



e-Journal

KINESIK

Volume 7, Number 1, 2020

eISSN 2302 - 2035

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Tadulako



KINESIK
eISSN 2302-2035

EDITORIAL TEAM

Person In Charge (PIC)

Prof. Dr. Muhammad Khairil, Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University, Indonesia

Editor

Prof. Mohammad Rizal Razman, Research Centre for Sustainability Science and Governance (SGK), University Kebangsaan Malaysia

Dr. Arianto, Department of Communication, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University, Indonesia

Dr. Syaiful Rohim, Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Dr. Sukmawati Saleh, ISBI, Bandung, Indonesia

Andi Febri Herawati, Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University, Indonesia

Rizqy Alfiaty, Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University, Indonesia

Gemilang Bayu Ragil Saputra, Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University, Indonesia

DAFTAR ISI

STUDI EFEK RAMALAN ZODIAK TERHADAP POLA PIKIR SISWI SMP NEGERI 6 BOLANO LAMBUNU

Bayu Pramana Putra 1

STUDI DESKRIPTIF KEBIJAKAN REDAKSIONAL HARIAN UMUM RADAR SULTENG DALAM PEMBERITAAN PERISTIWA BENCANA 28 SEPTEMBER

Citra Antasari 7

HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK MOTTO PESAN MELALUI POSTER DAN PELAKSANAAN POLA PRIMA DI BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk. CABANG PALU

Dwi Rohma Wulandari..... 14

FAKTOR BUDAYA DALAM PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN DI KABUPATEN BANTAENG

Hasbullah.....20

PEMANFAATAN e-WOM DALAM KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ES KRIM AICE

Irawati Sri Wulandari30

SELF DISCLOSURE WARIA TERHADAP TEMAN WANITA (studi kasus di pasar Masomba Palu)

Kudratullah.....37

STUDI DESKRIPTIF AKTUALISASI DIRI FOTOGRAFER PROFESIONAL KOTA PALU

Moh. Khoirul Umam Irman49

***SELF CONCEPT* PADA ANGGOTA GERAKAN PRAMUKA SMA NEGERI 1 SOJOL**

Siti Rahma63

PENGARUH PEMBERITAAN BENCANA 28 SEPTEMBER 2018 DI KOMPAS TV TERHADAP TINGKAT KECEMASAN KERABAT KORBAN DI KOTA MAKASSAR

Sukmawati Anwar, Mahpuddin.....73

KINERJA KOMISI PEMILIHAN UMUM DAERAH KOTA PALU DALAM PENYELENGGARAAN PEMILIHAN PRESIDEN DAN LEGISLATIF TAHUN 2019

Sulfitri Husain, Moh. Tabran Hi. Ambotuo, Nurhayati Hamid82

STUDI EFEK RAMALAN ZODIAK TERHADAP POLA PIKIR SISWI SMP NEGERI 6 BOLANO LAMBUNU

Bayu Pramana Putra^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.

*Email: pramanabayu62@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif dengan dasar metode survey yang dilakukan di SMP Negeri 6 Bolano Lambunu. Variabel yang diteliti adalah variabel tunggal yaitu Pola Pikir Siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *Accidental Sampling* yang berjumlah 63 orang responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan skala pengukuran likert. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yaitu lebih kecil dari 0,05 dan dengan nilai R square sebesar 0,154 atau 15,4 %. Berdasarkan hal tersebut maka Ha diterima yaitu ada pengaruh membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Kata Kunci: Ramalan; Zodiak; Pola Pikir

Submisi: 30 Januari 2020

Pendahuluan

Komunikasi merupakan hal mendasar yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia (Nurudin, 2007). Manusia saling berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya setiap harinya. Hal tersebut muncul dan berkembang seiring dengan besarnya manfaat komunikasi yang didapatkan manusia (Effendy, 2013). Manfaat tersebut berupa dukungan identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita, baik itu lingkungan rumah, sekolah, kampus maupun lingkungan kerja (Mulyana, 2007: 4).

Perkembangan pemikiran manusia seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan komunikasi, namun ditengah perkembangan yang sedemikian sampai saat ini masih ada manusia yang percaya dengan hal-hal yang sifatnya tidak ilmiah, misalnya percaya kepada ramalan. Ramalan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata ramal yang artinya sesuatu

yang digunakan untuk melihat masa depan. Sementara kata ramalan berarti hasil dari kegiatan meramal, istilah ramalan sendiri telah lama dikenal oleh manusia meskipun tidak ada yang tahu pasti kapan dan dimana ramalan pertama kali muncul. Ramalan sendiri memiliki berbagai macam jenis dan salah satunya adalah ramalan zodiak atau ramalan bintang. Ramalan zodiak merupakan ramalan yang mengaitkan kejadian dalam hidup seseorang dengan letak dan posisi benda langit. Ramalan ini diduga muncul sejak 2000 atau 3000 tahun SM, bangsa kuno melihat matahari bergerak teratur di antara bintang. Untuk memudahkan pengamatan, mereka membagi lingkaran peredaran matahari di langit menjadi 12 bagian. Kedua belas bagian yang terdiri atas bintang-bintang itu di beri nama sesuai dengan bentuk kelompok bintang yang terlihat di langit. Kalau kebetulan bentuknya seperti kalajengking, di beri nama scorpius, bila mirip singa di beri nama Leo, dan seterusnya.

Seiring dengan kemajuan pesat teknologi komunikasi maka saat ini setiap orang dapat mengakses konten tertentu yang mereka inginkan kapanpun dan dimanapun (Rivers dkk, 2008), tanpa terkecuali keinginan untuk membaca *update* ramalan zodiak. Saat ini kemunculan ramalan zodiak atau ramalan bintang dapat kita jumpai di berbagai jenis media tidak hanya media cetak namun juga pada media online, khususnya media sosial. Dalam beberapa media sosial yang sedang populer dikalangan remaja saat ini seperti Instagram, bahkan terdapat akun khusus yang kontennya hanya berisikan hal-hal yang berhubungan dengan ramalan zodiak. Yang menarik dari ramalan ini dalam beberapa kasus yang pernah terjadi seperti dirangkum dari berbagai situs berita online terpercaya yaitu ramalan dapat mempengaruhi pola pikir pembacanya. Sebuah kasus yang dilansir dari CNN Indonesia pada tanggal 10 Januari 2016 “Berkonsultasi dengan peramal ataupun rutin membaca ramalan lewat zodiak atau shio memang bisa menumbuhkan harapan. Namun banyak juga yang tertular sisi negatifnya. Ambil contoh kasus Samantha Brick. Wanita asal Inggris tersebut tidak bisa hidup tanpa bantuan ‘magis’. Saking percayanya pada ramalan, Samantha tidak akan keluar rumah sebelum membaca peruntungan harian zodiaknya.” (www.cnnindonesia.com). Setelah membaca kutipan tersebut membuat saya bertanya-tanya apakah ada hubungan antara membaca ramalan zodiak dengan pola pikir seseorang, dengan kata lain apakah ramalan zodiak mempengaruhi pikiran pembacanya.

Di SMP Negeri 6 Bolano Lambunu Kabupaten Parigi Moutong sendiri terdapat banyak siswi yang gemar membaca ramalan zodiak dari berbagai situs online maupun beberapa akun media sosial yang memuat konten ramalan zodiak, terutama pada akun Zodiak Harian yang berada di media sosial Facebook. Fakta tersebut penulis temukan saat sedang liburan dikampung halaman. Salah satu siswi disana yang bernama Adinda Larasati pada waktu itu sempat saya

dapati sedang membaca ramalan dari akun Zodiak Harian dengan beberapa orang temannya, mereka mulai menghubungkan ramalan tersebut dengan kehidupan pribadi mereka. Seperti contoh pada waktu itu mereka akan menghadapi ulangan harian dan salah satu ramalan mengatakan “kamu akan beruntung minggu ini, segala urusanmu akan lancar dan berhasil”. Setelah membaca hal itu mereka terlihat merasa tenang dan percaya diri dalam menghadapi ulangan harian tersebut. Pada suatu waktu juga pernah saat Adinda Larasati mengalami kecelakaan motor, saat pulang kerumah dan membaca ramalan zodiaknya mengatakan “minggu ini kamu kurang beruntung, berhati-hatilah dalam perjalanan”. Setelah membaca hal itu ia kemudian menghubungkan dengan kejadian sebelumnya saat terjadi kecelakaan motor. Adinda Larasati yakin jika hal itu terjadi karena peruntungannya sedang tidak bagus seperti yang dikatakan oleh ramalan zodiak tersebut.

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Resepsi Pembaca Ramalan Zodiak Di Ask Fm Lightgivers” yang disusun oleh Teofani Dela Rosa dari Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro pada tahun 2016 yang lalu telah dibahas mengenai interpretasi pembaca ramalan tersebut terhadap diri mereka masing-masing dan hasilnya adalah narasumber merasa isi dalam ramalan zodiak sangat sesuai dengan kepribadian tiap narasumber sesuai dengan zodiak yang mereka miliki. Namun dalam penelitian yang penulis susun kali ini memiliki perbedaan tujuan penelitian. Jika dalam penelitian sebelumnya tujuannya adalah untuk memahami keragaman resepsi pembaca ramalan zodiak, maka kali ini penulis bertujuan untuk membuktikan apakah membaca ramalan zodiak berpengaruh terhadap pola pikir Siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu Kabupaten Parigi Moutong. Pada penelitian sebelumnya Teofani Dela Rosa menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif sementara kali ini penulis menggunakan tipe penelitian

kuantitatif eksplanatif. Teofani Dela Rosa lebih menggali mengenai redaksi dalam ramalan zodiak dan keterkaitannya dengan pemilik zodiak tersebut apakah mereka percaya dan meyakini ramalan bintang tersebut adalah milik mereka, sementara kali ini penulis lebih menitik beratkan pada pengaruh membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu Kabupaten Parigi Moutong.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dikemukakan rumusan masalah apakah ada pengaruh membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu. Adapun, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh membaca ramalan zodiak terhadap perubahan pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Ramalan Zodiak

Menurut T. Wangsa (2009:85) zodiak berasal dari bahasa Yunani *Zodiacos Cyclos* yang artinya “lingkaran hewan”. Zodiak juga sering disebut astrologi, yakni sistem pengetahuan yang menerjemahkan kenyataan dan keberadaan manusia berdasarkan posisi dan gerak gerik relatif berbagai benda langit. Terutama matahari, bulan, planet, dan lunar code, seperti dilihat dari waktu dan tempat lahir atau peristiwa lain.

Petir Abimanyu (2013:183-189) menjelaskan bahwa ramalan bintang atau zodiak sendiri terbagi atas duabelas jenis yang dikategorikan berdasarkan tata letak bintang dilangit pada waktu kelahiran orang tersebut dan juga menjabarkan kriteria masing-masing zodiak. Kriteria kepribadian orang-orang dalam dua belas ramalan zodiak tersebut berdasarkan sumber yang digunakan oleh penulis, sehingga kriteria dapat berbeda – beda tergantung dari redaksi penulisnya namun karakternya tetap mendekati satu sama lain.

Pola Pikir

Pola Pikir atau *mindset* adalah sekumpulan kepercayaan (*belief*) atau cara berpikir yang mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang, yang akhirnya akan menentukan level keberhasilan hidupnya. (Adi W. Gunawan dalam Yoga, 2008).

Adi meyakini bahwa *belief* menentukan cara berpikir, berkomunikasi dan bertindak seseorang. Dengan demikian jika ingin mengubah *pola pikir*, yang harus diubah adalah *belief* atau kumpulan *belief*. S. Dweck (2007:21), mengatakan bahwa “Pandangan yang orang adopsi untuk dirinya sangat mempengaruhi cara orang tersebut mengarahkan kehidupan”. Artinya kepercayaan atau keyakinan seseorang memiliki kekuatan yang dapat mengubah pikiran, kesadaran, perasaan, sikap, dan lain-lain, yang pada akhirnya membentuk kehidupannya saat ini. Masih dalam buku yang sama ia juga mengatakan bahwa pada dasarnya ada dua jenis pola pikir manusia, yaitu pola pikir tetap dan pola pikir berkembang.

Dalam pola pikir tetap (*fixed mindset*), orang percaya akan kualitas dasar mereka seperti kecerdasan atau bakat. Mereka menghabiskan waktu mendokumentasikan kecerdasan dan bakat mereka, bukan hal-hal yang dapat membuat mereka berkembang (Gould, 2006). Mereka juga percaya bahwa hanya dengan bakat seseorang bisa menciptakan kesuksesan tanpa usaha. Orang yang memiliki pola pikir tetap ingin terlihat sempurna dan cerdas maka mereka akan cenderung menghindari tantangan, mudah menyerah ketika menghadapi suatu permasalahan, melakukan sesuatu berdasarkan keuntungan dan kerugian, tidak menerima kritik dan saran, dan merasa tertekan dengan kesuksesan yang diraih oleh orang lain.

Dalam pola pikir berkembang (*growth mindset*), orang percaya bahwa kemampuan mereka yang paling dasar dapat dikembangkan melalui dedikasi dan kerja keras. Sementara otak dan bakat hanya titik awal. Pandangan ini menciptakan cinta

belajar dan ketahanan yang sangat penting bagi prestasi besar. Orang yang memiliki pola pikir berkembang akan cenderung menyukai tantangan, menghadapi setiap permasalahan yang datang kepadanya, melihat suatu usaha sebagai perjalanan untuk meraih sesuatu, belajar dari kritik dan saran serta belajar dari hal tersebut, mendapatkan inspirasi dan pelajaran dari kesuksesan orang lain.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tipe penelitian kuantitatif eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan tipe penelitian yang menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya (Bungin, 2001:38). Penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis serta digunakan statistik inferensial untuk menguji hipotesis. Adapun yang dimaksud dengan penelitian yang bersifat kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2006:57). Dalam penelitian ini akan menjelaskan bagaimana ramalan zodiak mempengaruhi pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Dasar dari penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian di lapangan (Ruslan, 2003:22). Dalam penelitian ini metode survei akan dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan penelitian kepada siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu yang membaca ramalan zodiak.

Variabel adalah bagian empiris dari konsep atau konstruk yang berfungsi sebagai penghubung antara dunia teoritis dan dunia empiris (Kriyantono, 2006:20). Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas pengaruh (*independent*) dan variabel tak bebas (*dependent*). Variabel bebas atau pengaruh

adalah variabel yang diduga sebagai penyebab/pendahulu dari variabel lain, sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi variabel bebas.

Adapun variabel pengaruhnya yaitu membaca ramalan zodiak, sedangkan variabel tergantungnya adalah pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Adapun metode atau teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Dalam penelitian ini Kuisisioner akan dibagikan kepada siswi sebagai responden di SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan yaitu pernyataan positif dan negatif (Siregar, 2013: 25).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi atau biasa disingkat sebagai anareg adalah metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Anareg juga bisa digunakan untuk memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas. Gujarati (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel tergantung.

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 63 orang sesuai dengan ukuran sampel yang digunakan. Responden penelitian digambarkan dengan menyajikan karakteristiknya berdasarkan variabel demografi yaitu usia dan kelas.

Berdasarkan klasifikasi kelas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh siswi kelas VIII sebanyak 28 Orang atau sebesar 44,0 persen, siswa kelas XI sebanyak 22 orang atau sebesar 35,0 persen dan siswi kelas VII sebanyak 13 atau sebesar 21,0 persen` Berdasarkan klasifikasi usia, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden berusia 12-13 tahun yaitu sebesar 63,5 persen dengan responden sejumlah 40 orang, dan responden berusia 14-15 tahun yaitu sebesar 36,5 persen dengan responden sejumlah 23 orang.

Metode Analisis

Pemecahan masalah dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan metode analisis kuantitatif yaitu pengujian hipotesis dengan menggunakan angka-angka statistik melalui penggunaan alat analisis statistik Regresi Linear. Metode ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai Pengaruh Membaca Ramalan Zodiak dan Terhadap Pola Pikir Siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Model umum bentuk persamaan alat analisis statistic parametric Regresi Linear dapat digambarkan sebagai berikut menurut Sugiyono (2013:277).

$$Y' = a + bX$$

Dimana :

Y' : Variabel dependen

X : Variable independen

a : Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b : Koefisien regresi

Selanjutnya formulasi diatas jika dimasukan kedalam variabel penelitian maka dapat diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

Y' : Pola Pikir

X : Membaca Ramalan Zodiak

a : Konstanta

Dari persamaan tersebut, dapat dijabarkan bahwa nilai Y adalah sebesar 3,043 jika X=0, X memiliki pengaruh positif sebesar 0,307 terhadap Y. Hal ini menunjukkan nilai variabel pola pikir (Y) sebesar 3,043 sebelum membaca ramalan zodiak. Setelah membaca ramalan zodiak, variabel akan mengalami peningkatan sebesar 0,307.

Dari hasil uji pada tabel di atas, maka terlihat bahwa hipotesis membaca Ramalan Zodiak berpengaruh terhadap Pola Pikir siswi di SMP Negeri 6 Bolano Lambunu dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka H_a dinyatakan "diterima".

Dari hasil Uji pengaruh terlihat bahwa nilai Sig. t sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka dapat diartikan *Hipotesis (H_a) diterima* dimana Variabel membaca Ramalan Zodiak secara parsial berpengaruh terhadap Pola Pikir. Dari hasil di atas, terlihat bahwa untuk Variabel X yaitu Membaca Ramalan Zodiak memiliki Pengaruh Positif terhadap Pola Pikir Siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu sebesar 0,307 yang berarti Ramalan Zodiak berpengaruh searah dengan perubahan pola pikir. Artinya siswi yang membaca Ramalan Zodiak dapat mengalami perubahan pola pikir.

Dari jawaban pernyataan tentang membaca ramalan zodiak kita ketahui sebagian besar responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka sering membaca ramalan zodiak, dan mereka juga setuju terhadap pernyataan yang menyatakan

bahwa mereka mempercayai ramalan zodiak. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden terpengaruh setelah sering membaca ramalan zodiak sehingga percaya terhadap ramalan tersebut.

Dari hasil uji pada tabel di atas juga terlihat bahwa hipotesis Ramalan Zodiak berpengaruh terhadap Pola Pikir siswi di SMP Negeri 6 Bolano Lambunu dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 Dengan nilai R square sebesar 0,154 atau 15,4 % (Sangat Lemah). Artinya membaca Ramalan Zodiak memberikan pengaruh terhadap perubahan pola pikir siswi di SMP Negeri 6 Balano Lambunu.

Berdasarkan jawaban pada pernyataan tentang pola pikir sebagian besar responden setuju dengan pernyataan yang merupakan karakteristik dari seseorang yang memiliki pola pikir berkembang, seperti senang terhadap tantangan, merasa perlu berusaha lebih keras ketika menghadapi situasi yang sulit, selalu mengambil pelajaran dari hal-hal yang dilakukan, menerima perbedaan pendapat, dan terinspirasi oleh prestasi orang lain. Hal-hal tersebut merupakan kriteria dari orang yang memiliki pola pikir berkembang.

Kesimpulan

Berdasarkan judul penelitian yang berkaitan dengan "Pengaruh Membaca Ramalan Zodiak Terhadap Pola Pikir Siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu". Maka ditemukan hasil penelitian bahwa Hasil uji memperlihatkan adanya pengaruh antara membaca ramalan zodiak terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu, sebagian besar siswi menyatakan setuju terhadap pernyataan yang memuat karakteristik orang dengan pola pikir berkembang, dapat di asumsikan bahwa pada awalnya mereka memiliki pola pikir tetap yang kemudian berubah setelah membaca ramalan zodiak menjadi pola pikir berkembang.

Dari hasil uji pengaruh juga didapatkan nilai sebesar 0,001 dimana nilai

tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5% dengan nilai R square sebesar 15,4% maka dapat disimpulkan bahwa H_a (Hipotesis Alternatif) dapat diterima dimana variabel membaca ramalan zodiak berpengaruh terhadap pola pikir siswi SMP Negeri 6 Bolano Lambunu.

Daftar Pustaka

- Abimanyu, Petir. 2013. *Rahasia Tanggal Lahir, Inisial Nama, dan Astrologi*. Jogjakarta: Flashbook.
- Bungin, Burhan. 2001. *Erotika Media Massa*. Surakarta : Muhammadiyah Surakarta.
- Dweck, Carol S.. 2007. *Change Your Mindset (Change your life)*. Jakarta : Serambi Ilmu Semesta
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi : *Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Gould, Bill. 2006, *Transformational Thinking (Champions of Change)*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Rivers, dkk. 2008. *Media dan Masyarakat Modern* (Edisi 2). Jakarta: Prenada Media Group.
- Wangsa, T.. 2009 : *Ramalan Berdasarkan Kelahiran dan Golongan Dara*. Jogjakarta : Ar- Ruzz Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

STUDI DESKRIPTIF KEBIJAKAN REDAKSIONAL HARIAN UMUM RADAR SULTENG DALAM PEMBERITAAN PERISTIWA BENCANA 28 SEPTEMBER

Citra Antasari^{1*}

*¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.*

*Email : Citra.antasari@gmail.com

ABSTRAK

Kebijakan redaksional adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari ruang pemberitaan. Redaksi adalah garis start bagi para awak media dalam memulai tugas dan perannya dalam melakukan kerja-kerja jurnalistik, dan kebijakan menjadi acuan dasarnya. Kebijakan redaksional berfungsi mengendalikan bagaimana sebuah surat kabar akan tampak di hadapan pembaca esok harinya. Dalam berbagai situasi, kebijakan redaksional diharapkan tetap memegang kendali, termasuk dalam situasi pasca bencana. Harian Umum Radar Sulteng merupakan salah satu surat kabar lokal di Sulawesi Tengah yang telah berdiri hampir dua dekade, yang ikut menjadi saksi dari bagaimana bencana gempa tsunami dan liquifaksi melanda Kota Palu September 2018 silam. Sejumlah kebijakan redaksional baru dikeluarkan dengan mempertimbangkan kondisi yang ada saat itu. Penelitian ini mencoba mengetahui bagaimana kebijakan redaksional Harian Umum Radar Sulteng diambil pasca bencana berlangsung, dan seperti apa pertimbangan yang menyertainya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Diperoleh bahwa keseluruhan kebijakan yang diambil pasca bencana sehubungan dengan pemberitaan dilandaskan atas asas kemanusiaan dan sebagai bentuk tanggung jawab sosial media sebagai ideologi yang diyakini dalam kondisi tersebut.

Kata Kunci: Kebijakan Redaksional; Bencana; Radar Sulteng

Submisi: 21 Maret 2020

Pendahuluan

Peristiwa gempa tsunami dan liquifaksi yang terjadi di Kota Palu dan sekitarnya 28 September 2018 lalu menjadi salah satu peristiwa yang menjadi pusat perhatian dunia saat itu. Memakan korban jiwa dan kerugian materil yang besar, kejadian bencana alam tersebut juga membawa pengalaman traumatik bagi masyarakat Kota Palu.

Dari sisi pemberitaan, peristiwa tersebut memiliki nilai berita yang tinggi karena menyangkut bencana yang menimbulkan kerugian jiwa manusia dan lingkungannya. Media kala itu, berlomba-lomba menghadirkan berita-berita paling baru, paling cepat, paling lengkap, dan isu paling dicari terkait bencana yang melanda.

Sejumlah media baik dalam maupun luar negeri bersegera hadir langsung dalam masa tanggap darurat dan berupaya semaksimal mungkin menghadirkan informasi bagi masyarakat luas. Maklum saja, beberapa hari pasca bencana akses listrik dan komunikasi sempat terputus dan hal itu ikut memengaruhi kelancaran informasi yang dapat diterima oleh masyarakat di luar daerah terdampak bencana. Efektifitas media lokal ikut terpengaruh.

Harian umum Radar Sulteng menjadi satu-satunya surat kabar lokal yang paling cepat beroperasi yakni di hari kesepuluh pasca bencana. Hal itu menurut Murtalib, Pemimpin Redaksi (pemred) Radar Sulteng, Pertimbangan tersebut

diambil dengan alasan kemanusiaan. Operasional pasca bencana katanya, tidaklah mudah. Sumberdaya baik manusia maupun peralatan semuanya bekerja dengan keterbatasan. Tidak hanya itu, pasca terbit Radar Sulteng menyapa pembacanya dengan cara yang agak berbeda dengan biasanya. Selama kurang lebih dua pekan, seluruh surat kabar yang tercetak dibagikan secara gratis termasuk ke tempat-tempat pengungsian sementara yang tersebar di beberapa titik di Kota Palu. Hal itu, masih menurut Pemred Radar Sulteng, sebagai bentuk tanggungjawab kepada masyarakat dalam memberikan pemberitaan yang benar dan akurat di tengah masa tanggap darurat.

Pemberitaan dalam situasi bencana tentu akan berbeda dengan pemberitaan di situasi normal. Mulai dari bagaimana isu diolah, mana yang terpilih untuk diterbitkan dan mana isu atau berita yang tidak harus diterbitkan. Alasan dan pertimbangan atas layak terbit dan tidaknya sebuah berita semuanya ditentukan berdasarkan kebijakan redaksional redaksi surat kabar. Menurut Dewanto (2010:32) bahwa karya jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksional yang ada di newsroom, termasuk penghayatan nilai-nilai jurnanisme yang dianut oleh redaktur dan jurnalis di lapangan. Menentukan apakah suatu peristiwa memiliki nilai berita atau tidak, sesungguhnya hal tersebut merupakan langkah awal dalam proses kerja redaksional.

Banyaknya isu yang berkembang di media sosial dalam masa tanggap darurat saat itu, termasuk isu akan adanya gempa dan tsunami susulan cukup meresahkan masyarakat. Hal tersebut juga ikut menjadi dasar pertimbangan redaksi radar Sulteng dalam mengambil kebijakan penentuan pemberitaan yang bertujuan untuk memberi kepastian informasi yang dapat menenangkan dan membangkitkan semangat pemulihan bagi masyarakat Kota Palu dan sekitarnya. Penelitian ini ingin menganalisis bagaimana pengambilan kebijakan redaksional Harian Umum Radar Sulteng diambil khususnya dalam pemberitaan bencana 28 September 2018 di

Kota Palu, serta apa-apa saja faktor yang memengaruhi kebijakan tersebut.

Kebijakan Redaksional

Henz Eulau dan Kenneth Previt (Dewanto, 2010:31), merumuskan kebijakan sebagai keputusan yang tetap, ditandai oleh kelakuan yang berkesinambungan dan berulang-ulang pada mereka yang membuat kebijakan dan yang melaksanakannya. Sekumpulan penulis, penyunting atau pengisi halaman surat kabar, majalah, atau buku. Dewan yang memilih dan menetapkan dimuat atau tidaknya suatu berita atau tulisan dalam suatu media massa.

Karya jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksional yang ada di newsroom, termasuk penghayatan nilai-nilai jurnanisme yang dianut oleh redaktur dan jurnalis di lapangan. Menentukan apakah suatu peristiwa memiliki nilai berita atau tidak, sesungguhnya hal tersebut merupakan langkah awal dalam proses kerja redaksional.

Faktor Yang Mempengaruhi Konten Media

Ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media. Pertama **faktor Individu**, faktor yang berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individu melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur atau agama, dan lainnya sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan oleh media. Latar belakang pendidikan, atau kecenderungan orientasi pada partai politik sedikit banyak bisa mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.

Kedua, **faktor rutinitas media**. Faktor ini berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung

setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelgasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja tulisan tersebut sampai ke proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya dan seterusnya.

Ketiga, **faktor organisasi**. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan hanya orang tunggal yang ada didalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media itu. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan-kepentingan sendiri. 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. Kelima, **faktor eksternal**. Faktor ini seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita yang disajikan. Faktor keenam, **ideologi**. Faktor ini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang nampak kongkret, level ideologi ini abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas.

Keterlibatan Media dalam Pemberitaan Bencana

Media massa merupakan sumber utama informasi kejadian bencana, namun bukti empiris menunjukkan bahwa masyarakat akan mengkonfirmasi dengan sumber informasi lainnya seperti halnya *interpersonal communication*. Artinya *warning* yang disampaikan lewat

media massa bisa jadi bukan merupakan acuan utama. Dalam hal ini akan dicari sinergi informasi dalam berbagai sumber. Jika sumber utama adalah dari rumor maka masyarakat akan mengkonfirmasi pada media massa untuk mengetahui kebenarannya. Hal ini seiring dengan pendapat Perry dan Lindell tentang keterpaduan saluran komunikasi, yang menyatakan, *Technically any single communication channel can not meet the information demands...our data on citizen preference suggest two important conclusions. First, a mix of channels should be used to send messages. Second, the news media need to be systematically incorporated into this mix.* (Perry dan Lindell, 1989: 62).

Secara umum media massa memiliki kecenderungan-kecenderungan tertentu dalam melakukan liputan pada bencana. Misalnya saja dalam melakukan liputan tentang bencana alam, media massa menggolongkan bencana sebagai *perfect media event* seperti dikemukakan oleh Bolduc, *"From the journalistic point of view, a natural disaster has all the ingredients for the perfect media event' (especially for the electronic media). It's brief, spectacular, often mysterious, action-oriented, and portrays human suffering and courage."* (Bolduc, 1987: 12).

Sebagai sebuah *media event* maka setidaknya basis penilaian yang dilakukan adalah nilai berita yang dipilih. Beberapa nilai berita di antaranya *magnitude, personifikasi, proximity, kontroversi, magnitude, faktualitas, aktualitas, dan kemanfaatan* dari sebuah tema. Jika hal ini dikaitkan dengan genesis media yang beroperasi dengan prinsip bisnis maka pelaporan tentang bencana bisa jadi difokuskan pada aspek-aspek yang hanya terkait dengan fakta-fakta yang berpotensi untuk bisa dikomersialkan. Oleh karenanya tidak aneh bila liputan media tidak saja berdampak positif namun bisa juga berdampak negatif.

Menurut Michael Marcotte, media memerankan empat peran penting dalam

bencana, yaitu: sebagai pusat informasi, *communication lifeline*, sebagai bagian dari sistem peringatan dini (*early warning sistem*), dan forum bagi masyarakat untuk bertukar informasi⁴³. Sebagai pusat informasi, media mesti menceritakan tentang apa yang terjadi di daerah bencana, siapa saja yang terkena dampaknya, perubahan yang terjadi akibat adanya bencana, dan penyebab terjadinya bencana.

Sebagai *communication lifeline*, media dapat menyelamatkan banyak nyawa dengan menggali dan menyiarkan informasi yang didapatkannya kepada khalayak luas. Sebagai bagian dari sistem peringatan dini, media mesti menyalurkan informasi yang dapat dipercaya secara berkala. Sebagai forum komunikasi, media mesti memberikan ruang kepada masyarakat untuk berkumpul bersama, berbagi perhatian, dan mendukung satu sama lain selama masa bencana (Morrisan, 2013).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. (Gerungan 2004 : 63)

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif mencoba memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Effendy, 2015). Penelitian deskriptif ini pun lahir dari kebutuhan peneliti mengenai suatu informasi, yaitu mengetahui bagaimana pertimbangan pengambilan kebijakan redaksional Harian Umum Radar Sulteng, serta seperti apa kebijakan yang diambil terkait pemberitaan bencana 28 September 2018 di Kota Palu.

Penelitian ini menitikberatkan pengumpulan data pada hasil wawancara

yang dilakukan kepada sejumlah informan kunci (Mulyana, 2006). Pada penelitian ini, peneliti akan mencoba memaparkan situasi dengan menginterpretasi dan menganalisis data secara deskriptif serta mengolahnya dengan memilah dan mereduksi data.

Hasil dan Pembahasan

Harian Umum Radar Sulteng merupakan surat kabar harian di Sulawesi Tengah dibawa naungan Jawa Pos Group, mulai berdiri sejak tanggal 28 Oktober 2003. Selama ini Radar Sulteng dikenal sebagai salah satu barometer pemberitaan di Sulawesi Tengah. Hadir dalam 16 halaman, surat kabar ini dibandrol dengan harga Rp 5.000 per eksemplar. Rubrik yang ditampilkan pun beragam, dimulai dari halaman depan sebagai halaman yang memuat headline berisi berita utama yang menjadi pilihan redaksi setiap harinya. Ada pula rubrik “Palu Rumah Kita”. Rubrik yang dulunya bernama “Palu Kota Teluk” ini menyajikan berita-berita pergerakan kota Palu dengan berbagai tema yang menarik. Rubrik ini menjadi salah satu rubrik andalan radar Sulteng. Rubrik lainnya pun dihadirkan seperti ekonomi, politika dan daerah.

Pengambil keputusan tertinggi pada skala ruang pemberitaan atau redaksi adalah pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi memiliki tanggungjawab besar karena dialah yang memegang kebijakan. Dia pula yang mengendalikan seluruh kerjan-kerja redaksi. Meskipun punya kewenangan, setiap keputusan yang diambil khususnya yang berkaitan dengan pemberitaan dan hal-hal teknis menyangkut keredaksian juga dilahirkan dari musyawarah bersama dan bukan mutlak diputuskan sendiri. Harian umum Radar Sulteng masih kuat memegang tradisi keharusan hadir pada rapat redaksi yang dilaksanakan setiap hari. Agenda rapat redaksi, tentu saja dimaksudkan untuk membahas agenda peliputan serta pembahasan isu yang akan dimuat dalam pemberitaan di edisi berikutnya. Seluruh personil redaksi sebisa mungkin dihadirkan dan dilibatkan dalam penentuan dan

pendalaman isu yang akan diangkat dalam pemberitaan.

Rutinitas pemberitaan di ruang redaksi radar Sulteng juga memiliki garis komando yang jelas. Setiap rubrik memiliki penanggungjawab masing-masing yang bertugas mengontrol wartawan maupun pemberitaan di rubriknya. Penanggungjawab rubric yang juga disebut redaktur memiliki kewenangan untuk mengatur seluruh proses pengolahan isu, peliputan, menuntingan dan penyaringan berita, hingga mengawal proses pra cetak pada rubrik masing-masing. Penanggungjawab tiap-tiap rubrik inilah yang kemudian berhak melaporkan dan juga bertanggungjawab langsung kepada pemimpin redaksi.

Pola yang senantiasa dijalankan sebagai pola kerja redaksi juga tetap diterapkann oleh Radar Sulteng pada pasca bencana 2018 yang lalu. Hanya beberapa penyesuaian pun dilakukan. Hari ke sepuluh pasca bencana atau masih dalam masa tanggap darurat Radar Sulteng memutuskan untuk terbit dalam edisi 8 halaman, lebih kurang dari terbitan normal. Kebijakan tersebut diambil bersama dengan mempertimbangkan asas kemanusiaan. Di situasi yang jauh dari kondusif dimana ketersediaan kebutuhan vital masyarakat seperti listrik, air, pangan, dan telekomunikasi belum sepenuhnya pulih. Pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat terdampak dianggap ikut menjadi tanggungjawab media sehingga kebijakan terbit di tengah keterbatasan pun tetap dilakukan.

Pemilihan 8 halaman dianggap pilihan yang representatif di tengah kondisi saat itu. Mengingat sumberdaya yang digunakan terbatas karena seluruh karyawan termasuk tim redaksi semuanya merupakan korban bencana yang hak-haknya tetap harus dihargai. Tim dan fasilitas serta bahan baku yang terbatas menjadi pertimbangan pengurangan halaman koran. Selain itu, kebijakan redaksi memutuskan untuk tidak memperjualbelikan dan membagikannya secara cuma-cuma ke beberapa titik

pengungsian selama kurang lebih dua pekan lebih. Kebijakan teknis ini sekali lagi, diambil dengan mengedepankan sisi kemanusiaan dan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. Bahwa masyarakat berhak atas ketersediaan informasi yang akurat, benar, dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya serta mampu memberi semangat dalam kondisi pemulihan pasca trauma.

Sebagaimana menurut CK Lal (2010), dalam memberitakan bencana media mesti bergerak lebih jauh daripada sekedar berpatok pada unsur 5W+1H (*what, when, where, who, why, dan how*) dalam beritanya. Media mesti memberikan efek terapi, baik bagi masyarakat di daerah bencana maupun audiens di daerah lainnya, dalam setiap pemberitannya. Sayangnya, aspek inilah yang seringkali dilupakan media. Akibat terlalu intens mengabarkan bencana, media seringkali melupakan berita di mana masyarakat saling membantu satu sama lain dan berbagi penderitaan. Padahal berita semacam ini memberi efek terapi bagi masyarakat korban dan terdampak bencana dan berperan penting dalam efek pemulihan. Ini yang disadari oleh Radar Sulteng sebagai dasar bertindak dalam kondisi tersebut.

Dari aspek pemilihan konten berita, redaksi Harian Umum Radar Sulteng pun tampil dengan kebijakan kondisional. Seluruh fokus redaksi saat itu adalah bagaimana memberikan informasi yang benar ke masyarakat dan sebisa mungkin mencakup akan kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Pasca mulai aktifnya jaringan komunikasi dan memberikan keleluasan masyarakat dalam mengakses beragam informasi dari berbagai sumber, ternyata juga membawa dampak yang kurang baik dalam konteks pemulihan. Radar Sulteng saat itu selain fokus pada pemberitaan hard news dalam perbaruan informasi data terkait dampak bencana, juga memusatkan perhatian pada berita-berita yang berkaitan dengan pemenuhan hak-hak dasar korban. Dari konteks lain, sejumlah berita dari sisi pemangku kepentingan yakni pemerintah pun diulas berkesinambungan.

Terkait sejauh mana pemerintah baik pusat maupun daerah maupun stakeholder dan pihak-pihak lainnya memberikan kontribusinya dalam upaya pemulihan. Pemilihan konten lain juga mengulas sisi humanis, menggali dan memaparkan sejumlah kisah sentimental, heroik, dan penuh muatan human interest. Tujuannya, tidak lain untuk menularkan semangat berbagi dan kebersamaan satu sama lain. Mencoba memberi pesan kepada pembaca dan masyarakat bahwa semuanya dapat diatasi bersama-sama. Hal ini dipandang penting dalam mempercepat pemulihan psikis masyarakat korban dan terdampak bencana.

Menariknya lagi, Radar Sulteng menambahkan satu kolom khusus di halaman satu yakni kolom bertajuk “Info Orang Hilang”. Kolom ini bertujuan untuk mengakomodir kepentingan masyarakat yang masih melakukan pencarian terhadap sanak saudara maupun kerabat mereka pasca kejadian tersebut. Kolom ini mendapat sambutan baik, bahkan kolom ini bertahan hingga berbulan-bulan sesudahnya.

Berbagai faktor yang kiranya berpengaruh pada bagaimana media memproses isu dan pemberitaan dalam kerja-kerja jurnalistiknya, menjadi sangat kondisional ketika berhadapan dengan bencana. Secara konteks teori, baik faktor individu, rutinitas media, organisasi, ekstra media, eksternal, dan ideologi senantiasa memegang peranan masing-masing dalam ruang pemberitaan itu sendiri. Tetapi, seluruh faktor dapat saja tidak bersifat kontekstual dalam kondisi-kondisi tertentu. Harian umum Radar Sulteng, dalam konteks pemberitaan bencana di Kota Palu, tidak sepenuhnya merujuk pada bagaimana teori berkembang. Apa yang dilakukan semata-mata mengedepankan apa yang disebut nurani dan moralitas media. Boleh jadi, hal ini dipengaruhi faktor ideologi yang tiba-tiba saja hadir mengatasnamakan sebuah tanggungjawab sosial media.

Kesimpulan

Mengawal pemberitaan di tengah-tengah kondisi pemulihan pasca kejadian traumatik masyarakat Kota Palu dan sekitarnya, Harian Umum Radar Sulteng hadir paling awal dibanding surat kabar lokal lainnya dengan melakukan sejumlah terobosan. Dalam kondisi pasca bencana, kebijakan redaksi menjadi patron dan acuan dalam konteks media. Kebijakan yang lahir bukan saja sebatas pada bagaimana media memberikan informasi tetapi lebih dari itu. Radar Sulteng memperluas arti kebijakannya dengan melakukan sejumlah tindakan yang diklaim sebagai bentuk tanggungjawab sosial media. Konten pemberitaan dengan perspektif yang lebih memihak kepada masyarakat baik dalam kemasan hard news maupun soft news yang tetap berpatokan pada tema untuk menggagas ‘bangkit bersama’.

Daftar Pustaka

- Bolduc, J. P., (1987). Natural Disasters In Developing Countries: Myths And The Role Of The Media. *Emergency Preparedness Digest* 14. Hal: 12-14
- CK Lal. 2010. *Disaster Journalism*. Nepali Times Issue 487. (<http://www.nepalitimes.com.np/issue/2010/01/29/FourthEstate/16749/print> diakses 4 Desember 2020, 21.20 WITA)
- Morrison, M.A. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dewanto, Oki Setiaji. 2010. *Kebijakan Redaksional Dalam Penayangan Program Anak diTrans7*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta
- Effendy, Onong Uchana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung ; Remaja Rosdakarya.
- Gerungan W. A.2004. *Psikologi Sosial*. Bandung, P.T. Refika aditama.
- Mulyana, Deddy.2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Perry, Ronald W. and Michael Lindell (1989). ‘Communicating Threat

Information for Volcano Hazards.
Dalam Lynne Masel Walters, Lee
Wilkins and Tim Walters, (eds). *Bad
Tidings Communications and
Catastrophe*. Hillsdale: Lawrence
Erlbaum and Associates.

HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK MOTTO PESAN MELALUI POSTER DAN PELAKSANAAN POLA PRIMA DI BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk. CABANG PALU

Dwi Rohma Wulandari^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.

*Email: rohma@untad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara karakteristik motto pesan poster dalam pelaksanaan “Pola Prima” di Bank Tabungan Negara. Tipe penelitian yang digunakan kuantitatif dengan metode *survey*. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah karakteristik motto pesan diantaranya *origin, mode, physical character, organization* dan *novelty*. Serta variabel *dependent* yaitu pelaksanaan pola prima. Sampel penelitian diambil sebanyak 45 orang dengan populasi 45 orang, yang artinya jumlah total populasi diriset. Total sampling seperti ini disebut sebagai sensus. Dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dan pengukuran variabel menggunakan skala likert. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan rumus *Korelasi Person's Product Moment* dengan bantuan pengolahan data menggunakan SPSS versi 18.0. Hasil pengujian hipotesis karakteristik motto pesan melalui poster dalam pelaksanaan pola prima dengan melihat r_{hitung} sebesar 0,775. Maka dapat disimpulkan ada hubungan positif dan signifikan yang kuat antara variabel karakteristik motto pesan melalui poster dengan variabel pelaksanaan pola prima. Artinya hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci: Motto Pesan; Pola Prima; Pelayanan Publik; Karakteristik Pesan

Submisi: 12 Desember 2019

Pendahuluan

Tantangan besar dalam komunikasi organisasi adalah menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Hal yang dikemukakan didalam struktur dapat saja bergantung pada aliran informasi, tetapi ini bukan pertimbangan satu-satunya. Aliran informasi dapat membantu menentukan iklim dan moral organisasi, yang pada gilirannya berpengaruh pada aliran informasi (Mulyana, 2008).

Konsep proses mengisyaratkan bahwa peristiwa-peristiwa dan hubungan-hubungan bergerak dan berubah secara berkesinambungan, bahwa peristiwa dan hubungan adalah dinamik. Suatu hubungan atau peristiwa dinamik melibatkan energi

dan tindakan. Komunikasi menjadi alat interaksi dengan individu lainnya, untuk memenuhi kebutuhan informasi, baik dari dalam ataupun luar lingkungannya. Ada dua hal yang terpenting saat melayani pelanggan, yaitu komunikasi dan *Pelayanan Prima*. Komunikasi dalam sikap profesionalisme akan mendorong setiap pribadi untuk proaktif melakukan pelayanan prima yang berkualitas terbaik. Konsep motto pesan “Pelayanan Prima” di perusahaan Bank BTN digunakan sebagai modal utama dalam melayani nasabah. *Pelayanan Prima* juga berhubungan erat dengan interaksi bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan benar.

Pentingnya *Pelayanan Prima* bagi pelanggan merupakan strategi dalam bentuk yang tidak hanya dengan memberikan perhatian, lebih dari itu yakni bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan positif. *Pelayanan Prima* yang ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal dan mempunyai visi yang jauh ke depan dapat mengembangkan strategi dan *Pelayanan Prima* yang unggul.

Menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi merupakan proses aliran informasi yang rumit (Bungin, 2001). Apa yang dikemukakan dalam struktur dapat saja bergantung pada aliran informasi, tetapi ini bukan pertimbangan satu-satunya. Karena aliran informasi dapat membantu menentukan iklim dan moral organisasi, yang pada gilirannya berpengaruh pada aliran informasi (Nurudin, 2003).

Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol (Kriyantono, 2006). Penciptaan, penyampaian, dan interpretasi pesan merupakan proses yang mendistribusikan pesan-pesan keseluruhan bagian. Konsep proses mengisyaratkan bahwa peristiwa-peristiwa dan hubungan-hubungan bergerak serta berubah secara berkesinambungan adalah dinamik (Rivers, 2003). Suatu hubungan atau peristiwa dinamik melibatkan energi dan tindakan. Dimana aliran informasi dalam suatu bagian adalah suatu proses dinamik, dalam proses inilah pesan-pesan secara tetap dan berkesinambungan diciptakan, ditampilkan, dan diinterpretasikan.

Pesan yang menjadi motto perusahaan yaitu *Pola Prima* ini selalu di praktekkan di awal semua aktifitas pegawai sebagai motivasi dan penyemangat di lingkungan intern perusahaan dengan situasi yang formal dan memberikan sebuah rasa kekerabatan

sebagai keluarga perusahaan (Siagian, 2001). Sebagai contoh penyampaian pesan-pesan tersebut di teruskan serta melibatkan seluruh elemen perusahaan dan interpretasi pesan yang digunakan pihak perusahaan melalui media cetak sebagai informasi dalam bentuk leaflet, dan poster yang di terangkan disetiap ruangan kerja karyawan (Hasibuan, 1999).

Model dan Proses Komunikasi

Model yang banyak menggambarkan proses komunikasi adalah model sirkular yang disebut oleh Osgood bersama Schramm (Denis, 1987), yang lebih terfokus kepada peranan sumber dan penerima sebagai pelaku utama komunikasi. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, di mana pesan *ditransmit* melalui proses *Encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah translasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan *decoding* adalah translasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber (Severin & Tankard, 2003).

Hubungan antara *encoding* dan *decoding* adalah hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Proses yang dinamis, interpreter pada model sirkular ini bisa berfungsi ganda sebagai pengirim dan penerima pesan. Sumber berfungsi sebagai *encoder* dan penerima sebagai *decoder*. Tetapi pada tahap berikutnya penerima berfungsi sebagai pengirim (*encoder*) dan sumber sebagai penerima (*decoder*), dengan kata lain sumber pertama akan menjadi penerima kedua dan penerima pertama akan berfungsi sebagai sumber kedua dan seterusnya. (Cangara, 2011:45-46)

Liliweri, 2011:40, menyatakan bahwa pesan-pesan mempunyai karakteristik, diantaranya yaitu :

1. **Origin**, pesan asli karena pesan ini merupakan simbol atau tanda yang berasal dari lingkungan fisik disekitarnya. Hal ini untuk membedakan antara pesan yang

diciptakan melalui komunikasi interpersonal dan antarpersonal.

2. **Mode**, pesan yang tampil dalam bentuk visualisasi sehingga memungkinkan indra manusia memberikan makna terhadap pesan ini.
3. **Physical Character**, pesan yang memiliki ukuran, warna, kecerahan, dan intensitas.
4. **Organization**, merupakan pesan yang mengandung idea atau pendapat. Supaya pesan ini mudah dimengerti, maka pengirim menyusun (mengorganisasikan) pesan ini berdasarkan criteria tertentu.
5. **Novelty**, atau kebaruan, kemutakhiran adalah pesan yang mudah diterima karena ditampilkan secara khas atau pesan yang tampil beda, sehingga mudah menggugah indra manusia.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Menjelaskan hubungan sebab akibat dua variabel dengan mengambil lokasi penelitian di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. kota Palu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Sedangkan jumlah sampel yang dipakai sebanyak 45 responden. Dan pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling. Selanjutnya, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 45 responden sebagai data primer, sedangkan data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka dan literatur. Kemudian data tersebut dianalisis secara bivariat dan teknik statistik inferensial. Sebagai metode untuk mengukur koefisien korelasi antara variabel bebas, karakteristik motto pesan melalui poster dan variabel terikat, yaitu pelaksanaan pola prima.

Hasil Penelitian

hasil analisis korelasi *Pearson/s Product Moment* menggunakan program SPSS 18.0, diperoleh hasil korelasi linear dengan sampel sebanyak 45 responden menunjukkan nilai korelasi faktor penentu Original Pesan (X1) dengan pelaksanaan pola prima (Y) dengan koefisien korelasinya $r_{x1y} = 0,402$ dengan Uji- dua tahap (*Sig 2-tailed*). Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif artinya semakin tinggi nilai faktor original pesan, semakin tinggi pula pelaksanaan pola prima yang dilakukan. Sementara harga r tabel diperoleh dengan nilai kritis r table sebesar 0,294. Hal ini menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel atau $0,402 > 0,294$. Dengan demikian (H_0) ditolak dan hipotesis (H_1) diterima. Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara faktor original pesan dengan pelaksanaan pola prima sebesar 40,2 %.

Hasil analisis korelasi linear antara faktor *Mode* (X2) dengan pelaksanaan pola prima (Y) yaitu koefisien korelasi $r_{x2y} = 0.692$ dengan uji dua tahap (*Sig 2-tailed*). Harga r tabel diperoleh dengan nilai kritis r tabel sebesar 0,294. Nilai r hitung $>$ r tabel atau $0,692 > 0,294$ maka hipotesis (H_0) ditolak dan hipotesis (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif artinya semakin tinggi nilai faktor *mode*, semakin tinggi pula pelaksanaan pola prima dengan nilai 69,2%.

Tabel 1. Hasil Korelasi Linear X dan Y

Pasangan Variabel	Korelasi	N
X ₁ – Y	0,402	45
X ₂ – Y	0,692	45
X ₃ – Y	0,613	45
X ₄ - Y	0,538	45
X ₅ – Y	0,660	45

Sumber : hasil olah data

Dari hasil analisis korelasi linear antara faktor *Physical Character* (X₃) dengan pelaksanaan pola prima (Y) yaitu $r_{x3y} = 0,613$ dengan uji dua tahap *Sig 2-tailed*. Harga r tabel diperoleh dengan nilai kritis r

tabel sebesar 0,294 hal ini menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel. Dengan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan r hitung di atas menunjukkan adanya korelasi positif artinya semakin tinggi nilai faktor *physical character*, semakin tinggi pula pelaksanaan pola prima. Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif sebesar 61,3%.

Hasil analisis korelasi linear antara faktor *Organization* (X_4) dengan pelaksanaan pola prima (Y) yaitu $r_{x_4y} = 0,538 > 0,294$. Hal ini menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian hipoteses (H_0) ditolak dan (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif, semakin tinggi nilai faktor *Organization* semakin tinggi pula pelaksanaan pola prima sebesar 53,8 %.

Selanjutnya hasil analisis korelasi linear antara faktor *novelty* (X_5) dengan pelaksanaan pola prima (Y) yaitu koefisien korelasi r_{x_5y} 0,660 dengan uji sua taha *Sig 2-tailed* menunjukkan adanya hubungan positif sementara harga r tabel diperoleh dengan nilai kritis r tabel sebesar 0,294. Hal ini menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan Hipotesis H_1 diterima. Adanya hubungan positif dan semakin tinggi nilai faktor *novelty* maka semakin tinggi pula pelaksanaan pola prima, dengan nilai sebesar 66,0%

Kemudian pengamilan keputusan dari hipotesis korelasi dilakukan dengan pengujian teknik korelasi ganda (X_1, X_2, X_3, X_4 , dan X_5) secara bersama-sama dengan pelaksanaan pola prima (Y). berdasarkan korelasi positif dengan $R_{x_1,x_2,x_3,x_4,x_5y} = 0,775$. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif, semakin tinggi nilai hubungan karakteristik motto pesan melalui poster semakin tinggi pula tingkat pelaksanaan pola prima di Bank BTN (persero) Tbk Cabang Palu. Sementara harga r_{tabel} diperoleh dengan nilai kritis r_{tabel} sebesar 0,294. Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_1 diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS di atas menunjukkan bahwa antara karakteristik motto pesan melalui poster dalam pelaksanaan pola prima memiliki hubungan yang kuat hal ini didasarkan pada pendapat Sugiono, (1999:149) bahwa kisaran antaa angka 0,600-0,7999 mempunyai hubungan yang kuat, menegaskan bahwa ada hubungan yang signifikan diantara variabel tersebut.

Origin Pesan asli merupakan simbol atau tanda yang berasal dari lingkungan fisik disekitarnya. Hal ini untuk membedakan antara pesan yang diciptakan melalui komunikasi interpersonal dan antarpersonal (Liliweri, 2011:40). Sebesar 51% responden yang menyatakan sering melihat/mendengar “Pola Prima”, dapat dikatakan tingkat keaslian motto pesan yangdibangun sangat baik.

Berdasarkan asumsi teori proses komunikasi secara primer bahwa proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Sehingga proses komunikasi akan berlangsung apabila telah terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan (Effendy, 2009:11-19). Sejalan dengan asumsi diatas tingkat keaslian pesan yang proses penyampaiannya menggunakan lambang (*symbol*) telah ditampakkan secara langsung baik itu melalui komunikasi interpersonal dan antarpersonal. Dalam hal ini motto pesan melalui poster yang dikemas dengan sangat baik sehingga mampu mempengaruhi terhadap pelaksanaan pola prima.

Mode Pesan yang tampil dalam bentuk visualisasi sehingga memungkinkan indra manusia memberikan makna terhadap pesan ini (Liliweri, 2011:40). Dalam hal ini responden menyatakan sangat menyimak.dengan demikian berdasarkan teori (Liliweri, 2011-40) model visualisasi dari pesan “Pola Prima” dapat memberikan makna terhadap pembacanya.

Berdasarkan asumsi teori ketepatan komunikasi menunjukkan kepada kemampuan orang untuk memproduksi atau menciptakan suatu pesan yang tepat. Kekurangan, ketepatan atau perbedaan arti diantara yang dimaksudkan oleh si pengirim dengan interpretasi si penerima (Muhammad, 2009:206). Sejalan dengan teori diatas, oleh responden menunjukkan sebesar 80% model atau tampilan visualisasi yang ada pada motto pesan melalui poster mampu memberika tampilan yang sangat menarik.

Physical character Pesan yang memiliki ukuran, warna, kecerahan dan intensitas (Liliweri, 2011:40). Sejalan dengan asumsi diatas dapat dilihat dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa sebesar 82,2% responden menyatakan bahasa/kata-kata yang digunakan dalam karakteristik motto pesan “Pola Prima” sangat jelas.

Baik secara fisik maupun isi, sajian informasinya dapat memancing perhatian dan khalayak (Iriantara, 2006:160). Tujuannya untuk menarik perhatian dan memancing rasa penasaran khalayaknya. Tanggapan yang ditunjukkan responden sebesar sebesar 75,5%. Responden menyatakan sangat tertarik, dengan demikian motto pesan melalui poster sejalan dengan teori yang dikemukakan (Liliweri, 2011:40) yang ada dan mampu membuat tampilan yang menarik.

Organization Pesan yang mengandung ide atau pendapat. Supaya pesan ini mudah dimegerti, maka pengirim menyusun (mengorganisasika) pesan ini berdasarkan criteria tertentu. (liliweri 2011:40). Berdasarkan asumsi dari teori diatas, responden menyatakan informasi yang disampaikan berdasarkan pola prima sangat jelas hal ini sejalan berdasarkan asumsi yang dikemukakan oleh *schramm* (1954) bahwa proses komunikasi adalah yang lebih fokus kepada peranan sumber dan penerima sebagai pelaku utama dimana sumber disini adalah motto pesan “Pola Prima” dimana responden menyatakan menarik.

Sejalan dengan hasil penelitian tersebut hubungan antara *encoding* dan *decoding* adalah hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga pesan yang disampaikan mudah dimengerti oleh pihak penerima sebagaimana makna yang disusun dalam pesan “Pola Prima”.

Novelty, kebaruan, kemutakhiran adalah pesan yang mudah diterima karena ditampilkan secarakhas atau pesan yang tampil beda, sehingga mudah menggugah indra manusia. (Liliweri, 2011:40) berdasarkan asumsi di atas diperoleh hasil penelitian 42,2% dimana responden menyatakan penggunaan kata-kata yang sesuai dengan tampilan khas motto pesan yang ditampilkan

Sejalan dengan asumsi Schramm dalam (Nurhaidar) komunikator menyusun pesan dengan menempatkan secara tepat tema dan materi pesan dengan syarat-syarat yaitu pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju dengan jumlah 73,3% responden menyatakan mengerti dengan kata-kata yang digunakan dalam “Pola Prima”.

Pelayanan prima adalah program layanan kepada pelanggan dengan memproduksi barang berkualitas yang mampu memuaskan semua pelanggannya. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan, keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima, tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan kondep pendekatan pelayanan prima. (Barata, 31:32).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh responden menyatakan mengetahui pengetahuan dasar tentang “Pola Prima” sebesar 86,7 %. Serta menyatakan isi pesan dala “Pola Prima” berpengaruh dalam peningkatan pelayanan pubiknya dan memiliki minat untuk mengerti dan mengembangkan pesan tersebut guna dalam peningkatan pelayanan nantinya.

Kesimpulan

Secara statistik hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar tanggapan karyawan terhadap karakteristik motto pesan melalui poster memiliki hubungan yang kuat terhadap pelaksanaan pola prima. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden terhadap pernyataan pada variabel karakteristik motto pesan melalui poster dan variabel pelaksanaan "Pola Prima". Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *origin, mode, physical character, organization* dan *novelty* yang menjadi indikator variabel karakteristik motto pesan memiliki hubungan dengan pelaksanaan "Pola Prima".

Penelitian ini memberikan informasi kepada seluruh karyawan dan karyawan, sebagai pihak internal perusahaan untuk lebih kritis dan aktif dalam hal pelaksanaan "Pola Prima" yang nantinya akan diterapkan dalam melayani nasabah agar cara dan model pelayanan yang disaksikan membawa pengaruh positif pada sikap dan perilaku. Sebagai perusahaan tempat karyawan bekerja agar selalu termotivasi untuk lebih meningkatkan frekuensi dan semangat kerja dengan meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya.

Daftar Pustaka

- Barata, Atep Adya. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. : Alex Media Komputindo
- Bungin, Burhan. 2001. *Erotika Media Massa*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Denis, Mcquail. 1987. *Mass Communication Theory*.
- Effendy. Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi :Teori dan Praktek*. Bandung : CV Remadja Karya
- Hasibuan, Malayu. 1999. *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Iriantara, Yosol. 2006. *Public Relations Writing*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Mulyana. Dedy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: CESPUR.
- Rivers. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*. Jakarta. Prenada Media
- Severin, Werner J & James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana
- Siagian, P.. 2001. *Filsafat Administrasi, Konsep, Dimensi dan Strateginya*. Jakarta : PT Bumi Aksara

FAKTOR BUDAYA DALAM PEMBANGUNAN PERTANIAN BERKELANJUTAN DI KABUPATEN BANTAENG

Hasbullah^{1*}

¹Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Tadulako, Palu
Email : hasbullah@untad.ac.id

ABSTRAK

Faktor budaya (kearifan lokal) merupakan suatu istilah yang mencuat kepermukaan dengan mengadopsi prinsip, nasehat, tatanan, norma/nilai dan perilaku leluhur kita masa lampau yang masih sangat urgen untuk diaplikasikan dalam menata berbagai fenomena yang muncul, utamanya dalam implementasi kebijakan publik oleh birokrasi yang sering menimbulkan kesan yang kurang bagus dalam upaya menciptakan *good governance*. Sinergitas nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dengan tujuan Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagaimana diungkapkan di atas, pada dasarnya juga bersinergi dengan nilai-nilai tradisional yang merupakan wujud kearifan lokal Kabupaten Bantaeng. Sinergitas kearifan lokal, nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan adalah konsep budaya *siri, pacce* dan *lambusu*. Ketiga konsep ini menjadi dasar dari budaya *sikacidongan, sipakalabbiri* dan *sipakatau*.

Kata Kunci: Budaya; Pembangunan Berkelanjutan; Kearifan Lokal

Submisi: 13 Desember 2019

Pendahuluan

Faktor budaya (kearifan lokal) merupakan suatu istilah yang mencuat kepermukaan dengan mengadopsi prinsip, nasehat, tatanan, norma/nilai dan perilaku leluhur kita masa lampau yang masih sangat urgen untuk diaplikasikan dalam menata berbagai fenomena yang muncul, utamanya dalam implementasi kebijakan publik oleh birokrasi yang sering menimbulkan kesan yang kurang bagus dalam upaya menciptakan *good governance* (Akib, 2010; Arifin, 2010).

Berdasarkan pemahaman di atas, maka kearifan lokal bukan hanya menjadi acuan, tetapi sekaligus menjadi sasaran dalam upaya menciptakan pemerintahan yang baik (*good governance*). Dengan kata lain, bahwa proses pemerintahan yang baik semestinya pula diarahkan untuk senantiasa mengaktualisasikan nilai-nilai kearifan lokal sehingga dapat memberikan

kontribusi dalam proses pembangunan di segala bidang (Sinambela, 2008).

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Kabupaten Bantaeng disebutkan bahwa nilai-nilai yang semestinya dibangun dan sekaligus dijadikan acuan dalam proses pembangunan Kabupaten Bantaeng adalah yang berbasis pada *Kesadaran Kosmologis*. Pertimbangannya adalah karena pada satu sisi kesadaran kosmologis merupakan cara yang lebih sesuai untuk memahami semesta, sedangkan pada sisi lain sangat sejalan dengan spirit dari nilai-nilai tradisional (kearifan lokal) di Kabupaten Bantaeng.

Kesadaran kosmologis adalah suatu bentuk pemahaman dan pemaknaan yang memosisikan semesta sebagai satu tatanan (sistem organis) yaitu satu kesatuan yang tidak terpisahkan yang pada hakikatnya merupakan perwujudan dari interkoneksi yang sangat dinamis (Azhari, 2011). Kesadaran ini memicu berkembangnya etika

hidup berkelanjutan yang berintikan prinsip rasa hormat terhadap komunitas kehidupan, termasuk kepada bentuk budaya lain, serta kekaguman dan kecintaan kepada sang Pencipta. Kesadaran ini mewujudkan dalam bentuk pendekatan pembangunan yang tidak bernuansa antroposentris, yaitu semata-mata terpusat pada kepentingan manusia secara sempit tanpa memperhatikan eksistensi makhluk lain di alam semesta. Implementasi pendekatan ini berupa konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang menekankan bahwa pembangunan semestinya tidak hanya mencakup upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan fisik / material saja, tetapi memiliki dimensi yang lebih luas (Paselong, 2007; Parsons, 2008; Pakkana, 2008). Pembangunan yang berkelanjutan hanya dapat dilaksanakan jika kualitas manusia dijadikan arah sekaligus titik tumpu pembangunan, di samping mengupayakan agar proses pembangunan senantiasa berwawasan lingkungan, dalam arti tetap mempertahankan kualitas dan fungsi lingkungan hidup (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Nilai kesadaran kosmologi sebagai nilai dasar dalam pembangunan di Kabupaten Bantaeng pada dasarnya sejalan dengan tujuan Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009, tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan dalam Pasal 3 sebagai berikut:

- a. Melindungi kawasan dan lahan pertanian pangan secara berkelanjutan;
- b. Menjamin tersedianya lahan pertanian pangan secara berkelanjutan;
- c. Mewujudkan kemandirian, ketahanan, dan kedaulatan pangan;
- d. Melindungi kepemilikan lahan pertanian pangan milik petani;
- e. Meningkatkan kemakmuran serta kesejahteraan petani dan masyarakat;
- f. Meningkatkan perlindungan dan pemberdayaan petani;
- g. Meningkatkan penyediaan lapangan kerja bagi kehidupan yang layak;

h. Mempertahankan keseimbangan ekologis; dan

i. Mewujudkan revitalisasi pertanian

Sinergitas nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dengan tujuan Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagaimana diungkapkan di atas, pada dasarnya juga bersinergi dengan nilai-nilai tradisional yang merupakan wujud kearifan lokal Kabupaten Bantaeng. Sinergitas kearifan lokal, nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan adalah konsep budaya *siri, pacce* dan *lambusu*. Ketiga konsep ini menjadi dasar dari budaya *sikacidongan, sipakalabbiri* dan *sipakatau*. Konsep budaya lokal ini menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Faktor Budaya dalam Implementasi Kebijakan

Dinamika atau perubahan dimensi internal administrasi publik seperti kebijakan, sangat dipengaruhi oleh dimensi eksternal administrasi publik yaitu lingkungan. Lingkungan pada dasarnya diartikan sebagai semua faktor yang berada di luar organisasi, atau semua yang berada di luar batas organisasi. Lingkungan ini mencakup lingkungan umum yang mempengaruhi organisasi secara tidak langsung, atau kurang dirasakan secara langsung seperti kondisi politik, ekonomi, sosial budaya, dan hukum, dan lingkungan khusus yang memiliki pengaruh yang secara langsung seperti pelanggan, pemasok, pesaing, pemerintah, serikat kerja, asosiasi, perdagangan, dan kelompok penekan (Tachjan, 2008).

Lingkungan organisasi terdiri atas 5 aspek yang harus selalu dimonitor dan direspon agar selalu efektif, yaitu nilai-nilai masyarakat (budaya), lingkungan politik/legal, lingkungan ekonomi/tenaga kerja, lingkungan informasi/teknologi, dan lingkungan fisik/geografis (Santosa, 2009).

Berbagai pernyataan tentang pentingnya peranan lingkungan dalam implementasi kebijakan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor lingkungan yang dapat berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu implementasi kebijakan adalah faktor ekonomi, politik, sosial budaya dan faktor fisik/geografis dan juga faktor internal organisasi seperti dukungan atasan, komitmen penyelenggara (Widodo, 2008). Faktor-faktor ini perlu diidentifikasi atau ditumbuhkenali lebih jauh agar diketahui karakter lingkungan yang bersifat mengacaukan dan menstabilkan serta karakter lingkungan yang mengalami kelangkaan dan kelimpahan sumber daya. Dengan memahami karakter yang variatif dari lingkungan ini maka organisasi terutama pimpinan dapat memberikan tanggapan yang tepat tentang masa depan organisasi (Widodo, 2011).

Faktor budaya dalam Pembangunan Pertanian Berkelanjutan

Ada dua peristiwa yang menandai kelahiran paradigma baru sistem pertanian berkelanjutan (Salikin, 2003). Peristiwa pertama adalah Laporan Brundtland dari Komisi Dunia tentang Lingkungan dan Pembangunan pada tahun 1987, yang mendefinisikan dan berupaya mempromosikan paradigma pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Peristiwa kedua adalah Konferensi Dunia di Rio de Janeiro pada tahun 1992, yang memuat pembahasan Agenda 21 dengan mempromosikan program *Sustainable Agriculture and Rural Development* (Mahmud, 2008). Beberapa agenda penting yang termasuk dalam pembahasan bidang pertanian dalam konferensi tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Menjaga kontinuitas produksi dan keuntungan usaha di bidang pertanian dalam arti yang luas untuk jangka panjang, bagi kelangsungan kehidupan manusia.
- b. Melakukan perawatan dan peningkatan sumber daya alam yang berbasis pertanian

- c. Meminimalkan dampak negatif aktivitas usaha pertanian yang dapat merugikan bagi kesuburan lahan dan kesehatan manusia
- d. Mewujudkan keadilan sosial antardesa dan antarsektor dengan pendekatan pembangunan pertanian berkelanjutan. (Salikin, 2003)

Konsep pertanian berkelanjutan dengan demikian merupakan pendekatan sistem yang bersifat holistik mempertautkan berbagai aspek atau gatra dan disiplin ilmu yang diabdikan bagi kemaslahatan umat manusia untuk generasi sekarang dan akan datang.

Sistem pertanian berkelanjutan pada hakekatnya merupakan suatu ajakan moral untuk berbuat kebajikan pada lingkungan sumber daya alam dengan mempertimbangkan tiga matra sebagai berikut:

- a. Kesadaran Lingkungan.
Sistem budi daya pertanian tidak boleh menyimpang dari sistem ekologis yang ada. Kesenambungan adalah indikator adanya harmonisasi dari sistem ekologis yang mekanismenya dikendalikan oleh hukum alam.
- b. Bernilai ekonomis.
Sistem budi daya pertanian harus mengacu pada pertimbangan untung rugi, baik bagi diri sendiri, dan orang lain, untuk jangka pendek dan jangka panjang, serta bagi organisme dalam sistem ekologi maupun di luar sistem ekologi. Motif-motif ekonomi saja tidak cukup menjadi alasan pembenaran untuk mengeksploitasi sumber daya pertanian secara tidak bertanggung jawab.
- c. Berwatak sosial atau Kemasyarakatan.
Sistem pertanian harus selaras dengan norma-norma sosial dan budaya yang dianut dan dijunjung tinggi oleh masyarakat di sekitarnya. Norma-norma sosial dan budaya harus lebih diperhatikan, apalagi dalam sistem pertanian di Indonesia

biasanya jarak antara perumahan penduduk dengan areal pertanian sangat berdekatan (Salikin, 2003)

Secara lebih spesifik Oscar D. Zamora (Achmad, 2010; Soekartawi, 2006), memberikan lima kriteria yang merupakan hakekat untuk sistem pertanian menjadi berkelanjutan, yaitu:

a. Kelayakan ekonomis.

Sistem pertanian harus secara rasional mampu menjamin kehidupan ekonomi yang lebih baik bagi petani dan keluarganya; paling tidak usaha pertanian harus mampu menyediakan bahan pangan dan kebutuhan dasar lainnya. Kelayakan secara ekonomi juga berarti aktivitas pertanian harus mampu menekan biaya eksternalitas sehingga tidak merugikan masyarakat dan lingkungan.

b. Bernuansa dan bersahabat dengan ekologi.

Sistem pertanian yang bernuansa ekologis sebaiknya mengintegrasikan sistem ekologi secara luas dan memuakkan perhatian pada upaya perawatan dan perbaikan sumber daya pertanian. Dalam prakteknya, penyimpangan terhadap kaidah-kaidah ekologi hanya akan memberikan dampak buruk bagi keseimbangan lingkungan.

c. Diterima secara sosial.

Sistem pertanian yang diterima secara sosial sangat menjunjung tinggi hak-hak individu petani, baik sebagai pelaku utama maupun sebagai dari anggota sistem masyarakat secara keseluruhan. Sistem masyarakat pertanian mampu mengakses sumber-sumber informasi, pasar, ataupun kelembagaan pertanian. Perlakuan pelayanan pemerintah tidak dapat dibedakan atas dasar jenis kelamin, status, agama, atau etnis tertentu. Sistem sosial juga harus menjamin keberlanjutan pertanian antargenerasi; dengan keyakinan bahwa generasi sekarang menitipkan

dan mewariskan bumi ini kepada generasi yang akan datang.

d. Kepantasan secara budaya.

Sistem pertanian yang memiliki kepastasan budaya mampu memberikan pertimbangan dengan nilai-nilai budaya, termasuk keyakinan agama dan tradisi, dalam perencanaan dan pelaksanaan program pembangunan pertanian. Pengenalan sistem pengetahuan dan visi petani harus diperhatikan sebagai mitra sejajar dalam proses pembangunan pertanian.

e. Pendekatan sistem dan holistik.

Sistem pertanian harus berbasis pandangan keilmuan yang holistik dengan pendekatan multidisiplin dengan memasukkan semua gatra biofisik, sosial, ekonomi, budaya dan politik. Sistem pertanian juga harus mempertimbangkan interaksi dinamis antar kegiatan pertanian sendiri (*on farm*) dan kegiatan di luar pertanian (*off farm*) serta aktivitas lain, sebagai bagian yang saling melengkapi.

Pertanian berkelanjutan dengan demikian adalah pemanfaatan sumber daya yang dapat diperbaharui (*renewable resources*) dan sumberdaya tidak dapat diperbaharui (*unrenewable resources*), untuk proses produksi pertanian dengan menekan dampak negatif terhadap lingkungan seminimal mungkin. Keberlanjutan yang dimaksud meliputi : penggunaan sumber daya, kualitas dan kuantitas produksi, serta lingkungannya. Proses produksi pertanian yang berkelanjutan akan lebih mengarah pada penggunaan produk hayati yang ramah terhadap lingkungan (Jarnanto, 2009)

Nilai-Nilai Budaya di Kabupaten Bantaeng

Faktor budaya yang dimaksud dapat memberi kontribusi dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan pada lahan

persawahan di Kabupaten Bantaeng, adalah kearifan lokal yang dipraktekkan oleh para leluhur pada masa lampau dan dianggap kontekstual untuk diterapkan pada masa kini dan akan datang dalam proses pembangunan.

Sinergitas nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dengan tujuan Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagaimana diungkapkan di atas, pada dasarnya juga bersinergi dengan nilai-nilai tradisional yang merupakan wujud kearifan lokal Kabupaten Bantaeng. Sinergitas kearifan lokal, nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan adalah *siri, pace* dan *lambusu, sipakacidong, siadakan* dan *sipakalabbiri* menjadi fokus dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Berdasarkan karakter masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini tergolong sebagai jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berupaya untuk mendeskripsikan atau menggambarkan apa adanya mengenai fokus, gejala, keadaan atau fenomena yang berkaitan dengan faktor budaya dalam pembangunan pertanian berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng (Abustan, 2006; Bungin, 2009). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Bantaeng, dengan pertimbangan bahwa berdasarkan Undang-undang Nomor 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagai bagian dari pembangunan pertanian berkelanjutan, mengamanatkan akan pentingnya undang-undang ini diimplementasikan paling lambat dua tahun setelah undang-undang ini diundangkan, di seluruh pelosok provinsi dan kabupaten/kota di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Penggunaan pendekatan fenomenologi ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara mendalam, sistimatis, faktual dan akurat terhadap faktor

budaya dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng. Pendekatan fenomenologi dilakukan dengan jalan melakukan pengamatan dan wawancara kepada para informan terpilih, yang berkaitan dengan pengalaman mereka dan mengembangkan pola-pola dan relasi-relasi makna yang terkuak di balik fakta implementasi perlindungan lahan persawahan berkelanjutan. Mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka fakta yang akan dikonstruksi sebagai fokus penelitian adalah makna budaya atau kearifan lokal dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng. Faktor budaya dimaksud terdiri dalam tiga aspek, yaitu: *siri, pace* dan *lambusu*.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui hasil wawancara mendalam dengan sumber atau informan (Cresswell, 2010), yaitu Kepala Dinas Petanian dan Ketua Adat Dua Belas. Sementara sekunder bersumber dari dokumen yang tersedia pada Kantor Dinas Pertanian dan Instansi Pemerintah lainnya (Cresswell, 2010). Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yang bertindak sebagai perencana, menetapkan fokus penelitian, memilih informan, menilai kualitas data, melakukan analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan hasil penelitian. Dengan demikian validitas dan realibilitas data untuk langkah pertama diperoleh melalui kapasitas peneliti sebagai instrumen penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, dengan tahapan-tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Faktor budaya yang dimaksud dapat memberi kontribusi dalam pembangunan pertanian berkelanjutan, khususnya dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng, adalah kearifan lokal yang dipraktekkan oleh para leluhur pada masa lampau dan dianggap kontekstual untuk diterapkan pada masa kini dan akan datang dalam proses pembangunan. Konsep budaya atau kearifan lokal tradisional yang menjadi pondasi utama para leluhur di Kabupaten Bantaeng adalah *Siri*, *Pacce* dan *Lambusu*. Selain itu dikenal pula konsep budaya, yang menjadi turunan dari tiga konsep utama di atas, yaitu *sikacidongan*, *sipakalabbiri* dan *sipakatau*.

Untuk melihat sinergitas antara kesadaran kosmologis, Undang Undang Nomor 41 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagaimana dikemukakan pada latar belakang, dengan nilai-nilai tradisional (kearifan lokal) dalam implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng, dapat ditunjukkan pada 2 (dua) pilar utama kesadaran kosmologis berikut:

Pertama, adalah *partisipasi* yang meyakini bahwa keberlangsungan semesta hanya dapat dijaga dan dipelihara oleh keikutsertaan dan kontribusi dari semua pihak. Malah, realitas bersama tidak lebih dari perwujudan partisipasi. Pada tataran praktis, prinsip partisipasi diartikan bahwa kelangsungan dan kualitas keberadaan Indonesia ditentukan oleh kualitas partisipasi seluruh wilayah provinsi, sedangkan untuk Bantaeng ditentukan oleh segenap tatanan internalnya, khususnya desa. Falsafah atau nilai tradisional yang sejalan dengan prinsip ini antara lain azas *Sicidongang*, *Siadakkang*, *Sipakatau* akan menciptakan iklim yang terbuka untuk saling *sikatallassi* (saling menghidupi), tolong-menolong, dan bekerjasama membangun kehidupan ekonomi masyarakat secara adil dan merata dan

karena itu dalam kegiatan ekonomi, sangat mencela adanya kegiatan yang selalu hendak *annunggalengi* (egois), atau memonopoli lapangan hidup yang terbuka secara kodrati bagi setiap manusia. Dalam konteks itu pula diperlukan upaya untuk saling mengingatkan kepada kebaikan dan mencegah pada kejahatan (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Partisipasi dalam konteks kearifan lokal Kabupaten Bantaeng yang dimanifestasikan dalam azas *sicidongan*, *siadakkang* dan *sipakatau* serta melarang adanya sifat *annunggalengi* (monopoli), sejalan dengan azas Perlindungan Lahan Pertanian Pangan dalam Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009 pada Pasal 2, yaitu Azas: a)Partisipatif, b) Keadilan, (c) Keselarasan, keserasian dan keseimbangan.

Kedua, adalah *pluralisme* yang memahami keberagaman sebagai potensi bukan sebagai ancaman. Kualitas partisipasi justru sangat tergantung kepada tingkat dan kualitas keberagaman. Senyatanya, pluralisme merupakan paham yang telah lama dikenal dan diyakini oleh hampir semua etnik di Indonesia dan dilestarikan dalam wujud *Bhinneka Tunggal Ika*. Pluralisme menghargai keberagaman untuk kebersamaan dalam bingkai kesetiakawanan sosial dalam masyarakat sebagai kekayaan budaya yang menjamin terselenggaranya pembangunan yang berkesinambungan. Seperti halnya dengan partisipasi, prinsip ini juga dikenal secara tradisional, misalnya dari *siri na pacce*; *sikamaseang*; yang pada dasarnya berarti perasaan malu jika seseorang tidak mampu berbuat terbaik bagi kemajuan komunitas/tatanannya serta memiliki rasa kesetiakawanan sosial (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Pluralisme dalam kearifan lokal Kabupaten Bantaeng dalam simbol *siri na pacce* serta *sikamaseang* pada dasarnya sesuai pasal 2 Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan yang diselenggarakan berdasarkan asas manfaat;

keberlanjutan dan konsisten; keterpaduan; serta kebersamaan dan gotong-royong.

Sinergitas nilai-nilai dasar dari kesadaran kosmologis dengan tujuan Undang-Undang Nomor: 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan sebagaimana diungkapkan di atas, dipertegas oleh Ketua Dewan Adat Kerajaan Bantaeng berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

Kearifan lokal sebagai adopsi dari nilai-nilai tradisional Kabupaten Bantaeng yang dianggap masih urgen untuk diterapkan dalam pembangunan pertanian berkelanjutan antara lain dapat dikemukakan dalam ungkapan: "sikacidongan, siadakkan dan sipakalabbiri. Ketiganya mengandung arti filosofis yang dalam, karena pertanian berkeberlanjutan yang sarat dengan berbagai macam program, tentunya tidak akan berjalan kalau tidak dilakukan rapat/pertemuan (sikacidongan), untuk memberikan pendapat sesuai kapasitas masing-masing (siadakkan) dan menghargai apa yang menjadi pendapat masing-masing peserta (sipakalabbiri) baik dalam penyusunan rencana program, pelaksanaan, pengawasan maupun evaluasi dari program tersebut (AKM, 2012).

Hal yang sama dikemukakan Sekretaris Dinas Pertanian dan Peternakan bahwa dalam formulasi kebijakan atau penyusunan rencana, implementasi sampai kepada evaluasi program dibutuhkan kemampuan berpikir dan bertindak strategis. Kemampuan itu antara lain membutuhkan urung rembuk (*sikacidongan*) dengan aturan yang jelas (*siadakkan*) dan saling menghormati pendapat masing-masing (MZ 2012)

Dari aspek konseptual teoritik nilai *sicidongan*, *siadakkan* dan *sipakalabbiri* pada dasarnya masuk dalam ranah

komunikasi, dan oleh karena itu, implementasi kebijakan akan efektif antara lain ditentukan kepada sejauhmana program-program itu dibicarakan/dikomunikasikan dengan baik, jelas dan konsisten. Disamping itu implementasi suatu kebijakan secara moral dituntut adanya suatu kesungguhan atau komitmen dari pelaksana dan kelompok sasaran, baik dalam perencanaan maupun dalam area pelaksanaan dan evaluasi. Agar implementasi kebijakan itu dapat dikatakan berhasil, harus mempunyai dampak berupa kemanfaatan kepada kelompok sasaran dan adanya perubahan ke arah yang lebih baik. Selanjutnya dalam prespektif pembangunan pertanian berkelanjutan, salah satu ciri pembangunan pertanian adalah berwatak sosial atau kemasyarakatan, dimana: sistem pertanian harus selaras dengan norma-norma sosial dan budaya yang dianut dan dijunjung tinggi oleh masyarakat di sekitarnya. Norma-norma sosial dan budaya harus lebih diperhatikan, apalagi dalam sistem pertanian di Indonesia biasanya jarak antara perumahan penduduk dengan areal pertanian sangat berdekatan (salikin, 2003).

Dalam RPJP Kabupaten Bantaeng (2008;2033) nilai-nilai tradisional sebagai nilai dasar dari kearifan lokal Kabupaten Bantaeng, pada dasarnya bisa dirangkum lebih abstrak lagi dalam tiga nilai dasar yakni *siri*, *pacce* dan *lambusu* yang merupakan elemen yang bersinergi satu sama lain membentuk harmoni yang dinamis di tengah perubahan yang berlangsung.

Siri diartikan sebagai perasaan malu jika seseorang tidak mampu berbuat terbaik bagi kemajuan komunitas/tatanannya, yang dengan itu warga Bantaeng selalu terdorong untuk kreatif berkontribusi bagi pencapaian tujuan bersama dalam komunitas di tingkat desa/kelurahan maupun di komunitas tingkat kabupaten hingga tingkat yang lebih tinggi lagi, dalam makna inilah siri menjadi nilai pelecut bagi kemajuan. Selain itu, siri juga bermakna

perasaan malu jika berbuat tidak sesuai dengan kaidah moralitas dan etika yang berlaku di lingkungannya, yang dengan itu warga Bantaeng akan selalu menimbang kebaikan/kepatutan dari tindakan/perilakunya dalam berkontribusi pada kemajuan, dalam makna inilah siri menjadi pengarah bagi kemajuan. Dalam pembangunan Bantaeng, siri adalah pelecut sekaligus pengarah bagi kemajuan menjadi wilayah terkemuka (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Sementara nilai dasar kedua yaitu *Pacce* yang merupakan nilai kearifan lokal Kabupaten Bantaeng dapat digambarkan sebagai berikut:

Pacce adalah empati dan solidaritas, nilai yang melandasi orientasi pada kebersamaan (commonality) sebagai sebuah komunitas, baik desa/kelurahan sebagai komunitas maupun Kabupaten Bantaeng sebagai sebuah komunitas. Pacce sebagai dasar orientasi kepada kebersamaan, disatu sisi bersumber dari kesadaran akan saling ketergantungan dan saling berkebutuhan diantara unsur tatanan (antar manusia dan antara manusia dengan alamnya) karena memiliki keunikannya masing-masing (keberagaman) yang memanasifestasikan solidaritas organik; disisi lain juga bersumber dari dari kesadaran akan saling kesamaan diantara unsur, sama-sama orang Bantaeng, sama-sama ekosistem Bantaeng (keragaman) yang memanasifestasikan solidaritas mekanik. Dalam pembangunan Bantaeng, pacce dalam wujud perpaduan solidaritas organis dan solidaritas mekanis adalah pendasaran bagi kebersamaan dalam kemajuan menjadi wilayah

terkemuka (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Azas kearifan lokal Kabupaten Bantaeng selanjutnya, yaitu *lambusu* dapat dikemukakan sebagai berikut:

Lambusu adalah jujur, nilai yang melandasi integritas individu (jujur pada diri sendiri) dan integritas sosial (jujur pada orang lain) dalam tatanan Bantaeng yang bergerak maju menuju terkemuka. Dapat dikatakan bahwa nilai lambusu adalah penjaga integritas dari kecepatan, keterarahan dan kebersamaan dalam perubahan Bantaeng menuju wilayah terkemuka (Pemerintah Kabupaten Bantaeng, 2008:2033).

Siri, Pacce dan lambusu sebagai nilai dasar dari kearifan lokal akan menjadi modal utama kalau hal ini mampu diimplementasikan dalam pelaksanaan pembangunan termasuk didalamnya pembangunan bidang pertanian di Kabupaten Bantaeng. Pernyataan ini sesuai apa yang dikemukakan oleh Ketua Dewan Adat Kerajaan Bantaeng berdasarkan hasil wawancara berikut:

Manakalah Siri, Pacce dan Lambusu menjadi pegangan bagi pelaku pembangunan, baik itu dilingkup pemerintahan, masyarakat dan dunia usaha, maka Kabupaten Bantaeng akan menjadi Kabupaten terdepan dalam berbagai kemajuan di Indonesia. Siri, pacce dan lambusu ini memang secara kultural diakui sebagai milik orang bugis makassar, tetapi sebenarnya secara empirik adalah milik negara-negara maju karena mereka mampu mengaplikasikan secara baik dalam praktek. Pembangunan ini akan bergerak kearah kemajuan kalau pelaku ada rasa malu kalau tidak berprestasi, malu kalau melanggar etika atau norma hukum lainnya (siri), begitu juga harus ada

komitmen tinggi dalam kesatuan cara pandang dan bertindak sebagai wujud rasa solidaritas (pace) dan lebih dari itu bahwa pelaku pembangunan harus jujur baik terhadap dirinya, kepada orang lain apalagi kepada bangsanya sendiri (lambusu) (AKM, 2012)

Senada dengan informan di atas, Sekretaris Dinas Peternakan dan Perikanan mengatakan bahwa:

Nilai nilai budaya sikacidongan, siadakkan, sipakalabbiri yang merupakan turunan dari nilai nilai dasar siri, pace dan lambusu sekalipun bersinergi dengan nilai nilai kosmopolitan dan pembangunan pertanian berkelanjutan, tetapi dalam prakteknya sehari hari, baik pada institusi pemerintahan, swasta dan masyarakat, hampir dapat dikatakan jauh dari harapan. Karena itu diperlukan suatu regulasi dalam bentuk aturan, baik berupa Perda maupun Perbup sebagai apresiasi dan penghargaan terhadap nilai nilai luhur yang positif daripada leluhur masa lalu (MZ 2012)

Berbagai cara pandang dari aspek budaya yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor budaya memang akan memberikan kontribusi yang baik dalam proses implementasi kebijakan perlindungan lahan pertanian pangan berkelanjutan di Kabupaten Bantaeng, manakalah nilai-nilai yang terkandung dalam azas *siri*, *pace* dan *lambusu* menjadi nilai moral berupa disposisi atau komitmen dalam proses perencanaan program, pelaksanaan program, pengawasan, evaluasi dan pemanfaatan suatu program. Hal ini secara teoritik juga dibenarkan bahwa berhasil tidaknya implementasi suatu kebijakan akan sangat tergantung kepada sejauh mana suatu sistem, mulai dari fungsi-fungsi perencanaan, pengelolaan/pelaksanaan dan evaluasi/pengawasan

terintegrasi dan menjadi instrumen yang efektif dalam upaya mencapai tujuan organisasi (Fermana, 2009). Dalam dimensi pembangunan pertanian berkelanjutan, salah satu dimensi pembangunan pertanian berkelanjutan, adalah dimensi kepastian secara budaya dimana sistem pertanian yang memiliki kepastian budaya mampu memberikan pertimbangan dengan nilai-nilai budaya, termasuk keyakinan agama dan tradisi, dalam perencanaan dan pelaksanaan program pembangunan pertanian. Pengenalan sistem pengetahuan dan visi petani harus diperhatikan sebagai mitra sejajar dalam proses pembangunan pertanian.

Kesimpulan

Berbagai cara pandang dari aspek budaya yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya *siri*, *pace*, *lambusu*, *sipakacidong*, *sipakalabbiri* dan *sipakatau* memang bersinergi dengan konsep kosmopolitan dan pembangunan pertanian berkelanjutan, namun dalam implementasinya belum menjadi dasar dalam berpikir maupun dalam bertindak. Hal ini terjadi karena belum adanya Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Bupati (Perbup) yang mengatur secara khusus tentang pentingnya budaya lokal yang bersifat positif untuk dituangkan dalam bentuk regulasi untuk mengendalikan perilaku pemerintah dan masyarakat dalam proses pembangunan secara berkelanjutan.

Pemerintah Daerah Kabupaten Bantaeng sebaiknya mengapresiasi budaya *siri*, *pace*, *lambusu*, *sipakacidong*, *sipakatau* dan *sipakalabbiri* sebagai nilai budaya dan menjadikan dasar dalam berpikir dan bertindak dalam proses pembangunan pertanian berkelanjutan dan pembangunan berkelanjutan pada umumnya. Untuk itu sangat diperlukan adanya Perda dan Perbup yang mengatur tentang pentingnya nilai nilai budaya tersebut menjadi dasar berpikir dan bertindak dalam proses pembangunan

berkelanjutan dan dalam pembangunan pertanian berkelanjutan pada khususnya.

Daftar Pustaka

- Abustan, M. Idrus. 2006. *Pedoman Praktis Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah*. Makassar: UNM
- Achmad, Mansyur, KM, 2010, *Teori-Teori Mutakhir Administrasi Publik*, Yogyakarta: Rangkang Education.
- Akib, Haedar, 2010, *Implementasi Kebijakan: Apa, Mengapa dan Bagaimana*, Makassar: Jurnal Administrasi Publik, Edisi 1 Volume I, PPs Universitas Negeri Makassar.
- Arifin, Indar, 2010, *Birokrasi Pemerintahan dan Perubahan Sosial Politik*, Makassar: Refleksi.
- Azhari, 2011, *Mereformasi Birokrasi Publik Indonesia*, 2011, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. M, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Cresswell, John W, 2010, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Fermana, Surya, 2009, *Kebijakan Publik Sebuah Tinjauan Filosofis*, Jakarta: Ar-Russ Media.
- Mahmud, Zainal. 2008. *Modernisasi Usaha Tani Padi Rakyat*. (<http://www.pustaka-deptan.go.id> diakses 12 Agustus 2019, 13.45 WITA)
- Pakkanna, Mukhaer dan M. Solihat, 2008, *Dinamika Ekonomi Minus Kesejahteraan*, Jakarta: Cides Indonesia.
- Parsons, Wayne. 2008. *Public Policy Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*, Jakarta: Terjemahan, Kencana Prenada Media Groop.
- Paselong, Harbani, 2007, *Teori Administrasi Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Pemerintah Kabupaten Bantaeng. 2008. *Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP)*. Bantaeng, Sulawesi Tengah.
- Salikin, Karwan A, 2003, *Sistem Pertanian Berkelanjutan*, Yogyakarta: Kanisius.
- Santosa, Pandji, 2009, *Administrasi Publik Teori dan Aplikasi Good Governance*, Bandung: PT Reflika Aditama.
- Sinambela, Poltak, Lijan, 2008, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Soekartawi. 2006. *Pembangunan Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Tachjan, 2008, *Implementasi Kebijakan Publik*, Bandung: Puslit KP2W Lemlid Unpad.
- Widodo, J. 2008. *Analisis Kebijakan Publik : Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Widodo, J. 2011, *Birokrasi Berbasis Kinerja*, Malang, Bayu Media.

PEMANFAATAN e-WOM DALAM KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ES KRIM AICE

Irawati Sri Wulandari^{1*}

¹Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro

*Email: irawati.swulandari@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan industry es krim di Indonesia sedang mengalami kemajuan yang pesat sejak empat tahun terakhir. Aice sebagai produsen baru di industry es krim Indonesia mulai beredar di Indonesia sejak tahun 2015. Sejumlah sertifikat dan penghargaan yang didapatkan Aice menunjukkan bahwa Aice mampu mengejar dan bahkan mengungguli merek lain yang sudah lama beredar di masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan kegiatan e-WOM yang dilakukan es krim Aice. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan bagaimana kegiatan e-WOM yang dilakukan Aice dalam upaya untuk meraih kepercayaan konsumen sehingga Aice mampu mendapatkan TOP Brand di tahun 2019. Studi ini menemukan bahwa strategi marketing komunikasi yang dilakukan oleh es krim Aice menggunakan e-WOM melalui Instagram @aiceindonesia dilakukan untuk memenuhi lima tujuan umum dari sosial media marketing, yaitu *relationship building, brand building, publicity, promotions, dan market research*.

Kata Kunci: e-WOM; Komunikasi Pemasaran; Aice

Submisi: 12 Desember 2019

Pendahuluan

Pertumbuhan industry es krim di Indonesia sedang mengalami kemajuan yang pesat sejak empat tahun terakhir. Aice sebagai produsen baru di industry es krim Indonesia mulai beredar di Indonesia sejak tahun 2015. Pada awal kemunculannya es krim Aice sempat diterpa kabar miring bahwa es krim Aice hanya mengandung bahan kimia tanpa kandungan buah asli. Tetapi Aice membantah informasi tersebut dengan menyebarkan sertifikat BPOM dan Halal MUI dengan kategori sangat baik/*excellent*. Kemudian Aice juga mendapatkan banyak penghargaan lainnya, hingga tahun 2019 Aice berhasil mendapatkan TOP Brand For Kids 2019 bersama dua merek es krim lainnya yaitu Walls dan Campina. Aice menunjukkan bahwa Aice mampu mengejar dan bahkan mengungguli merek lain yang sudah lama beredar di masyarakat. Prestasi yang dimiliki oleh Aice tentunya sangat mengejutkan, karena Aice merupakan

produk yang dikenal karena harganya yang sangat murah dibandingkan kompetitor, yaitu antara Rp 2.000 sampai Rp 10.000. Harganya yang tergolong sangat murah untuk es krim dengan bentuk dan rasa yang sangat unik di awal kemunculannya membuatnya langsung *booming* di kalangan masyarakat.

Penerapan strategi e-WOM sudah menjadi jamak dilakukan oleh suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasarannya terutama pada era *digital* saat ini. e-WOM adalah pembicaraan positif maupun negative tentang suatu produk melalui internet. e-WOM menurut Henning-Thurau et al. (2004:39) merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet. e-WOM secara tidak langsung menjadi strategi suatu perusahaan

untuk menjaga dan mengontrol citranya agar tetap baik di dunia maya dan membantu memberikan pandangan baru bagi para pelaku bisnis dalam upaya pemasaran produk dan jasa. Marketing komunikasi menggunakan e-WOM juga cocok digunakan untuk bisnis baru sebagai pengenalan produk dan pembentukan *brand awareness* kepada masyarakat seperti yang dilakukan es krim Aice.

Strategi e-WOM yang digunakan Aice yaitu melalui website dan media sosial. media sosial yang digunakan Aice antara lain Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Peneliti memfokuskan strategi e-WOM yang dilakukan es krim Aice melalui Instagram karena dari semua strategi e-WOM yang digunakan, setelah penulis melakukan pencarian di website sosialblade.com, Instagram adalah yang paling banyak *follower* dan paling banyak aktivitasnya, sehingga konten apa yang ada di instagram @aiceindonesia selalu mendapatkan respon yang sangat baik, dibuktikan dengan jumlah *upload* gambar yang tinggi sebanyak 578 postingan, rata-rata comment per postingan 46,44, dan rata-rata like per postingan 581,16. Karena tingginya aktivitas e-WOM di Instagram @aiceindonesia maka Instagram @aiceindonesia juga menjadi penunjuk kredibilitas atau citra perusahaan, sehingga konten apa yang ada di Instagram Aice mempengaruhi sifat pesan e-WOM yang akan tersebar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi marketing komunikasi es krim Aice melalui e-WOM yang dilakukan oleh Aice.

Bauran Komunikasi Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:476) komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan oleh perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:478), bauran komunikasi pemasaran terdiri atas

delapan cara komunikasi utama yaitu: *advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, direct marketing, interactive marketing, personal selling, dan word-of-mouth marketing.*

Electronic Word of Mouth Marketing

Pesatnya kemajuan teknologi khususnya pada jaringan internet, memungkinkan adanya sebuah komunikasi WOM yang tidak hanya menjadi sebuah bentuk komunikasi perseorangan, tapi dilakukan melalui media *online* yang disebut *electronic Word-of-Mouth (e-WOM)*.

e-WOM menurut Henning-Thurau et al. (2004:39) merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet.

Menurut Chatterjee dalam Jalilvand dan Samiei (2012:2) penggunaan internet dan jejaring sosial yang meningkat merupakan hal yang penting dimana saat ini *word of mouth* tidak hanya dilakukan perorangan namun bisa dalam bentuk apa saja termasuk internet yang disebut dengan e-WOM. Efektivitas dari e-WOM lebih baik dibandingkan dengan komunikasi WOM di dunia *offline*, karena aksesibilitas yang lebih besar dan jangkauan yang tinggi (Jalilvand, 2012:466).

Menurut Jeong dan Jang (2011:360) perbedaan antara WOM tradisional dengan e-WOM antara lain sebagai berikut:

1. WOM dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, sedangkan e-WOM secara *online*. Adanya kemajuan teknologi merubah jenis komunikasi langsung dengan tatap muka menjadi komunikasi pada dunia maya.
2. WOM dilakukan secara terbatas sedangkan eWOM aksesibilitasnya

tinggi. e-WOM dapat menjangkau semua orang yang mengakses internet.

3. e-WOM memungkinkan pengguna website dan media sosial mengembangkan hubungan virtual dengan konsumen atau kelompok lain.
4. e-WOM di posting atau diakses anonim secara *online* atau orang yang tidak dikenal, sedangkan WOM tradisional memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi, percakapan langsung dengan orang yang dikenal.
5. Tingkat kepercayaan penerima informasi WOM lebih tinggi karena didukung dengan bahasa tubuh dan intonasi suara, sedangkan e-WOM tidak.

Goldsmith et al. menyatakan e-WOM mempunyai beberapa tipe dan masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda (Basarani, 2011:14) diantaranya *one-to-one* (seperti *e-mail* dan *instant message*), *one-to-many* (seperti *website*, *product review*, *chatroom*), dan *many-to-many* (seperti *blog*, *virtual communities*, *news group*).

Media sosial

Media sosial saat ini menjadi suatu gaya hidup masyarakat untuk dapat bersosialisasi dengan orang-orang yang terhubung dalam suatu komunitas tertentu. Jaringan media sosial ini merupakan bentuk baru dari dialog antara “*customer-to-customer*” dan “*business-to-consumer*” yang memiliki implikasi besar terhadap pemasar (Kotler & Armstrong, 2012:141). Media sosial berguna memberikan individu kemampuan untuk menetapkan profit pribadi, terhubung dengan pengguna lain, membuat, menerbitkan dan merespon *content* (Tom Funk, 2011:8). Media sosial juga menjadi sarana komunitas *online* dimana orang dapat bersosialisasi dan bertukar informasi yang bertujuan membangun hubungan dan membangun loyalitas pada konsumen (Devito, 2011:27). Pengguna media sosial berbicara tentang

merekomendasikan atau membeli suatu produk setelah mereka terlibat dengan perusahaan melalui media sosial (Mathis dan Jackson, 2011).

Kelebihan dari media sosial adalah dapat membangun komunikasi dua arah, yaitu dapat mendengar apa yang menjadi aspirasi dan pikiran konsumen. Dalam media sosial terdapat tiga aktivitas yang dapat dilakukan (Devito, 2011:27) yaitu:

1. *Sosial media maintenance*
Sosial media maintenance yaitu merawat media sosial dengan melakukan posting secara rutin dalam media sosial serta melakukan interaksi dengan membalas komentar dari anggota. Dalam hal ini harus ada tim kecil yang bertanggung jawab dalam melakukan posting rutin dan menghapus komentar yang kurang baik.
2. *Sosial media endorsement*
Sosial media endorsement yaitu mencari *public figure* yang memiliki penggemar yang sangat banyak dan memberikan dukungan terhadap media sosial yang dimiliki perusahaan. Dalam memilih *endorses* harus disesuaikan bidangnya dengan produk perusahaan.
3. *Sosial media activation*
Sosial media activation yaitu membuat kegiatan yang unik sehingga dapat menciptakan WOM. WOM akan meningkatkan perhatian terhadap produk perusahaan secara signifikan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kualitatif deskriptif-evaluatif dengan menggunakan metode atau pilihan kajian studi kasus. Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moleong

(2008:5), penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Rossi dan Freeman, penelitian evaluatif adalah penerapan prosedur penelitian sosial yang sistematis dalam rangka menilai konseptualisasi, desain, implementasi dan kegunaan sebuah program intervensi sosial. Sedangkan penelitian evaluative menurut Suchman yaitu suatu penentuan (apakah berdasarkan opini, catatan, data subyektif, atau obyektif), hasil yang diperoleh dari beberapa kegiatan pada suatu program yang dibuat untuk memperoleh suatu tujuan tentang nilai dan *performance*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Mulyana (2004:201) studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi atau suatu program, atau situasi sosial. Metode studi kasus bagi kalangan periset, menurut Robert E. Stake (1995:236), bertujuan untuk mengoptimalkan pemahaman melalui pertanyaan riset akademis.

Penggunaan studi kasus pada penelitian ini maka akan diperoleh serangkaian pemikiran yang mengarah pada kesimpulan dari mengapa suatu keputusan diambil, bagaimana prosesnya dan selanjutnya bagaimana hasilnya. Berdasarkan hal tersebut maka dalam penelitian ini akan dideskripsikan data yang diperoleh dari subyek penelitian yaitu produk es krim Aice dan diarahkan pada kesimpulan terkait pengambilan keputusan kebijakan pemilihan konsep e-WOM untuk memenuhi lima tujuan dari sosial media marketing menurut Guneluis (Gunelius, 2011:15) yaitu *relationship building, brand building, publicity, promotions, dan market research*.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen dan wawancara mendalam dengan informan melalui proses

tanya jawab secara langsung, studi pustaka, serta dokumentasi audio dan visual.

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi WOM terjadi ketika konsumen memberikan saran atau pendapat dan berbagi pengalaman kepada konsumen lain tentang sebuah produk, jasa atau merek (Schiffman dan Kanuk, 2010). Berdasarkan sifatnya, e-WOM dapat dikategorikan positif dan negatif. Sebisa mungkin perusahaan dapat mendorong penyebaran e-WOM yang positif dan menekan atau bahkan menghilangkan e-WOM negatif yang dapat berdampak buruk atau kontra produktif bagi tercapainya sasaran pemasaran.

e-WOM adalah sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya (Gruen, 2006:6). Dalam Instagram @aiceindonesia setiap postingan gambar berbentuk animasi dengan warna warni ceria yang diharapkan mampu menarik perhatian *follower*.

Beberapa tindakan yang dapat diadopsi untuk meningkatkan WOM menurut Peters, Morris, Heckman, dan Dye (Mason, 2008:89):

1. Buat agar produk berada dalam tangan konsumen yang serba tahu atau penyebar berita. Contohnya adalah Follower Instagram @aiceindonesia sering mengunggah es krim yang dibelinya di instastory, dan kemudian direpost oleh Instagram @aiceindonesia. Selain itu, Aice juga sering mengadakan giveaway di instagramnya dengan permintaan *upload* produk Aice di *feed* Instagram *follower*, serta mention kepada teman-teman *follower*. Dengan cara tersebut, otomatis *follower* Instagram @aiceindonesia telah melakukan penyebaran berita.

2. Gunakan pemimpin opini atau selebritas sebagai penyampai pesan. Contoh yang pernah dilakukan Aice adalah Aice sering menggunakan selebritas dan *food influencer* di Instagram. Contohnya adalah Julian Jacob sebagai presenter di acara Surprise Net TV yang merupakan acara Aice dengan tema menyebarkan kebaikan, selebgram Londo Kampung yang melakukan *tour* keliling pabrik es krim Aice, Baim Wong, Febby Rastanty, Jessica Iskandar, dan masih banyak lagi.
3. Berikan produk secara luas dan gratis, atau dengan harga murah pada ahli industry, tokoh masyarakat, dan pemimpin opini. Contohnya adalah pada saat Aice mengunjungi panti asuhan YPAC, Aice membagikan es krim serta bantuan kepada panti tersebut. Aice juga memecahkan rekor MURI dengan mencatat Pembagian Es Krim Secara Serentak di Kota Terbanyak di Indonesia pada tanggal 28 Mei 2019.
4. Pelihara pengguna awal dan berikan insentif penjualan kepada mereka. Contohnya adalah Aice sering mengadakan *giveaway* di instagramnya yang ditujukan kepada *follower* serta konsumen setianya.
5. Berikan contoh produk dan perlihatkan pada berbagai pertemuan, sekolah, dan pusat-pusat komunitas. Contoh yang pernah dilakukan Aice adalah Aice memberikan sample produknya secara gratis saat pembukaan dan penutupan acara Asian Games 2018 kepada para penonton saat akan memasuki *venue*. Selain itu, dalam kesempatan Asian Games 2018, Aice juga menyediakan banyak *frezzer* yang penuh berisi es krim Aice untuk para atlet yang akan bertanding.

6. Tawarkan wisata di pabrik perusahaan kepada anak-anak sekolah, klub, konsumen.

Aice telah membuka pabriknya yang berlokasi di Mojokerto untuk umum. Cara pendaftarannya sangat mudah karena hanya dengan mengisi data di website Aice dan kemudian menunggu untuk dihubungi pihak Aice untuk jadwal kunjungannya.

Menurut Guneluis (Guneluis, 2011:15) ada lima tujuan paling umum dari *sosial media marketing*, yaitu:

1. *Relationship building* (membangun hubungan)
Manfaat utama dari pemasaran media sosial adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen yang terlibat secara aktif, teman sebaya, dan yang lainnya. Aice membuktikan bahwa *relationship building* berjalan dengan baik, dibuktikan dengan banyaknya *comment* dan *like* di setiap postingannya di Instagram @aiceindonesia, serta banyaknya peserta di setiap *giveaway* yang dilakukan. Aice selalu memberikan caption dengan bahasa non-formal yang juga digunakan oleh anak muda dan kata-kata yang menarik. Sehingga followernya pun merasa *enjoy* dalam meninggalkan *comment* di setiap postingannya. Selain itu, admin dari Instagram @aiceindonesia juga selalu aktif memberikan jawaban dari pertanyaan followernya.
2. *Brand building* (membangun merek)
Percakapan di media sosial adalah langkah awal yang sempurna untuk meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan *brand recognition* dan *recall*, serta meningkatkan *brand loyalty*. Dengan terjalannya *relationship building* yang baik dan aktif serta positif, tentu *brand building* pun akan ikut berjalan dengan baik.

3. *Publicity* (publisitas)

Pemasaran media sosial menyediakan tempat dimana perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumennya. Aice selalu berbagi setiap informasi promosi penjualan, kegiatan *sponsorship* yang dilakukan, konten acara Surprise Net TV, dan lainnya kepada konsumen, sehingga konsumen tidak pernah ketinggalan berita mengenai apa saja yang telah dilakukan oleh Aice.

4. *Promotions* (promosi)

Melalui pemasaran media sosial, dapat memberikan diskon eksklusif dan kesempatan bagi *audience* untuk membuat mereka merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka pendek. Aice selalu membagikan informasi kepada *follower*-nya melalui Instagram *feed* setiap ada promosi diskon di minimarket, supermarket, maupun hypermarket tertentu, dan selalu mendapatkan respons positif dari *follower*-nya melalui kolom komentar.

5. *Market research* (riset pasar)

Media sosial dapat digunakan untuk mempelajari perilaku konsumen, kebutuhan dan keinginan konsumen, dan mempelajari *competitor*. Aice selalu melakukan market research salah satunya melalui aktivitas di instagramnya untuk selalu mengembangkan produk dan kegiatan komunikasi pemasarannya.

Berdasarkan penjelasan di atas media sosial adalah suatu alat *digital marketing* yang dapat menjangkau semua kalangan, dengan biaya yang relatif terjangkau atau tidak menggunakan biaya sama sekali dan digunakan untuk menciptakan suatu komunitas, membangun hubungan, dan bertukar informasi dengan sesama pengguna media sosial dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Aice telah memanfaatkan e-WOM dengan sangat baik

melalui media sosial yang dimilikinya, terutama Instagram.

Kesimpulan

Aice sebagai produsen baru di bidang es krim telah berhasil meraih perhatian konsumen hanya dalam waktu singkat, yaitu empat tahun sehingga mampu mendapatkan *TOP Brand For Kids 2019* bersama dua merek es krim yang telah sangat lama populer di Indonesia, bahkan mengalahkan beberapa merek es krim yang telah lama beredar di Indonesia, serta merek es krim baru lainnya di pasaran Indonesia. Aice telah menggunakan media sosialnya, salah satunya instagram sebagai sarana yang tepat dan efektif sebagai salah satu upaya kegiatan bauran komunikasi pemasarannya. Aktivitas yang terjadi di Instagram @aiceindonesia telah memenuhi semua tindakan untuk meningkatkan WOM menurut Peters, Morris, Heckman, dan Dye (Mason, 2008:89). Selain semua tindakan yang dilakukan, pemasar juga harus mampu untuk selalu aktif berinteraksi dengan *follower*-nya di media sosial, menjawab setiap *comment* dan DM dari *follower*, serta menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami oleh konsumen.

Aktivitas yang dilakukan Aice juga telah memenuhi lima tujuan dari *sosial media marketing* menurut Guneluis (Guneluis, 2011:15) yaitu *relationship building*, *brand building*, *publicity*, *promotions*, dan *market research*. Marketing komunikasi menggunakan e-WOM terbukti cocok digunakan untuk bisnis baru sebagai pengenalan produk dan pembentukan *brand awereness* kepada masyarakat seperti yang dilakukan es krim Aice. Strategi e-WOM yang dilakukan oleh Aice dapat dicontoh oleh produk lain yang ingin meningkatkan *brand awareness* produknya secara cepat dan efektif.

Daftar Pustaka

Basarani, Sukrie. 2011. *Electronic Word of Mouth: Managing Online Guest Reviews in Hospitality Industry*.

- Swedia: Jurnal Internasional Universitas Sodertorns.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang: Karisma Publishing Group.
- Gruen, T.W., Osmonbekov, T., Czaplewski, A.J. 2006. *eWOM: The Impact of Customer-to-Customer Online Knowledge Exchange On Customer Value and Loyalty*, *Journal of Business Research*, 59 (4): 449-456.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, dan Dwayne D. Gremler. 2004. *Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?*. *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52.
- <https://sosialblade.com/>, diakses 12 September 2019, pukul 19.36.
- Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. 2012. *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Marketing Intelligence and Planning*, 30 (4): 460-476.
- Jeong, Eunha dan Jang, Soo Cheong (Shawn). 2011. *Restaurant Experience Triggering Positive Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) Motivations*. *International Journal of Hospitality Management*, 30: 356-366.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Sembilan Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Mason, R. B. 2008. *Word of Mouth As a Promotional Tool for Turbulent Markets*. *Journal of Marketing Communication*: 207-224.
- Mathis, Robert L. dan Jackson, John H. 2011. *Human Resource Management Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

SELF DISCLOSURE WARIA TERHADAP TEMAN WANITA (studi kasus di pasar Masomba Palu)

Kudratullah^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah

*E-mail: kudra988@gmail.com

ABSTRAK

Pesan disampaikan secara simultan kepada orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan terhadap pesan terhadap pengungkapan diri waria transeksual yang masih dianggap asing dalam kehidupan masyarakat. Tujuan penelitian ini bagaimana Self disclosure waria terhadap terhadap teman wanita (studi kasus di pasar masomba Palu). Metode studi kasus melalui wawancara dan observasi diterapkan dengan teknik purposive sampling jumlah informan empat orang diwakili oleh 2 orang waria dan 2 orang wanita. Hasil dari penelitian menunjukkan besaran kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian dan topik yang digunakan waria transeksual untuk tetap bergaul di lingkungan sosialnya membutuhkan konteks komunikasi antarpribadi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: Self Disclosure; Waria; Pesan

Submisi: 12 Maret 2020

Pendahuluan

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat mendasar untuk menjaga agar kehidupan terus berlanjut dengan normal. Ketika orang membutuhkan orang lain untuk mengurangi kesepian diri, tentu menggunakan komunikasi sebagai instrumen untuk mengirimkan pesan (Cangara, 2005). Hal ini menjadi penghubung antara apa yang menjadi harapan, karena salah satu unsur terpenting dalam komunikasi adalah pesan, atau sederhananya pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di-encode oleh pengirim atau di-decode oleh pearnarima.

Devito mengartikan *self disclosure* sebagai salah satu tipe komunikasi yaitu, informasi tentang diri yang biasa dirahasiakan diberitahu kepada orang lain. Pengungkapan diri ini dapat berupa berbagai topik seperti, informasi perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide yang sesuai dan terdapat di dalam diri orang yang bersangkutan (Liliweri, 2011). Kedalaman dan pengungkapan diri seseorang

tergantung pada situasi dan orang yang diajak untuk berinteraksi.

Self disclosure dibedakan menjadi lima dimensi (Devito, 1997): *amount* (kuantitas dan durasi self disclosure), *valence* (hal yang positif atau negatif dari pengungkapan diri), *accuracy/honesty* (ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan diri), *intention* (seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan), dan *intimacy* (individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya).

Pengungkapan diri terjadi pada seluruh individu termasuk waria. Oleh karena itu, dalam penelitian ini difokuskan pada waria transeksual, waria transeksual berbeda dengan waria transvertisme, yaitu mendapat kepuasan jika menggunakan atribut dari lawan jenisnya dan yang menjadi waria yang dikarenakan alasan ekonomi dan pekerjaan. Waria transeksual adalah individu yang secara fisik memiliki jenis kelamin yang jelas, namun secara psikis cenderung menampilkan diri sebagai lawan jenis. Sejak lahir waria secara fisik berjenis kelamin laki-laki, akan tetapi dalam proses

berikutnya ada keinginan untuk diterima sebagai jenis kelamin yang berbeda.

Dalam kehidupan sosial, selalu ada kelompok tertentu yang mempunyai bahasa tertentu yang merupakan lambang identitas kelompoknya, yang ditandai dengan kekhasan perilaku dan pemakaian Bahasa (Muhammad, 2007). Kata yang mengalami perubahan makna, setelah digunakan oleh komunitas tertentu. Karena melakukan interaksi waria selalu menggunakan bahasa yang unik dan jarang dimengerti oleh orang lain. Karena mereka menggunakan bahasa itu hanya dengan kelompok sesama komunitasnya saja (seperti bahasa rahasia). Bukan hanya bahasa lisan, tetapi juga mereka menggunakan bahasa nonverbal (isyarat) saat mereka sedang berinteraksi dan hal itu dilakukan agar pembicaraan mereka tidak diketahui oleh orang lain selain komunitasnya sendiri.

Setiap individu memiliki keinginan untuk mendapatkan rasa kasih sayang dari orang lain (Sendjaja dkk., 2002). Hal ini mendorong seseorang untuk melakukan sentuhan fisik dan seksual yang biasanya dilakukan oleh laki-laki kepada perempuan atau sebaliknya yang disebut dengan orientasi seksual (Rakmat, 2005). Kehadiran waria dalam lingkungan masyarakat tidak terlepas dari adat istiadat yang membutuhkan kehadiran mereka. Selain itu waria banyak yang berprofesi sebagai tukang rias dan bekerja di tempat potong rambut, namun kehadiran mereka masih sering kali mendapatkan intimidasi dan stigma negatif yang dilakukan oleh masyarakat sekitar.

Saat sesama waria mengungkapkan diri, masing-masing akan berbeda-beda perilaku pengungkapan dirinya, ada yang berperilaku terbuka, tertutup, dan terbuka-tertutup. Waria yang berperilaku terbuka, yaitu yang menampilkan dirinya sebagai sosok wanita dalam kehidupan sehari-hari, baik dari pakaian, cara berbicara, pembawaan, dan sebagainya. Waria yang berperilaku tertutup, yaitu tidak menampilkan dirinya sebagai sosok wanita dalam kehidupan sehari-hari,

berpenampilan, cara berbicara, seperti layaknya lelaki normal dalam rutinitas sehari-harinya. Lalu ada pula waria yang perilakunya tidak terlalu terbuka dan tidak terlalu tertutup. Waria tersebut berada di tengah-tengah diantara terbuka-tertutup, bisa saja menampilkan dirinya sebagai pria maupun wanita namun tidak benar-benar membuka dirinya maupun menutup diri dari pergaulan.

Self Disclosure

Self disclosure merupakan tindakan untuk mengungkapkan tentang bagaimana kita berinteraksi dengan orang terhadap situasi yang terjadi saat ini, dan memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan, yang dapat menjelaskan reaksi yang kita perbuat saat ini (Liliwari, 1997; Sendjaja, 2007). Devito menyatakan bahwa keterbukaan diri adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan kepada orang lain. Istilah keterbukaan diri mengacu pada pengungkapan informasi secara sadar (Devito, 1997).

Morton mengungkapkan bahwa pengungkapan diri atau keterbukaan diri adalah kegiatan membagi perasaan dan informasi yang akrab dengan orang lain. Keterbukaan diri bersifat deskriptif dan evaluatif. Keterbukaan diri deskriptif adalah kegiatan melukiskan berbagai fakta mengenai diri individu yang belum diketahui oleh orang lain yang berada di lingkungan sekitarnya (Liliwari, 1994). Keterbukaan diri evaluatif adalah kegiatan mengungkapkan pendapat atau perasaan individu seperti mengungkapkan perasaan mengenai orang-orang yang disukai ataupun tidak disukai. Sedangkan Johannes Papu menjelaskan bahwa pengungkapan diri atau "*self disclosure*" dapat diartikan sebagai pemberian informasi tentang diri sendiri kepada orang lain (Effendi, 2007).

Manfaat Self Disclosure

Membahas mengenai *self disclosure*, maka harus juga mengetahui manfaat dari

self disclosure itu sendiri. Menurut Devito, manfaat dari melakukan *self disclosure* adalah:

- a. Pengetahuan diri
Salah satu manfaat dari pengungkapan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku kita sendiri.
- b. Kemampuan mengatasi kesulitan
Argumen lain yang berkaitan erat adalah bahwa kita akan lebih mampu menanggulangi masalah atau kesulitan kita, khususnya perasaan bersalah, yakni melalui pengungkapan diri. Dengan mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan, bukan penolakan, kita menjadi lebih siap untuk mengatasi perasaan bersalah dan mungkin mengurangi dan bahkan menghilangkannya.
- c. Efisiensi komunikasi
Seseorang memahami pesan-pesan dari orang lain sebagian besar sejauh kita memahami orang lain secara individual.
- d. Kedalaman hubungan
Dengan pengungkapan diri, kita memberitahu orang lain bahwa kita mempercayai mereka, menghargai, dan cukup peduli akan mereka dan akan hubungan kita untuk mengungkapkan diri kita kepada mereka.

Aspek-aspek Self Disclosure

Terdapat lima (5) dimensi di dalam *self disclosure* (Moekijat, 1993), yaitu

1. *Amount*, yaitu kuantitas dari pengungkapan diri dapat diukur dengan mengetahui frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan durasi dari pesan self-disclosing atau waktu yang diperlukan untuk

mengutarakan statemen self disclosure individu tersebut terhadap orang lain.

2. *Valence Self-Disclosure*, Valensi merupakan hal yang positif atau negatif dari penyingkapan diri. Individu dapat menyingkapkan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya, memuji hal-hal yang ada dalam dirinya atau menjelek-jelekkan diri individu sendiri. Faktor nilai juga mempengaruhi sifat dasar dan tingkat dari pengungkapandiri.
3. *Accuracy / Honesty*, yakni ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan diri. Ketepatan dari pengungkapan diri individu dibatasi oleh tingkat dimana individu mengetahui dirinya sendiri. Pengungkapan diri dapat berbeda dalam hal kejujuran. Individu dapat saja jujur secara total atau dilebih-lebihkan, melewatkan bagian penting atau berbohong.
4. *Intention*, yaitu seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan, seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi-informasi yang akan dikatakan pada orang lain.
5. Keakraban, yaitu individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai periperhal atau impersonal atau hal yang hanya bohong.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Self Disclosure

Tidak semua individu mampu melakukan *self disclosure* begitu saja, karena tingkat kepribadian yang dimiliki seseorang cenderung berbeda-beda (Effendi, 2008). Untuk itu, ada delapan faktor yang mempengaruhi *self disclosure*:

a. Besaran kelompok

Besaran kelompok atau ukuran audience, maksimal 4 orang. Pengungkapan diri lebih banyak terjadi dalam kelompok kecil dari pada kelompok besar. Diad (kelompok yang terdiri atas dua orang) merupakan lingkungan yang paling cocok untuk mengungkapkan diri. Bila, ada lebih dari satu orang pendengar, pemantauan seperti ini menjadi sulit, karena tanggapan yang muncul pasti berbeda dari pendengar yang berbeda.

b. Perasaan menyukai

Kita membuka diri kepada orang-orang yang kita sukai atau cintai, dan kita tidak akan membuka diri kepada orang yang tidak kita sukai

c. Efek diadik

Seseorang melakukan pengungkapan diri bila bersama orang yang melakukan pengungkapan diri pula. Efek diadik ini mungkin membuat seseorang merasa lebih aman, dan nyatanya memperkuat perilaku pengungkapan diri.

d. Kompetensi

Orang yang kompeten lebih banyak melakukan dalam pengungkapan diri dari pada orang yang kurang kompeten.

e. Kepribadian

Orang-orang yang pandai bergaul (sociable) dan ekstrover melakukan pengungkapan diri lebih banyak dari pada mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Orang yang kurang berani bicara pada umumnya juga kurang mengungkapkan diri daripada mereka yang merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi.

f. Topik

Kecenderungan memilih topik pembicaraan, seseorang lebih cenderung membuka diri tentang topik pekerjaan atau hobi dari pada tentang kehidupan seks atau situasi keuangan. Umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, makin kecil kita mengungkapkannya.

g. Jenis kelamin

Faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri adalah jenis kelamin.

1. Wanita lebih terbuka dari pada pria, dan lebih terbuka pada orang yang disukai
2. Laki-laki lebih terbuka pada orang yang dipercayai

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yang berjudul Bagaimana Self disclosure waria terhadap terhadap teman wanita (studi kasus di pasar masomba Palu) adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode studi kasus. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang cocok apabila pokok pertanyaan suatu penelitian berhubungan dengan 'how' (bagaimana) atau 'why' (kenapa), peneliti memiliki sedikit ruang untuk mengontrol peristiwa yang akan diteliti. Studi kasus digunakan untuk meneliti peristiwa peristiwa kontemporer, apabila peristiwa yang bersangkutan tidak dapat dimanipulasi (Moleong, 2008). Oleh karena itu, kekuatan dari penelitian studi kasus adalah berbagai jenis bukti yaitu wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini menggunakan definisi operasional konsep sebagai berikut:

1. Waria yang dimaksud adalah bentuk kelainan yang dimiliki oleh pria yang berperilaku seperti wanita sehingga tampak berbeda dengan masyarakat pada umumnya.
2. Pengungkapan diri (*self disclosure*) adalah suatu bentuk komunikasi dimana anda atau seseorang menyampaikan informasi tentang dirinya yang biasanya disimpan. Oleh karena itu, setidaknya proses *self disclosure* membutuhkan dua orang.

Subjek Penelitian ini adalah bagian dari objek yang akan diteliti yang mengerti akan permasalahan yang ada dalam

penelitian ini. Dalam penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan penelitian ini berjumlah 4 orang dengan rasio 2 waria dan 2 wanita.

Objek penelitian ini adalah terkait dengan pengungkapan diri waria melalui komunikasi antar pribadi terhadap teman wanita di Pasar Masomba Kota Palu. Yang terdiri atas 6 indikator, yakni:

1. Perasve sampling juml
2. Efek diadik
3. Kompetensi
4. Kepribadian
5. Topik
6. Jenis kelamin

Pengamatan dilakukan langsung dilokasi peneliti dengan menggunakan catatan pengamatan dan catatan hasil pengamatan. Observasi yang akan dilakukan oleh tim penulis dalam penelitian ini berupa pengamatan terhadap berbagai macam masalah yang dialami oleh informan dalam hal ini Waria.

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui wawancara secara tatap muka dengan cara mengadakan dialog langsung dengan sejumlah orang yang dianggap mengetahui dan mengerti permasalahan yang akan diteliti.

Hasil Penelitian

Jumlah penduduk Kota Palu berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2015 sebanyak 368.086 jiwa yang terdiri atas 185,105 jiwa penduduk laki-laki dan 182,981 jiwa penduduk perempuan yang tersebar di 8 kecamatan yang terbagi dalam 46 kelurahan. Kedelapan kecamatan tersebut adalah Palu Barat dengan jumlah penduduk 60.458, kecamatan Tatanga dengan jumlah penduduk 38.743, kecamatan Ulujadi dengan jumlah penduduk 26.883, kecamatan Palu Selatan dengan jumlah penduduk 68.385, kecamatan Palu Timur dengan jumlah penduduk 69.261, kecamatan Mantikulore dengan jumlah penduduk 61.826, kecamatan Palu Utara dengan jumlah

penduduk 22.473 dan kecamatan Tawaeli dengan jumlah penduduk 20.057. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2014, penduduk Palu mengalami pertumbuhan sebesar 1,62% dengan masing-masing presentase pertumbuhan penduduk laki-laki sebesar 1,61% dan penduduk perempuan sebesar 1,64%. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2015 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 101 yang berarti setiap 100 penduduk perempuan terdapat 101 penduduk laki-laki dan jumlah penduduk perempuan relatif lebih sedikit daripada penduduk laki-laki. Pada tingkat kecamatan, Palu Timur mempunyai rasio jenis kelamin terendah yaitu 98%.

Penduduk Kota Palu yang heterogen ini mayoritas menganut agama Islam. Umumnya penganut agama Islam adalah penduduk asli Kaili dan para pendatang, baik etnik Bugis, Makassar, Mandar, Jawa, Sunda dan Gorontalo. Sedangkan pemeluk agama Kristen dan Katolik berasal dari penduduk asli Kaili, pendatang Mori, Pamona, Toraja, Kulawi serta Batak, agama Hindu dianut oleh etnik Bali yang urban dari daerah transmigrasi di sekitar Kota Palu sementara agama Budha dianut oleh pendatang etnik Tionghoa (Lampe:201). Komposisi penduduk berdasarkan etnik di Kota Palu berdasarkan sensus 2000 terdiri dari Kaili 33,3%, Bugis 24,4%, Jawa 10,1%, Bali 1,2%, Gorontalo 3,1% dan Lainnya 27,9% Penduduk tersebut diantaranya adalah penduduk asli dan juga terdapat penduduk pendatang yang terdiri dari etnik Bugis, Jawa, Minahasa, Toraja, Gorontalo, Makassar, Buol dan lainnya.

Self Disclosure Waria Terhadap Teman Wanita

Pada kenyataannya setiap manusia dalam kehidupannya tentu membutuhkan orang lain dalam kehidupannya hal inipun akan terjadi dalam kehidupan seorang waria. Meskipun secara kesehatan dan secara psikologis waria memiliki kelainan, namun pada kenyataannya para waria juga tidak

akan bisa hidup dan merasa tenteram jika tidak melakukan komunikasi dengan individu yang lain baik yang individu yang dikategorikan hidup normal maupun individu yang dikategorikan tidak hidup normal dalam hal ini sesama waria.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam lingkungan sosial, masih saja kita temukan beberapa laki-laki yang “bergaya dan mengubah penampilan mereka dengan kecenderungan mengikuti identitas para wanita normal”. Meskipun dalam hidup dan dalam kehidupan mereka mengalami “gangguan” akan tetapi secara naluri kemanusiaan para penyandang waria pun punya keinginan yang kuat untuk saling memberi dan menerima sesama waria dalam hal ini lebih dikenal dengan teman wanita mereka untuk melakukan *self disclosure*.

Self disclosure waria terhadap teman wanitanya berdasarkan temuan di lapangan adalah berbagai topic seperti informasi perilaku, keinginan, sikap, motivasi yang terdapat dalam diri waria tersebut. Dalam melakukan *self disclosure* dituntut berbagai hal diantaranya kedalaman, situasi dan individu yang diajak untuk melakukan interaksi dalam *self disclosure* tersebut. Jika individu yang berinteraksi saling menimbulkan kenyamanan dalam melakukan komunikasi serta dapat membangkitkan semangat dan motivasi, maka kemungkinan individu untuk lebih besar melakukan *self disclosure*.

Kepercayaan seseorang kepada orang lain pada saat berkomunikasi merupakan salah satu upaya untuk menjadikan diri kita agar mengetahui tentang kekurangan dan masalah yang sedang kita hadapi demi untuk mencapai dan memberikan solusi yang ada sehingga pada saat kita menjalani kehidupan sehari-hari dapat berjalan dengan baik dan tentu saja diharapkan tidak merugikan orang lain. Ini dapat dilihat pada proses *self disclosure* yang dilakukan oleh beberapa waria kepada teman wanitanya di pasar Masomba kota Palu. Umumnya para waria lebih senang melakukan *self disclosure* dengan teman

wanitanya karena mereka beranggapan bahwa dirinya adalah seorang wanita yang memiliki perilaku sama dengan wanita pada umumnya. Sebagai mana yang disampaikan Sinta bahwa:

Saya pribadi lebih memprioritaskan diri saya untuk menjadi seorang wanita ketimbang menjadi seorang laki-laki, karena sebenarnya naluri yang saya miliki lebih cenderung naluri wanita, dan ingin juga dianggap dan dimengerti sebagai seorang wanita ditengah masyarakat. Dan pada kenyataannya saya lebih banyak melakukan komunikasi dengan wanita dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa bagi Sinta selaku waria lebih menjelaskan identitas dirinya di masyarakat sebagai wanita dibanding menjelaskan keberadaannya sebagai seorang laki-laki, karena pada kenyataan yang dialami oleh Sinta naluri kewanitaan lebih cenderung menguasai dirinya dibanding naluri laki-laki. hal ini buktikan dimana dirinya lebih banyak menghabiskan waktu dengan para wanita yang dijadikan sebagai sahabat atau teman, sehingga banyak hal-hal yang dilakukan mulai komunikasi yang sifatnya biasa saja sampai pada komunikasi yang lebih intim yaitu melakukan *self disclosure*.

Berdasarkan hasil pengamatan ketika penelitian dilaksanakan bahwa pada umumnya waria lebih dekat berhubungan sosial dengan wanita ataupun dengan teman sesama waria, seperti dalam berkomunikasi dan bahkan bisa masuk dalam hal mengurus pekerjaan sehari-hari seperti pekerjaan rumah pekerjaan di salon.

Paula punya pendapat sendiri dan mengatakan bahwa:

Sebagai waria, saya sangat dekat dengan teman sesama waria dan juga sangat dekat dengan teman wanita, karena saya merasakan

kenyamanan ketika saya melakukan komunikasi dengan mereka jika dibandingkan dengan komunikasi dengan laki-laki.

Paula menambahkan kembali:

Kenapa saya lebih senang komunikasi dengan dorang, karena dorang lebih menghargai kita dan, dibanding laki-laki. Kalau laki-laki hanya suka mengejek kami selaku waria dan mereka juga ada yang kurang menghargai kita sebagai orang yang hidup seperti ini.

Hasil kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan komunikasi dengan teman wanita dan teman sesama waria, para informan merasakan kenyamanan dalam melakukan self disclosure mereka merasa komunikasinya sampai dan tercapai pengertian bersama dibandingkan dengan laki-laki yang terkadang informan merasa dicemoohkan. Karena pada dasarnya setiap individu ketika melakukan komunikasi dengan individu lainnya mengharapkan kenyamanan sehingga bisa menimbulkan pikiran dan perasaan senang dan bahagia sehingga komunikasi akan berjalan lancar dan efektif.

Berkaitan dengan kenyamanan dalam berkomunikasi disampaikan oleh Sinta yang mengatakan bahwa:

Sering saya melakukan pengungkapan adiri pada teman wariaku, dan teman wanitaku, karena saya sangat percaya mereka, komunikasi yang terjadi diantara kami sangat baik, karena dorang sangat mengerti dengan perasaan dan keinginanku dan mereka semua bisa memberikan jalan keluar ketika ada masalah yang saya hadapi.

Hasil kutipan wawancara tersebut menjelaskan bahwa dalam melakukan self disclosure melalui komunikasi antarpribadi begitu efektif karena tanggapan yang diinginkan bisa langsung didapatkan oleh

pengirim pesan, seperti komunikasi antarpribadi yang terjadi antara waria dengan teman wanitanya. Respon yang diberikan berupa solusi dari masalah yang hadapi oleh informan dapat dipecahkan dengan adanya sumbangsih saran yang diberikan oleh teman wanita tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan para peneliti benar adanya banyak masyarakat umum utamanya laki-laki tidak terlalu menerima keberadaan waria karena sikap dan perilaku yang sangat menyimpang dan mengikuti alur perilaku dari waria secara umum, meskipun pada dasarnya waria-waria yang ada dikodratkan sebagai seorang pria, sehingga ini merupakan suatu masalah yang tentunya harus ditanggung sendiri oleh waria tersebut, untuk mengurangi beban tersebut maka banyak waria merasa perlu berbagi pengalaman dan masalah tersebut kepada teman wanitanya dan ini merupakan suatu proses *self disclosure* yang dilakukan oleh waria tersebut.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Ina yang mengatakan bahwa:

Sebenarnya masalah yang dihadapi oleh para waria dengan perilaku mereka yang sedikit menyimpang, sebenarnya adalah adanya keluarga yang tidak begitu menerima mereka dan banyak juga masyarakat luas yang juga tidak menerima keberadaan mereka.

Ada berbagai macam masalah yang dihadapi oleh para waria selain penolakan dari masyarakat pada umumnya, diantaranya adalah penolakan dari keluar mereka sendiri terhadap waria tersebut. Penolakan ini terjadi karena keluarga merasa malu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak keluarga yang merasa malu jika dalam keluarga mereka ada yang berperilaku menyimpang seperti perilaku waria. Penolakan dari pihak keluarga merupakan salah satu bentuk kekecewaan dari keluarag seperti orang tua dan saudara mereka yang tidak pernah mereka inginkan anak atau saudara merka menjadi seorang waria, atau perilaku yang menyimpang.

Hal tersebut disampaikan oleh Sinta yang mengatakan bahwa:

Terkadang saya sangat sedih, ketika masyarakat umum mencemoahkan kami, kaum waria, bukan hanya mereka mencemoahkan, tapi mereka juga menjauhi saya dalam bergaul. Sementara dalam keluargaku, mereka juga tidak bisa menerima keberadaanku.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut Sinta mencoba berlaku jujur terhadap keluarganya dengan mengatakan yang sesungguhnya bahwa dirinya telah merubah penampilan menjadi seorang waria dan hal tersebut menjadikan keluarganya kecewa dan bahkan Sinta dengan jujur mengatakan bahwa dirinya sempat di usir oleh orang tuanya karena mereka tidak bisa menerima keberadaan Sinta disamping rasa malu yang juga menggerogoti kedua orang tua dan saudaranya.

Paula menambahkan bahwa:

Saya tidak ingin menceritakan sebenarnya secara langsung kepada keluargaku, akan tetapi saya didera rasa bersalah dan batinku merasa tersiksa jika saya tidak meyamapaikan hal ini kepada keluargaku kalau diriku ini lebih dominan berperilaku wanita. Saya ingin menyembunyikannya, tapi seiring berjalannya waktu saya harus menyampaikan ini, dan mereka tidak bisa menerima.

Proses *self disclosure* yang dilakukan oleh waria tersebut, dijelaskan bahwa, apa yang dilakukan oleh Paula berkaitan dengan perilakunya menjadi waria merupakan aktualisasi diri yang dilakukan oleh Paula dengan perilakunya menjadi waria dan ingin diakui oleh teman-temannya, meskipun pada dasarnya banyak penolakan yang dilakukan oleh orang-orang sekitar baik dari kalangan keluarga sendiri, maupun dari kalangan masyarakat.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator

dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis.

Berkaitan dengan *self disclosure* yang dilakukan oleh waria, pendapat Rini menyatakan bahwa:

Saya berteman dengan Paula hampir 2 tahun, awal kami bertemu saya tidak terlalu melihat dia seperti wanita pada umumnya, namun semakin kesini, perubahan itu semakin nyata adanya, dia mulai terbuka pada saya dan mengatakan bahwa dia adalah seorang waria, dan hal ini membuat orang tuanya tidak setuju dan marah kepadanya ketika orang tuanya mulai tahu kalau dia berperilaku seperti seorang perempuan.

Kutipan wawancara tersebut diatas menandakan bahwa *self disclosure* yang dilakukan oleh Paula pada Rini teman wanitanya merupakan bentuk komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh Paula yang disampaikannya kepada Rini, dengan tujuan untuk mencari tahu tentang bagaimana perspektif dan tanggapan dari Rini berkaitan dengan yang ditunjukkan oleh Paula, sebagaimana kita ketahui bahwa dengan adanya komunikasi antarpribadi bertujuan agar kita bisa mengetahui perilaku orang lain sebagai lawan bicara terkait dengan masalah yang ingin disampaikan.

Tujuan komunikasi antarpribadi yang disampaikan oleh Sendjaja, bahwa *self disclosure* kepada orang lain melalui komunikasi antarpribadi maka kita akan mengetahui tentang nilai, sikap dan perilaku orang lain sehingga dalam komunikasinya juga dapat berjalan secara efektif. Dengan kita mengetahui sikap dan perilaku yang ada, maka sebagai komunikator dapat mengetahui tentang sejauh mana kita bisa membuka diri atau melakukan *self disclosure* baik pengalaman yang sifatnya negatif maupun yang sifatnya positif.

Seperti yang disampaikan oleh Sinta pada saat wawancara yang mengatakan bahwa:

Kalau mau jujur, nama saya sebetulnya adalah Syahrir, cukup lama sudah saya menjadi waria dan, yakni pada saat saya mulai SMA, dimana pada saat itu perilaku saya mulai berubah, meskipun waktu rambut saya masih model laki-laki, tapi saya sudah merasakan ada yang lain dan pada diriku.

Ditambahkan oleh Sinta yang mengatakan bahwa:

Pada saat saya mulai berubah, banyak teman-teman saya mulai mengolok-ngolok dan mengejek saya karena perilaku tadi itu, karena mereka menganggap apa yang sedang saya lakukan adalah hal yang aneh, tidak seperti apa yang dilakukan laki-laki pada umumnya.

Hasil kutipan wawancara tersebut menandakan bahwa sepanjang Sinta merubah diri menjadi seorang waria Syahrir atau namanya kerennya setelah mengubah identitas dirinya menjadi Sinta, lumayan banyak mendapatkan ejekan dan cemohan dalam masyarakat dimana dia berada. baik dari kalangan laki-laki sendiri maupun dari kalangan perempuan, dimana Syahrir dicap sebagai individu yang berperilaku aneh karena tindak gaya dan perilakunya tidak sesuai dengan kodratnya sebagai seorang laki-laki. Pengakuan dari sahabatnya Ira dalam proses *self disclosure* disampaikan Ira pada saat wawancara sebagai berikut:

Saya adalah teman kecil dari Syahrir, dan kami berteman dari dulu hingga sekarang, dan saya juga satu sekolah dengan Syahrir. Disekolah sering saya melihat dengan mata kepala saya sendiri, dimana teman-teman sering mengejek dan mengolok-ngolok, hal ini menjadikan saya kasihan sama dia.

Ira dan Sinta adalah sahabat dari kecil, sehingga Ira sangat prihatin dan peduli terhadap Sinta ketika ada teman atau orang lain yang mengejek atau mencemoahnya. Perhatian Ira terhadap Sinta membuat Sinta tak segan-segan membuka diri dalam berbagai hal termasuk identitasnya yang kurang disenangi dilingkungannya. Ira dijadikan teman untuk melakukan *self disclosure* yang berkaitan ketidaknyamanan yang dialaminya ketika harus berhadapan dengan masyarakat kurang mengerti dan tidak memahami jalan hidup yang telah dipilihnya. Dan berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa memang benar adanya Ira dijadikan teman untuk berbagi oleh Sinta dimana ketika Sinta merasa terpojok sehingga Ira lah tempat Sinta untuk mengkomunikasikan berbagai permasalahan yang dihadapinya, hal ini dilakukannya karena Sinta menyadari bahwa pada dasarnya menjadi seorang waria adalah tantangan yang berat dalam menjalani kehidupan sehari-hari disebabkan karena kurang “*wellcome*” nya masyarakat terhadap keberadaan mereka di tengah-tengah masyarakat.

Ketika pada akhirnya keberanian pengakuan mereka kepada orang lain itu datang, berbagai reaksi beragam diterima oleh para waria. Mulai dari penerimaan, penghakiman, penghinaan bahkan dari beberapa pengakuan yang dilakukan waria disambut dengan penganiayaan utamanya penganiayaan psikis. Terdapat konflik antara privasi dan keterbukaan di dalamnya. *Self disclosure* merupakan hal penting dalam sebuah bukan hanya sebagai interaksi dalam keseimbangan yang berlangsung terus menerus, tetapi memutuskan apa yang akan diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan bukanlah keputusan yang mudah terutama apabila informasi itu bersifat pribadi. Sebagaimana pendapat Vina pada saat wawancara.

Sebenarnya saya menjadi waria itu, karena saya ada masalah yang suram. Waktu kecil, saya pernah disodomi, waktu itu umurku masih 12 tahun. Sejak itu saya tumbuh rasa

sakit hati saya, ketika melihat laki-laki. Sejak itu pula saya ingin rasanya berubah jadi perempuan.

Pengakuan Vina tersebut dibenarkan oleh Tary sahabatnya sekaligus teman wanitanya sesama waria. Menurut pengakuan Tary, pada dasarnya Vina pernah mengalami pelecehan seksual sejak kecil, sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap kondisinya dirinya. Ditambahkan oleh Tary, bahwa sejak itu lambat laun naluri kewanitaan Vina semakin lama semakin besars sehingga menginjak usia dewasa dirinya semakin bersifat kewanitaan dan berperilaku seperti wanita. Sebagaimana kutipan wawancara dengan Tary teman wanita dari Vina.

Sebagai seorang sahabat dan teman wanita dari Vina, saya tahu betul apa yang terjadi dengan masa lalunya. Waktu kecil hidupnya pernah dizolimi oleh seseorang yang tidak bertanggungjawab, sehingga hal itu membuatnya sakit hati terhadap laki-laki dan itu membuat dirinya berubah.

Perlu dipahami bahwa pada awal waria menyadari identitas diri mereka pilihan menyatakan diri tidak serta merta dilakukan dengan lugas oleh para waria. Pilihan untuk mengakui dirinya sebagai waria biasanya hanya diketahui teman-teman terdekat mereka atau salah satu anggota keluarga (ibu, kakak, aatau adik). Dibutuhkan waktu untuk dapat membuat sebuah *self disclosure* mengenai hasrat seksualitas mereka yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Melalui tahap sensasi, persepsi, memori dan berpikir, masing-masing informan menghasilkan pemahaman tentang diri mereka yang sebenarnya.

Menurut pengakuan para waria atau para narasumber ketika sedang berbagi perasaan pribadinya pada keluarga, teman, ataupun orang asing mereka harus membuang jauh-jauh rasa tidak nyaman yang ada dalam diri mereka, bahkan dibeberapa

kasus mereka secara “terpaksa” mengakui kebenaran mengenai diri mereka dan tidak semua melakukan proses *self disclosure* secara “mulus” yang dilakukakannya pada saat mereka sudah merasakan mulai menjadi seorang wanita secara kasat mata. Tentunya kesediaan mereka untuk melakukan *self disclosure* tidak datang begitu saja, disamping karena kepercayaan pada teman dekatnya juga karena adanya perasaan yang menghimpni dalam dada mereka tentang perilaku yang kurang disenangi oleh masyarakat pada umumnya.

Sebagaimana yang dikemukakan Paula pada saat wawancara sebagai berikut:

Saya menceritakan masalahku, hidupku, kegelisahanku, dan semuanya itu hanya pada sahabatku Rini, karena menurutku hanya Rini yang bisa memahamiku, memberikan aku dukungan, dan motivasi. Berbeda dengan yang lain yang hanya mengolok-ngolok kami ini. Padahal kalau dipikir kami ini juga punya penghasilan dan tidak menyusahkan mereka-mereka itu semua.

Pengakuan Paula tersebut dibenarkan oleh Rini dimana Rini selaku teman dekat dari Paula memahami kondisi sahabatnya tersebut. Sebagai teman sesama waria mereka saling mendukung satu sama lain dan mereka juga selalu melakukan komunikasi karena mereka berdua sama-sama bekerja di salah satu salon kecantikan yang ada di Kota Palu. Sebagaimana pengakuan dari Rini pada saat wawancara berlangsung.

Kami sama-sama mendukung, saya juag tentunya tidak lepas dari masalah. Terkadang kalau pekerjaan kami longgar atau pelanggan lagi sepi, maka kami saling curhat-curhatan satu sama lain, tapi yang lebih banyak mengemukakan masalahnya sih yah Paula, hehehe.

Ungkapan perasaan yang sama diakui oleh Vina. Ketika dia merasa hidupnya penuh dengan masalah maka tempatnya berkomunikasi dan melakukan *self disclosure* dilakukannya dengan sahabatnya Tary yang menurut Vina Tary lah yang paling memahami dan mengerti apa yang sedang dialaminya saat ini.

Kebutuhan waria untuk saling berdampingan dengan sesama laki-laki merupakan suatu hal yang sifatnya sangat tidak lazim dilakukan di masyarakat khususnya pada masyarakat di Indonesia. Secara umum keberadaan kaum waria tersebut belum bisa diterima oleh semua kalangan, sehingga keberadaan mereka yang masih dipertentangkan membuat waria tersebut menjadi terpojok dan bahkan mendapat hujatan dan cemoohan di tengah-tengah masyarakat, sehingga hal ini merupakan masalah yang terbesar yang dialami oleh para waria tersebut.

Ketika saya merasa hidupku suntuk dengan pilihan yang telah saya ambil, maka tempat yang saya rasakan paling nyaman untuk melakukan komunikasi atau curhat itu hanya dengan Tary saja. Tary paling mengerti, dan tahu bagaimana jalan hidupku selama ini.

Pada dasarnya kaum waria memiliki bahasa yang sama dalam berkomunikasi dengan sesamanya. Tetapi menjadi berbeda ketika mereka berinteraksi dengan masyarakat di sekitarnya. Mereka memiliki cara tersendiri untuk menyatakan identitasnya sebagai waria. Pada dasarnya semua narasumber mengakui kesulitan mereka untuk mengungkap jati diri yang sebenarnya secara jujur. Perbedaannya komunikasi mereka dengan masyarakat sekitar dari perempuan dan lelaki heteroseksual pada umumnya, hanya pada gesture, gerak-gerik atau perilaku, tatapan mata, cara berbicara dan signal-signal tertentu yang mereka gunakan.

Waria yang memiliki pemahaman konsep diri yang benar, dan melakukan *self*

disclosure lebih mudah untuk membuka diri atau melakukan *coming out*. Melalui komunikasi interpersonal yang baik, waria dapat melakukan proses “*coming out*” dari kehidupan mereka yang tertutup. Pada umumnya dalam komunitas waria ataupun dalam interaksi dengan teman-teman non-waria mereka yang berada dalam “lingkaran” pergaulan mereka, mereka dapat berinteraksi dengan baik, tentunya dengan menggunakan gesture, tatapan, signal-signal tertentu yang hanya dapat dipahami oleh kaumnya, maupun teman wanitanya dengan menggunakan dengan menggunakan bahasa sendiri dan bahasa tersebut menjadi bahasa pemersatu para waria tersebut. Bahasa yang digunakan biasanya bersifat arbitrer atau bahasa gaul, sembarang dalam artian bahasa yang digunakan ini biasanya hanya tercetus begitu saja.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang bagaimana *self disclosure* waria terhadap teman wanita bahwa dengan melakukan *self disclosure* dapat membantu para waria memecahkan masalah pribadi yang sementara dialami oleh waria tersebut. Faktor-faktor yang terdapat dalam *self disclosure* tersebut dapat dibagi dalam beberapa indikator, yaitu: *Besar kelompok*, ditandai dengan proses *self disclosure* yang dilakukan antara waria dengan teman wanitanya Hal-hal yang disampaikan terkait dengan penyebab sehingga menjadi seorang waria. *Perasaan menyukai* ditunjukkan melalui *self disclosure* dengan menceritakan segala masalah yang dihadapi waria kepada teman wanitanya. *Efek diadik* ditandai dimana teman wanita dari waria tersebut juga menceritakan apa yang sedang dialaminya juga. *Kompetensi* yang terdapat dapat proses *self disclosure* dimana waria tersebut merasa terbantu setelah mengkomunikasikan permasalahan yang dialaminya diantaranya pemecahan masalah yang berkaitan dengan penolakan dari keluarga waria tersebut. *Kepribadian*

ditandai dengan kemampuan para waria untuk tetap bergaul di lingkungan sosial mereka. dan dapat bekerjasama dengan lingkungan sosialnya. *Topik*. lebih mengarah kepada permasalahan yang dihadapi waria tersebut dalam kehidupan sehari-harinya, berkaitan dengan keluarga, masalah keluarga dan pekerjaan. Sementara yang berkaitan dengan *jenis kelamin*, lebih dominan waria melakukan proses *self disclosure* lebih condong keteman wanita.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan mengenai *self disclosure* waria terhadap teman wanitanya di kota Palu, maka saran untuk penelitian ini adalah:

1. Pada konteks komunikasi pada umumnya dan konteks komunikasi antarpribadi khususnya proses *self disclosure* harus dilakukan dengan komunikasi yang efektif, tanpa menimbulkan rasa kesersinggungan antara kedua belah pihak.
2. Pada konteks individu, waria harus tetap mempertimbangkan keberadaan mereka di tengah-tengah masyarakat yang belum menerima keberadaan mereka, sehingga dibutuhkan komunikasi yang efektif ketika mereka melakukan komunikasi antarpribadi.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Devito, Joseph. A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Edisi Kelima. Tangerang Selatan. Karisma Publishing Group.
- Effendi, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Prkatek*. Bnadung: Remaja Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moekijat. 1993. *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Lampe, Ilyas. 2011. *Komunikasi Organisasi; Teori dan Aplikasi*. Palu: Mars Publisher.
- Liliweri, Alo. 1994. *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sendjaja, Djuarsa.S. dkk. 2002. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sendjaja, Djuarsa.S. dkk. 2007. *Teori Komunikasi*. Jakrta: Universitas Terbuka.

STUDI DESKRIPTIF AKTUALISASI DIRI FOTOGRAFER PROFESIONAL KOTA PALU

Moh. Khoirul Umam Irman^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah

*E-mail: chairulumam365@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui kebijakan redaksi Kompas TV Makassar dalam mempertimbangkan kelayakan sebuah berita yang dapat ditayangkan dan untuk mengetahui dasar pertimbangan redaksi yang memutarakan berita lebih dari sekali. Tipe penelitian yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Informan adalah orang atau sumber yang dapat memberikan informasi dan keterangan mengenai penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam melalui panduan wawancara dan dikaji melalui teori hirarki pengaruh. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa berita atau informasi yang disampaikan harus berdasarkan fakta atau kejadian yang sebenarnya. Berita yang dapat di siarkan adalah berita yang aktual, terpercaya, dan bersifat netralitas. Sebuah berita harus disusun secara lengkap, agar jelas saat disampaikan dan dapat dimengerti serta dapat memenuhi unsur-unsur dari berita, menurut Kepala Biro mengenai berita yang layak tayang di Kompas TV Makassar harus memiliki unsur 5W + 1H. Dasar pertimbangan Kompas TV Makassar untuk menayangkan suatu berita secara berulang di hari yang berbeda adalah, berita tersebut merupakan berita berbayar yang dapat memberikan *income* atau pendapatan bagi kegiatan usaha penyiaran, dan berita tersebut merupakan perkembangan informasi yang aktual terhadap suatu substansi pemberitaan.

Kata Kunci: Fotografer; Hierarki Kebutuhan; Aktualisasi

Submisi: 14 November 2019

Pendahuluan

Fotografi sejatinya bertujuan untuk komunikasi, ketika seseorang mengambil gambar atau memotret, hal itu agar karya hasil potret tersebut dilihat atau diketahui oleh orang lain (komunikasi visual). Melalui fotografi seseorang ingin menyampaikan atau memberi suatu penjelasan, mendidik, menghibur, mengubah, hingga mengungkapkan pengalaman (ekspresi diri) kepada orang lain. Feininger menjelaskan ada enam tujuan bidang dalam fotografi, antara lain: penerangan, informasi yang mempunyai tujuan tertentu, penemuan, pencatatan, hiburan, dan pengungkapan pribadi. (Sudarma, 2014:4)

Fotografi merupakan sebuah seni yang mampu menghasilkan suatu karya foto yang indah dan bernilai seni tinggi yang bisa dinikmati oleh kalangan masyarakat secara luas karena adanya kesan nilai keindahan, kekaguman, dan pengalaman batin yang ditimbulkan oleh foto tersebut (Darmawan, 2009:1-13). Fotografi saat ini hadir di mana-mana bahkan di setiap elemen kehidupan masyarakat yang memasuki era informasi. Berbagai aktivitas fotografi maupun karya foto seorang fotografer ditampilkan di berbagai momen dan *event* seni di kota besar maupun kota kecil.

Aktualisasi diri seorang fotografer dalam penelitian ini sesungguhnya terkait dengan berkembangnya stigma yang

berbeda di tengah masyarakat. Penilaian yang berkembang tersebut menempatkan para fotografer sekedar profesi jasa untuk keuntungan materi semata. Baik sebagai tukang foto pernikahan, tukang foto wisuda, tukang foto ijasah, dan tukang foto acara lainnya. Padahal peran seorang fotografer disamping sebagai seorang seniman yang paham akan nilai-nilai estetika, juga merupakan seorang komunikator yang menyampaikan pesannya secara visual melalui hasil karya-karya fotonya kepada masyarakat.

Perlu diketahui bahwa secara sederhana aktualisasi diri dapat dimaknai sebagai keinginan atau kebutuhan individu untuk mengembangkan potensi diri sehingga dapat mencapai prestasi yang setinggi-tingginya di bidang masing-masing. Oleh karena itu, untuk menjawab aktualisasi diri fotografer, peneliti akan mencoba melihat menggunakan hierarki kebutuhan Maslow yang akan menjelaskan secara bertahap tingkat kebutuhan individu mulai dari kebutuhan fisiologikal, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan merealisasikan diri. Karena, dengan melihat menggunakan teori hierarki kebutuhan Maslow, secara bertahap akan menjelaskan kebutuhan fotografer yang pada akhirnya nanti menggambarkan tahap kebutuhan paling puncak yakni kebutuhan untuk mengembangkan diri. Hierarki kebutuhan Maslow juga akan menjelaskan apa saja yang dibutuhkan fotografer untuk mencapai tahap aktualisasi diri dan menjelaskan bagaimana aktualisasi diri mereka saat ini.

Adapun penulis memilih untuk melakukan penelitian terkait aktualisasi diri fotografer profesional di Kota Palu. Harapannya, hasil penelitian nantinya dapat menggambarkan secara jelas mengenai fotografi seutuhnya yang nantinya dapat mengedukasi persepsi masyarakat terkait fotografer itu sendiri. Asumsi ini berangkat dari arti profesional yang merupakan sebutan bagi seseorang yang mampu menguasai ilmu pengetahuannya secara mendalam, mampu melakukan kreativitas

dan inovasi atas bidang yang digelutinya serta harus selalu berfikir positif dengan menjunjung tinggi etika dan integritas profesi. Dengan kata lain, fotografer profesional adalah mereka yang menguasai ilmu fotografi secara mendalam, kreatif dan juga inovatif. Maka dari itu, mereka lah yang nantinya akan memberikan gambaran menyeluruh terkait fotografi.

Tinjauan Tentang Fotografi

Istilah fotografi pertama kali dikemukakan oleh seorang ilmuwan Inggris, Sir John Herschell pada tahun 1839. Fotografi berasal dari kata *photos* (sinar/cahaya) dan *graphos* (mencatat/melukis). Secara harfiah fotografi berarti mencatat atau melukis dengan sinar atau cahaya. Pada awalnya fotografi dikenal dengan lukisan matahari karena sinar matahari yang digunakan untuk menghasilkan *image*. Saat ini fotografi telah melekat erat dengan fungsi komunikasinya dan model ekspresi visual yang menyentuh kehidupan manusia diberbagai bidang. (Darmawan, 2009:20).

Fotografi merupakan gabungan dari ilmu, teknologi, dan seni. Perpaduan yang harmonis antara ketiganya bisa menghasilkan sebuah karya yang mengagumkan. Tentunya dengan *skill* serta sentuhan seni sang fotografer, sebuah foto bisa menjadi berarti. Fotografi memiliki bermacam-macam manfaat dan tujuan baik untuk dokumentasi, penelitian, maupun media. Dengan foto suatu momen bisa bermakna (Santoso, 2010:03).

Fotografer adalah orang yang membuat gambar (melukis) dengan sinar melalui film atau permukaan yang dipekan. Fotografer menjadi penentu apakah sebuah gambar yang dihasilkan sama persis dengan aslinya (Santoso, 2010:05). Banyak fotografer yang menggunakan kamera dan alatnya sebagai pekerjaan untuk mencari penghasilan, dan gambarnya akan dijual untuk *cover* majalah, *cover* kalender, artikel, dan lain-lain.

Seni fotografi menjadi suatu hal yang menjanjikan, jika melihat dari sudut

ekonomi mikro, maka dapat dilihat keberadaan fotografi disana. Demikian juga jika ditinjau dari sudut pandang ekonomi makro, maka akan melihat keberadaan seni fotografi yang menjual jasanya dengan harga-harga yang lumayan tinggi, serta dengan fasilitas dan hasil yang memukau pula. Ambil contoh keberadaan sekolah-sekolah fotografi maupun toko-toko yang melayani jasa potret-memotret. Bukan hanya bidang seni dan ekonomi, eksistensi fotografi juga mengenai bidang-bidang kehidupan lainnya, dari mulai bidang hukum sampai sosiologi, cakupan eksistensi fotografi menjelma menjadi suatu konstitusi yang luas.

Spesifikasi Fotografer

Berdasarkan sejarahnya yang panjang serta pemanfaatan berbagai hasil fotografi sekarang ini di masyarakat. Ilmu fotografi dibagi dalam beberapa golongan, yaitu : (Santoso, 2010:14-21)

1. Fotografi Murni dan Hobi

Jenis fotografi ini dibuat semata-mata karena hobi atau kesukaan sang fotografer. Karya tersebut dibuat atas dasar pesanan tertentu dari luar. Karya tersebut tidak dimasukan sebagai ilustrasi artikel pada majalah atau surat kabar. Tidak juga sebagai bahan promosi atau iklan. Karya tersebut dibuat atas dasar keinginan si pemotret terhadap objek atau keindahan objek yang dilihatnya. Tujuan yang dikejar oleh sang fotografer adalah menciptakan momen estetik.

Kepuasan pribadi menjadikan tujuan utama dari fotografi yang berkonsentrasi di bidang fotografi murni ini. Dari segi objek foto, jenis fotografi ini sangat bervariasi, tergantung pada kesukaan dan minat dari sang fotografer. Objeknya bisa tentang keindahan alam, manusia, binatang, atau kondisi masyarakat. Fotografi di bidang ini mencoba mengkomunikasikan diri dan pengalamannya kepada orang lain.

Karena sifatnya pengalaman pribadi, sering kali foto-foto itu tidak lepas dari subjektifitas pemotretannya.

2. Fotografi Jurnalistik

Fotografi jurnalistik yaitu bidang fotografi yang khusus menampilkan foto-foto yang mempunyai nilai berita, baik benda atau situasi kehidupan manusia yang menarik perhatian umum. Bersifat aktual sebagai berita yang mampu mengungkap kejadian, menjelaskan dan menimbulkan rasa ingin tahu. Fotografi jurnalistik lebih akrab disebut pewarta foto atau wartawan foto. Sebagai media untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain, seorang pewarta foto diharapkan memiliki sentuhan artistik seperti fotografer seni agar menghasilkan foto yang menyentuh. Henri Cartier-Bresson, salah satu pendiri agen foto terkemuka menjabarkan, “foto jurnalistik berkisah dengan sebuah gambar, melaporkannya dengan sebuah kamera, merekamnya dalam waktu, yang seluruhnya berlangsung seketika yang menimbulkan sebuah cerita”.

3. Fotografi Komersial

Berbeda dengan fotografer murni, fotografer komersial memiliki aturan-aturan yang harus ditaati dan harus ditepati. Fotografi ini menyajikan hasil yang subjektif dan secermat mungkin. Subjektivitas pribadi tidak boleh memengaruhi foto yang dihasilkan. Bahkan pada saat-saat tertentu, para pemotret harus pula bisa menjaga kerahasiaan, keamanan, dan keselamatan objek yang dipotretnya. Pekerjaan sebagai fotografer komersial biasanya meliputi foto produk, foto arsitektur, foto *fashion*, foto udara, foto pernikahan, dan lain-lainnya.

4. Fotografi Iklan

Seiring dengan ketatnya persaingan di dunia bisnis, banyak perusahaan

yang melakukan promosi di papan iklan maupun brosur tentang suatu produk. Fotografi menjadi salah satu pilihan perusahaan-perusahaan tersebut untuk membangun citra di masyarakat melalui iklan. Munculnya berbagai iklan di media seperti surat kabar, majalah, poster, brosur, atau *billboard* menjadi lahan subur bagi fotografer.

5. Fotografi Pernikahan (*wedding photography*)

Fotografi ini adalah bagian dari fotografi komersial yang berfungsi sebagai sarana pendokumentasian upacara pernikahan. Cabang fotografi ini tidak akan pernah berakhir sepanjang masa, karena merupakan keinginan yang manusiawi jika pasangan yang melakukan pernikahan ingin mengabadikan hari bahagia. Fotografi pernikahan bisa disebut sebagai pekerjaan dokumentasi yang melibatkan banyak orang. Fotografer tidak hanya berhubungan dengan kedua mempelai, tetapi juga berurusan dengan setiap anggota keluarga yang merasa berhak untuk mengatur sesi pemotretan. Pekerjaan ini bisa dibatasi oleh waktu dan tempat.

6. Fotografi *Fashion*

Fotografi ini mengutamakan artistik tinggi yang mewakili rancangan mode. Persaingan dalam menjual ide, konsep dan tidak hanya dari sisi rancangan mode, tapi juga teknik fotografi, *make-up* dan rambut, tata gaya, tata ruang, dan sebagainya, yang menghasilkan sebuah karya seni.

Profesionalitas

Menurut Mulyasa (2006: 46), profesionalitas adalah kondisi, arah, nilai, tujuan, dan kualitas keahlian dan kewenangan yang berkaitan dengan mata pencaharian seseorang.

Menurut Kusnandar (2007: 214), profesionalitas adalah sebutan yang mengacu pada sikap mental dalam bentuk komitmen dari para anggota suatu profesi untuk senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kualitas profesionalnya. Profesionalitas sebagai komitmen para anggota suatu profesi untuk meningkatkan kemampuan profesionalnya dan terus-menerus mengembangkan strategi-strategi yang digunakannya dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan profesinya itu.

Menurut Moenir (2002: 69), profesionalitas kerja merupakan tolak ukur dalam menilai efektivitas dan efisiensi kinerja instansi pemerintah dalam melaksanakan program kerjanya. Secara konseptual prosedur diartikan sebagai langkah-langkah sejumlah instruksi logis untuk menuju pada suatu proses yang dikehendaki. Proses yang dikehendaki tersebut berupa pengguna-pengguna sistem proses kerja dalam bentuk aktivitas, aliran data, dan aliran kerja. Prosedur operasional standar adalah proses standar langkah-langkah sejumlah instruksi logis yang harus dilakukan berupa aktivitas, aliran data, dan aliran kerja.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa profesionalitas adalah suatu bentuk komitmen para anggota suatu profesi untuk selalu meningkatkan dan mengembangkan kompetensinya yang bertujuan agar kualitas keprofesionalannya dapat tercapai secara berkesinambungan.

Unsur-unsur dalam Profesionalitas

Menurut Mulyasa (2006: 39) Profesionalitas pada umumnya berkaitan dengan pekerjaan, namun pada umumnya tidak semua pekerjaan adalah profesi, karena profesi memiliki karakteristik sendiri yang membedakannya dari pekerjaan lainnya. Profesionalitas berkaitan dengan mutu, kualitas, dan tindak tanduk yang merupakan ciri suatu profesi atau ciri orang yang profesional.

Pengertian ini menggambarkan bahwa profesionalitas memiliki dua kriteria

pokok, yaitu keahlian dan bayaran. Kedua hal itu merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan. Seseorang dikatakan memiliki profesionalitas manakala memiliki dua hal pokok tersebut, yaitu keahlian (kompetensi) yang layak sesuai bidang tugasnya dan pendapatan yang layak sesuai kebutuhan hidupnya.

Menurut Mulyasa (2006: 40), beberapa faktor yang mempengaruhi profesionalitas kerja adalah sebagai berikut:

a. Keterampilan

Keterampilan yang berdasarkan pada pengetahuan teoritis: Professional dapat diasumsikan mempunyai pengetahuan teoritis yang ekstensif dan memiliki keterampilan yang berdasarkan pada pengetahuan tersebut dan bisa diterapkan dalam praktik

b. Pendidikan yang ekstensif

Profesi yang prestisius biasanya memerlukan pendidikan yang lama dalam jenjang pendidikan tinggi.

c. Pelatihan Institusional

Selain ujian, juga biasanya dipersyaratkan untuk mengikuti pelatihan institusional dimana calon profesional mendapatkan pengalaman praktis sebelum menjadi anggota penuh organisasi. Peningkatan keterampilan melalui pengembangan profesional juga dipersyaratkan.

d. Otonomi Kerja

Profesional cenderung mengendalikan kerja dan pengetahuan teoretis mereka agar terhindar adanya intervensi dari luar.

e. Kode Etik

Organisasi profesi biasanya memiliki kode etik bagi para anggotanya dan prosedur pendisiplinan bagi mereka yang melanggar aturan. Kode etik profesi adalah pedoman sikap, tingkah laku dan perbuatan dalam melaksanakan tugas dan dalam kehidupan sehari-hari.

Teori Hierarki Kebutuhan

Teori Hierarki kebutuhan ini diajukan oleh Abraham Maslow, seorang tokoh psikologi aliran humanistik, pada tahun 1943 dalam karyanya, *A Theory of Human Motivation*, Maslow menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat berbagai macam kebutuhan dalam diri seseorang yang bisa dilihat secara berjenjang (hierarchical). Berbagai kebutuhan tersebut oleh Maslow dikelompokkan secara hierarki menjadi lima bentuk kebutuhan, yakni: (1) kebutuhan fisiologis; (2) kebutuhan rasa aman; (3) kepemilikan sosial; (4) kebutuhan akan penghargaan diri; dan (5) kebutuhan akan aktualisasi diri. Rivai (2009:840) dalam hal ini menerangkan bahwa bagan teori hierarki kebutuhan Maslow merupakan penanda rangkaian kebutuhan seseorang yang selalu mengikuti alur hierarki tersebut. Semakin tinggi tingkat kebutuhan seseorang, atau semakin bergerak ke atas tingkat kebutuhan seseorang, maka semakin sedikit kebutuhannya, karena kebutuhan yang lain dianggap sudah terpenuhi, serta semakin sedikit juga orang yang memang mencapai level atas tersebut.

Jadi, Maslow memandang motivasi seorang individu sehubungan dengan urutan kebutuhan yang dipredeterminasi, yang masing-masing memiliki peringkatnya sendiri bukan dalam bentuk daftar rangsangan-rangsangan sederhana yang tidak terorganisasi.

1. Kebutuhan-kebutuhan Fisiologikal

Pada tingkatan terendah hierarki yang ada dan pada titik awal teori motivasi, terdapat kebutuhan-kebutuhan fisiologikal. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang perlu dipenuhi untuk mempertahankan hidup. Oksigen, pangan, minuman, eliminasi, istirahat, aktivitas, dan pengaturan suhu, dimasukkan pada tingkatan ini.

Apabila kebutuhan-kebutuhan fisiologikal tidak dipenuhi, maka mereka akan lebih terasa dibandingkan dengan kebutuhan-kebutuhan lainnya. Boleh dikatakan, bahwa seorang individu yang tidak memiliki apa-apa dalam kehidupan

mungkin sesekali akan termotivasi kebutuhan-kebutuhan fisiologikal.

2. Kebutuhan akan Keamanan

Apabila kebutuhan-kebutuhan fisiologikal cukup (tidak perlu sepenuhnya) dipenuhi, maka kebutuhan-kebutuhan pada tingkatan berikut yang lebih tinggi yakni kebutuhan akan keamanan, mulai mendominasi perilaku manusia. Kebutuhan-kebutuhan demikian yang sering kali dinamakan orang kebutuhan akan keamanan (*security need*), dinyatakan misalnya dalam wujud keinginan akan proteksi terhadap bahaya fisik (bahaya kebakaran, atau serangan kriminal), keinginan untuk mendapatkan kepastian ekonomi (*economic security*), preferensi terhadap hal-hal yang dikenal dan menjauhi hal-hal yang tidak dapat dikenal dan keinginan atau dambaan orang akan dunia yang teratur serta yang dapat diprediksi.

Kebutuhan-kebutuhan akan keamanan juga mencakup keinginan untuk mengetahui batas-batas perilaku yang diperkenankan (*possible behavior*) maksudnya keinginan akan kebebasan di dalam batas-batas tertentu daripada kebebasan yang tidak ada batasnya. Seseorang yang tidak memiliki pengetahuan lengkap tentang batas-batas perilaku yang diterima (*akseptabel*) bagi dirinya sendiri dapat perasaan yang sangat terancam. Agaknya ia akan berupaya menemukan batas-batas demikian, sekalipun pada saat-saat tertentu ia dapat berperilaku dengan cara yang tidak dapat diterima (tidak *akseptabel*).

3. Kebutuhan-kebutuhan Sosial

Ketika kebutuhan fisik dan keamanan telah hampir terpuaskan, kebutuhan sosial atau afiliasi merupakan kebutuhan yang akan muncul, karena manusia merupakan makhluk sosial. Individu mempunyai kebutuhan untuk menjadi dan menerima bermacam kelompok, ketika kebutuhan sosial lebih dominan individu akan berusaha berhubungan dengan orang lain (Rivai, 2009: 841)

Seorang individu ingin tergolong pada elompok-kelompok tertentu., ia ingin berasosiasi dengan pihak lain, ia ingin diterima oleh rekan-rekannya, dan ia ingin berbagi dan menerima sikap berkawan dan afeksi. Walaupun banyak manajer dewasa ini memahami adanya kebutuhan demikian, kadang mereka secara keliru menganggapnya sebagai ancaman bagi organisasi mereka, hingga tindakan-tindakan mereka disesuaikan dengan pandangan demikian.

4. Kebutuhan-kebutuhan akan Penghargaan

Setelah individu mulai puas akan kebutuhan sosial, mereka biasanya ingin lebih dari sebatas anggota dari kelompok mereka, mereka lalu merasa butuh akan penghargaan seperti penghargaan diri atau pengakuan dari orang lain. Kepuasan dari kebutuhan penghargaan diri ini dihasilkan oleh perasaan seperti kepercayaan diri, wibawa, kekuatan ataupun kontrol. Hal ini dimulai ketika individu merasa berguna dan mempunyai pengaruh di lingkungan (Rivai, 2009: 841).

Dalam hierarki Maslow, pada tingkatan ini terlihat adanya kebutuhan-kebutuhan akan penghargaan atau kebutuhan-kebutuhan egoistik untuk penghargaan diri maupun untuk penghargaan dari pihak lain. Kebutuhan akan penghargaan diri mencakup kebutuhan untuk mencapai kepercayaan diri, prestasi, kompetensi, pengetahuan, penghargaan diri, dan kebebasan serta independensi (ketidakketergantungan). Kelompok kedua, kebutuhan-kebutuhan akan penghargaan mencakup kebutuhan yang berkaitan dengan reputasi seorang individu atau penghargaan dari pihak lain, kebutuhan akan status, pengakuan, apresiasi terhadap dirinya, dan respek yang diberikan oleh pihak lain.

Keinginan atau hasrat kompetitif untuk menonjol dan untuk melampaui prestasi orang-orang lain boleh dikatakan sebuah sifat universal manusia. Kebutuhan pokok akan penghargaan ini apabila dimanfaatkan secara tepat dapat menyebabkan timbulnya

kinerjakeorganisasian luar biasa. Tidak seperti halnya kebutuhan-kebutuhan tingkatan lebih rendah, kebutuhan akan penghargaan jarang sekali terpenuhi secara sempurna. Bahkan, kita dapat mengatakan bahwa mereka tidak pernah terpuaskan.

5. Kebutuhan untuk Merealisisi Diri

Pada puncak hierarki, terdapat kebutuhan untuk realisasi diri atau aktualisasi diri. Kebutuhan-kebutuhan tersebut berupa kebutuhan-kebutuhan individu untuk merealisasikan potensi yang ada pada dirinya untuk mencapai pengembangan diri secara berkelanjutan dan untuk menjadi kreatif dalam arti kata seluas-luasnya. Bentuk khusus kebutuhan menjadi kreatif dalam arti kata seluas-luasnya. Bentuk khusus kebutuhan demikian akan berbeda-beda dari orang ke orang, seperti halnya terlihat pada kepribadian-kepribadian manusia. Contoh-contoh pemenuhan kebutuhan demikian misalnya apabila kita dapat mengajukan sebuah teori penting menjadi seorang atlit puncak, membesarkan anak-anak sehat, dan berpendidikan baik, berhasil me-manage sebuah perusahaan atau dipilih menjadi pejabat tinggi.

Kebutuhan ini akan timbul pada seseorang bila kebutuhan-kebutuhan lainnya telah terpenuhi. Di mana aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri, untuk menjadi apa saja yang dia dapat lakukan dan untuk menjadi kreatif dan bebas mencapai puncak prestasi potensinya. Menurut Maslow, salah satu prasyarat untuk mencapai aktualisasi diri adalah terpenuhinya berbagai kebutuhan yang lebih rendah, yaitu kebutuhan-kebutuhan fisiologis, rasa aman, memiliki dan cinta serta penghargaan (Sobur, 2003: 273)

Aktualiasasi Diri

Menurut Siswandi dalam Syauta dan Yunia Santi (2014:134-136), kebutuhan aktualisasi diri pada dasarnya memberikan perhatian pada manusia, khususnya terhadap nilai-nilai martabat secara penuh. Hal tersebut dapat tercapai melalui penggunaan

segenap potensi, bakat, dan kemampuan yang dimiliki melalui dengan bekerja sebaik-baiknya, sehingga tercapai suatu keadaan eksistensi yang ideal bagi pertumbuhan dan perkembangan diri.

Menurut Hersinta dan Soepomo(2011:6-7) Aktualisasi diri adalah sebuah keadaan di mana seorang manusia telah merasa menjadi dirinya sendiri, mengerjakan sesuatu yang disukainya dengan gembira, dengan hati ikhlas. Ia tidak lagi menempatkan keberhasilan dari pekerjaannya pada ukuran yang biasanya berlaku, yakni penghasilan yang diperoleh dari hasil sebuah kerja, ukurannya menjadi berubah sesuai dengan nilai-nilai kehidupan yang dianut dan dipahami oleh dirinya.

Menurut Rogers aktualisasi diri merupakan proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi-potensi psikologis yang unik. Aktualisasi diri akan dibantu atau dihalangi oleh pengalaman dan oleh belajar khususnya dalam masa kanak-kanak. Aktualisasi diri akan berubah sejalan dengan perkembangan hidup seseorang. Ketikamencapai usia tertentu (*adolensi*) seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dari fisiologis ke psikologis (Hambali dan Jaenudin, 2013:189).

Berdasarkan penjelasan di atas aktualisasi diri dapat dimaknai sebagai keinginan bawaan individu untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya dan mencapai prestasi sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kebutuhan dan aktualisasi diri fotografer profesional di Kota Palu menurut hierarki kebutuhan Maslow. Tipe penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu serta mendapatkan data yang mendalam tentang aktifitas dan

kegiatan para fotografer di Komunitas Instansantara Kota Palu dalam menunjukkan eksistensi diri mereka di tengah masyarakat.

Dasar penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2010: 66), studi kasus merupakan metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Peneliti memilih studi kasus sebagai metode dalam penelitian ini karena peneliti ingin menjelaskan mengenai perkembangan kemampuan juga aktualisasi diri fotografer secara lebih mendalam, mendetail, dan komprehensif. Penjelasan itu diperlukan untuk mewujudkan kegunaan dari penelitian ini yakni sebagai informasi dan juga referensi bagi masyarakat dan para fotografer. Terlebih kepada masyarakat secara umum terkait persepsi mereka mengenai fotografi. Penggunaan metode studi kasus diharapkan dapat lebih membuat konsep mengenai eksistensi diri nantinya menjadi lebih jelas.

Objek dalam penelitian ini adalah terkait dengan aktualisasi diri fotografer profesional di Kota Palu. Subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan peneliti. Teknik *purposive sampling* dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data (Kriyantono,2010:158).

Adapun kriteria informan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan adalah fotografer yang telah bergelut di bidang fotografi selama minimal 14 tahun.
2. Informan adalah fotografer yang pernah memperoleh penghargaan dalam bidang fotografi.
3. Informan adalah fotografer yang aktif mengikuti kegiatan mengenai

fotografi seperti workshop, pelatihan, dan lain-lain

4. Informan adalah fotografer yang menjadikan fotografi sebagai profesi utama.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Kebutuhan Fotografer Profesional Di Kota Palu Menurut Hierarki Kebutuhan Maslow

Profesi sebagai seorang fotografer adalah sebuah profesi yang cukup melelahkan. Karena menurut penuturan para narasumber, banyak sekali hal yang harus dilakukan oleh fotografer profesional. Di antaranya manajemen waktu, turun lapangan, berpikir kreatif, mengedit hasil foto agar menjadi sebuah karya komersil, dan masih banyak lagi. Hal tersebut juga ternyata langsung berpengaruh terhadap kondisi fisik beberapa narasumber yang menuturkan bahwa kondisi fisiknya mulai payah.

Namun karena mereka adalah pekerja profesional, maka para fotografer juga memiliki cara tersendiri untuk menyalakan perubahan fisik akibat pengaruh dari aktivitas mereka yang tentu saja sangat menguras tenaga. Beberapa narasumber menuturkan bahwa justru karena mereka menjadi seorang fotografer profesional makanya kebutuhan fisik mereka harus mereka ubah 100%. Fotografer mereka ibaratkan seperti olahragawan yang memiliki tingkat mobilitas yang sangat tinggi. Bahkan ada dari mereka yang justru tetap mempertahankan kondisi fisik mereka sedemikian rupa karena memang sudah mengantisipasi dari awal bahwa profesi ini membutuhkan performa yang luar biasa besar.

Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa capek ataupun lelah yang mereka rasakan akan terbayar lunas ketika hasil karya yang mereka ciptakan adalah hasil karya yang baik. Hal tersebut dapat memberikan semangat tersendiri bagi mereka. Pun bekerja sebagai fotografer profesional secara tidak langsung telah menyatakan kesiapan untuk merasa capek

luar biasa. Dengan kata lain, capek karena terkurasnya tenaga merupakan konsekuensi pasti bagi seorang fotografer profesional.

Hal yang juga menarik adalah ketika profesi mereka sebagai fotografer memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pola makan dan istirahat mereka. Ada yang bahkan sampai mengalami dehidrasi karena menunggu momen atau tidak ingin melewatkan momen sedikitpun. Juga tidak menutup kemungkinan hal-hal terkait kecelakaan kerja pun ikut terjadi seperti cedera ringan hingga berat, terkena sengatan listrik, jatuh ke dalam lubang, hingga gangguan psikologis ringan berupa perubahan mindset atau pola pikir. Menariknya lagi, di kalangan jurnalis fotografer bahkan ada anggapan bahwa mereka wajib sakit maag. Status kewartawanan mereka akan diragukan jika mereka tidak pernah menderita penyakit maag.

Selain harus menghadapi kebutuhan untuk menjaga ketahanan fisik, menjadi seorang fotografer profesional juga sangat memiliki risiko yang tinggi dalam hal keamanan diri terlebih ketika pemotretan berhubungan dengan investigasi, konten sensitif, skandal pemerintahan, isu-isu politik dan lain sebagainya. Namun bagi seorang jurnalis fotografer, tidak ada kata aman dalam hal peliputan. Karena tugas sebagai seorang jurnalis adalah untuk pergi kemanapun yang dibutuhkan untuk mendapat sebuah informasi yang kemudian dituangkan dalam bentuk berita. Karenanya, narasumber yang berprofesi sebagai jurnalis fotografer menuturkan bahwa dirinya sampai harus belajar tentang keamanan peliputan sampai ke luar negeri.

Namun di sisi lain, ada juga fotografer profesional yang malah beranggapan bahwa seorang fotografer profesional tidak boleh merasa tidak aman. Namun tentu saja dengan konsep keamanan yang sedikit agak berbeda. Keamanan yang dimaksud adalah ketika seorang fotografer profesional melakukan sesi pemotretan, semuanya harus aman mulai dari alat pendukung yang digunakan, stamina,

kondisi alam sekitar, perjalanan, dan masih banyak lagi. Terlebih ketika sesi pemotretan itu membawa banyak kru atau tim. Tentu saja keamanan yang harus dijamin menjadi lebih banyak.

Berbicara mengenai keamanan, tentu saja tidak melulu mengenai keamanan fisik saja namun juga ada namanya keamanan ekonomi. Sebagai fotografer profesional, beberapa narasumber sepakat untuk menjelaskan bahwa bergelut di dunia fotografer profesional sudah cukup membuat mereka aman secara ekonomi. Gaya hidup mereka bahkan terpenuhi dan menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Pun ketika seorang fotografer memiliki pekerjaan sampingan sebagai seorang pegawai negeri maupun swasta, fotografer masih bisa menjanjikan keamanan ekonomi yang lebih baik. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah gaji seorang fotografer yang dapat lebih dari sekali dalam satu bulan.

Akan tetapi ada juga anggapan dari narasumber bahwa menggantungkan harapan ekonomi di fotografer terbilang lumayan sulit. Terlebih bagi jurnalis fotografer yang memiliki idealisme kewartawanan yang sangat tinggi. Jika ingin berharap menjadi kaya dari menjadi fotografer profesional menurutnya adalah hal yang agak susah. Namun sebagai seorang jurnalis fotografer yang harus diutamakan adalah menjunjung tinggi kepentingan sosial. Meskipun memang seluruh pekerjaan membutuhkan upah yang sesuai dan memadai. Juga hal tersebut kembali lagi kepada masing-masing pribadi karena seyogyanya aman tidaknya ekonomi dari upah yang didapatkan bergantung kepada bagaimana cara masing-masing pribadi dapat mengatur alur keuangan pribadinya.

Setelah keamanan secara fisik dan ekonomi, keamanan juga penting dirasakan di segala aspek kehidupan bermasyarakat. Baik itu aspek sosial maupun aspek budaya. Salah satu contoh yang dipaparkan oleh narasumber adalah ketika keluarganya sudah memandang fotografer profesional

sebagai pekerjaan yang cukup baik. Kata “sudah” menjelaskan bahwa sebelumnya pandangan keluarga narasumber terhadap fotografer belum sebaik sekarang ini. Hal tersebut berarti sudah banyak kemampuan dan juga usaha yang dilakukan olehnya untuk mengangkat derajat fotografi di mata masyarakat khususnya lingkungan keluarga. Namun narasumber juga menuturkan bahwa dalam beberapa kasus fotografer masih membutuhkan regulasi tertentu dari pemerintah yang saat ini masih belum jelas dan cenderung tumpang tindih. Khususnya regulasi mengenai peliputan-peliputan tertentu di dunia jurnalis fotografer.

Kebutuhan selanjutnya yang diperlukan oleh fotografer profesional untuk mengaktualisasikan dirinya adalah kebutuhan sosial. Karena sejatinya, sebegas dan sehebat apapun fotografer, mereka tetap butuh yang namanya membangun relasi untuk mendapat klien. Tidak hanya sampai di situ, fotografer juga harus mengetahui berbagai macam karakter berbeda dari setiap klien yang mereka jumpai. Karena pada akhirnya akan banyak saran-saran yang membangun yang tidak hanya datang dari sesama fotografer namun juga para klien yang menggunakan jasa mereka. Salah satu narasumber juga bahkan mengungkapkan jika dirinya masih eksis hingga hari ini dikarekanak dirinya yang rajin untuk membangun relasi. Karena fotografer bukanlah sebatas kemampuan motret semata.

Selain itu, masih dengan kebutuhan akan interaksi sosial, fotografer juga harus memiliki wawasan sosial yang luas. Hal tersebut dibutuhkan untuk menentukan apakah karya yang akan dihasilkan memiliki pasar di masyarakat atau tidak. Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan bergabung di komunitas-komunitas fotografer. Komunitas apapun itu selagi komunitas tersebut dapat memberikan hal positif untuk mendukung tumbuh dan kembang fotografer itu sendiri. Selain itu, tidak dapat dipungkiri juga bahwa fotografer juga membutuhkan ide dari sesama fotografer profesional untuk menciptakan inovasi-inovasi baru di bidang fotografi

yang pada akhirnya inovasi tersebut dapat membangun industri kreatif bersama.

Relasi yang dibangun juga ada baiknya dibangun dengan siapa saja. Karena ketika berbicara tentang klien, mereka dapat datang dari mana saja, siapa saja, kapan saja, bahkan dari kalangan yang tidak terduga sekalipun. Oleh karena itu seorang fotografer sebaiknya tidak pilih-pilih untuk membangun relasi. Bahkan salah seorang narasumber mengatakan bahwa jika ia harus bergaul dengan penjahat, maka ia akan bergaul dengan mereka. Karena memang sebenarnya sampai hari ini belum ada pakem yang pasti sebagai dasar para fotografer untuk membangun relasi. Namun, jika ditanya prioritas maka para fotografer tentu saja lebih melakukan pendekatan kepada pihak-pihak seperti periklanan, agensi berita, dan media-media entertain lainnya.

Tidak hanya itu, relasi yang dibangun juga seharusnya dapat dilakukan dengan pihak korporat atau perusahaan-perusahaan baik negeri maupun swasta. Karena berbicara mengenai penghargaan, korporat adalah pihak yang selalu dapat memberikan penghargaan tinggi kepada fotografer. Singkatnya, relasi yang harus dibangun oleh fotografer untuk menjaga eksistensinya ada dua, yaitu relasi teknis dan relasi pemasaran. Relasi teknis bisa dalam bergabung pada komunitas yang memiliki ketertarikan sama tentang jenis kamera yang digunakan, jenis lensa, genre fotografi, dan lain-lain. Sementara relasi pemasaran seperti yang sudah diungkapkan sebelumnya adalah media massa, editor majalah, dan lain-lain. Juga salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh fotografer adalah bermedia sosial. Karena mayoritas lembaga profesional sangat aktif di media sosial mereka.

Dilihat dari betapa pentingnya membangun relasi, sebisa mungkin para fotografer memaksimalkan waktu mereka untuk bersosialisasi dengan masyarakat. Bahkan salah satu narasumber memaparkan dengan gamblang terkait alokasi waktunya untuk bersosialisasi dengan masyarakat yakni selama 16 jam perhari. Angka tersebut

bukanlah angka yang kecil untuk waktu bersosialisasi karena memang fotografer sangat perlu untuk berkomunikasi baik tentang pekerjaan mereka hingga sebagai ajang promosi diri. Kadang juga salah seorang narasumber menjadi lupa kapan ia sedang melakukan peliputan kapan ia sedang bersosialisasi. Karena sosialisasi dan peliputan adalah dual hal yang memang tidak dapat dipisahkan.

Kebutuhan selanjutnya yang dibutuhkan fotografer profesional adalah penghargaan. Sebenarnya tidak hanya fotografer, melainkan siapa saja pasti ingin yang namanya penghargaan dari siapa saja. Namun sangat disayangkan bahwa penghargaan khususnya dari masyarakat terhadap fotografer profesional masih sangat minim. Masyarakat masih sangat perlu untuk diberikan edukasi bahwa dari tangan fotografer sebuah sejarah juga dapat dibuat. Namun yang terjadi sekarang adalah fotografer kadang kurang dihargai. Misalnya ketika ada sebuah kegiatan penting, mereka dipanggil ketika kegiatan tersebut sudah berjalan. Padahal semestinya sebelum kegiatan berlangsung para fotografer harus sudah berada di sana agar tidak ada momen penting yang terlupakan.

Penghargaan juga sangat dibutuhkan oleh fotografer profesional sebagai bentuk pengakuan dari masyarakat. Hal tersebut secara pribadi juga dapat menjadi tolak ukur profesionalitas dalam fotografi. Juga dapat berupa bukti bahwa fotografer tersebut memang seorang yang berbakat.

Jika ditanya penghargaan seperti apa yang diharapkan oleh para fotografer, jawabannya adalah sebenarnya semua jenis penghargaan adalah sama. Namun tentu saja ada bentuk-bentuk penghargaan tertentu yang akan memberikan nilai lebih terhadap karir mereka. Penghargaan tertulis dari pemerintah misalnya. Penghargaan yang dapat diberikan dalam bentuk dokumen atau sertifikat dari pemerintah ini merupakan sebuah pengakuan tertulis yang tentu saja sangat meyakinkan dan menjadi bukti otentik bahwa fotografer tersebut merupakan seorang yang berbakat. Sehingga

secara tidak langsung juga masyarakat akan sadar dan paham.

Namun seorang narasumber juga memiliki pendapat yang agak berbeda mengenai penghargaan ini. Menurutnya perbedaan jenis fotografer juga akan membuat harapan yang berbeda terhadap sebuah penghargaan. Fotografer *fine art* mungkin hanya membutuhkan pujian sudah akan merasa puas. Tetapi jika itu adalah fotografer komersil maka penghargaan yang paling diharapkan adalah materi. Semakin besar bayaran yang ia dapatkan maka semakin tinggi pula penghargaan yang ia rasakan. Lain lagi dengan jurnalis fotografi yang ketika karyanya banyak dipublikasikan maka ia tentu akan semakin bangga pula. Dari pandangan jurnalis fotografer pun menuturkan bahwa sebenarnya penghargaan bisa dalam bentuk apa saja. Namun untuk jurnalis fotografer, penghargaan yang paling tinggi adalah ketika foto yang dihasilkan dapat memberikan pengaruh yang positif berupa perubahan sosial pada masyarakat.

Hal di atas menggambarkan bahwa penghargaan bagi seorang fotografer profesional sangatlah penting. Penghargaan yang pada akhirnya dapat menjadi bukti otentik tingkat profesionalitas fotografer juga akan berdampak pada naiknya perekonomiannya fotografer. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal-hal tersebut juga yang nantinya akan membuat semangat fotografer menjadi lebih banyak untuk terus berkarya. Penghargaan juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri, meningkatkan portofolio, dan menambah jenjang karir.

Kebutuhan selanjutnya yang juga penting bagi fotografer adalah kebutuhan untuk merealisasikan diri. Realisasi diri dalam hal ini adalah kemampuan para fotografer untuk mengembangkan kemampuan mereka di bidang fotografi. Kebutuhan ini sebenarnya tidak hanya ada pada dunia fotografer saja namun seluruh pekerjaan profesional. Di mana pengembangan diri menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan kualitas diri sebaik mungkin agar karir dapat semakin baik.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa salah satu bentuk realisasi diri fotografer adalah bagaimana dirinya dapat menciptakan sebuah karya yang berhasil dari konsep yang rumit. Konsep rumit yang dimaksud adalah bagaimana fotografer dalam proses menghasilkan karya foto dapat mencoba banyak teknik yang secara tidak langsung menuntut ide-ide kreatif keluar dari pemikiran mereka. Ide kreatif tersebutlah yang kemudian akan memicu perkembangan diri mereka di dunia fotografer. Tentu saja konsep yang rumit tersebut harus dapat diwujudkan dalam satu bentuk karya foto.

Selain itu kebutuhan merealisasikan atau mengembangkan diri ini sangat memiliki hubungan yang erat dengan kebutuhan sosial. Di mana salah satu cara fotografer untuk dapat mengembangkan dirinya adalah dengan menjalin relasi atau interaksi seluas-luasnya dengan masyarakat khususnya dengan individu maupun kelompok yang juga memiliki ketertarikan ataupun pekerjaan yang sama yakni sebagai fotografer profesional. Relasi yang dibangun dapat menjurus ke arah pengembangan skill misalnya teknik pengambilan gambar yang sebelumnya belum diketahui atau alat dalam hal ini jenis kamera yang mungkin belum pernah digunakan sebelumnya.

Aktualisasi Diri Fotografer Profesional Di Kota Palu Berdasarkan Hierarki Kebutuhan Maslow

Dalam mengaktualisasikan dirinya sebagai seorang fotografer profesional, para narasumber memiliki gaya dan cara mereka masing-masing. Ada yang menuturkan bahwa fotografi mendapat tempat dalam hidupnya sebesar 70%. Karena memang selain sebuah pekerjaan, fotografi bagi mereka rata-rata adalah sebuah hobi. Selain itu juga fotografer menurut mereka merupakan pekerjaan yang bernilai guna tinggi. Di mana seperti yang sudah diungkapkan sebelumnya bahwa fotografi

adalah wadah untuk mencatat atau menuliskan sejarah melalui gambar.

Jika dikaitkan dengan hierarki kebutuhan Maslow, hal-hal tersebut di atas diwujudkan oleh fotografer dalam beberapa tahapan. Pada kebutuhan fisik, mereka sudah mengetahui dengan jelas bahwa menjadi seorang fotografer akan membutuhkan kesiapan fisik yang prima. Sehingga aktualisasi diri mereka adalah bagaimana mereka menjaga fisik mereka agar tetap prima. Untuk mereka yang kondisi fisiknya mengalami perubahan, misalnya pola makan mereka yang mulai tidak teratur, mereka juga tetap sebisa mungkin menjaga fisik mereka. Meskipun ada anggapan dari kalangan jurnalis fotografer bahwa bukan jurnalis jika belum menderita sakit mag. Namun hal tersebut juga merupakan aktualisasi diri fotografer yang menjunjung tinggi momen sehingga lupa makan.

Pada kebutuhan keamanan, fotografer mengaktualisasikan dirinya dengan senantiasa memastikan keamanan bagi dirinya pada saat turun lapangan. Di mana keamanan fisik merupakan prioritas utama yang harus dijamin. Terlebih ketika mereka bekerja bersama tim maka tanggung jawab mereka untuk menjaga keamanan semakin banyak. Terlebih bagi fotografer jurnalistik yang bahkan harus belajar ke luar negeri tentang memastikan keamanan pada saat bekerja. Juga keamanan yang dimaksud tidak hanya sebatas keamanan fisik saja namun juga keamanan dari segi ekonomi. Bagi mereka pekerjaan sebagai fotografer profesional sudah dapat menjamin keamanan ekonomi mereka. Hal ini mereka buktikan dari pengakuan tentang supply perekonomian yang lebih mereka dapatkan dari fotografer dibanding pekerjaan mereka lainnya seperti pegawai dan lain-lain.

Selanjutnya pada kebutuhan sosial, para fotografer mengaktualisasikan diri mereka dengan terus membangun relasi dengan siapapun. Hal ini mereka lakukan selain untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai fotografer, juga untuk membuka peluang datangnya klien dari kalangan manapun. Meskipun demikian,

para fotografer juga tetap merasa bahwa dalam menjangkau klien ataupun tidak, bersosialisasi atau membangun relasi tetaplah hal yang penting untuk aspek kehidupan apapun.

Adapun pada kebutuhan mereka tentang penghargaan, para fotografer mengaku masih sangat minim penghargaan yang mereka terima dari masyarakat. Padahal dalam aktualisasinya, mereka telah menjalani pekerjaan mereka dengan totalitas yang luar biasa. Selain masyarakat secara umum, para fotografer juga berharap penghargaan formal yang datang dari pemerintah setempat untuk mendukung kredibilitas mereka ketika mempromosikan diri mereka kepada klien atau calon klien.

Khusus untuk *fine art* fotografi, fotografer adalah bagaimana mereka dapat menciptakan karya dengan konsep yang rumit dan sukses. Karena memang sejatinya fotografi juga adalah seni. Tak lupa juga bahwa secara filosofis fotografi juga merupakan sebuah bentuk kebaikan untuk orang banyak. Terlebih dalam dunia jurnalistik, fotografi dapat digunakan sebagai alat untuk menyelesaikan permasalahan di masyarakat. Seperti misalnya foto original yang dapat menjadi bukti dan juga informasi pada kasus-kasus tertentu.

Para fotografer juga percaya bahwa sangat banyak nilai-nilai yang terkandung di dalam pekerjaan mereka. Di antaranya adalah nilai-nilai sosial dan budaya. Menjadi seorang fotografer secara tidak langsung membuat para narasumber merasa lebih percaya diri, lebih gampang bersosialisasi dengan orang lain. Fotografi juga membawa nilai sosial yang dapat membuat fotografer berada di strata sosial yang dapat diperhitungkan. Selain itu juga ada nilai kemanusiaan di mana dunia ini penuh dengan keberagaman. Secara tidak langsung pada saat mengambil foto para fotografer juga berkomunikasi. Bahkan fotografer juga dituntut untuk dapat merasakan apa yang sedang dirasakan oleh objek fotonya jika objek tersebut adalah manusia sebagai makhluk sosial.

Adapun hal yang terus menerus ditekankan oleh para fotografer adalah bagaimana profesi mereka dapat merekam momen bahagia yang hanya terjadi sekali seumur hidup. Memang pada hakikatnya semua orang bisa mengabadikan momen berharga mereka masing-masing. Apalagi di zaman yang sudah serba canggih seperti saat ini di mana setiap orang sudah memiliki smartphone yang juga dapat difungsikan sebagai perekam momen. Namun tentu saja fotografer profesional hadir untuk melakukannya dengan lebih bermakna dan lebih bagus dengan nilai seni yang tinggi. Sangat disayangkan bahwa saat ini yang betul-betul paham tentang fotografer kebanyakan hanya mitra kerja yang juga profesional. Masyarakat pada umumnya masih menganggap fotografer hanya sebagai tukang foto saja. Inilah yang membuat masyarakat masih perlu diedukasi.

Para narasumber juga berharap penghargaan dan pengetahuan masyarakat terkait pentingnya fotografer dapat lebih meningkat. Karena sejatinya fotografer adalah pekerjaan yang sulit dan membutuhkan usaha yang besar. Bahwa fotografi tidak tercipta dengan sendirinya. Fotografer pun sebenarnya kurang tepat jika disebut mengambil gambar. Namun fotografer membuat, mengkreasi, dan merangkai segala sesuatu menjadi gambar yang indah. Hasil tersebut diperoleh dari mulai mengkonsepkan, melihat komposisi, dan melihat angle sehingga foto yang dihasilkan sesuai dengan harapan klien. Para narasumber juga sangat ingin masyarakat tahu bahwa pekerjaan sebagai fotografer sangat membutuhkan kreatifitas di atas rata-rata. Membuat foto memang gampang. Namun membuat foto tersebut berbicara dan dapat dijelaskan nilainya, hanya fotografer profesional yang dapat melakukannya.

Ke depannya, para narasumber berkomitmen akan terus bekerja seprofesional mungkin, membangun relasi di semua link, dan terus bersosialisasi dengan baik. Fotografer profesional juga dapat mengaktualisasikan dirinya dengan dapat mengabadikan momen apapun dengan

alat apapun. Tidak mesti melulu harus menggunakan kamera DSLR. Karena sejatinya fotografer tidak melulu tentang alat atau kamera namun juga tentang spontanitas dan kreatifitas dalam berkarya.

Kesimpulan

Kebutuhan seorang fotografer menurut hierarki kebutuhan Maslow antara lain Bahwa menjadi seorang fotografer membutuhkan fisik dan mental yang kuat. Banyak fotografer yang merasakan perubahan secara fisik namun ada juga yang menjaga fisiknya agar tetap fit dengan cara-cara tertentu. Dalam hal keamanan, fotografer seringkali berada dalam posisi tidak aman namun harus terus memastikan bahwa situasi dan kondisi ketika bekerja harus sepenuhnya aman. Selanjutnya, fotografer profesional juga harus terus bersosialisasi dengan siapapun agar dapat meningkatkan kualitas jenjang karirnya. Juga fotografer membutuhkan penghargaan di mana penghargaan yang paling minimal namun sangat bermakna adalah pengakuan dan pengetahuan dari masyarakat itu sendiri.

Para fotografer profesional dalam kesehariannya selalu memaksimalkan aktualisasi diri mereka. Fotografi bagi mereka adalah hidup mereka. Karena fotografi adalah hobi sekaligus pekerjaan. Dalam mengaktualisasikan diri para fotografer selalu mengedepankan nilai sosial, budaya, dan kemanusiaan di mana fotografi sejatinya adalah sebuah bentuk komunikasi melalui foto.

Daftar Pustaka

- Darmawan, Ferry. 2009. *Dunia Dalam Bingkai (Dari Fotografi Film Hingga Fotografi Digital)*. Bandung: Graha Ilmu 2000.
- Hambali, A dan Jaenudin, U. (2013). *Psikologi kepribadian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Hersinta dan Soepomo, Veronika. 2011. *Aktualisasi diri dalam mengkomunikasikan meaning of*

suffering pada ibu dengan anak penyandang autis. *Journal Communicare*. Vol. 5, No.1, diakses pada Hari Selasa, 13/11/2018, Pukul 00:09 WITA.

- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusnandar, Arif. 2007. *Membudayakan Profesionalisme Kerja*. Bandung: Tarsito
- Moenir, A.S. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Modern*. Bandung: Rosda Karya
- Mulyasa. 2006. *Kinerja Pegawai dalam Organisasi Modern*. Jakarta: Rajawali Press
- Rivai, Veithzal. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Santoso, Budhi. 2010. *Bekerja Sebagai Fotografer*, Jakarta: PT Erlangga Group.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Syauta, Betsy Amanda & Yuniasanti, Reny. 2014. *Hubungan antara kebutuhan aktualisasi diri dengan motivasi kerja pada wanita karir di PT Kusuma Sandang Mekarjaya*. *Jurnal Sosio Humaniora*. Yogyakarta. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mercu Buana. Vol.5, No. 2, diakses pada Hari Selasa, 13/11/2018, Pukul 00:14 WITA.
- Winardi, J. 2008. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

SELF CONCEPT PADA ANGGOTA GERAKAN PRAMUKA SMA NEGERI 1 SOJOL

Siti Rahma^{1*}

¹*Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah*

*E-mail: rahmasitirahma1432@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo mengembangkan dirinya. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan informan yang berjumlah 6 (enam) orang anggota yang aktif dalam organisasi pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo. Enam orang anggota yang terpilih menjadi informan tersebut sesuai dengan kriteria-kriteria yang diharapkan oleh peneliti. Enam orang anggota yang terpilih diantaranya Albar sebagai bina damping (asisten pembina), Muh. Fahrizal Tasbi sebagai pradana (pemimpin dalam ambalan), Almu'min sebagai juru adat ambalan, Asrima sebagai anggota bidang olahraga, Rindy Riantika Dewi sebagai kerani (sekertaris) dan Sulistiani sebagai Bankir (Bendahara). Teknik pengumpulam data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo terbentuk ketika ia membuka diri dan berinteraksi dengan orang lain (teman organisasi, teman sekolah dan lingkungan sosial), serta mengikuti berbagai rangkaian kegiatan pramuka di sekolah dan di luar lingkungan sekolah, di daerah mau pun di luar daerah. Dari hasil penelitian tampak bahwa konsep diri anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo merupakan konsep diri positif. Disebut positif karena memenuhi kriteria konsep diri positif seperti dapat belajar dari pengalaman-pengalaman sebelumnya, bersikap positif dalam menghadapi orang lain (teman organisasi, teman sekolah dan lingkungan sosial), serta mampu menyikapi masalah yang dihadapi selama menjadi anggota gerakan pramuka. Konsep diri positif akan sangat membantu dalam pengembangan diri menjadi lebih baik kedepannya.

Kata kunci: *Self Concept; Looking Glass Self; Pramuka*

Submisi: 9 Desember 2019

Pendahuluan

William D. Brooks mendefinisikan konsep diri sebagai pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial, dan fisis, (Jalaluddin Rakhmat, 2013:98). Konsep diri adalah suatu persepsi, pandangan atau prespektif serta tingkah laku seorang individu terhadap dirinya yang berasal dari kesadaran dirinya, itupun yang berasal dari penilaian lingkungan luar dan berlangsung melalui proses yang lama. Dikatakan lama karena konsep diri mulai dapat terbentuk ketika individu berinteraksi dengan orang

lain, (ariefnurrahmansejati.blog.uns.ac.id/2013/05/14/konsep-dasar-diri/).

Konsep diri (*self concept*) merupakan suatu bagian yang penting dalam setiap pembicaraan tentang kepribadian manusia. Konsep diri merupakan sifat yang unik pada manusia, sehingga dapat digunakan untuk membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya. Konsep diri seseorang dinyatakan melalui sikap dirinya yang merupakan aktualisasi dari diri, (Sunaryo 2004:29).

Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat

yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi lebih dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman-pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan-gagasan baru, lebih cenderung menghindari sikap defensif, dan lebih cermat memandang diri kita dan orang lain (Jalaluddin Rakhmat, 2013:105).

Dalam berorganisasi dilingkungan sekolah atau dalam kelompok sosial, tentunya akan saling bertukar informasi dan pengalaman serta gagasan baru, sehingga akan lebih mudah membuka diri kepada orang lain. Dengan membuka diri, maka perlahan-lahan konsep diri akan terbentuk dengan sendirinya dan akan mengacu pada konsep diri yang positif. Seseorang yang mempunyai konsep diri positif, akan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Salah satu kegiatan yang mampu membentuk konsep diri yang baik bagi siswa adalah ekstrakurikuler. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan kegiatan tambahan di luar jam pelajaran baik dilakukan diluar sekolah atau pun di sekolah, dengan maksud untuk memperkaya dan memperluas wawasan pengetahuan dan kemampuan yang dimilikinya dalam berbagai bidang studi, menyalurkan bakat dan minat dari masing-masing siswa serta dapat membentuk pribadi atau diri siswa dengan baik.

Kegiatan ekstrakurikuler merupakan suatu kegiatan siswa diluar kegiatan pembelajaran di sekolah yang sangat potensial untuk menciptakan siswa yang kreatif, berinovasi, terampil, berkarakter dan berprestasi. Kegiatan ekstrakurikuler ini sangat signifikan, karena banyak siswa yang berprestasi merupakan siswa yang bisa membagi waktu dengan banyak aktifitas yang dilakukannya sehingga membuatnya menjadi anak yang cerdas dan berkarakter, (Moh. Uzer Usman dan Lilis Setiawati 1993:22).

Contoh salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang sering diikuti oleh

siswa dalam lingkungan sekolah adalah organisasi pramuka. Gerakan pramuka adalah sebagai salah satu pendidikan non formal yang memiliki tujuan untuk menanamkan karakter yang membentuk kepribadian yang baik dalam diri anak dengan cara keteladanan, arahan dan bimbingan, dan salah satu cara untuk mengatasi penyimpangan pada kepribadian anak sehingga anak dapat berkembang dengan baik (Andri bob Sunardi dalam M. Jihan Baitorus, 2016:7).

Orang-orang yang tergabung dalam gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo merupakan siswa dan alumni siswa SMA Negeri 1 Sojol yang mempunyai kesamaan minat, kepedulian dan kecintaan dengan alam sekitar dan lingkungan hidup. Salah satu tujuan utamanya ialah menyalurkan minat terhadap kehidupan alam bebas, dan juga pembentukan konsep diri yang lebih baik.

Jumlah anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan Ambalan Tjavoo pada tahun 2017-2018 yakni berjumlah 70 orang yang terdiri dari 40 laki-laki dan 30 perempuan. Kemudian pada tahun 2018-2019 berjumlah 74 orang terdiri dari 35 laki-laki dan 39 perempuan. Sedangkan untuk 2019-2020 belum ada penerimaan anggota tamu ambalan baru.

Latihan rutin kepramukaan dilakukan setiap hari jum'at, dan pada saat latihan mereka diberi arahan, bimbingan dan pembinaan sesuai dengan kode etik. Disitulah mereka dibina bagaimana mereka tampil di hadapan orang dengan konsep diri yang lebih baik.

Dengan mengikuti kegiatan pramuka dan tergabung dalam pramuka itu sendiri, konsep diri seseorang yang tadinya tertutup (negatif) perlahan-lahan akan mulai terbentuk dan terbuka (positif). Seseorang tersebut akan mulai memperbaiki dan membuka diri agar mudah diterima di lingkungan sekitar (lingkungan sekolah dan sosial) dan juga lingkungan organisasinya. Bila konsep diri seseorang sesuai dengan pengalaman kita, tentunya konsep diri seseorang tersebut akan mulai terbentuk

dengan membayangkan penilaian seseorang terhadap dirinya.

Proses dan Fungsi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara bersama (Mulyana, 2012:46).

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah : Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2011:10).

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of the individuals*), (Effendy, 2011:10).

Sementara itu paradigma Lasswell di atas menunjukkan komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (communicator, source, sender)
- Pesan (message)
- Media (channel, media)
- Komunikan (communican, communicatee, receiver, recipient)
- Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator ke komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2011:10).

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

- a. Proses komunikasi secara primer
Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*simbol*) sebagai media. (Effendy, 2011:11).
- b. Proses komunikasi secara sekunder
Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2011:16).

Berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon (Mulyana) (dalam Magfirah, 2010:13) bahwa komunikasi mempunyai empat fungsi yaitu fungsi komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental.

- a. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

Perkembangan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada

kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita.

b. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi ekspresif

Fungsi ini erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal.

c. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara yang berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

d. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum diantaranya menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Tujuan tersebut dapat disebut membujuk (*persuasive*), memberitahukan atau menerangkan (*to inform*), menghibur (*to entertain*).

Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah proses dimana orang yang bekerja dalam organisasi saling mentransmisikan informasi dan menginterpretasikan artinya. Organisasi adalah tempat atau wadah bagi orang-orang untuk berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terdimpin dan terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya, sarana-prasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Kemampuan berkomunikasi yang baik merupakan syarat utama dalam berorganisasi karena dengan komunikasi yang baik, kegiatan organisasi dapat berjalan dengan baik, lancar dan sesuai tujuan organisasi tersebut (Jurnal, Meisa Puji Lestari).

Pramuka

Pramuka merupakan sebutan bagi anggota gerakan paramuka, yang meliputi Pramuka Siaga (7-10 tahun), Pramuka Penggalang (11-15 tahun), Pramuka Penegak (16-20 tahun), dan Pramuka Pandega (21-25 tahun). Kelompok anggota yang lain yaitu Pembina Pramuka, Andalan Pramuka, Korps Pelatihan Pramuka, Pamong Saka Pramuka, Staf Kwartir dan Majelis Pembimbing.

Gerakan pramuka adalah nama organisasi pendidikan non formal yang menyelenggarakan pendidikan kepaduan yang dilaksanakan di Indonesia. Kata "pramuka" merupakan singkatan dari Praja Muda Karana, yang memiliki arti Jiwa Muda yang Suka Berkarya.

Kepramukaan adalah proses pendidikan di luar lingkungan sekolah dan di luar lingkungan keluarga dalam bentuk kegiatan menarik, menyenangkan, sehat, teratur, terarah, praktis yang dilakukan di alam terbuka dengan prinsip dasar kepramukaan, yang sasaran akhirnya pembentukan watak, akhlak, dan budi pekerti luhur. Kepramukaan adalah sistem pendidikan kepanduan yang disesuaikan dengan keadaan, kepentingan, dan perkembangan masyarakat, dan bangsa

Indonesia (http://id.m.wikipedia.org/wiki/Gerakan_Pramukaa-Indonesia).

Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri terkait dengan dimensi fisik, karakteristik individual, dan motivasi diri. Pandangan diri tidak hanya meliputi kekuatan-kekuatan individual, tetapi juga kelemahan bahkan juga kegagalan dirinya. Konsep diri merupakan inti dari kepribadian individu. Inti kepribadian berperan penting untuk menentukan dan mengarahkan perkembangan kepribadian serta perilaku positif individu (http://id.m.wikipedia.org/wiki/konsep_diri).

Pengembangan diri sebagai konsep, tidak terlepas dari suatu gagasan Cooley. Menurut Charles Horton Cooley, kita melakukannya dengan membayangkan diri kita sebagai orang lain dalam benak kita. Cooley menyebut gejala ini *looking glass self* (diri cermin). Gagasan Cooley terdiri dari tiga komponen utama. Pertama, kita membayangkan bagaimana kita tampak pada orang lain, kita melihat sekilas diri kita seperti dalam cermin. Misalnya, kita merasa wajah kita jelek. Kedua, kita membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan kita. Kita pikir mereka menganggap kita tidak menarik. Ketiga, kita mengalami perasaan bangga atau kecewa, orang mungkin merasa sedih dan malu, Vander Zanden (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2013:97-98).

Jalaluddin Rakhmat, (2008: 100-104), menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri, yaitu :

1. Orang Lain
2. Kelompok Rujukan (*Reference Group*)

Konsep diri menurut James F. Calhoun dan Joan Ross Acocella (1995:72-74) jenisnya ada 2 yaitu konsep diri negatif dan konsep diri positif.

Ciri orang yang memiliki konsep diri negatif adalah:

- a. Individu mudah untuk marah dan naik pitam serta tidak tahan terhadap kritikan yang diterimanya.
- b. Individu responsif sekali terhadap pujian yang diberikan oleh orang lain pada dirinya.
- c. Individu tidak pandai dan tidak sanggup untuk mengungkapkan penghargaan/pengakuan kelebihan yang dimiliki orang lain.
- d. Individu cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain.
- e. Individu bersikap pesimis terhadap kompetisi, keengganan untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi.

Ciri-ciri orang yang memiliki konsep diri positif adalah:

- a. Dapat menerima dan mengenal dirinya dengan baik
- b. Dapat menyimpan informasi tentang dirinya sendiri baik itu informasi yang positif maupun negatif. Jadi mereka dapat memahami dan menerima fakta yang bermacam-macam tentang dirinya.
- c. Dapat menyerap pengalaman masalahnya
- d. Apabila mereka memiliki penghargaan selalu merancang tujuan-tujuan yang sesuai dan realistis
- e. Selalu memiliki ide yang diberikannya pada kehidupan bagaimana seharusnya dirinya mendekati dunia. Individu menyadari bahwa tiap orang memiliki perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seharusnya disetujui oleh masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. "Riset kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya" (Kriyantono, 2008:56). Menurut Bogdan

dan Taylor, metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong,2005:3).

Dasar penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data primer dikumpulkan melalui wawancara kepada anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo (informan). Wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak berstruktur dan mengutamakan wawancara mendalam (*Indepth Interview*). Materi wawancara berkisar antara masalah atau tujuan penelitian yakni tentang konsep diri, (Kriyantono, 2006:194).

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo. Kriteria untuk informan dalam penelitian ini yaitu bergabung dalam gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo lebih dari satu tahun, mengikuti kegiatan pramuka secara rutin lebih dari satu tahun, mempunyai tingkat kedudukan dalam struktur organisasi, aktif dalam berbagai kegiatan kepramukaan, dan bersedia diwawancara oleh peneliti.

Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah Konsep Diri Anggota Gerakan Pramuka Ambalan Singalam Dan Ambala Tjavoo SMA Negeri 1 Sojol, dengan menggunakan teori *The Looking Glass self*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data mau pun informasi yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu pengamatan (observasi) dan wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Dalam penelitian ini, anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo yang dijadikan informan sebanyak enam orang. Enam orang tersebut sesuai dengan kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

1. Albar SH. (Bina Damping)
2. Almu'min Juru Adat

3. Moh. Fahrizal Tasbi Pradana (Pemimpin Dalam Ambalan)
4. Asrima Anggota Bidang Olahraga
5. Rindy Riantika Dewi Kerani (Sekertaris)
6. Sulistiani Bankir (Bendahara)

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, konsep diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri tidak hanya meliputi kekuatan-kekuatan individual, tetapi juga kelemahan bahkan juga kegagalan dirinya. Konsep diri merupakan inti dari kepribadian individu. Menurut Charles Horton Cooley, kita melakukannya dengan membayangkan diri kita sebagai orang lain dalam benak kita. Cooley menyebut gejala ini *looking glass self* (diri cermin). Gagasan Cooley terdiri dari tiga komponen utama. Pertama, kita membayangkan bagaimana kita tampak pada orang lain. Kedua, kita membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan kita. Ketiga, kita mengalami perasaan bangga atau kecewa, Vander Zanden (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2013:97-98).

Pemahaman Tentang Pramuka Sebelum Bergabung Dalam Gerakan Pramuka Ambalan Singalam dan Ambalan Tjavoo

Sebelum masuk dan bergabung dalam organisasi gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo, anggota lama maupun anggota baru memiliki latar belakang dan alasan tersendiri ketika memutuskan untuk bergabung dalam gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo. Pada waktu sebelum bergabung dalam organisasi gerakan pramuka tersebut, mereka memiliki pemahaman tersendiri tentang apa itu kegiatan pramuka, sehingga membuat mereka tertarik untuk melakukan kegiatan tersebut.

Menurut Albar, pramuka adalah kegiatan ekstrakurikuler tempat belajar yang menyenangkan. Sedangkan menurut

Almu'min pramuka adalah tempat untuk memperdalam pengetahuan dan meningkatkan kesadaran tentang alam dan lingkungan. Menurut Moh. Fahrizal Tasbi, pramuka adalah tempat dimana semua orang bisa belajar dan menambah pengalaman. Sementara menurut Asrima, pramuka adalah wadah untuk mengembangkan bakat. Senada dengan Rindy Riantika Dewi, pramuka adalah wadah untuk menyalurkan minat dan bakat. Sedangkan menurut Sulistiani, pramuka adalah tempat dimana dirinya bisa meningkatkan potensi yang ada dalam dirinya.

Dilihat dari pemahaman mereka tentang pramuka, anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo memiliki pendapat sendiri mengenai pramuka. Berbagai pendapat telah diungkapkan dari masing-masing informan, namun tujuan utamanya yaitu sama-sama ingin maju dan berkembang dalam berbagai hal yang positif bukan hanya di pramuka saja, namun untuk kemajuan bangsa dan negara.

Membayangkan Bagaimana Kita Tampil Di Hadapan Orang Lain

Membayangkan bagaimana kita tampil di hadapan orang lain atau bisa juga disebut dengan berpikir. Berpikir adalah berkembangnya suatu ide, konsep atau pemikiran yang baru keluar dari dalam diri seseorang. Berkembangnya pemikiran itu sendiri dari informasi yang telah di dapat dan disimpan oleh seseorang yang berupa pengertian-pengertian, (kompasiana.com).

Albar SH. (Bina Damping)

“Saya membayangkan bahwa ketika saya tampil di hadapan orang lain dalam melakukan kegiatan pramuka, saya merasa biasa-biasa saja dalam menyampaikan materi kepramukaan atau membina mereka, karena saya sudah terbiasa dalam lingkungan seperti ini karena selalu mengikuti kegiatan. Mungkin orang-orang yang ada di sekeliling saya berpikir kalau

saya pintar, tetapi saya merasa setara dengan anggota yang lainnya”.

Almu'min (Juru Adat)

“Saya membayangkan ketika saya tampil di hadapan orang lain saya merasa bahwa saya mampu menerima kritikan orang lain. Sesama anggota pramuka harus berani mengkritik dan menerima kritikan atau pendapat orang lain dengan lapang dada, demi kemajuan pramuka itu sendiri juga kebaikan diri sendiri”.

Moh. Fahrizal Tasbi (Pradana)

“Saya membayangkan ketika saya tampil di hadapan orang lain saya merasa bahwa selama bergabung dalam gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo, saya banyak mengkritik anggota lain namun saya mengkritik mereka untuk memberikan mereka motivasi sebagai dorongan untuk mau belajar, karena belajar merupakan jembatan untuk kita menjadi lebih pintar dan baik kedepannya”.

Asrima (Anggota Bidang Olahraga)

“Saya membayangkan ketika saya tampil di hadapan orang lain saya merasa bahwa saya banyak dihargai entah itu sesama anggota gerakan pramuka mau pun teman-teman sekolah yang lain. Saya merasa sangat senang karena mereka memperlakukan saya dengan baik”.

Rindy Riantika Dewi (Kerani)

“Saya membayangkan ketika saya tampil di hadapan orang lain saya merasa bahwa ternyata saya bisa menjadi pembina atau pemimpin untuk mereka, meskipun banyak diantara mereka yang setara denganku. Saya dapat memberikan materi, nasehat, berbagi pengalaman positif tentang alam kepada orang lain. Saya merasa sangat senang ternyata saya memiliki potensi ini dalam diri saya”.

Sulistiani Bankir (Bendahara)

“Saya membayangkan ketika saya tampil di hadapan orang lain saya merasa

bahwa saling menghargai satu sama lain mampu mengeratkan tali persaudaraan. Pramuka dimana kita berkumpul menjadi satu keluarga, saling berbagi suka maupun duka. Kekeluargaanlah yang mampu mengeratkan tali persaudaraan meskipun kita berbeda ibu dan bapak”.

Membayangkan Bagaimana Orang Lain Menilai Penampilan Kita (Menafsirkan Reaksi Orang Lain Dengan Menarik Sebuah Kesimpulan)

Ketika kita membayangkan dan berpikir bagaimana kita dihadapan orang lain, kita mulai menebak-nebak dan menarik sebuah kesimpulan tentang diri kita apakah kita disenangi oleh orang-orang disekitar kita atau kah tidak. Adapun kesimpulan diri mereka seperti yang di ungkapkan oleh para informan sebagai berikut.

Albar SH. (Bina Damping)

“Saya merasa sangat berbeda dengan orang-orang yang tidak masuk dan bergabung dalam gerakan pramuka. Berbeda dalam hal seperti pengalaman-pengalaman saya selama ini dan mereka sangat menghargai saya, terutama saat ada kegiatan akbar khusus yang dilaksanakan di lingkungan kecamatan Sojol, ini menjadi nilai tambah bagi saya sebagai anggota gerakan pramuka. Mereka menghargai dan senang kepada saya karena saya mudah bergaul dan mudah berbagi”.

Almu'min (Juru Adat)

“Saya belum sepenuhnya mengetahui pandangan orang lain terhadap saya tapi saya tetap berusaha menampilkan yang terbaik kepada teman-teman dan orang lain. Ternyata dengan menampilkan hal-hal positif, teman-teman saya di lingkungan sekolah mau pun di lingkungan organisasi mereka menyenangi saya karena saya orangnya patuh terhadap perintah-perintah guru dan pembina”.

Moh. Fahrizal Tasbi (Pradana)

“Saya merasa pandangan orang lain terhadap saya baik teman-teman mau pun guru-guru sangat baik, apalagi saya menjadi pradana (pemimpin dalam gerakan pramuka) dalam gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo SMA Negeri 1 Sojol. Teman-teman dan pembina bahkan guru-guru selalu memberi saya semangat untuk menjadi seorang pemimpin yang bertanggung jawab. Saya selalu disenangi teman-teman karena saya seorang pradana yang tidak membedakan teman-teman saya”.

Asrima (Anggota Bidang Olahraga)

“Saya tidak sepenuhnya mengetahui penafsiran orang lain terhadap saya, tapi saya selalu berpikiran positif kepada mereka sehingga mereka selalu menyenangi saya. Mereka senang terhadap saya karena saya tidak suka berpikiran macam-macam terhadap teman-teman saya”.

Rindy Riantika Dewi (Kerani)

“Saya merasa pandangan orang lain terhadap saya yaitu mereka dapat mengenal saya lebih baik karena mental dan prestasi saya. Saya merasa sangat disenangi oleh teman-teman gerakan pramuka mau pun teman-teman sekolah yang tidak tergabung dalam gerakan pramuka. Saya merasa orang lain menilai saya sebagai orang yang ramah, mudah bergaul, dan menyenangkan”.

Sulistiani Bankir (Bendahara)

“Senada dengan Almu'min dan Asrima, saya pun terkadang belum sepenuhnya bisa menafsirkan penilaian orang lain terhadap saya, tapi setelah saya pikir-pikir ternyata teman-teman saya mau pun orang lain menyukai saya karena saya selalu baik kepada mereka, saya tidak suka membantah kepada pembina dan guru-guru ketika saya diperintahkan untuk melakukan suatu pekerjaan. Saya sangat senang karena orang-orang di sekeliling saya sangat menyayangi saya. Terkadang orang lain

berpikir mengapa saya betah menjadi anak pramuka, karena banyaknya pengetahuan dan pengalaman yang mereka tidak tahu, sehingga saya betah menjadi anak pramuka”.

Mengalami Perasaan Bangga atau Kecewa dan Malu (Mengembangkan Konsep Diri)

Saat kita membuat keputusan mengenai apa yang akan kita lakukan, hal yang pertama dilakukan adalah biasanya menilai kemampuan diri kita. Penilaian diri merupakan bagian dari konsep diri. Konsep diri adalah pandangan atau kesan individu terhadap dirinya secara menyeluruh yang meliputi pendapatnya tentang dirinya sendiri mau pun gambaran diri orang lain tentang hal-hal yang dapat dicapainya yang terbentuk melalui pengalaman dan interpretasi dari lingkungannya. Proses bertanya pada diri sendiri merupakan proses untuk mengenal diri kita. Bila kita telah menemukan jawaban-jawaban atas pertanyaan tersebut maka kita akan lebih mudah menemukan konsep diri kita dengan mengembangkan diri sesuai dengan potensi dan konsep diri yang kita miliki, (<https://pkbi-diy.info/mengenal-dan-menemukan-konsep-diri>).

Dari penjelasan diatas, sampailah kita dimana mengembangkan konsep diri kita dengan penilaian-penilaian orang lain terhadap diri kita, apakah konsep diri kita terbentuk positif atau kah negatif. Dapat dilihat bagaimana pemahaman anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo tentang dirinya atau yang disebut dengan konsep diri. Setelah bergabung dan menjadi anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo, pemahaman mereka tentang diri mereka banyak berkaitan dengan kegiatan dan pengalaman mereka. Dari mereka mulai belajar dari pengalaman sebelumnya sampai pada saat ini.

Dari pemahaman mereka tentang diri mereka yang sudah menjadi anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan

ambalan Tjavoo, kita dapat melihat bahwa konsep diri anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo khususnya yang menjadi informan dalam penelitian ini masuk dalam kategori konsep diri positif, karena pemahaman mereka tentang dirinya masuk dalam ciri-ciri konsep diri positif, antara lain dapat belajar dari pengalaman sebelumnya, mampu memberi dan menerima kritikan, mampu menyikapi masalah selama mejadi anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo, saling menghargai satu sama lain, dan bersikap positif dalam menghadapi orang lain.

Temuan peneliti di lapangan menunjukkan bahwa gerakan pramuka sangat sesuai untuk menanamkan sikap sosial, karena kegiatan gerakan pramuka dikemas dengan berbagai kegiatan yang menarik, menyenangkan dan terarah sehingga anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo lebih tertarik dan mudah ditanamkan dalam dirinya mengenai sikap sosial, sehingga dapat terbentuk anggota pramuka yang handal dan memiliki sikap sosial seperti jujur, disiplin, tanggung jawab, toleransi, gotong royong, sopan santun, dan percaya diri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa konsep diri anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo, diperoleh melalui interaksi dalam proses komunikasi yang mereka lakukan dan informasi yang mereka terima tentang diri mereka.

Dari hasil penelitian dan observasi menunjukkan bahwa, konsep diri anggota gerakan pramuka ambalan Singalam dan ambalan Tjavoo adalah konsep diri positif, karena memenuhi kriteria konsep diri positif. Dari pemahaman mereka tentang diri mereka sebelum dan setelah menjadi anggota gerakan pramuka, kita dapat melihat bahwa konsep diri anggota gerakan pramuka yang menjadi informan dalam penelitian ini masuk dalam kategori konsep diri positif, antara lain dapat belajar dari

pengalaman sebelumnya, mampu menyikapi masalah yang dihadapi selama menjadi anggota gerakan pramuka, serta bersikap positif dalam menghadapi orang lain di lingkungan organisasi, sekolah maupun lingkungan sosial.

Entah itu anggota organisasi atau bukan, sebaiknya merumuskan kehidupan untuk kedepannya menjadi lebih baik dimulai sejak dini. Jika dimulai sejak dini pasti akan lebih muda bergaul dengan orang-orang yang ada disekitar dan akan lebih mudah untuk membangun konsep diri yang positif.

Daftar Pustaka

- Calhoun, F. James dan Joan Ross Acocella. 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian Hubungan Kemanusiaan*. Terjemahan oleh Satmoko dari *Psychology Of Adjustment and Human Relationship*. Edisi Ketiga
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedy. 2012. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC
- Usman. Moh. Uzer dan Lilis Setiawati. 1993. *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexi, J. 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Posdakarya
- Magfirah. 2010. *Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Konsep Diri Positif (Studi Pada Orang Dengan HIV/AIDS Di Kota Palu)*. Palu: Universitas Tadulako (Skripsi: tidak dipublikasikan).
- M. Jihan Baitorus. 2016. *Kegiatan Ekstrakurikuler Pramuka Dalam Pembentukan Karakter Siswa Di MAN Yogyakarta 3*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (Skripsi : dipublikasikan dalam digilib.uin-suka.ac.id) diakses pada 14 November 2018.

PENGARUH PEMBERITAAN BENCANA 28 SEPTEMBER 2018 DI KOMPAS TV TERHADAP TINGKAT KECEMASAN KERABAT KORBAN DI KOTA MAKASSAR

Sukmawati Anwar^{1*}, Mahpuddin¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako
Jln. Soekarna Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah
Email: Sukmawatianwar.anjeli@yahoo.co.id

ABSTRAK

Gempa bumi yang melanda Kota Palu dan sekitarnya pada tanggal 28 september 2018, mengguncang dengan kekuatan 7,4 SR pada pukul 17.02 WIB. Gempa bumi juga disertai gelombang tsunami yang menerjang Pantai Talise di Kota Palu dan Pantai Donggala, total korban jiwa mencapai kurang lebih 2.113 orang. Televisi sebagai media informasi yang merekam kejadian tersebut, memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan secara cepat, sehingga informasi dapat segera tersampaikan pada keluarga, teman atau kerabat korban yang berada di sekitar Kota Palu maupun yang jauh dari lokasi kejadian, yang kemudian menghasilkan berbagai emosi bagi kerabat korban, salah satu efek yang muncul adalah kecemasan. Dengan menggunakan teori Jarum Hipodermik sebagai alat ukur penelitian ini berusaha untuk menemukan hubungan terpaan media terhadap kecemasan pada kerabat korban gempa dan likuifaksi di Kota Palu-Donggala., melalui metode kuantitatif yang menggunakan responden sebanyak 45 orang yang masing-masing merupakan kerabat korban yang berdomisili di Kota Makassar. Dengan melakukan analisis regresi linear sederhana maka ditemukan bahwa terpaan media berpengaruh terhadap kecemasan sebesar 0.687 ($p=0.00$; $F=94.58$), dan dapat dikatakan bahwa terpaan media televisi memberikan kontribusi terhadap kecemasan kerabat korban sebesar 68.7% atau hubungan yang kuat.

Kata Kunci: Pengaruh; Terpaan Berita; Media, Kecemasan; Kompas TV

Submisi: 9 Oktober 2019

Pendahuluan

Komunikasi merupakan sebuah proses dimana interaksi antara komunikan dan komunikator yang melakukan pertukaran pesan di dalamnya terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Dalam perkembangannya, kebutuhan manusia akan informasi menjadi hal pokok yang terus dan harus terpenuhi. Sederhananya, bahwa setiap saat manusia akan mencari tahu apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

Komunikasi massa memainkan peranan penting bagi perubahan dan dinamika sosial. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan

dapat diakses oleh masyarakat secara masal pula (Bungin, 2006:72). Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak terlepas dari komunikasi karna manusia saling membutuhkan baik dari segi persoalan sosial, agama, budaya, politik, dan lain sebagainya.

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa

adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik. Surat kabar dan majalah, keduanya dikenal sebagai media cetak (Cangara, 2007:126).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan peradaban baru bagi manusia itu sendiri khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Karena dengan kemunculan televisi akan digunakan khalayak sebagai sarana untuk berinteraksi yang satu dengan yang lainnya untuk mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia.

Televisi merupakan sebuah alat penangkap siaran yang bergambar dan bersuara yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik maka televisi merupakan alat media massa yang tampak atau dapat dilihat dari jarak jauh oleh khalayak. Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan karna media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah berlangsung saat itu atau dapat disebut dengan siaran langsung (*live*) antara komunikator dan komunikan (Soenarjo, 1995: 315).

Perkembangan teknologi ptelevisian saat ini sudah sedemikian pesat sehingga dampaknya menyebabkan seolah-olah tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lainnya, terlebih setelah digunakannya satelit untuk memancarkan signal televisi. Inilah yang disebut sebagai globalisasi di bidang informasi. Peristiwa yang terjadi di daratan Eropa, Amerika atau Rusia, pada saat yang sama dapat pula diketahui di negara-negara lain dan sebaliknya, melalui bantuan satelit yang mampu memancarkan siarannya ke berbagai penjuru dunia tanpa ada hambatan geografis yang berarti. Sekalipun sebagian besar dikelola oleh swasta komersial, tetapi beberapa diantaranya juga merupakan stasiun televisi non-komersial untuk kepentingan masyarakat, misalnya televisi milik organisasi keagamaan, sekolah, universitas, komunitas maupun pemerintah (Muda, 2008:5).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang dapat menyiarkan dalam bentuk gambar atau audio serta suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak luas. Televisi sanggup membuat para penontonnya sampai ketagihan, apalagi pada masa sekarang ini televisi sudah bisa ditonton digenggaman kita yaitu pada *smartphone* misalnya. Jadi tidak ada lagi batasan untuk menonton televisi sekarang, semua golongan masyarakat bisa menonton televisi baik orang kaya maupun orang miskin bisa menonton televisi.

Kemajuan dalam segala aspek kehidupan mempunyai peranan penting dalam kepribadian seseorang khususnya dalam perkembangan media salah satunya televisi, hampir setiap rumah tangga memiliki minimal satu televisi. Televisi membawa berbagai kandungan informasi, dimana pesan-pesannya dalam kecepatan tinggi menyebar keseluruh tempat dengan mudah, dimana masyarakat dapat menikmati tayangan seperti hiburan, edukasi, film, *talkshow* dan berita. Itu alasan mengapa dengan media massa, yang pada saat ini seakan berlomba-lomba menyuguhkan acara atau pemberitaan *ter-update* yang dapat menarik khalayak untuk mengkonsumsinya. Berdasarkan semua media tersebut, yang sering diperhatikan oleh masyarakat adalah tayangan berita terkini.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut *News*. Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan *Oxford University Press* (1979), *news* diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa terbaru”. Selain itu menurut pendapat lain yang dikemukakan Eric C. Hepwood dalam Apriadi (2009:47), mengartikan berita sebagai “laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum”. Dalam hal ini dijelaskan bahwa berita merupakan sesuatu hal yang sedang marak

terjadi di masyarakat umum dan menjadi “*trending topic*” yang selalu ingin diikuti masyarakat umum dalam perkembangan pemberitaannya salah satu berita yang sangat diminati oleh khalayak seperti berita terkait bencana alam.

Bencana alam adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang disebabkan oleh alam antara lain berupa gempa, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, angin topan, dan tanah longsor. Bencana alam yang terjadi di Indonesia berlokasi di Cincin Api Pasifik (wilayah dengan banyak aktivitas tektonik), Indonesia harus terus menghadapi resiko letusan gunung berapi, gempa bumi, banjir dan tsunami (<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46691586>).

28 September 2018 Indonesia dibuat berduka dengan kejadian gempa bumi yang terjadi di Palu dan sekitarnya, gempa terjadi dengan kekuatan 7,4 SR pada pukul 17.02 WIB. Tak sekedar gempa, tsunami juga menerjang Pantai Talise dikota Palu dan Pantai Donggala. Hingga saat itu total korban jiwa telah mencapai 2.113 orang dan akan masih terus bertambah. Gempa tersebut turut dirasa pada daerah sekitar yang dekat dengan lokasi gempa seperti kabupaten Mamuju, Palopo dan sekitarnya (<https://nasional.tempo.com>).

Akibat bencana alam yang terjadi dan pemberitaan yang terus-menerus disiarkan di media massa ini menimbulkan rasa takut dan cemas yang mendalam didalam pikiran masyarakat, terutama masyarakat Makassar yang mempunyai sanak kerabat di Kota Palu. Hal ini tak hanya memunculkan rasa empati, tetapi juga memicu timbulnya kecemasan yang berlebihan. Salah satu efek dari penerimaan pesan (informasi) adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif.

Kecemasan adalah tanggapan dari sebuah ancaman nyata ataupun khayal. Individu mengalami kecemasan karena adanya ketidakpastian di masa mendatang. Kecemasan dialami ketika berfikir tentang sesuatu tidak menyenangkan yang akan

terjadi (Lubis, 2009:14). Adapun tinggi rendahnya kecemasan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, salah satunya adalah tingkat konsumsi media (terpaan media). gFaktor ini berkaitan dengan seberapa sering mengkonsumsi media dan intensitas konsumsi (Prabowo, 2005:45). Hal ini menunjukkan adanya indikasi bahwa terpaan berita Bencana Palu 28 September 2018 dapat memicu timbulnya kecemasan pada kerabat Korban yang tinggal di kota Makassar.

Untuk menjamin relevansi penelitian maka dari itu peneliti memilih lembaga penyiaran Kompas TV, dikarenakan sesuai dengan visi misi yang diusung, Kompas TV mengemas program tayangan news, adventure, knowledge, dan entertainment yang mengedepankan kualitas. Disisi lain sajian beritanya memiliki motto “independen dan terpercaya” sehingga menitikberatkan kepada sajian yang berkualitas dan syarat akan informasi-informasi yang aktual terjadi, disisi lain dalam menyajikan program berita, Kompas TV pada tahun 2017 memasuki peringkat empat besar dengan predikat standar kualitas berita terbaik berdasarkan info Komisi penyiaran Indonesia (KPI, 2017). Selain itu, dalam menyajikan informasi Kompas TV rela mengorbankan beberapa sajian program acara lainnya seperti *entertainment*, *infotainment*, drama, dan sebagainya demi memfokuskan diri dalam menyampaikan informasi, contohnya ketika bencana alam yang melanda palu 28 September 2018 kemarin Kompas TV fokus memberikan informasi mengenai bencana yang melanda Palu hingga melakukan program *live* mengenai bencana Palu demi memaparkan informasi-informasi yang aktual.

Dari latar belakang tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh berita bencana Palu dan sekitarnya pada Kompas TV terhadap tingkat kecemasan kerabat korban di kota Makassar”.

Media Massa

Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh publik dalam mereferensi tempat dipublikasikannya suatu berita. Media massa dapat diartikan sebagai segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau masyarakat (Apriadi, 2009:50).

Menurut Suryawati (2014:49) secara umum, media massa sebagai medium jurnalistik melekat empat fungsi utama, yaitu :

1. *To inform* (untuk menginformasikan)
2. Jurnalistik merupakan sarana untuk penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sekitar kehidupan manusia yang patut diketahui oleh khalayak.
3. *To educate* (untuk mendidik)
4. Jurnalistik sebagai sarana pendidikan massa sehingga khalayak bertambah pengetahuannya.
5. *To influence* (untuk memengaruhi)
6. Jurnalistik merupakan sarana untuk memengaruhi pendapat dan pikiran orang lain tentang fakta dan peristiwa yang sedang menjadi topik pembicaraan.
7. *To entertain* (untuk menghibur)

Jurnalistik merupakan sarana yang bersifat menghibur, menyegarkan dan menyenangkan khalayaknya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan.

Teori Efek Media

Efek media pada manusia semakin besar, saat televisi komersial hadir di tengah masyarakat pada tahun 1935. Dimana sejarah awal studi tentang efek, lebih difokuskan pada segi sikap dan perilaku. Oleh karenanya, efek media terbagi dalam tiga periode dalam Nurudin (2003:65) salah satunya yaitu periode 1930-1950, dikenal sebagai Efek Tak Terbatas atau *Unlimited Effects*.

Pada periode tersebut, dunia tengah diguncang perang dunia pertama dan perang dunia kedua. Di masa itu, media dianggap memiliki efek tidak terbatas, karena memiliki efek yang besar ketika menimpa masyarakat. Periode ini juga dikenal dengan periode teori masyarakat massa. Teori yang menjelaskan efek tersebut adalah Teori Stimulus Respons (*S-R Theory*). Teori tersebut juga dikenal dengan Teori Peluru (*Bullet Theory*) dan Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*).

Kedua teori tersebut mencoba menjelaskan, bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dimana proses tersebut berjalan satu arah atau *one way direction*. Dapat disimpulkan, bahwa efek media pada periode tersebut sangatlah sederhana, karena hanya melihat dampak dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.

Efek Media Massa Terhadap Individu

Ada beberapa efek komunikasi massa, diantaranya: kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek efektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan *attitude* (sikap). Sedangkan efek behavioral berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Romli (2016:15) menjelaskan tiga efek komunikasi massa, yaitu :

a. Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanya berkisar pada upaya untuk memberitahu saja (Romli.2016:14).

b. Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Kegembiraan juga tidak dapat diukur dengan tertawa keras ketika menyaksikan adegan lucu. Sebagai contoh, setelah kita mendengar atau membaca informasi artis film kawakan dipenjara karena kasus penyalahgunaan narkoba, maka dalam diri kita akan muncul perasaan jengkel, iba, kasihan atau bisa jadi senang. Perasaan sebal, jengkel, atau marah diartikan sebagai perasaan kesal terhadap perbuatan si artis tersebut. Sedangkan perasaan senang adalah perasaan lega dari para pembenci artis dan kehidupan hura-hura yang senang atas tertangkapnya para *public figure* yang cenderung hidup hura-hura. Adapun rasa iba atau kasihan dapat juga diartikan sebagai keheranan khalayak mengapa dia melakukan perbuatan tersebut.

Para peneliti telah berhasil menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- i. Suasana emosional, menonton sinetron di televisi atau membaca novel akan dipengaruhi oleh suasana emosional kita.
- ii. Skema Kognitif, merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa. Kita tau bahwa dalam sebuah film action sang jagoan pada akhirnya akan menang.
- iii. Suasana Terpaan (*Setting Exposure*). Kita akan tertarik menonton tayangan sesuai yang kita rasakan. Misalnya ketika kita sedang sakit gigi, kita akan lebih tertarik menyaksikan tayangan iklan obat sakit gigi dari pada menyaksikan tayangan sinetron.
- iv. Predisposisi Individual, mengacu pada karakteristik khas individu.

Orang yang melankolis cenderung menanggapi tragedi lebih emosional daripada orang yang periang.

- v. Faktor Identifikasi, menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa. Dengan identifikasi, penonton, pembaca atau pendengar menempatkan dirinya dalam posisi tokoh tersebut.
- c. Efek Behavioral
Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan di TV membuat orang menjadi beringas. Siaran memasak di TV membuat ibu-ibu lebih gemar memasak dan kreatif.

Pengertian Berita

Dalam pengertian sederhana program berita berarti suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang memiliki nilai berita (*Unusual, factual, and essential*) dan disiarkan melalui media secara periodik. Pengertian penyajian fakta dan kejadian di dalam berita bersifat objektif. Liputan gambar dari kejadian biasanya diambil dengan memperhatikan hal-hal yang sekiranya tidak terlalu membuat *shock*. Program siaran berita merupakan sebuah penjadwalan acara televisi berbasis informasi aktual yang telah melewati berbagai tahapan seperti mencari berita, menghimpun berita hingga mengedit berita untuk ditayangkan di televisi.

Kecemasan

Salah satu efek dari penerimaan pesan (informasi) adalah perasaan cemas yang berkaitan dengan efek afektif, kecemasan merupakan respon subjektif individu terhadap situasi, ancaman, atau stimulus eksternal. Menurut Rasmun (2004), kecemasan adalah perasaan yang tidak menyenangkan tidak menentu dari individu dimana penyebabnya tidak pasti atau tidak ada objek yang nyata.

Kecemasan adalah respon emosional terhadap penilaian yang menggambarkan keadaan khawatir, gelisah, takut tidak tenang disertai berbagai keluhan fisik. Keadaan tersebut dapat terjadi dalam berbagai situasi kehidupan maupun gangguan sakit. Selain itu kecemasan dapat menimbulkan reaksi tubuh yang akan terjadi secara berulang, seperti rasa kosong di perut, sesak nafas, jantung berdebar, keringat banyak, sakit kepala, rasa keinginan buang air kecil dan buang air besar, perasaan ini disertai perasaan ingin bergerak untuk lari menghindari hal yang dicemaskan (Stuart dan Sundeen, 1998).

Menurut pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kecemasan adalah reaksi emosional yang timbul oleh penyebab yang tidak spesifik yang dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman dan merasa terancam. Keadaan emosi ini biasanya merupakan pengalaman individu yang subyektif yang tidak diketahui secara khusus penyebabnya. Cemas berbeda dengan takut, seseorang yang mengalami kecemasan tidak dapat mengidentifikasi ancaman. Cemas dapat terjadi tanpa rasa takut namun ketakutan tidak terjadi tanpa kecemasan.

Teori Jarum Hipodermik

Media massa dalam sejarahnya pernah memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mempengaruhi seseorang, mulai dari proses kognitif hingga menuntun perilaku. Tapi hal ini terjadi pada zaman perang. Dimana penguasa menjadikan media massa sebagai alat propaganda untuk menakuti musuh dan menciptakan loyalitas rakyat untuk mendukung kebijakan penguasa. Model komunikasi massa yang berlaku pada saat itu adalah model linear, yaitu komunikator menyebarluaskan pesan melalui media massa kepada khlayak.

Sebenarnya, model komunikasi massa seperti ini masih ada hingga saat ini. Hanya berbeda pada konsep karakteristik khlayak. Pada waktu itu khlayak dianggap hanya sekumpulan orang yang homogen dan 'tidak berdaya'. Sehingga, pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu

diterima bulat-bulat, apa adanya. Fenomena ini kemudian melahirkan teori yang dalam ilmu komunikasi dikenal dengan teori jarum suntik. Inilah teori yang menganggap media massa memiliki kemampuan *powerfull* dalam mempengaruhi perilaku seseorang.

Model Jarum Hipodermik menunjukkan kekuatan media massa yang perkasa untuk mengarahkan dan membentuk perilaku khlayak dalam kerangka behaviorisme, media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khlayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan, atau proses imitasi (belajar sosial). Khlayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya. (Rakhmat, 2004:202).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey, Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995:3).

Kriyantono (2006, h. 55) menjelaskan jenis penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian periset tidak mementingkan kedalaman data atau analisis, melainkan lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Dalam riset kuantitatif, periset dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Artinya, periset tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak hatinya. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas. (Kriyantono, 2006, h. 55-56).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil yang ditemukan dimana terdapat hubungan positif antara terpaan media bencana alam gempa, tsunami dan likuifaksi di Palu terhadap kecemasan kerabat korban, maka dapat dijelaskan bahwa, hal tersebut terjadi karena pada dasarnya televisi sebagai media atau alat utama dimana para penonton televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak individu tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi (Ardianto, 2014:56). Secara sederhana, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu menyakininya, terlebih lagi bagi individu yang memiliki tingkat durasi, frekuensi dan atensi yang tinggi terhadap tayangan televisi.

Dalam mewujudkan salah satu fungsi komunikasi massa yaitu memberikan informasi maka stasiun televisi menayangkan program berita. Salah satu berita yang pasti akan mendapatkan tempat bagi pemirsa atau penonton adalah berita mengenai bencana (*disaster*) dan kriminal (*crime*) (Muda, 2003). Sesuai dengan prinsipnya, berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton (Muda, 2005), dengan kata lain, Bencana alam gempa dan likuifaksi di Palu yang dipaparkan di televisi merupakan salah satu refleksi kejadian di sekitar masyarakat. Jika kondisi keadaan Palu menggambarkan hal tersebut di dalam televisi, maka bisa jadi yang sebenarnya terjadi juga begitu, sehingga bagi kerabat korban yang berada di sekitar palu secara langsung menghadirkan kecemasan di dalam dirinya.

Tingkat kecemasan juga di pengaruhi dari seberapa lama responden menonton tayangan bertita (durasi) , seberapa sering responden menonton berita (frekuensi) dan seberapa focus atau tingkat perhatian responden dalam menonton berita (atensi), dari hasil analisis diketahui sebanyak 22 responden (48.9%) berada pada tingkat "lama" , diikuti dengan durasi "cukup" sebanyak 17 orang (37,8%) dan

"sangat lama" sebanyak 6 orang (13.3%) sedangkan untuk durasi "singkat" berjumlah 0 orang (0%). Berdasarkan hasil data terpaan media Durasi diketahui jumlah keseluruhan total skor 45 responden sejumlah 169 dan masuk dalam kategori durasi "lama" dalam menonton tayangan berita bencana Palu-Donggala di media Kompas TV.

Kemudian pada bagian frekuensi responden menjawab "sering" menyaksikan tayangan berita pasca bencana Alam Tsunami dan likuifaksi Palu-Donggala, dengan total 32 responden menjawab sering (71.1%) dan sebanyak 13 orang (28.9%) yang menjawab cukup, selebihnya tidak ada jawaban (0%), Berdasarkan hasil data terpaan media kategori frekuensi diketahui jumlah keseluruhan total skor 45 responden sejumlah 188 dan masuk dalam kategori frekuensi "Sering" dalam menonton tayangan berita bencana Palu-Donggala di media Kompas TV.

Dan aspek terakhir yaitu aspek atensi yaitu tingkat perhatian para responden dalam menonton tayangan berita mayoritas berada pada tingkat tertinggi atau "sangat sesuai" dengan jumlah sebanyak 18 orang (40%), disusul "sesuai" sebanyak 17 orang (37.8%) dan jawaban "cukup sesuai" sebanyak 10 orang (22.2%). Berdasarkan hasil data terpaan media kategori atensi diketahui jumlah keseluruhan total skor 45 responden sejumlah 167 dan masuk dalam kategori atensi "sesuai" dalam tingkat perhatian atau fokus responden terhadap tayangan berita bencana alam Palu-Donggala pada Kompas TV.

Kemudian untuk mengukur tingkat kecemasan dari responden, penelitian ini menggunakan 14 indikator kecemasan. Berdasarkan dari 14 indikator tersebut diketahui bahwa masing-masing tingkat kecemasan setiap indikator pada responden berada pada tingkat kecemasan "berat" sebanyak 3 indikator, tingkat kecemasan "sedang" sebanyak 6 indikator, "ringan" sebanyak 3 indikator tingkat kecemasan dan dua dari indikator tersebut berada pada nilai tidak ada kecemasan. Berdasarkan dari hasil

data kecemasan diketahui bahwa tingkat kecemasan keseluruhan 45 responden berada pada tingkat kecemasan sedang dengan total skor keseluruhan sejumlah 1689 yang masuk dalam kategori tingkat kecemasan sedang.

Atkinson dan Hilgrad (1993) mendefinisikan kecemasan sebagai suatu keadaan emosi yang tidak menyenangkan yang ditandai oleh perasaan takut, tercekam, khawatir dan bingung. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kecemasan timbul sebagai akibat dari respon yang muncul dari dalam diri individu dalam bentuk perasaan takut, tercekam, khawatir dan bingung. Dalam penelitian ini kecemasan timbul dikarenakan adanya terpaan media di televisi terkait dengan berita pasca bencana alam Palu-Donggala. Lebih lanjut lagi, Kecemasan sendiri merupakan suatu perasaan subjektif mengenai ketegangan mental yang menggelisahkan sebagai reaksi umum dari ketidakmampuan mengatasi suatu masalah atau tidak adanya rasa aman. Perasaan yang tidak menentu tersebut pada umumnya tidak menyenangkan yang nantinya akan menimbulkan atau disertai perubahan fisiologis dan psikologis.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh terpaan media berpengaruh terhadap kecemasan sebesar 0.687 ($p=0.00$; $F=94.58$), atau dapat dikatakan bahwa terpaan media televisi memberikan kontribusi terhadap kecemasan kerabat korban sebesar 68.7% yang ditafsirkan menurut harga koefisien hubungan yang kuat yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dengan kata lain ada pengaruh antara terpaan media terhadap tingkat kecemasan kerabat korban Gempa, Tsunami dan Likuifaksi Palu dan sekitarnya di Kota Makassar.

Berdasarkan hasil data kecemasan dari 14 indikator dalam mengukur tingkat kecemasan 45 responden diketahui bahwa masing-masing tingkat kecemasan setiap

indikator pada responden berada pada tingkat kecemasan “berat” sebanyak 3 indikator, tingkat kecemasan “sedang” sebanyak 6 indikator, “ringan” sebanyak 3 indikator dan dua dari indikator tersebut berada pada nilai tidak ada kecemasan. Berdasarkan dari hasil data kecemasan diketahui bahwa tingkat kecemasan keseluruhan 45 responden berada pada tingkat kecemasan sedang dengan total skor keseluruhan sejumlah 1689 yang masuk dalam kategori tingkat kecemasan sedang.

Dafatr Pustaka

- Abidin, Yunus. 2012. *Pembelajaran Bahasa Berbasis Pendidikan Karakter*. Bandung: Refika Aditama.
- Adkon, dan Ridwan. 2009. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Apriadi, Tamburaka. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Bandung: Rajawali Pers.
- Ardianto Elvinaro, 2014, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*: Bandung, Simbiosis Rekatama.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Chaer.
- Effendi, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Fitri Fauziah & Julianty Widuri. 2007. *Psikologi Abnormal Klinis Dewasa*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hadi, Sutrisno. 2007. *Statistik 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kartono, Kartini. 2006. *Peran Keluarga Memandu Anak*. Jakarta : CV. Rajawali.
- Keraf, Sonny. 2008. *Etika Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius
- Kholilur, Rochman. 2010 *Kesehatan Mental*. Purwokerto: Fajar Media Press.
- Dananjaya, Angga, *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Tingkat Kecemasan Warga Kelurahan Banjar Agung Kecamatan Cipocok Kota Serang (Studi Kasus Pemberitaan Ledakan Tabung Gas LPG 3 Kilogram Di Harian Radar Banten)*, Universitas

Sultan Ageng Tirtayasa Serang,
Banten, 2011.

Rosalina, Dwi, *Terpaan Tayangan Berita
Kriminal Televisi Terhadap (Desa
Way Huwi, Kecamatan jati Agung,
Kabupaten Lampung Selatan),*
Universitas Islam Negeri Raden Intan
lampung, 2017.

KINERJA KOMISI PEMILIHAN UMUM DAERAH KOTA PALU DALAM PENYELENGGARAAN PEMILIHAN PRESIDEN DAN LEGISLATIF TAHUN 2019

Sulfitri Husain^{1*}, Moh. Tabran Hi. Ambotuo¹, Nurhayati Hamid²

¹Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Tadulako

²Program Studi Ilmu Administrasi Publik, FISIP, Universitas Tadulako

Email: sulfitrih@gmail.com

ABSTRAK

Pemilihan Presiden dan legislatif baru saja berlangsung. Tentunya, perhelatan akbar ini tidak begitu saja terjadi melainkan melalui proses dan kerjasama berbagai lembaga yang terkait termasuk Komisi Pemilihan Umum Daerah. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui Sejauhmana Kinerja Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Palu dalam mensosialisasikan penyelenggaraan pemilihan umum Presiden dan Legislatif Tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif melalui perolehan data secara observasi, wawancara, dan pemanfaatan data-data sekunder berupa buku, struktur organisasi, dan beberapa literature lainnya yang terkait dalam penelitian ini. Dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan kinerja KPU kota palu atau biasa disebut sebagai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/kota (KPU Kabupaten/Kota) dalam menyosialisasikan penyelenggaraan pemilihan Presiden dan legislatif 2019 mengalami beberapa hambatan yang berasal dari kaum marginal dan disabilitas yang tertutup dalam menyikapi pemilu serta keterbatasan waktu pelaksanaan sosialisasi.

Kata kunci: Pemilihan Umum; Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD); Kinerja; Sosialisasi Politik

Submisi: 10 Januari 2020

Pendahuluan

Pemilihan umum Legislatif dan Presiden pada 17 April 2019 lalu telah berlangsung. Dalam sejarahnya, rakyat Indonesia memilih presiden dan wakil presiden, anggota DPR, DPRD provinsi, DPRD kabupaten/kota, dan DPD dalam waktu yang bersamaan. Tidak hanya menjadi pemberitaan Nasional melainkan berita mengenai pemilihan umum yang terjadi di Indonesia menjadi perbincangan Internasional. Secara demokratis rakyat yang tersebar di seluruh wilayah menggunakan hak suaranya untuk memilih para wakilnya dalam waktu yang bersamaan. Sehingga dalam penyelenggaraannya, Pemilu ini dilakukan dengan bantuan beberapa lembaga termasuk Komisi Pemilihan Umum (KPU), yang selanjutnya diatur dalam Peraturan Presiden Republik

Indonesia Nomor 105 tahun 2018. Mengenai kedudukan, tugas, fungsi, wewenang, organisasi, dan tata kerja sekretariat Jenderal komisi pemilihan umum, sekretariat komisi pemilihan umum Provinsi, dan sekretariat komisi pemilihan umum Kabupaten/Kota (*Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 105 Tahun 2018*, 2018).

Pada peraturan tersebut sangat jelas mengatur mengenai Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang merupakan penyelenggara dalam pemilihan Umum. Dalam pelaksanaannya, lembaga ini bersifat mandiri dan tetap. Adapun penyelenggara Pemilu yang berada di Provinsi merupakan Komisi Pemilihan Umum Provinsi atau yang biasa disebut KPU Provinsi, sementara yang berkedudukan di Kabupaten/Kota adalah Komisi Pemilihan Umum

Kabupaten/Kota atau yang lebih dikenal dengan KPU Kabupaten/Kota.

Demi kelancara tugas dan tanggung jawab lembaga KPU pusat di bantu oleh Sekretariat Jenderal KPU, sementara KPU Provinsi ataupun Kabupaten/Kota juga dibantu oleh Sekretariat KPU yang juga masing-masing berada di Provinsi dan Kabupaten/Kota. Selanjutnya dalam pelaksanaan Pemilu yang berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (Luberjurdil), lembaga ini juga disetiap kecamatan dibantu oleh Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) serta Panitia Pemungutan Suara (PPS) yang ditempatkan di setiap Desa ataupun Kelurahan.

Sebagai penyelenggara Pemilu, komisi pemilihan umum daerah kota Palu sangatlah memiliki peran penting dalam suksesnya Pemilihan Presiden (Pilpres) dan Pemilihan legislatif (Pileg). Berbeda dengan tahun sebelumnya dimana pemilu 2014 ditujukan untuk Pilpres dan Pileg dilakukan secara terpisah. Pileg dilaksanakan 9 April 2014, 3 bulan berikutnya pada 9 Juli barulah diselenggarakan Pilpres. Sementara Pemilu kali (2019) untuk pemilihan baik Presiden/wakil Presdient serta pemilihan legislatif mulai dari Anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dilakukan secara serentak di hari yang sama. Maka dari itu KPU Khususnya Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota Palu memiliki tugas lebih dari sebelumnya. Lembaga ini dituntut mulai dari menjabarkan program, melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan di Kabupaten/Kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undang, hingga melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu harus diselesaikan melalui kinerja yang bertanggung jawab, professional, dan transparan.

Pemilihan Umum

Sebagai salah satu wujud dari Negara Demokrasi adalah menjalankan pemilihan umum untuk memilih wakil

rakyat sebagai perwakilannya di pemerintahan. Secara konseptual menurut Ibnu Tiicahyono Pemilihan umum yang selanjutnya disebut Pemilu merupakan instrument untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang bertujuan membentuk pemerintahan yang absah sekaligus sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat. Sedangkan secara operasional Pemilu diartikan sebagai sarana bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam memberikan suaranya guna memilih wakil rakyat, sekaligus sebagai wujud pelaksanaan demokrasi (labolo & Ilham, 2015).

Menurut Idria Samego, menyebutkan Pemilu sebagai "*political market*," yang dimaksudkan sebagai pasar politik oleh individu dan masyarakat dalam beriteraksi guna melakukan perjanjian antara peserta pemilihan umum yakni partai politik dengan masyarakat sebagai peserta pemilih (Rahman, 2007). Dalam pemilu yang berlangsung sejak 1955-2019 mengalami transformasi yang ditandai oleh jumlah peserta Pemilu yang kian bertambah, wakil rakyat yang dipilih bukan hanya anggota legislatif semata melainkan juga untuk memilih anggota eksekutif.

Dalam UU No.7 Tahun 2017 mengenai Asas, Prinsip & Tujuan Pemilu, pemilihan umum adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPD), Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Tujuan dari pelaksanaan pemilu juga jelas diatur dalam Bab 2 Pasal 4, diantaranya:

- a. memperkuat sistem ketatanegaraan yang demokratis;
- b. mewujudkan Pemilu yang adil dan benntegritas;
- c. menjamin konsistensi pengaturan sistem Pemilu;

- d. memberikan kepastian hukum dan duplikasi dalam pengaturan Pemilu; dan
- e. mewujudkan Pemilu yang efektif dan efisien.

Dari uraian yang sudah ditetapkan tersebut sangat jelas bahwa pelaksanaan pemilu memberi ruang sekaligus kesempatan yang sama kepada rakyat dalam memilih dan menentukan pilihannya. Sementara bagi parawakil rakyat yang terpilih dan akan menjadi pejabat pemerintahan, melalui pemilu dapat menilai sejauh mana dukungan dan kepercayaan masyarakat yang diberikan kepadanya (penilaian melalui *personality*, kelompok, partai politik yang mendukung).

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota

Di Indonesia terdapat 3 lembaga penyelenggara pemilihan umum diantaranya adalah Badan Pengawas Pemilu, Komisi Pemilihan Umum, dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu. Ke tiga lembaga ini memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing dalam pelaksanaan pemilu mulai dari pemilihan anggota Dewan Perwakilan Daerah, anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden dan wakilnya. Sebagai lembaga yang memiliki visi menjadi penyelenggara pemilihan umum yang mandiri, profesional, dan berintegritas untuk terwujudnya pemilu yang LUBER dan JURDIL (“Visi dan Misi,” 2016). KPU yang merupakan penyelenggara pemilu di provinsi biasa disebut Komisi Pemilihan Umum Provinsi (KPU Provinsi) dan yang menyelenggarakan pemilu di kabupaten/kota adalah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (KPU Kabupaten/Kota).

Dalam menjalankan tugasnya, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota masing-masing dibantu oleh sekretariat yang secara fungsional memiliki tanggung jawab kepada Ketua KPU Kabupaten/Kota, dan secara administrasi bertanggung jawab kepada sekretaris Jenderal KPU. Pada KPU

Kabupaten/Kota ini memiliki anggota 3 (tiga) atau 5 (lima) orang. Penetapan jumlah anggota KPU didasarkan pada kriteria jumlah penduduk, luas wilayah, dan jumlah wilayah administratif pemerintahan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, 2017).

Adapun yang menjadi tugas, wewenang, dan hak dari KPU Kabupaten/Kota sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum di muat dalam pasal 18, 19, dan 20 dan juga di muat dalam Peraturan komisi pemilihan umum Republik Indonesia nomor 8 tahun 2019 (*Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 105 Tahun 2018*, 2018) dan (*Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019*, T.T.) dapat dilihat dibawah ini:

- Tugas KPU Kabupaten/Kota (pasal 18):
1. Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran.
 2. Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan di Kabupaten/kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 3. Mengoordinasikan dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan oleh PPK-PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya.
 4. Menyampaikan daftar pemilih kepada kpu provinsi.
 5. Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih.
 6. Melakukan dan mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilu anggota DPR, anggota DPD, pemilu Presiden dan wakil Presiden, dan anggota DPRD provinsi serta anggota DPRD kabupaten/kota yang bersangkutan berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi suara di PPK.

7. Membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta pemilu, Bawaslu kabupaten/kota, dan KPU Provinsi.
8. Mengumumkan calon anggota DPRD kabupaten/kota terpilih sesuai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah pemilihan di kabupaten/kota yang bersangkutan dan membuat berita acaranya.
9. Menindaklanjuti dengan segera temuan dan laporan yang disampaikan oleh Bawaslu kabupaten/kota.
10. Menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kabupaten/kota kepada masyarakat.
11. Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan penyelenggaraan pemilu.
12. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh KPU, KPU provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain tugas yang diemban oleh KPU juga diatur mengenai wewenang dan kewajiban KPU Kabupaten/Kota sesuai dengan pasal 19 dan 20.

Wewenang KPU Kabupaten/Kota (Pasal 19):

1. menetapkan jadwal di kabupaten/kota.
2. membentuk PPK-PPS dan KPPS dalam wilayah kerjanya.
3. menetapkan dan mengumumkan rekapitulasi penghitungan suara Pemilu anggota DPRD kabupaten/kota berdasarkan rekapitulasi penghitungan suara di PPK dengan membuat berita acara rekapitulasi suara dan sertifikat rekapitulasi suara.
4. menerbitkan keputusan KPU Kabupaten/Kota untuk mengesahkan hasil Pemilu anggota DPRD

kabupaten/kota dan mengumumkannya.

5. menjatuhkan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK dan anggota PPS yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan Penyelenggaraan Pemilu berdasarkan putusan Bawaslu, putusan Bawaslu Provinsi, putusan Bawaslu Kabupaten/Kota, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.
6. melaksanakan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kewajiban KPU Kabupaten/Kota (20) :

1. melaksanakan semua tahapan Penyelenggaraan Pemilu dengan tepat waktu.
2. memperlakukan Peserta Pemilu secara adil dan setara.
3. Menyampaikan semua informasi penyelenggaraan Pemilu kepada masyarakat.
4. Melaporkan pertanggungjawaban penggunaan anggaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
5. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban semua kegiatan Penyelenggaraan Pemilu kepada KPU melalui KPU Provinsi.
6. Mengelola, memelihara, dan merawat arsip/dokumen serta melaksanakan penyusunannya berdasarkan jadwal retensi arsip yang disusun oleh KPU Kabupaten/Kota dan lembaga kearsipan kabupaten/kota berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh KPU dan Arsip Nasional Republik Indonesia.
7. Mengelola barang inventaris KPU Kabupaten/Kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

8. Menyampaikan laporan periodik mengenai tahapan Penyelenggaraan Pemilu kepada KPU dan KPU Provinsi serta menyampaikan tembusannya kepada Bawaslu.
9. Membuat berita acara pada setiap rapat pleno KPU Kabupaten/Kota dan ditandatangani oleh ketua dan anggota KPU Kabupaten/Kota.
10. Melaksanakan dengan segera putusan Bawaslu Kabupaten/ Kota.
11. Menyampaikan data hasil Pemilu dari tiap-tiap TPS pada tingkat kabupaten/kota kepada Peserta Pemilu paling lama 7 (tujuh) hari setelah rekapitulasi di kabupaten/kota.
12. Melakukan pemutakhiran dan memelihara data Pemilih secara berkelanjutan dengan memperhatikan data kependudukan sesuai ketentuan peraturan perundangundangan.
13. Melaksanakan putusan DKPP.
14. Melaksanakan kewajiban lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi dan/atau peraturan perundangundangan.

Konsep Kinerja

Kinerja pada umumnya merupakan hasil akhir dari suatu proses yang telah dilakukan baik secara perseorang, kelompok hingga ke yang lebih luas lagi seperti organisasi atau lembaga. Istilah kinerja ini berasal dari kata *Job performance* atau *actual performance* yang merupakan prestasi Kerja atau prestasi yang sesungguhnya telah dicapai seseorang. Selanjutnya prestasi kerja atau kinerja ini merupakan hasil kerja secara kuantitas dan kualitas yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang di embannya (Mangkunegara Prabu, 2009). Kinerja adalah *Performance* atau biasa disebut sebagai unjuk kerja, prestasi kerja, pelaksanaan kerja, hasil kerja. Selanjutnya August W. Smith menambahkan "*performance is ouput derives from the processe, human*

outherwise," kinerja merupakan hasil dari proses yang dilakukan oleh manusia (Suwanto & Priansa Juni, 2011).

Masih terkit dengan *pengertian* kinerja, menurut Suyadi Prawirosentono dalam (Subekhi & Jauhar, 2012) kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi, yang sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya, dalam rangka tercapainya tujuan oganisasi sesuai dengan moral dan etika, serta dilakukan secara legal dan tidak melanggar hukum yang berlaku.

Mathis dan Jackson dalam (Subekhi & Jauhar, 2012) berpandangan bahwa dalam kinerja setidaknya ada 5 unsur yang harus diperhatikan, diantaranya; a). kuantitas dari hasil, b). kualitas dari hasil, c). ketepatan waktu dan hasil, d). kehadiran, e). kemampuan untuk bekerja sama. Jika ke 5 unsur ini dijalankan maka kinerja yang dihasilkan akan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah 1). faktor kemampuan (*ability*) yang secara psikologis kemampuan ini dapat dilihat dari segi potensi (IQ) yang dimiliki serta kemampuan *reality (knowledge+skill)*, maksudnya adalah bahwa seseorang yang memiliki IQ diatas rata-rata dengan pendidikan yang memadai untuk jabatan yang dimilikinya dan memiliki keterampilan dalam bekerja, maka kinerja yang diharapkan dapat tercapai dengan mudah. Faktor ke 2). Motivasi (*motivation*), yang terbentuk dari sikap seseorang dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi ini merupakan dorongan bagi seseorang yang dilakukan secara terarah dalam pencapaian tujuan organisasi yang diinginkan (Mangkunegara Prabu, 2009).

Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik terdiri dari dua kata yakni sosialisasi dan politik. Sosialisasi diartikan sebagai pemasyarakatan sedangkan politik merupakan sesuatu yang terkait dengan urusan Negara. Sehingga secara etimologis sosioalisasi politik ini

didefinisikan sebagai pemasyarakatan urusan Negara yang mencakup semua aspek didalam kehidupan masyarakat, berbangsa, dan bernegara. Selain itu, tujuan dari sosialisasi politik ini adalah menumbuhkembangkan serta menguatkan sikap politik dikalangan masyarakat secara menyeluruhi, sekaligus melatih dalam menjalankan peranan-peranan politik (Rahman, 2007).

Sosialisasi politik menurut Doris Graber merupakan proses ketika orang mempelajari struktur dan faktor lingkungan, sekaligus mempelajari dan menginternalisasi aturan-aturan dan perilaku mengenai kehidupan politik (Subiakto & Ida, 2012). Pengertian lain sosialisasi politik dari perspektif proses menurut Easton dan Dennis menyatakan *political socialization is those of developmental processes through which persons acquire political orientation* (merupakan proses pengembangan lewat mana seseorang memperoleh orientasi politik) (*Sosialisasi Politik Dan Budaya Politik*, T.T.). Melalui sosialisasi politik yang ada sehingga masyarakat memahami akan hak dan kewajibannya dalam pelaksanaan pemilu.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif yang memaparkan mengenai sejauh mana kinerja Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Palu dalam penyelenggaraan pemilihan Presiden dan legislatif tahun 2019. Metode deskriptif adalah cara yang digunakan untuk mencari sifat-sifat suatu fenomena, ciri-ciri, dan unsur-unsur yang dimiliki, melalui pengumpulan data, menganalisisnya kemudian menjelaskannya (Suryana, 2010). Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder yang terkait dengan penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung, dan pengumpulan dokumentasi. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, sedangkan penentuan informan penelitian

menggunakan Teknik *purposive* dimana narasumber ditentukan secara sengaja karena dianggap memahami fenomena situasi dan kondisi yang akan diteliti. Adapun lokus penelitian ini adalah Komisi Pemilihan Umum Daerah kota Palu.

hasil dan pembahasan

Kinerja KPU Kabupaten/Kota Palu melalui Sosialisasi Penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Legislatif Tahun 2019

Berdasarkan peraturan komisi pemilihan umum Republik Indonesia No. 8 tahun 2019 pasal 30 yang mengatur mengenai penyelenggaraan Pemilu, KPU Kabupaten/Kota memiliki 12 tugas pokok yang harus dilaksanakan, satu diantaranya adalah menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu kepada masyarakat. Melalui sosialisai ini, warga masyarakat diharapkan memiliki kepekaan untuk turut berpartisipasi dalam mensukseskan pemilu.

Disebagian masyarakat masih menyimpan keraguan akan petingnya pemilu. Adanya anggapan bahwa pemilu yang dilakukan selama ini tidaklah membawa perubahan yang sesuai harapan mereka. Bahkan Bangsa dan Negara ini semakin tidak terarah oleh sebagian wakil rakyat yang terpilih melalui pemilu sebelumnya dikarenakan banyaknya wakil rakyat yang tidak bertanggung jawab. Maka dari itu, sosialisasi melalui lembaga KPU untuk menepis rasa pesimisme masyarakat di rasa perlu dan penting untuk dilakukan, agar rakyat mendapat pemahaman dan merubah sikapnya untuk lebih proaktif dalam memberikan hak suaranya.

Melalui sosialisasi, ada 11 (sebelas) sasaran yang menjadi basis pemilih yang dilakukan KPU Kabupaten/Kota Palu, yaitu: 1). Basis keluarga, 2). Basis pemilih pemula, 3). Basis pemilih muda, 4). Basis pemilih perempuan, 5). Basis penyandang disabilitas, 6). Basis pemilih berkebutuhan khusus, 7). Basis kaum marginal, 8). Basis komunitas, 9). Basis keagamaan, 10). Basis warga internet, dan 11). Basis relawan Demokrasi.

Kegiatan sosialisasi disampaikan dalam bentuk ceramah, diskusi, dan

permainan. Masyarakat yang menjadi sasaran diberi pemahaman mengenai pentingnya dilaksanakan pemilu, pentingnya pemilih berpartisipasi dalam pemilu, serta pentingnya pemilih pemula. Terikait dengan pentignya dilaksanakan pemilu, melalui sosialisasi ini masyarakat diberi pemahaman bahwa pemilu adalah salah satu sarana untuk memilih sosok pemimpin yang dirasa pantas untuk dijadikan sebagai panutan. Arti pentingnya pemilu juga dapat dilihat dari kesempatan yang diberikan kepada masyarakat untuk menggunakan hak suaranya sehingga terjadi pergantian pemimpin secara adil dan damai. Jika ini terwujud, masyarakat akan hidup dalam kondisi aman dan sejahtera khususnya dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Bagi pemilih pemula, sesuai aturan KPU No. 11 Tahun 2018 tentang penyusunan daftar pemilih dalam negeri pemilu 2019, bahwa warga negara Indonesia yang telah berusia 17 tahun atau telah menikah sudah memenuhi persyaratan untuk ikut serta dalam pemilu. Selain itu, umumnya pemilih pemula ini kebanyakan pelajar dan mahasiswa yang harus diberikan pemahaman terkait pentingnya terlibat dalam pemilu yang demokratis. Bukan tanpa alasan bahwa masa depan mereka ditentukan oleh para pemimpin yang bertanggung jawab untuk menciptakan generasi sehat, cerdas, dan beriman. Melalui sosialisasi yang dilaksanakan oleh KPU bahwa para pemilih pemula ini merupakan sasaran utama disebabkan mereka lebih mudah terpengaruh oleh hal-hal yang negatif. Disamping itu, mereka diberi pemahaman bahwa dalam proses penyelenggaraan pemilu banyak kemungkinan yang akan terjadi termasuk *money politic* yang menjadi salah satu ancaman buruk bagi keberlangsungan pemerintahan. Jika ini terjadi akan merusak sosial, ekonomi, dan politik yang ada di negeri tercinta ini.

Sosialisasi yang dilakukan juga terkait mengenai tahapan pemilu mulai dari tahapan persiapan dan tahapan

penyelenggaraan, tahapan daftar pemilih dan jenis data pemilih, tahapan kampanye pemilu yang menyampaikan visi-misi peserta pemilu guna meyakinkan para pemilih terkait program yang dimilikinya. Selain itu, disampaikan juga mengenai tahapan pemungutan dan penghitungan suara yang terdiri dari pemungutan suara di TPS dan tata cara mencoblos, serta pemilih dan pemungutan suara pemilu.

Dalam pelaksanaan sosialisasi oleh KPU kota Palu juga menghadapi beberapa hambatan yang berasal dari basis kaum marginal dan basis penyandang disabilitas yang cenderung tertutup dan kurang merespon terhadap pemilu. Kaum marginal ini merupakan masyarakat yang merasa terpinggirkan disebabkan faktor perekonomian yang terbatas semisal buruh bangunan, para pemulung, serta pengayuh becak. Selain itu, masih ada pemukiman masyarakat yang sulit dijangkau karena letaknya yang berada di pelosok-pelosok, bahkan masih adanya pemukiman warga yang terletak di lereng gunung dan memiliki akses jalan yang sulit di lewati, antara lain wilayah yang ada di Kecamatan Ulujadi, Kecamatan Taweli, dan Kecamatan Mantikulore. Sedangkan pemilih disabilitas yakni mereka yang memiliki keterbatasan fisik diantaranya tuna daksa (cacat tubuh), tuna netra (buta mata), tuna grahita (cacat mental), tuna wicara dan tuna rungu (tidak bisa bicara dan cacat pendengaran). Ke dua basis pemilih ini cenderung apatis atau tidak peduli dengan adanya pemilihan umum. Mereka cenderung menutup diri untuk didata atau menolak ketika akan diadakan sosialisasi terkait pemilu.

Selain hambatan yang dihadapi dari kedua basis pemilih tersebut, kendala lain adalah dari segi waktu yang dirasa sangat terbatas untuk melakukan sosialisasi. Terkait masalah waktu, hampir dirasa kurang disebabkan harus mensosialisasikan pemilihan Presiden dan legislatif mulai dari (pemilihan anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi hingga DPRD Kabupaten/Kota) secara bersamaan dengan menggunakan waktu yang sangat terbatas.

Kesimpulan

Terwujudnya pemilu yang demokratis tentunya ditunjang oleh berbagai lembaga pelaksana pemilu termasuk Komisi Pemilihan Umum Kota Palu. Melalui lembaga ini, kinerja KPU dalam mensosialisasikan Pemilu 2019 berjalan efektif. Adapun yang menjadi sasaran sosialisasi berjumlah 11 (sebelas) basis pemilih yang telah terlaksana dengan baik. ke 11 (sebelas) sasaran tersebut adalah: 1). Basis keluarga, 2). Basis pemilih pemula, 3). Basis pemilih muda, 4). Basis pemilih perempuan, 5). Basis penyandang disabilitas, 6). Basis pemilih berkebutuhan khusus, 7). Basis kaum marginal, 8). Basis komunitas, 9). Basis keagamaan, 10). Basis warga internet, dan 11). Basis relawan Demokrasi.

Melalui sosialisasi yang dilakukan KPU, jumlah partisipasi mengalami peningkatan hingga mencapai sekitar 188.328 orang dari jumlah 217,721 pemilih yang telah ditetapkan dalam daftar pemilih tambahan tahap 3 (DPTb-3), atau sekitar 86,5%. Meningkatnya jumlah partisipan juga tidak luput dari berbagai hambatan yang dihadapi diantaranya dari segi waktu yang sangat terbatas, masih adanya kaum marginal dan kaum disabilitas yang masih menutup diri terhadap pelaksanaan pemilu, serta akses jalan ke rumah warga yang masih sulit ditempuh.

Daftar Pustaka

- Labolo, M., & Ilham, T. (2015). *Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia "Teori, Konsep dan Isu"* (Vol. 1). Jakarta: Rajawali pers.
- Mangkunegara Prabu, A. (2009). *Manajemen Sumber daya manusia perusahaan* (9 ed.). Diambil dari www.rosda.co.id
- Rahman. (2007). *Sistem Politik Indonesia*. Graha Ilmu.
- Sosialisasi Politik Dan Budaya Politik*. (t.t.). Diambil dari <http://staffnew.uny.ac.id>
- Subekhi, A., & Jauhar, M. (2012). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Diambil dari redaksi@prestasipustakaraya.com
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi politik, media, dan demokrasi* (2 ed.). Diambil dari www.prenadamedia.com
- Suryana,. (2010). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Diambil dari <https://simdos.unud.ac.id>
- Suwanto, & Priansa Juni, D. (2011). *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis* (2 ed.). Diambil dari www.cvalfabet.com
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019*. (t.t.). Diambil dari kpu.go.id
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 105 Tahun 2018*. (2018). Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum*. (2017, Agustus). Diambil dari www.bpkp.go.id
- Visi dan Misi KPU. (2016). Diambil dari <https://www.kpu.go.id>

