaruhi perilaku serta pola pikir masyarakat yang semakin kompleks dan dinamis. Pengaksesan informasi mulai berpindah dari media konvensional beralih ke media digital. Era digital, memberikan kemudahan dalam proses komunikasi yang semakin lebih efisien, inovatif dan dinamis. Kini, kita bisa dengan mudah dalam menelusuri dunia maya hanya dengan bermodalkan kuota internet dan ponsel pintar/gawai (gadget).

Namun, perkembangan teknologi tidak dibarengi dengan tingkat minat literasi khususnya di provinsi Maluku. Riset UNESCO berjudul *The Social and Economic Impact of Literacy* yang dirilis pada 2010, mengatakan tingkat literasi rendah mengakibatkan kehilangan atau penurunan produktivitas, tingginya beban biaya kesehatan, kehilangan proses pendidikan, baik pada tingkat individu maupun pada tingkat sosial, dan terbatasnya hak advokasi akibat rendahnya partisipasi sosial dan politik. Menurut hasil kajian kegemaran membaca 2020 yang dilakukan Perpustakaan Nasional RI, provinsi Maluku memperoleh nilai Tingkat Kegemaran Membaca Masyarakat, yakni 52,90 atau peringkat 26 dari 34 provinsi di Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa minat literasi masyarakat sangatlah rendah. Tingkat literasi juga sangat berdampak terhadap maraknya penyampaian informasi yang tidak benar (Hoaks) yang dapat menimbulkan berbagai kejahatan maupun konflik antar anggota masyarakat, agama, budaya maupun kelompok-kelompok lain yang ada di Maluku. Sehingga muncul berbagai persoalan yang makin kompleks. Maka, perlu kesiapan untuk mengantisipasi dan mesti harus bergerak cepat dalam meningkatkan minat literasi dalam masyarakat.

Secara sederhana, literasi memang dipahami sebagai kemampuan dalam membaca dan menulis. Membaca dapat diartikan sebagai proses menerjemahkan lambang-lambang bahasa hingga diproses menjadi suatu pengertian, dan menulis berarti mengungkapkan pemikiran dengan mengukirkan lambang-lambang bahasa hingga membentuk suatu pengertian. Sehingga, literasi tidak bisa dilepaskan dari kemampuan berbahasa.

Literasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman seseorang dalam mengambil kesimpulan dari informasi yang diterima menjadi lebih baik. Membantu orang berpikir secara kritis, dengan tidak mudah terlalu cepat bereaksi. Membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat dengan cara membaca dan membantu menumbuhkan serta mengembangkan nilai budi pekerti yang baik dalam diri seseorang.

Memajukan literasi di Maluku bukan semata program kerja pemerintah. Hal ini akan terwujud melalui implementasi program-

program literasi yang berkesinambungan, dengan melibatkan semua pihak, baik pemerintah, perorangan, maupun organisasi. Dalam hal ini digital konten media massa yang menyelipkan nilai-nilai keharmonisan dalam keberagaman suku, budaya, agama, adat istiadat dan tradisi. Sehingga keharmonisan tetap terjaga dikalangan masyarakat di Maluku. Mengingat Maluku punya masa kelam dimasa lalu.

Pemuda dan mahasiswa sangat berpotensi disusupi paham radikalisme, terorisme dan hoaks. Hal inilah yang menyebabkan pemuda rawan untuk diprovokasi. Sehingga mudah menimbulkan konflik antar sesama pemuda antar lintas agama,suku, budaya yang ada di Maluku. Oleh karena itu, pemuda harus bisa memiliki pemahaman dalam menanggapi berbagai persoalan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Untuk itu, literasi sangatlah penting terus digaungkan di kalangan pemuda dan mahasiswa. Karna sepatutnya sebagai generasi penerus bangsa pemuda dituntut dapat membawa perubahan dan memiliki peran menjadi cerminan dari kemajuan suatu bangsa. Dapat memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar, masyarakat, bangsa dan negara.

Perlu adanya sebuah gerakan literasi demi menjaga perdamaian. Dalam hal ini kelompok-kelompok masyarakat atau pemuda selaku generasi penerus bangsa. Kelompok dipercaya bisa mengubah prilaku masyarakat sesuai dengan apa yang diciptakan kelompok tersebut terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini kelompok harus memiliki strategi dalam menjalankan tujuannya atau mengirimkan sebuah pesan agar mengubah prilaku masyarakat sesuai dengan keinginan kelompok. Ada beberapa kelompok yang memang fokus ke berbagai bidang seperti sosial, kemanusiaan, keagamaan, literasi dan lain sebagainya.

Salah satu fokus kelompok yang paling menarik perhatian peneliti adalah kelompok komunitas yang bergerak dalam bidang literasi. Komunitas merupakan sekelompok orang yang mempunyai rasa kepedulian antar individu yang dimana dalam komunitas tersebut akan terjadi relasi yang erat antar anggota. Sebuah komunitas bisa terbentuk karena adanya rasa ketertarikan yang sama dalam sebuah fenomena. Kekuatan dalam sebuah komunitas adalah adanya kepentingan yang sama guna memenuhi kehidupan sosialnya yang

di dasari oleh sosial ekonomi, latar belakang budaya dan ideologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Peran Komunitas Penggerak Literasi Dalam Menjaga Perdamaian Melalui Literasi Digital di Provinsi Maluku.” Komunitas penggerak literasi adalah gabungan dari beberapa kelompok komunitas literasi yang dibentuk, dilatih dan dikembangkan dengan tujuan untuk percepatan sosialisasi dan pengembangan gerakan literasi di provinsi Maluku.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Seperti yang diungkapkan Bugdan dan Taylor (dalam Sugiono 2010:8), bahwa tipe penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena tertentu dengan menggunakan uraian, penjelasan dan pengertian-pengertian melalui deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode konstruksi karena, dengan metode kualitatif dapat ditemukan data-data yang berserakan, selanjutnya dikonstruksikan dalam suatu tema yang lebih bermakna dan mudah dipahami (dalam Sugioyono 2013:6). Melalui pendekatan ini, diharapkan bisa memperoleh pemahaman dan eksplanasi yang mendalam tentang *Peran Komunitas Penggerak Literasi Dalam Menjaga Perdamaian Masyarakat Melalui Literasi Digital di Provinsi Maluku*. Dan diharapkan pula dapat memperoleh gambaran tentang peran, fungsi komunitas penggerak literasi dalam meningkatkan literasi serta menjaga perdamaian di Maluku.

Penelitian dilakukan di Banda Naira Kab. Maluku Tengah. Dalam Kegiatan Kemah Komunitas Penggerak Literasi yang diseleenggarakan oleh Kantor Bahasa Provinsi Maluku (KBPM). Pada tanggal 22-29 Maret 2022.

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung di ambil dari objek yang diteliti. Namun, melalui data dokumen dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku

dan catatan-catatan serta data-data yang diperoleh dari internet yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti oleh peneliti. Dalam rangka mengakses dan mencari data yang benar, relevan dan reliabel, penelitian ini akan menentukan informan kunci sebanyak 19 orang sesuai konteks penelitian. Hal ini bertujuan untuk memperoleh lebih banyak data yang didapat dari narasumber. Diantaranya, 13 orang perwakilan masing-masing komunitas yang berasal dari beberapa wilayah di provinsi Maluku, 3 orang panitia penyelenggara kegiatan kemah komunitas penggerak literasi serta 3 orang masyarakat pulau Banda.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam dilakukan menggunakan pedoman wawancara (*guide question*) yang sudah disiapkan sebelumnya. Sementara observasi dilakukan terhadap beberapa orang yang tergabung dalam beberapa komunitas literasi dalam pedoman observasi (*guide observation*).

Sebagaimana yang dijelaskan Hadi (dalam Sugiyono, 2008:137) bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab. Wawancara mendalam akan dilakukan terhadap informan kunci, yang akan didahului dengan koordinasi untuk meminta kesediaan waktu para informan kunci agar berkenan diwawancarai. Untuk mendukung kelancaran wawancara tersebut, peneliti akan dibekali dengan alat perekam dan alat tulis untuk menampung semua data yang diberikan. Penelitian ini menggunakan observasi berperan aktif, dimana peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan.

Selanjutnya, teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen gambar yang merupakan data sekunder. Peneliti akan menggunakan dokumen dari instansi tertentu yang berasal dari tempat penelitian serta berupa gambaran saat penulis melakukan wawancara langsung dengan informan. Setelah itu akan dilakukan pengujian keabsahan dan triangulasi data untuk membandingkan dan mengecek ulang data.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teori menurut Miles dan Huberman (2007: 16-18), yang menyebutkan bahwa proses analisis data akan dilakukan melalui tiga tahap yaitu sebagai berikut.

Pertama, reduksi sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Melalui reduksi data maka data yang diperoleh di lapangan akan disederhanakan dan akan diseleksi secara ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, kemudian menggolongkannya ke dalam pola yang luas dan sebagainya. Kedua, penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan terhadap data yang diambil dan mengambil tindakan. Berdasarkan penyajian data maka penulis dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh, menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasarkan pemahaman yang didapatkan. Ketiga, menarik kesimpulan/verifikasi data sebagai bagian dari suatu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali melintas dalam pikiran penganalisis selama ia menulis suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran antara teman sejawat atau untuk mengembangkan “kesepakatan intersubjektif”, atau upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data.

Makna yang didapat dari data harus dilihat kebenarannya dan kecocokannya sesuai dengan realita yang terjadi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik pemeriksaan data. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk diperlukan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu (Moleong, 2000:178)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memajukan dan meningkatkan literasi di Maluku bukan semata program kerja pemerintah. Hal ini akan terwujud melalui implementasi program-program literasi yang berkesinambungan, dengan melibatkan semua pihak, baik pemerintah, perorangan, maupun organisasi. Upaya ini sendiri telah menjadi salah satu agenda kerja Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dalam sebuah gerakan literasi massal yang bertajuk Gerakan Literasi Nasional (GLN).

Sejalan dengan misi tersebut, Kantor Bahasa Provinsi Maluku (KBPM) menggelar Kemah Komunitas Penggerak Literasi yang diadakan di Banda Neira, Maluku Tengah. Perhelatan yang telah berlangsung pada tanggal 22-29 Maret 2022, membawa misi memberikan bekal kecakapan literasi dasar kepada anggota komunitas serta mengajarkan kiat efektif dalam membina komunitas agar tetap bertahan di era globalisasi. Hal ini mencakup kemampuan literasi, seperti baca tulis, literasi budaya, dan yang paling utama adalah literasi digital. Serta menjadikan komunitas literasi sebagai agen perdamaian. Kegiatan ini juga ingin menjalin kedekatan dan sinergi antar komunitas, pegiat sastra, seniman, dalam menyukseskan budaya literasi di daerah yang ada di Maluku. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang pertama kali diselenggarakan di provinsi Maluku.

**Gambar 1. Pembukaan kegiatan kemah komunitas penggerak literasi**



Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

Kegiatan ini berlangsung selama enam hari dan melibatkan 112 peserta yang merupakan perwakilan dari 38 komunitas literasi yang tersebar di berbagai kecamatan dan kabupaten di Provinsi Maluku. Komunitas ini berasal dari beberapa wilayah, agama, suku dan budaya yang berbeda-beda.

Misalnya, Taman Baca Keta yang berasal dari Kabupaten Seram Bagian Timur, PKBM Kasih Alfonsina dari Maluku Tenggara, Taman Baca Jemaat Bebar Timur dari Maluku Barat Daya dan Tulip Indonesia

dan berbagai komunitas literasi di kota Ambon serta komunitas literasi yang berada di Banda Neira. Hal ini merupakan perwujudan dari rasa persatuan dan kerukunan antar masyarakat Maluku.

Kegiatan Kemah Komunitas Penggerak Literasi akan dilakukan dengan konsep berkemah di alam terbuka. Menikmati alam dan belajar bersama diharapkan dapat membuat peserta berbaur dan membuat kelas menjadi lebih menarik dan interaktif untuk mendapatkan ide-ide kreatif. Adapun teknis pembelajaran akan dilaksanakan dengan konsep berikut. Anggota komunitas terbagi menjadi tiga kelompok diantaranya, kelas menulis cerita fiksi sebagai bahan ajar literasi dengan mengangkat karakter dan budi pekerti, kelas pembuatan konten digital bertema budaya dan sejarah sebagai bahan ajar literasi serta kelas penulisan puisi bertema kearifan lokal Maluku dan keindahan bahari.

Kantor Bahasa Provinsi Maluku juga menyelenggarakan berbagai kegiatan yang bernapaskan literasi. Diantaranya kelas menulis puisi, cerita, dan esai yang digelar beberapa bulan sebelumnya. Pelatihan menulis untuk guru dan penggerak literasi pun telah digalakkan KBPM sejak beberapa tahun terakhir, dimana hasil dari pelatihan ini adalah penerbitan berbagai buku antologi puisi maupun cerita (cerpen dan cerita rakyat). Dan konten digital yang bertemakan literasi.

**Gambar 2. Foto bersama dengan kepala kantor bahasa provinsi Maluku dan narasumber**



Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

Hari pertama kegiatan dibuka oleh bapak Sahril, S.S., M.Pd, selaku kepala Kantor Bahasa Provinsi Maluku. Bertempat di Istana Mini yang merupakan bangunan peninggalan Belanda yang merupakan kantor sekaligus rumah dinas Gubernur Jenderal Belanda yang bertugas pada masa kolonial Belanda. Selanjutnya, dilanjutkan dengan materi “Penguatan Manajemen Komunitas Literasi” yang disampaikan oleh bapak Sahril, S.S., M.Pd. Selanjutnya diikuti dengan sesi singkat “Banda Neira Dalam Bingkai Sejarah dan Budaya” oleh Rektor STKIP Hatta Sjahrir, Dr. Farid Muhammad, M. Sos.

Seluruh peserta terbagi dalam lima kelompok, diantaranya kelompok Buru, Seram, Gorom, Moa, dan Tarangan yang berasal dari salah satu perwakilan masing-masing komunitas dengan Malesi atau pemdamping kelompok dari panitia. Hal ini bertujuan untuk membangun silaturahmi agar saling mengenal antar anggota komunitas literasi serta mampu berkolaborasi dan bekerjasama selama kegiatan kemah komunitas penggerak literasi maupun setelah kegiatan berlangsung.

Kegiatan Ini juga menghadirkan narasumber yang memiliki latar belakang keilmuan yang lebih dalam bidang sastra maupun literasi.

**Tabel 1. Data narasumber kemah komunitas penggerak literasi**

Nama	Asal Instansi
Sahril, S.S., M.Pd.	Kantor Bahasa Provinsi Maluku
Hafidz Muksin, S.Sos., M.Si.	Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa
Dewi Lestari	Praktisi Literasi Baca Tulis Indonesia
Mamat Alkatiri	Praktisi Literasi Digital
Rudi Fofid	Sastrawan
Said Magrib	Sastrawan
Wesly Johanes	Sastrawan
Theoesia Rumthe	Sastrawan

Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

**Tabel 2. Data peserta kemah komunitas penggerak literasi**

No	Nama Peserta	Nama Komunitas	Asal Komunitas	Nama Kelompok	Malesi
1.	Yosina Cindy Elath	Batu Karang	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
2.	Herdiansyah R. Rery	FPM Wandan	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
3.	Vendly Hursepuny	Kasih Ibu	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
4.	Astikawati Acen	K. Belajar Cerdas	Kab. Malteng	Buru	M. Meike
5.	Marco Pattianakota	Kintal	Kota Ambon	Buru	M. Meike
6.	Muhammad A. Kosso	Sapanggal Komplimer Pattimura	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
7.	Sion Selfanay	K. Kawan Berpikir	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
8.	Susanti Vebi Goncalves	K. M. Pendidikan	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
9.	Viensca Rositha Wakanno	K. Merah Saga	Kota Ambon	Buru	M. Meike
10.	Bety C. Rumkoda	KS Mata Bambu	Kab. Malteng	Buru	M. Meike
11.	M. Farik Soumena	Lum' nitu Hena Lima	Kab. Malteng	Buru	M. Mieke
12.	Nur Bahrain Bahta	Pojok Baca Binar	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
13.	Risman Serang	Pondok B. N. Shaleh	Kota Tual	Buru	M. Mieke
14.	Sarwan Hamid Kelilauw	Rumah B. Sejarah	Kab. SBT	Buru	M. Meike
15.	Paul Nahaklay	Rumah Baper	Kota Ambon	Buru	M. Meike
16.	Julfitri Soulisa	Rumah Kita Hila	Kab. Malteng	Buru	M. Mieke
17.	Ritha Crislin Nara	Sanggar Cakadidi	Kota Ambon	Buru	M. Mieke
18.	Aldin Ali	Sastra Banda Neira	Kab. Malteng	Buru	M. Mieke
19.	Welly Wamafwa	Sekolah Mimpi Aru	Kab. Kep. Aru	Buru	M. Meike
20.	Baqum Saimima Wakano	Spot Bacarita	Kota Ambon	Buru	M. Meike
21.	Alfonsina Letemulu	TB. Jemaat GPM BT.	Kab. MBD	Buru	M. Meike
22.	Ode Dermansya	Tulip Indonesia	Kota Ambon	Buru	M. Meike
23.	Adzan Suryadi Umar	FPM Wandan	Kota Ambon	Gorom	M. Ade

24.	Kurnia Rahman Djoyo	Gerakan L. Belajar	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
25.	Juliana Panikfat	Kasih Ibu	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
26.	Afri Sudin	K. Belajar Cerdas	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
27.	Herlin Vionita Romkeny	Kintal Sapanggal	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
28.	Bunga M. Maruapey	Komplimer Pattimura	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
29.	Jesen Ulhayanan	K. Kawan Berpikir	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
30.	Christy Stefanny Rupilu	K. Merah Saga	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
31.	Putri Umasugi	K. Pausela Mamala	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
32.	Adventus Imanuel	K. S. Mata Bambu	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
33.	Nurul Magfirah	Pojok Baca Binar	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
34.	Riando Titarsole	Rumah Baper	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
35.	Simon Petrus Sakliresi	R. Diskusi Indonesia	Kab. Kep. Tanimbar	Gorom	M. Ade
36.	Beatrix Rumahlatu	R. Dongeng Damai	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
37.	Meilany Pattiapon	Sanggar Cakadidi	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
38.	Naser Patty	Sasamata	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
39.	Merly Ulvia Assegaff	Sastra Banda Neira	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
40.	Maria Ngosiem	Sekolah Mimpi Aru	Kab. Kep. Aru	Gorom	M. Ade
41.	Afrilia Sanaky	Simpul Remaja	Kab. Malteng	Gorom	M. Ade
42.	Ragiel Faturahman	Spot Bacarita	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
43.	Daniel Andriyono Watloly	TB. Jemaat GPM BT.	Kab. MBD	Gorom	M. Ade
44.	Faris Rumain	Taman Baca Keta	Kab. SBT	Gorom	M. Ade
45.	Adi Sarluf	Tulip Indonesia	Kota Ambon	Gorom	M. Ade
46.	Abdul Majid Ismail	Banda Neira Harmoni	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
47.	Tamara Agustina Hurulean	Batu Karang	Kota Ambon	Moa	M. Kristina

48. Arya Arfana Lakembe	G. Literasi Belajar	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
49. Abraham Tahalea	Kasih Ibu	Kota Ambon	Moa	M. Kristina
50. Devila Safira	K. Belajar Cerdas	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
51. Akmal Thalib	K. Kreatif A. Banda	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
52. Daud Madidi	K. M. Pendidikan	Kota Ambon	Moa	M. Kristina
53. Prisqilia Maelissa	K. S. Mata Bambu	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
54. Harris Effendi	P. Airnanang	Kab. SBT	Moa	M. Kristina
55. Amon Fautngiljanan	PKBM Kasih A.	Kab. M. Tenggara	Moa	M. Kristina
56. Mira Wati Reniban	Pondok B. N. Shaleh	Kota Tual	Moa	M. Kristina
57. Abdul Wahid Rumagia	R. Bacarita Sejarah	Kab. SBT	Moa	M. Kristina
58. Petrus Patti	R. Diskusi Indonesia	Kab. Kep. Tanimbar	Moa	M. Kristina
59. Sugianto Waemese	Rumah Ilmu	Kab. Buru	Moa	M. Kristina
60. Nurul Huda Asri Khouw	Sastra Banda Neira	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
61. Gabriel Herman Opem	Sekolah Mimpi Aru	Kab. Kep. Aru	Moa	M. Kristina
62. Fardhan A. Nahumarury	T. Baca Haturussy	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
63. Frederika Kanetty	TB. Jemaat GPM TB.	Kab. MBD	Moa	M. Kristina
64. Ali Akbar Rumeon	Taman Baca Keta	Kab. SBT	Moa	M. Kristina
65. Jasmin Mahulauw	Walang B. H. Atetu	Kab. Malteng	Moa	M. Kristina
66. Yuniar Sakinah Waliulu	Wanita P. Indonesia	Kota Ambon	Moa	M. Kristina
67. Riyan Suatrat	Y. Pohon Sagoe M.	Kota Ambon	Moa	M. Kristina
68. Tichka Senjani Ramalan	Banda Neira Harmoni	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
69. M. Fiqram Baadilla	K. Kreatif A. Banda	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
70. Emawati Hanubin	Kintal Sapanggal	Kota Ambon	Seram	M. Evi
71. Idul Fitri Rumatiga	Komplimer Pattimura	Kota Ambon	Seram	M. Evi

72.	Johanes Tahya	K. Kawan Berpikir	Kota Ambon	Seram	M. Evi
73.	Endang Astri Ibrahim	K. Pausela Mamala	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
74.	Julham Hidayat	Lum'nitu	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
75.	Maasily Wirda Salong	Hena Lima Lum'nitu	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
76.	Berta Fautngiljanan	Hena Lima PKBM Kasih	Kab. M.	Seram	M. Evi
77.	Fikram Renyaan	A. Pondok B. N.	Tenggara Kota Tual	Seram	M. Evi
78.	Jordan Vegard Ahar	Saleh R. Dongeng	Kota Ambon	Seram	M. Evi
79.	Mustafa Kemal	Damai Rumah Kita	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
80.	Anjarang Muhamat Gasko	Hila R. Sastra	Kab. Kep.	Seram	M. Evi
81.	Hermanus S. Samangun	Arafura Sanggar	Aru Kota Ambon	Seram	M. Evi
82.	M. Pasra Pelupessy	Cakadidi Sasamata	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
83.	Nur F. Sopaheluwakan	Simpul Remaja	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
84.	Nurhaidat Samaun	T. Baca Hatutessy	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
85.	Jamalia Rumakamar	Taman Baca Keta	Kab. SBT	Seram	M. Evi
86.	Vivin Rumbouw	Tulip Indonesia	Kota Ambon	Seram	M. Evi
87.	Miftha K. Lumaela	Walang B. H.	Kab. Malteng	Seram	M. Evi
88.	Wa Mima	Atetu Wanita P.	Kota Ambon	Seram	M. Evi
89.	Sanro Jovan Latarissa	Indonesia Y. Pohon	Kota Ambon	Seram	M. Evi
90.	Zirham Achmad	Sagoe M. Banda Naira	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
91.	Mahatma Uneputty	Harmoni Batu Karang	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
92.	Wahyuni Rery	FPM Wandan	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
93.	Abdul Aziz Ahmad	G. Literasi Belajar	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
94.	Rahmad Larac	K. Kreatif A. Banda	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
95.	Sani Jery Nurubulu	K. Mangente P.	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian

96.	Abdul Rakib Soumena	K. Merah Saga	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
97.	Rifai Malawat	K. Pausela Mamala	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
98.	Ferminus Boy Heatubun	PKBM Kasih A.	Kab. M. Tenggara	Tarangan	M. Yulian
99.	Marlinda Hamuni	Pojok Baca Binar	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
100.	Fitria Zainal A. Refra	Pondok B. N. Saleh	Kota Tual	Tarangan	M. Yulian
101.	Theresia Tharob	R. Bacarita Sejarah	Kab. SBT	Tarangan	M. Yulian
102.	Christy I. Ruhulesin	R. Dongeng Damai	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
103.	Hazrel Fasi Idany Hatala	Rumah Kita Hila	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
104.	Margareta M. Songot	R. Sastra Arafura	Kab. Kep. Aru	Tarangan	M. Yulian
105.	Abdul Hamid Toisutta	Sasamata	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
106.	Sarni Wakano	Simpul Remaja	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
107.	Rosmin Aulia	Spot Bacarita	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
108.	Alfin M. Reniwurwarin	T. Baca Haturessy	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
109.	Nurul F. H. Nukuhaly	Walang B. H. Atetu	Kab. Malteng	Tarangan	M. Yulian
110.	Halila Lauselang	Wanita P. Indonesia	Kota ambon	Tarangan	M. Yulian
111.	Telyawar H. Amarduan	Y. Pohon Sagoe M.	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian
112.	Yermias Siwtiory	Rumah Baper	Kota Ambon	Tarangan	M. Yulian

---

Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

Hari kedua dilanjutkan dengan sesi “Pembuatan Konten Digital Sebagai Bahan Ajar Literasi Digital: Penggalan dan Pengembangan Ide dan Tema Konten Digital yang mengedepankan nilai sejarah dan tradisi budaya, agama di pulau Banda” yang dibawakan oleh influencer dan komika Indonesia, Mamat Alkatiri selaku narasumber. Tak lupa beliau berpesan untuk saling menjaga sikatrahmi antar umat beragama dan selalu menjaga dan menjadi agen pesan nilai-

nilai perdamaian dan persaudaraan di Maluku melalui konten yang kami unggah dan kami buat pada laman media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Kata beliau “*Katong Samua Basudara*”. Selain belajar teorinya peserta juga langsung diajak membuat konten digital menggunakan beberapa subjek menarik, antara lain: rumah-rumah pengasingan para pemuka bangsa yang pernah dibuang ke Banda Neira. Seperti, rumahpengasingan Bunga Hatta, Sjahrir, dan dr. Tjipto Mangunkusumo, serta Benteng Belgica. Peserta juga berkesempatan memperluas kemampuan menulis kreatif dalam kelas menulis puisi bersama narasumber Rudi Fofid dan Said Magrib. Sementara kelas menulis ceritabersama narasumber Weslly Johannes dan Theoresia Rumthe.

**Gambar 3. Kelas menulis cerita bersama narasumber Weslly Johannes dan Theoresia Rumthe.**



Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

Kegiatan lainnya yang tak kalah seru yaitu “Jelajah Wisata Budaya dan Sejarah” ke Desa Lonthoir di Banda Besar. Di desa yang nama lainnya *Andan Orsiaini* peserta diperkenalkan lebih dekat dengan sejarah lewat kunjungan ke Hutan *Kele*, sebutan bagi lokasi di ujung kampung yang ditumbuhi pohon pala. Adapun pohon-pohon pala tersebut ditanam orang Banda jauh sebelum Portugis dan Belanda masuk ke sana. Selain pohon pala, di Hutan *Kele* juga tumbuh pohon kenari yang telah berusia ratusan tahun. Kami juga berkunjung ke sebuah Perigi Tua yang ada di pulau Lonthor yang

merupakan sumber mata air warga sekitar yang memiliki cerita historis yang begitu kental akan adat istiadat serta menjadi symbol kerukunan antar warga yang ada di pulau itu.

**Gambar 4. Perigi Tua di desa Lonthor**



Sumber: Koleksi Pribadi Peneliti

Pada puncak perhelatan Kemah Komunitas Penggerak Literasi digelar Malam Pentas Sastra (27/3/22) dengan menampilkan pagelaran teater yang dilakoni oleh seluruh peserta kemah. Ide cerita dibuat oleh Ari Rumihin, S.Kom., dengan judul “Mata dan Hati Lewerani” yang bercerita tentang alur perjalanan masyarakat dan saksi geografis Andan/Wandan/Banda dari zaman pra kolonial hingga masa kini.

**Gambar 5. Malam pentas sastra**



Sumber: Kantor Bahasa Provinsi Maluku

Dideskripsikan dari sudut pandang gunung api Banda (Lewerani) yang tetap adasepanjang masa, menemani dan menjadi saksi kehidupan tiap generasi. Merepresentasikan kasih sayang seorang ibu, Lewerani bukan hanya menjaga gugusan kepulauan Banda, tetapi juga menghidupi masyarakat yang hidup di atasnya. Ibu yang bukan saja menyuburkan tanah (lewat mineral abu vulkanis), menaungi (melindungi dari angin dan ombak), mengilhami (keindahan), menghidupi (hasil pala), dan melestarikan (menjaga terumbu karang dan populasi ikan), tetapi juga ibu yang menegur dan mengingatkan anak-anaknya untuk selalu dekat dengan Tuhan dan melestarikan ciptaan-Nya (lewat letusan).

### **Gambar 6. Gunung api Lewerangi Banda**



Sumber: Koleksi Pribadi Peneliti

Kepulauan Banda sendiri adalah gugusan pulau yang terdiri atas Neira (ibukota kecamatan), Pulau Gunung Api, Pulau Banda Besar, Pulau Hatta (Rozengain), Pulau Ai, Pulau Run, Pulau Nailaka (terhubung dengan Run lewat gugusan atol), Pulau Sjahrir (Pulau Pisang), Pulau Manukang (Pulau Suanggi), dan Gugusan Karang Karaka.

Melalui kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kecakapan baca tulis, literasi digital, dan literasi budaya dalam anggota komunitas. Selain itu, anggota komunitas dapat berbagi pengalaman

serta menjalin sinergi antar komunitas dalam implementasi budaya literasi dalam ranah masyarakat yang lebih luas.

Capaian kelas literasi pada kegiatan ini adalah 10 cerita pendek sebagai bahan Literasi, 15 video konten digital bertemakan literasi digital dan perdamaian, 100 puisi karya peserta komunitas penggerak literasi dan 1 jurnal bertajuk “Gaung Literasi Dari Surga Pala” Karya Riyan Suatrat. Salah satu peserta kemah komunitas penggerak literasi.

Lewat pagelaran Kemah Komunitas Penggerak Literasi ini semoga akan melahirkan generasi literasi yang akan terus bertumbuh memenuhi Bumi Raja-Raja dengan karya sastra dan menciptakan kaum intelek yang mampu menjawab tantangan abad 21 dan menjadi agen perdamaian di Maluku. Lewerani kembali menjadi saksi bisu penghormatan, cinta, dan janji anak-anak Alifuru untuk memajukan literasi di Maluku dan Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Komunitas penggerak literasi adalah gabungan dari beberapa kelompok komunitas literasi yang dibentuk, dilatih dan dikembangkan dengan tujuan untuk percepatan sosialisasi dan pengembangan gerakan literasi di provinsi Maluku. Komunitas penggerak literasi memiliki potensi besar dalam peran pengembangan literasi digital dalam upaya menjaga perdamaian di provinsi Maluku. Melalui digital konten media massa yang dibuat dan dibagikan di media sosial masing-masing komunitas penggerak literasi.

“Kemah Komunitas Penggerak Literasi” merupakan kegiatan yang pertama kali dilaksanakan di provinsi Maluku. Program ini dipelopori oleh kantor bahasa provinsi Maluku. Program ini dilaksanakan sebagai ajang silaturahmi dan salah satu harapan komunitas literasi di Maluku. Adanya materi dan pelatihan literasi digital sangat membantu komunitas literasi dalam proses membangun komunitas kedepannya. Mengingat makin majunya era digital sekarang. Harapannya, semoga program seperti ini terus dilaksanakan. Sehingga beragam komunitas penggerak literasi dapat di organisir dengan baik oleh kantor bahasa provinsi Maluku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kantor Bahasa Provinsi Maluku. *Buku Panduan Kemah Komunitas Penggerak Literasi. Data Peserta Kemah Komunitas Penggerak Literasi. Press Release Kemah Komunitas Penggerak Literasi.*
- Liputan6.com *Tingkat kegemaran membaca masyarakat maluku*<https://www.liputan6.com/regional/read/4543926/tingkat-kegemaran-membacamasyarakat-maluku-peringkat-26-dari-34-provinsidi>
- Miles, M dan A. Micheal Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru Cetakan 1. Jakarta: UI-Press.*
- Nazir, Moh, Ph.D.2017. *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia
- Pariela, Tonny D. 2008. *DAMAI DI TENGAH KONFLIK MALUKU Preseved Social Capital sebagai Basis Survival Strategy.* Salatiga: Program Pascasarjana Studi Pembangunan Universitas Kristen Satya Wacana
- Riyan Suatrat. *Gaung Literasi Dari Surga Pala Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial. Apajakezine (2022).*
- Sugiyono. 2010: *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND.* Bandung. Alfabeta  
Sugiyono. 2013: *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung. Alfabeta

ISBN 978-623-90704-8-9

