



e-Journal

# KINESIK

Volume 9, Number 3, 2022

eISSN 2302 - 2035

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Tadulako



# **DAFTAR ISI**

## **ADOLESCENT REPRODUCTIVE HEALTH CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA**

Edi Santoso, Wiwik Novianti, Tri Nugroho Adi, P. Imam Prawoto Jati, Sri Pangestuti...226

## **THE ROLE OF JOURNALIST ORGANIZATIONS IN IMPROVING THE PROFESSIONALISM AND CREDIBILITY OF JOURNALISTS IN ACEH**

Anhar Fazri, Nurul Bayani, Dony Arung Triantoro, Jalaluddin .....233

## **KOMUNIKASI KELUARGA DALAM PELESTARIAN BUDAYA SUKU KAILI DI KABUPATEN DONGGALA**

Edwan, Donal Adrian.....242

## **DESAIN PESAN PERSUASIF YAYASAN ARSITEK KOMUNITAS INDONESIA PADA KORBAN BENCANA ALAM DI KOTA PALU**

Sitti Murni Kaddi, Muhammad Isa Yusaputra, Ade Putri Melisa.....249

## **STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI PASANGAN SUAMI DAN ISTRI DALAM MENCEGAH TINDAKAN PERSELINGKUHAN DI KABUPATEN DONGGALA**

Sumarni Zainuddin, Muhammad Wahid .....262

## **BAHASA PADA PEMBERITAAN INDONESIA-MALAYSIA**

**(Analisis Bahasa Berita tentang Malaysia di Televisi Swasta Indonesia)**

Bonaventura Satya Bharata .....269

## **DAYA TARIK PESAN PERSUASIF UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA**

**(Analisis pada Mata Kuliah Kewirausahaan)**

Israwaty Suriady, Fitriani Puspa Ningsih, Giska Mala Rahmarini .....283

## **REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DI KOREA SELATAN DALAM FILM KIM JI YOUNG BORN 1982**

Sasqia Dinda Riyadi, Nurul Fauziah .....291

## **DIGITALISASI PRAKTIK JURNALISTIK DI ERA NEW NORMAL**

**(Studi Kasus pada Jurnalis Media MAL Online)**

Citra Antasari, Nur Haidar, Muh Isa Yusaputra.....306

## **PRAKTEK BERBAGI DALAM KOMUNITAS VIRTUAL DI FACEBOOK**

**(Studi Netnografi pada Komunitas Fotografi Indonesia)**

Haris Pakaya, Stepanus Bo'do, Andi Akifah .....312

# ADOLESCENT REPRODUCTIVE HEALTH CAMPAIGN ON SOCIAL MEDIA

Edi Santoso<sup>1\*</sup>, Wiwik Novianti<sup>1</sup>, Tri Nugroho Adi<sup>1</sup>, P. Imam Prawoto Jati<sup>1</sup>, Sri Pangestuti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Department of Communication Science, Universitas Jenderal Soedirman*

\*Email: edi.santoso@unsoed.ac.id

## ABSTRACT

Social media plays an important role in today's adolescent reproductive health campaigns. This media is the media most used by teenagers. Its interactive and attractive characteristics match the youth's soul. This article explores how reproductive health campaigns are carried out on social media, especially YouTube, Instagram, and TikTok. The main focus is (1) Who are the actors involved in the youth reproductive health campaign and (2) what is the message content of the campaign. The research was conducted using descriptive qualitative methods, with a pragmatic approach. The data was extracted using qualitative content analysis techniques, which were then analysed in a narrative manner. The research findings show that message producers are both individuals and institutions. Individual message creators consist of influencers and health practitioners. The institutions that take part are educational institutions, hospitals or health centres', non-governmental organizations, the health community, and the BKKBN. The campaign messages take various forms, following the social media platforms. Most of the campaigns on YouTube are carried out by institutions that display long videos containing education and consultation on reproductive and sexuality issues, as well as coverage of related events. The campaign on Instagram is also dominated by the institute, with messages in the form of photos and short videos. While on TikTok, campaigns are mostly carried out by individuals or influencers, with more attractive messages. Messages in the form of short videos on TikTok have received wide attention from netizens, which is reflected in the large number of related video views. In TikTok, sensitive messages such as sex before marriage are conveyed.

**Keywords: Adolescent; Reproductive Health; Campaign; Social Media**

**Submission: 26<sup>th</sup> August 2022**

## INTRODUCTION

Based on data from the Central Bureau of Statistics (BPS) in 2020, the number of teenagers (ages 10-19) in Indonesia is 46 million people or about 17 percent of the total population of Indonesia (UNICEF, 2021). Adolescence is one of the important phases for development in the later stages of life. In general, teenagers have a high curiosity. Teenagers tend to want to explore everything and try everything that has never been experienced before. They want to try to do something that adults do, including those related to sexuality. In 1994, the International Conference on Population and Development (ICPD) assessed the importance of reproductive health issues for adolescents. In particular, the conference called on

countries to meet the educational and service needs of youth, so that they can respond positively and responsibly to sexuality (Chandra-Mouli et al., 2019).

Media is an important part of the reproductive health education program for adolescents. The media that misrepresents information will have dire negative effects (Fatimah et al., 2021). The unavailability of accurate and correct information about reproductive health forces adolescents to seek access and conduct their own exploration. Magazines, books, films, or the internet containing pornography that describes the pleasures of sex without teaching the responsibilities and risks that must be faced, become their main reference. As a result, teenagers who a few generations ago were still shy are now having sex at an

early age, namely 13-15 years (SABILI, 2008).

The presence of social media needs special attention, given its increasingly significant role. Social media users are growing very fast. Research from DataReportal shows that the number of Indonesian social media users reached 191.4 million in January 2022. This figure is an increase of 21 million or 12.6 percent from 2021. In a report titled Digital 2022: Indonesia, DataReportal explained that this figure is equivalent to 68.9 percent of total population in Indonesia. For comparison, the population in Indonesia now reaches 277.7 million as of January 2022 (Suara.com, 2022)

Social media presence is indeed attractive, because at least it has several advantages. First, interactivity. Scholars generally assume that internet-based communication allows for more interactivity when compared to the old media, especially print and broadcast media. In the context of media communication, interactivity refers to the degree to which audiences engage in two-way communication (Metzger, 2009). Interactivity allows audiences to participate more in mass communication. One of its manifestations is the trend of 'user generated content' in Web 2.0 applications, for example on YouTube, on where people are free to upload their own videos.

Second, the diversity of content and point of view. With the *user generated* model, the abundance of content on social media will not be matched by any media. Social media can be called a 'multimodal' communication channel, allowing almost unlimited amounts of text, video, or audio-based information to be spread and distributed to individuals, groups or organizations. Carroll et al., (2006) said the amount of information on the Web is estimated to reach 281 exabytes, the number of which will increase 10 times in the next five years. This abundance in the end also provides a variety of points of view for the audience.

Third, selectivity and control. The combination of increased interactivity and diversity of content means audiences can be both more selective and have more control over the content of the media that hits them. Mass media audiences—or more accurately referred to as users, play a bigger role as gatekeepers, because they have many choices as recipients and are also able to filter, produce, and distribute information easily for themselves or others. Fourth, personalize the media experience. Just as users can adjust exposure to content using social media, media organizations can also use networked communication technologies to gather information about members of their audience and then tailor content to them personally. This technology is widely used by internet-based advertising industry players today. The unique behaviour of individuals, with certain technologies, will be easy to track. So that the interests or habits of the netter will be read. Information about this will be used as material to provide appropriate advertising for the individual concerned. The era of 'broadcasting' has shifted to 'narrowcasting' (Massey, 2004).

Fifth, media convergence. Media convergence illustrates the idea that technological boundaries between previously different forms of communication and media are blurred, as a result of digitization, video compression, broadband, and multimedia technologies (Metzger, 2009). Social media has the ability to transmit messages through multiple modes (audio, visual, textual), as well as being able to send messages one-to-one, one-to-few, one-to-many, and many-to-many. Sixth, message structure. Newhagen and Rafaeli say that the main difference between traditional media and new media lies in the way in which messages are organized for audiences—in their terms as a linear structure. New media, according to him, presents more hypertextuality, where the degree of media narrative is received in a nonlinear versus linear way. Seventh, global reach. By being based on the Internet, the spread of social media penetrates the

boundaries of space and time. Geographical conditions are no longer a problem in message transmission. Even messages can be delivered simultaneously in real time (Metzger, 2009).

Research on social media and adolescent reproductive health focuses more on the use of social media by adolescents to obtain or share information about reproductive health. In Indonesia, for example, a group of researchers conducted a quantitative descriptive study on the use of social media as a source of reproductive health information by adolescents. With a population of high school students in the city of Jakarta, the study found that the majority of adolescents (more than 90 percent) used social media to seek information about reproductive health. The type of social media that is most widely accessed for this purpose is the website (36%) (Syam et al., 2021). A group of researchers at Padjadjaran University also explored how adolescents obtain and share information about reproductive health on social media in a communication model (Setianti et al., 2017). Meanwhile, research in Ghana also explains how the presence of social media has an influence on adolescent access to information on reproductive health issues. With a sample of 400 adolescents (aged 13-19 years), it was found that the majority of respondents shared sexual and reproductive health information about personal experiences with their friends through social media. WhatsApp is the most widely used medium to share information about reproductive health, followed by Facebook. Researchers also found that adolescents share a lot of SRH information on social media (Adzovie & Holm, 2020).

## **RESEARCH METHOD**

This study uses a qualitative design, with a pragmatic approach. This approach does not have a specific theoretical orientation, but rather is an attempt to answer a concrete problem in human life (Patton, 2014). The researcher uses an online ethnographic strategy, so that data

mining is carried out through content analysis or digital documentation studies. The data is taken from three social media, namely YouTube, Instagram, and TikTok, with the consideration that these three media are the most accessed by teenagers. The researcher uses narrative analysis to explain the qualitative data. The term narrative involves several things: a relationship among several parts, a sequence that forms a kind of plot, a selection that emphasizes which parts are more important and which are less important, and a special combination of time and place (Neuman, 2011).

## **RESULTS AND DISCUSSIONS**

This paper focuses on two questions: (1) who is the main actor in the adolescent reproductive health campaign on social media and (2) what are the main messages that are socialized in the reproductive health campaign. The social media observed were YouTube, Instagram, and TikTok, with consideration, the majority of teenagers use this media. TikTok users in Indonesia, for example, are dominated by generations Y and Z (Sindonews.com, 2020).

### **Adolescent Reproductive Health Campaign on YouTube**

YouTube can be called the most popular social media platform for video sharing today. Until 2022, YouTube was ranked as the second most used social media platform worldwide (GMI, 2022). In Indonesia, in a report titled Digital 2022: Indonesia by DataReportal, YouTube even ranks first as the most used social media (Suara.com, 2022).

Youth reproductive health campaigns on YouTube are mostly carried out by institutions, such as health education institutions, hospitals, or NGOs. Indeed, there are several individual channels that discuss this theme, generally owned by doctors or midwives. The content is generally long (about an hour or so), according to the character of YouTube, so that the discussion becomes more complete.

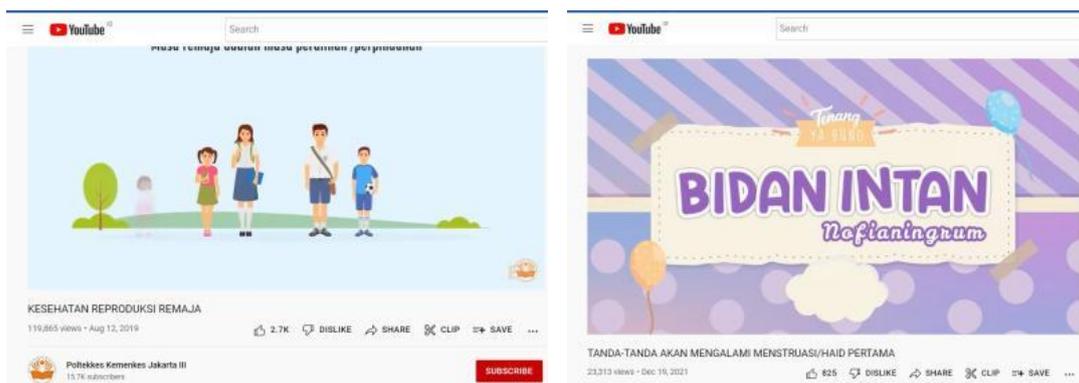


Figure 1: Screenshot of adolescent reproductive health on Youtube  
 Source: Research data, screenshot from respective channels on YouTube, taken 1<sup>st</sup> June 2022



Figure 2: screenshot of adolescent reproductive health on Instagram  
 Source: Research data, screenshot from respective channels on Instagram, taken 1<sup>st</sup> June 2022

There are various formats for video content. Some are in the form of recordings of events such as webinars, video tutorials, recordings of talk shows, consultation videos, animated videos, presentations, and some are in the form of short films.

The content of the reproductive health campaign concerns several issues, namely (1) puberty, (2) sexually transmitted diseases, (3) reproductive health, (4) all about menstruation, (5) documentation of socialization activities, (6) reproductive health counselling, (7) health advocacy, (8) risk of early marriage

### Adolescent Reproductive Health Campaign on Instagram

Instagram can be called the most popular social media platform for sharing photos today. As of January 2022, among other social media, Instagram was ranked as the third most used social media in the world. In the same period, Indonesia is the fourth largest Instagram user country in the world.

Based on Statista data, the number of active Instagram users from Indonesia is around 99.1 million people as of January 2022 (Hasya, 2022). The majority of Instagram users are young people. In the fourth quarter of 2021, the majority of Instagram users in Indonesia are from the 18-24 year age group, which is 34.4 million. In detail, as many as 20% of users of the application are female, while 17.2% are male (Databoks, 2022).

On Instagram, campaigns on adolescent reproductive health are mostly carried out by institutions, such as educational institutions, hospitals, youth health posts, NGOs or related government agencies (BKKBN). There are also personal accounts, which are generally health workers or doctors. The government agency that is directly related to the issue of reproductive health is the National Population and Family Planning Agency (BKKBN). On Instagram, we can find the bkkbnoofficial account which contains information and socialization of the

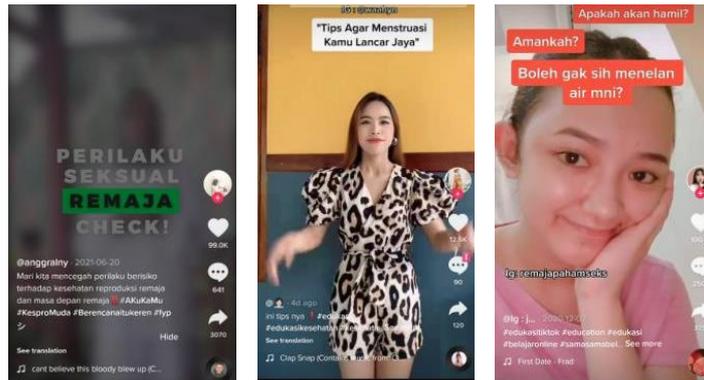


Figure 2: screenshot of adolescent reproductive health on TikTok

Source: Research data, screenshot from respective channels on TikTok, taken 1<sup>st</sup> June 2022

BKKBN program. In addition to bkkbnofficial which is the official account of the central BKKBN, the provincial BKKBN also has an Instagram account by adding the name of the province behind the bkkbn (ex. bkkbn\_jateng).

Campaign material on Instagram is delivered in photo, long video, and short video (reel) formats. The content of the material raised concerns several issues, including (1) all things regarding reproductive health for adolescents, (2) publications on reproductive health issues socialization activities, (3) all about menstruation, (4) reproductive health talk shows, (5) introduction of reproductive organs, (6) the impact of early marriage, and (7) reproductive health campaign posters.

### Adolescent Reproductive Health Campaign on TikTok

TikTok is a social media that is relatively young, but is growing very fast. This social media platform from China was introduced in 2016 and in just five years it has been able to reap 1 billion users. According to research firm Insider Intelligence, TikTok is predicted to become the third largest social media network in the world. TikTok will be bigger than Twitter, and will overshadow Facebook and Instagram, in terms of the number of active users. In its report, Insider Intelligence predicts that TikTok will have 755 million active users by 2022. This figure is based on the growth of TikTok users in 2020 which

will reach 59.8 percent and 40.8 percent in 2021 (Kompas.com, 2022).

The dominance of generations Y and Z as TikTok users is understandable, because this social media is very attractive (Daniel, 2022). TikTok's mission is to record and present creative and precious moments from all corners of the world on mobile. TikTok allows everyone to be a creator and encourages users to share creative expressions through 15-60 second videos or the MV method (collection of photos that are then turned into videos). What makes TikTok stand out among competitors is that this entertainment app allows everyone to become a creator because of its simplicity and convenience (kussanti, 2020).

The adolescent reproductive health campaign has become very entertaining on the TikTok application. The messengers are young people—usually with charming faces, with slang, sometimes accompanied by dances or funny movements. There are some interesting findings: *First*, the majority of messengers are personal/ not institutional accounts. *Second*, the majority of messengers are girls. *Third*, dare to present sensitive issues, for example the use of condoms for those who have sex and are not married. *Fourth*, compared to Instagram or YouTube, messages on youth reproductive health campaigns on TikTok get more attention from netizens. TikTok user engagement for reproductive health issues is quite high. An account @anggralny for example, in a post about adolescent sexual

behaviour gets more than 99 thousand likes and 641 comments or an account @janofahchiny which in many posts gets more than 85 thousand and hundreds of comments.

Adolescent reproductive health campaign messages on TikTok can be categorized as follows: (1) the urgency of reproductive health education for adolescents, (2) reproductive health, (3) all about menstruation, (4) the risk of early pregnancy/ early marriage, (5 ) high-risk sexual behavior, (6) coverage of reproductive health socialization activities, (7) healthy sexual relationships, (8) sexually transmitted diseases.

High engagement on TikTok confirms that message and media selection is very important in sexual health campaigns (Gabarron & Wynn, 2016). If the target is teenagers, then we must choose the media that is most widely used by teenagers. We also have to choose the messages that are most liked by teenagers.

## CONCLUSION

Actors involved in the production of youth reproductive health campaign messages are individuals and institutions. Individuals in general are influencers, social activists and health workers or doctors. Meanwhile, institutions concern educational institutions, hospitals, communities, or the BKKBN. Campaign messages are displayed in various ways, following the relevant social media platforms. The content of the campaign message concerns several issues, including (1) the urgency of reproductive health education for adolescents, (2) reproductive health, (3) all about menstruation, (4) the risk of early pregnancy/early marriage, (5) sexual behavior who are at high risk, (6) coverage of reproductive health socialization activities, (7) healthy sexual relations, (8) sexually transmitted diseases. Among the three social media studied, TikTok is the media that gets the most responses from

netizens (engagement) in the issue of adolescent health reproduction.

## REFERENCES

- Adzovie, D. E., & Holm, R. (2020). Impact of Social Media on Adolescent Sexual and Reproductive Health. *7th European Conference on Social Media ECSM 2020*.
- Carroll, W. K., Hackett, R. A., & Carroll, W. K. (2006). *Media , Culture & Society Democratic media activism through the lens of social movement theory social movement theory*.  
<https://doi.org/10.1177/0163443706059289>
- Chandra-Mouli, V., Plesons, M., Barua, A., Mohan, A., Melles-Brewer, M., & Engel, D. (2019). Adolescent sexual and reproductive health and rights: a stock-taking and call-to-action on the 25th anniversary of the international conference on population and development. *Sexual and Reproductive Health Matters*, 27(1).  
<https://doi.org/10.1080/26410397.2019.1676006>
- Daniel, D. (2022). *What is TikTok? Why Is It So Popular?* Brandastic.Com.  
<https://brandastic.com/blog/what-is-tiktok-and-why-is-it-so-popular/>
- Databoks. (2022). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021*.  
<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Fatimah, J. M., Arianto, & Bahfiarti, T. (2021). Media communication and youth reproductive health, North Toraja District. *Gaceta Sanitaria*, 35, S112–S115.  
<https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2021.07.007>
- Gabarron, E., & Wynn, R. (2016). Use of social media for sexual health

- promotion: A scoping review. *Global Health Action*, 9(1). <https://doi.org/10.3402/GHA.V9.32193>
- Hasya, R. (2022). *Seberapa Besar “The Power of Netizen Indonesia” di Instagram?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-instagram-ktfX4>
- Kompas.com. (2022). *Tiktok Diprediksi Menjadi Medos Ketiga Terbesar Tahun 2022*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022?page=all>
- kussanti, devy putri. (2020). Faktor Yang Mendorong Remaja Dalam Menggunakan Aplikasi Tiktok. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20 No. 1(1), 116–124. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1717907>
- Massey. (2004). *Narrowcasting. The Museum of Broadcaster communication*. <http://www.museum.tv//archives/etv/N/htmlN/narrowcasting/narrocasting.htm>
- Metzger, M. J. (2009). The Study of Media Effects in The Era of Internet Communication. In M. B. Nabi, Robin L & Oliver (Ed.), *Media Process and Effects* (pp. 561–576). Sage Publication.
- Neuman, W. L. (William L. (2011). *Social research methods : qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods : integrating theory and practice* (Fourth). Sage.
- SABILI. (2008, January 24). Perilaku Seksual Remaja. *SABILI*.
- Setianti, Y., Dida, S., Puspitasari, L., & Nugraha, A. R. (2017). Social Media and Reproductive Health — Communication Model of Adolescent Reproductive Health in Social Media. *ICoSaPS Conference Proceedings*.
- Sindonews.com. (2020). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>
- Suara.com. (2022, February 23). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Suara.Com.
- Syam, H., Jehanara, Lucky Safitri, J., & Yulfitria, F. (2021). Utilization of Social Media on Reproductive Health Knowledge Among Adolescents. *SEAJOM: The Southeast Asia Journal of Midwifery*, 6(2), 81–86. <https://doi.org/10.36749/seajom.v6i2.139>
- UNICEF. (2021). *Profil Remaja Indonesia*. [https://www.unicef.org/indonesia/media/9546/file/Profil Remaja.pdf](https://www.unicef.org/indonesia/media/9546/file/Profil%20Remaja.pdf)

# THE ROLE OF JOURNALIST ORGANIZATIONS IN IMPROVING THE PROFESSIONALISM AND CREDIBILITY OF JOURNALISTS IN ACEH

Anhar Fazri<sup>1\*</sup>, Nurul Bayani<sup>1</sup>, Dony Arung Triantoro<sup>1</sup>, Jalaluddin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Department of Communication, University of Teuku Umar*

\*Email: anhar.fazri@utu.ac.id

## ABSTRACT

The journalist profession can help the public get information quickly and easily. However, there is public distrust of the circulating news. One of the reasons is the credibility of journalists who are considered by the public to be declining. For journalists, this phenomenon is very paradoxical and not easy. However, like other cities in Indonesia, Aceh already has a journalist organization known as the Indonesian Journalists Association (PWI). Therefore, this study seeks to examine the role of Acehnese journalist organizations in improving journalistic professionalism. To find out how the role of journalist organizations in improving the professionalism of journalists, this study uses a qualitative approach with data collection techniques in the form of interviews and observations. Then the research data were analyzed using social responsibility theory (SR-Theory). Several programs initiated by this organization include training in journalistic code of ethics, professional responsibility for journalism, writing training, reportage training, editing workshops, photographers, videographers, and competency tests for members, as well as journalism socialization to schools in Aceh. On the other hand, the existence of this organization can be a legal protection for journalists.

**Keywords:** Journalist Organization; Aceh; Journalism; Professionalism

**Submission:** 28<sup>th</sup> August 2022

## INTRODUCTION

A journalist or often also referred to as a journalist is someone who carries out a journalistic activity or someone who is identical with writing activities which is then published to the mass media through newspapers, television, radio, magazines and the internet. Journalists have their own prestige in the midst of their presence in society, some even think that journalists have great prestige. Therefore, the professionalism of a journalist in relation to his role in carrying out journalistic activities is an important aspect that must be possessed. The role of journalists as a communication bridge between the community and the government must be able to represent the public interest.

In addition, journalists are expected to be able to develop facts or information that can become news obtained based on the experience, knowledge, curiosity, and imagination of journalists in processing their newspapers. This will help journalists

become more sensitive to undisclosed facts or information that has the potential to become newsworthy and obtain more information than readers need and ensure compliance with the public's right to accurate information. According to Djen Amar (1984), journalists admit that they are responsible for the veracity of the report. Journalists must know and obtain correct information so that the ideas communicated become valid, effective. One way to create balanced news and represent the public interest is to maintain the professionalism of journalists.

Journalists are one of the pillars of democracy, as stated in the preamble to the 1945 Constitution with the aim of forming a state in the fourth paragraph, where journalists must be able to educate the life of the nation and state. According to Wijaya & Yudiningrum (2016) as social beings, journalists are also often faced with various problems, quoted from Republik.co.id, there are journalists who are beaten by the masses

while covering demonstrations news, this is allegedly because journalists are not professional in carrying out their duties so that they appear suspicious that the safety of journalists could be threatened.

Journalists are required to be professional not only because the ideals are in their profession, but this professionalism affects the media which has a tremendous effect on the public (Wibawa, 2012). A profession requires a certain courage and sincerity. Professional discipline binds every member who has entered the professional world, and denies the presence of those who cannot exercise discipline when someone chooses his job as a journalist as outlined in Law Number 40 of 1999/CHAPTER III / Article 7 / Paragraph 2 and Articles of the Journalistic Code of Ethics in Indonesia (Dewan Pers, 2005). Professional journalists are journalists who follow and adhere to the application of journalistic ethics and journalistic law, because they contain a path to professionalism, free from threats from dominant groups as well as that the trade press does not accept bribes or cover-ups from certain parties or sources.

Regarding the journalist profession, the Indonesian Press Council has issued Press Council Regulation No. 1/Peraturan DP/II/2010 concerning Journalists Qualification Standards, this regulation certainly aims to improve the quality and professionalism of Indonesian journalists, which includes guidelines and standards for journalist skills. According to press council regulations, the main competence of Indonesian journalists is or the ability that journalists must have to achieve the required performance when carrying out their duties in certain units in certain capacities. These main skills include 11 types of skills, namely:

- 1) Understand articles and uphold journalistic ethics;
- 2) Identifying issues relevant to topical value;
- 3) Establish and maintain networks and lobbying;

- 4) Fluency in the language;
- 5) Collect and analyze information (facts and data) and news information;
- 6) Presenting news;
- 7) News editing;
- 8) Designing news titles or serials and/or news program slots;
- 9) Managing Editor;
- 10) Determine news policies and directions;
- 11) Use of media and technology

Journalists will never become professional journalists if they do not have the passion to be professional (someone). Professional spirit fosters love for the profession, dynamism and solidarity with the profession. Without this, Journalists will be trapped in making Journalism a boring, tiring, and dry habit. Journalists will only deal with the work of technical reporters, the important thing is that there is news, the important thing is the task is completed, the important thing is that deadlines are respected. The journalists of this model are actually robots, which make journalists work without enthusiasm, without personality and easily become tools of power and money (Sukardi, 2009).

In Aceh, there are 13 administratively verified media, namely Aceh news (online), Aceh vidio (online), AJNN. Net (online), Berita merdeka (print), Dialeksis.com (online), Goaceh (online), Habadaily (online), KBA One (online), Modus aceh.co (online), Modus Aceh.co (print), Mind merdeka (print), Portalsatu.com (online) and Prohaba (print) and 2 local media that are administratively verified and factual, namely Rakyat Aceh (print) and Serambi Indonesia (print). The rest are very much media citizens who roam on social media (Dialeksis.com, 2019).

The current condition of journalists is still quite professional, this is proven by the large number of violations of the code of ethics and the number of media reports in conveying news or information. It was also explained by the press council that complaints of violations committed by the

media were unbalanced reporting and a lot of information was easily taken without first verifying the truth (Muliawanti, 2018; Nugroho & Samsuri, 2013).

It's the same with the image of journalists in the eyes of the people of Aceh today, based on initial observations, researchers found that journalists in Aceh really helped the community in getting information quickly and easily, but sometimes news obtained from the media could not be trusted just like that and had to be verified. First of all, the truth is, it is because the current era makes the credibility of journalists in the eyes of the public decline.

The study in this study uses the theory of social responsibility. The theory of social responsibility comes from the American initiative of the Committee on Freedom of the Press. The main driving force, namely failing to fulfill promises about press freedom and failing to fulfill the desired problems. In particular, the development of technology and commerce at the Press is said to have resulted in a lack of access to diverse people and groups, and a low level of performance to meet social and moral information in general.

Social responsibility theory must relate three slightly different principles. These are the Principles of Freedom and Personal Choice, the Principles of Media Freedom, and the Principles of Media's Obligation to Society. There are two main forms of development in this theory. One of them is the development of educational institutions which are independent institutions for fostering the media, and its development is very influential in expanding knowledge and deepening the concept of social responsibility towards journalists. Second, the further development of the analytical profession as a means of achieving higher professional standards.

The three main principles of social responsibility theory, which can be an indicator that a journalist is a professional, are as follows:

- 1) A media should avoid anything that could lead to crime, harm, public outcry, or crimes against ethnic or religious minorities.
- 2) In accepting and fulfilling these obligations, journalists and media must be able to regulate themselves within the limits of the existing legal framework and institutions.
- 3) Journalists and media professionals must be accountable to the public by always publishing factual news.

The professionalism of journalists can also be supported by joining journalistic organizations as a forum for learning and self-development. There are a number of journalistic organizations in post-reform Indonesia. But unfortunately quantity does not always equal quality, there is. According to the results of the Press Council's research on the quality of journalist organizations in Indonesia, it was determined that only PWI (Indonesian Journalists Association) and AJI (Aliansi of Independent Journalists) were eligible. These two journalistic organizations have a long history as a forum for journalists' associations. Both are considered representatives of the many journalistic organizations that exist and have regional branches, including one in Aceh.

One of the related journals that examines the role of journalist organizations in improving journalistic professionalism is Wulandhari Dwi Hastuti and Hermin Wahyuni who show that various journalist organizations have their respective roles in increasing the professionalism of journalists and with the existence of this journalistic organization it is very helpful for journalists in increasing credibility and synergy. at work.

PWI in Aceh has been established since 2016 which at that time was still a PWI hall and in 2021 it became PWI Aceh Regency and consists of 12 people consisting of several sub-sectors according to the abilities of each journalist, namely the fields of organization, law and advocacy. , education and sports, welfare, and arts and culture and tourism. PWI Aceh also

regularly conducts training for its members and also goes to the field such as to schools to provide workshops related to the world of journalism.

All journalists in Aceh joined PWI because according to the observations of Aceh journalists, it was stated that journalistic organizations really help journalists understand their duties and responsibilities better. So it can be said that the role of journalists' organizations can improve the professionalism of a journalist. Furthermore, there was a case that happened to journalists from Aceh, namely being cursed and threatened by certain elements for writing a news story that was in accordance with the facts so as to reveal the crimes committed by these individuals and with the existence of journalist organizations such as PWI, they were able to become a legal umbrella for journalists at the time work (Anterokini.com, 2022). Therefore, this study will discuss and examine how the role of journalists' organizations in an effort to improve the professionalism of journalists (Case Study of the Aceh Indonesian Journalists Association).

## **RESEARCH METHOD**

### **Social Responsibility Theory (SR-Theory)**

This Social Responsibility Theory was born for several reasons. First, the technological and industrial revolution that changed the face and way of life of the American people, and which affected the very nature of the press. The Technological and Industrial Revolutions and the resulting social changes greatly affected the life of the press. Technological developments increase the size, speed and efficiency of old media, and produce new media: film, radio, and television. Industrialization was also followed by urbanization, and the gathering of large numbers of people allowed the growth of a massive circulation of newspapers. Obtaining education and increasing the number of citizens countries rapidly expanded the market for press

products. Everywhere the press has become an intermediary. The press has also become a body controlled by less and less owners. The development of technology allows the media to serve a large number of communicants. Media ownership becomes concentrated in the hands of fewer and fewer people (Siebert et al., 1986; Tsukamoto, 2006).

Second, the voices of sharp criticism, which are spoken more and more frequently at a time when the media has grown in size and importance, and which pose a threat of government regulation. By the time the Press had become a giant, it was the object of a great deal of criticism. The first book to attack the press appeared in 1859 and there have been attacks before. These criticisms increased in strength and intensity in the twentieth century. Broadly speaking, the themes of criticism in this twentieth century are (Siebert et al., 1986):

- 1) The press has used its mighty power just to his own interests. The owner of the press is only propagating his opinion, especially in political and economic matters, with sacrifice opposing opinions.
- 2) The press has become a means of satisfying giant businesses, and at one time the press allowed advertisers to control its editorial content as well as its editorial policy.
- 3) The press rejects any change in society.
- 4) The press prioritizes superficial sensations rather than aspects the importance of the events it covers, and the entertainment it provides is often of poor quality.
- 5) The press is harmful to public morals
- 6) The press violates the boundaries of private life for no good reason.
- 7) The press is controlled by one socio-economic class, the "business class", and it becomes increasingly difficult for new entrants to enter the

communications industry; therefore, a free and open press is under threat

Third, there is a new intellectual climate, where people are starting to be suspicious of the truths of the basic assumptions of the Enlightenment Age (Renaissance Age). Fourth, is the development of a professional spirit, when journalistic activities begin to attract the attention of the educated, and when the communication industry then reflects a feeling of responsibility among business people and industrialists.

### **SR Theory Concepts and Applications in Indonesia**

At the heart of the problem in discussing a press system is its freedom system (Achmadi, 1985). In other words, to know for sure what press system applies in a country, apart from knowing the socio-political system that applies in that country, it can also be seen from how that country regulates and interprets press freedom. Like other democratic countries in the world, Indonesia adheres to the principle of guaranteeing press freedom in its constitution. The 1945 Constitution as a result of the fifth amendment clearly shows this in Article 28, which reads:

Freedom of association and assembly, expressing thoughts verbally and in writing and so on is stipulated by law. then in 28 E paragraph (3): Everyone has the right to freedom of association, assembly and expression of opinion and article 28 F: Everyone has the right to communicate and obtain information to develop their personal and social environment, as well as the right to seek, obtain, possess, store, process, and convey information using all available channels.

Although it does not explicitly mention press freedom, in essence freedom of opinion and expression is the essence of press freedom. What is stated in Article 28 of the 1945 Constitution, in essence, is the root of the system of press freedom in Indonesia (Sobur, 2001). Even the

formulation of Article 28 F "...has the right to seek, obtain, possess, store, process, and convey information using all available channels" is a clear description of press activities.

Of the three articles that need to be noted is the emergence of article 28 E paragraph (3) and 28 F which is the result of the fifth amendment in 2000. These articles appear together with a number of other articles that regulate human rights. That means our Constitution has outlined that press freedom is one of some of the most basic human rights. With this basic concept, the Indonesian press began to look for meaning and determine its goals and functions in the lives of Indonesian people. The constitutional basis of the Indonesian press system is the spirit of togetherness, kinship and mutual cooperation (Achmadi, 1985).

### **RESEARCH METHOD**

This research method uses qualitative research using descriptive methods. Qualitative research is widely used in social research. Qualitative research is research whose research results are not obtained by statistical procedures or other quantitative methods. Researchers use a naturalist approach to understand certain phenomena. Qualitative research differs from quantitative research in that it explains cause-and-effect relationships, predicts, and generalizes findings. Qualitative studies seek to clarify and understand a phenomenon and extrapolate it to similar situations (Golafshani, 2003).

According to Creswell (2009) and Sugiyono (2017), the research method is basically scientific way to collect data with a specific purpose and use. The research method is a method or technique used to conduct research or observation activities, research methods are very important in carrying out research activities so that researchers can focus more on what they are looking for. Qualitative research is very effective in collecting culturally specific information such as values, opinions,

behavior and social context in a population (Mack, 2005).

## RESULTS AND DISCUSSIONS

Professionalism comes from the Anglo-Saxon language which means skill, expertise, and discipline. Professionalism also means pursuing a profession for profit or a source of livelihood. The American Webster Dictionary argues that professionalism is an intelligent behavior, goal, or set of qualities, which reflects a person's attitude towards work and the nature of the job/profession (Anoraga, 2019).

In this case, it can be understood that the characteristic of professionalism is the desire to always show behavior that can be used as a good criterion. Furthermore, we strive to improve and maintain our expertise by achieving professional behavior. This manifestation is carried out in various ways, for example through appearance, speech, use of language, body posture, and daily life attitudes. The desire to always pursue various professional development opportunities that can improve and improve the quality of knowledge and skills (Mondry, 2008). According to Azwar (2018), journalists must also be loyal to the community by not only prioritizing personal interests, but for the interests of the community and still relying on the accuracy of facts, this is called journalist professionalism.

The role of journalist organizations can help in increasing the professionalism of a journalist, one of which is the Indonesian Journalists Association (PWI) Aceh. This organization accommodates all journalists in Aceh, in addition to aiming to establish friendship as well as a place for developing talent and gaining new knowledge related to journalism, especially for novice journalists who are just entering the world of journalism. So this journalist organization really has a role in shaping and improving professionalism. This was stated by Arif Hidayat, a member of PWI Aceh in an interview with the researcher:

*“With this organization, we can learn more about the journalistic code of ethics, good and correct writing can also help reach friends who have just joined the world of journalism”.*

One of the visions and missions of PWI Aceh is to improve the professionalism of Aceh journalists. Based on this vision and mission, PWI Aceh made several programs not only to improve the professionalism of its members or journalists but also for prospective students or students. First, the program carried out by PWI Aceh in increasing the professionalism of journalists is by regularly conducting writing training, reporting training, good and correct news editing workshops, photographer and videographer workshops, and also discussions with other senior journalists. This was also conveyed by Suar members of PWI Aceh:

*“Before joining PWI, sometimes when I wrote, it was often unstructured, but with this organization I was able to learn from the trainings held and also from other senior journalists”*

The second is the outreach program conducted in Aceh schools, so PWI Aceh sent some of its members to conduct counseling. This is done to increase the knowledge of students who will continue their studies related to journalism. Not only that, several members of PWI Aceh also participated as resource persons at events held by schools and other parties. Not only that, the professionalism of Aceh journalists also received a good response and impression in the eyes of the Aceh people themselves. That is, the news that is delivered is accurate and accurate. This was conveyed by one of the people of Aceh, Linda Riati:

*“So it's like we need information, especially Aceh, quickly, for example, if there is a murder or theft, so with the presence of this reporter, we can quickly get that information. So I am*

*very grateful and happy to have journalists in Aceh.”*

The Aceh community has given a very positive impression on the professionalism of Aceh journalists because so far there have been no cases that harm the community by Aceh journalists, this was conveyed by Ahmad Alfadil, the Aceh community:

*“In my view, the professionalism of the performance of journalists in Aceh is quite good, we can see from the news that is presented that it is suitable for consumption, so far for hoax news or news that does not match the facts, I don't think there is any and I believe that Aceh journalists provide questions that really help the community's knowledge regarding things that are needed.”*

The Aceh Journalists Association is a forum that accommodates Aceh journalists and journalistic organizations have a role in increasing the professionalism of journalists. This was conveyed by Musliadi as a journalist:

*“By joining PWI, I have a place to develop my abilities as well as a place to seek knowledge and deepen my profession so that with this organization I know what I don't know about the world of journalism.”*

Furthermore, PWI Aceh is also a legal umbrella for journalists because with this organization it can protect journalists at work, this was conveyed by Hendra As one of Aceh journalists and chairman of PWI Aceh said:

*“This journalist organization is a legal umbrella for us when carrying out our duties, for example in 2018 there was a case of journalists from Aceh who were scolded and threatened for writing news according to facts so as to reveal crime syndicates and with the existence of PWI, they were able to protect journalists who were members of it because PWI is also a*

*an official press organization that has been recognized by the state as well.”*

A journalist needs to join a journalistic community or organization to improve his professionalism. Journalists' organizations must have synergy, integrity and credibility which aims to build the spirit of professionalism of journalists so that they can develop professional press freedom in the future. Synergy is the attitude of journalists who are able to maintain harmonious relations with the community and also with the government, integrity is the consistent attitude of Aceh journalists in reporting information according to the journalistic code of ethics and also credibility is the growing public trust in the Aceh journalist profession.

Based on the three main principles of social responsibility theory, which can be an indicator that a journalist is said to be professional, it shows that Aceh journalists are already professional in carrying out their profession as a journalist, first, that a media must avoid anything that can lead to crime, loss, public turmoil, or crimes against ethnic or religious minorities. This has been found in Aceh journalists by providing information in accordance with existing facts and data, which also often makes journalists threatened and even cursed by individuals who feel aggrieved, this was conveyed directly by a member of PWI Aceh with the initials SHR, but in this case, SHR was reluctant to mention the case because he had made peace with the unscrupulous parties.

Furthermore, in accepting and fulfilling these obligations, journalists and media must be able to regulate themselves within the limits of the existing legal framework and institutions. Aceh journalists maintain good relations with the government and the community but also do not take sides in providing information, this is evidenced by the public perception which states that Aceh journalists establish harmonious relationships with the people in

Aceh and also greatly assist the community in obtaining information in a timely manner.

## CONCLUSION

The conclusion of this study shows that the journalist organization, the Indonesian Journalist Association of Aceh plays a role in increasing the level of professionalism of journalists, this can be seen from the many positive impressions from the people of Aceh regarding the performance of journalists in Aceh, furthermore this professional journalist is shown by an understanding of the journalistic code of ethics. as well as his responsibilities as a journalist, also in conveying news that is always timely and actual and can also be seen from the many activities and programs carried out by the Aceh Journalists Association, one of which is training and competency testing for PWI Aceh members who will join and other programs such as socialization related journalism to schools. The author's suggestion to the Association of Indonesian Journalists in Aceh is that in the future it is hoped that there will be more frequent training and socialization related to the world of journalism and it is also hoped that a journalist competency test will be conducted openly.

## REFERENCES

- Achmadi, T. (1985). *Sistem Pers Indonesia*. Gunung Agung.
- Amar, D. (1984). *Hukum Komunikasi Jurnalistik*. Alumn.
- Anoraga, P. (2019). *Psikologi Kerja*. Rineka Cipta.
- Anterokini.com. (2022). *PWI Aceh Terima Calon Anggota Baru, Ini Persyaratannya*. Anterokini.Com. <https://anterokini.com/2022/02/25/pwi-aceh-terima-calon-anggota-baru-ini-persyaratannya/>
- Azwar. (2018). *4 Pilar Jurnalistik*. Prenadamedia Group.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). SAGE.
- Dewan Pers. (2005). *Kompetensi Wartawan: Pedoman Peningkatan Profesionalisme Wartawan dan Kinerja Pers* (2nd ed.). Dewan Pers.
- Dialeksis.com. (2019). *Media Terverifikasi di Aceh Masih Sedikit*. Dialeksis.Com. <https://dialeksis.com/analisis/media-terverifikasi-di-aceh-masih-sedikit/>
- Golafshani, N. (2003). Memahami Reliabilitas dan Validitas Dalam Penelitian Kualitatif. *Qualitative Report*, 8(4), 597.
- Mack. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data*. Alfabeta.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme Dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1), 79–98. <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i1.1168>
- Nugroho, B., & Samsuri. (2013). Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas. In *Dewan Pers*. Dewan Pers. [https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku\\_Pers\\_berkualitas\\_masyarakat\\_cerdas\\_final.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku_Pers_berkualitas_masyarakat_cerdas_final.pdf)
- Siebert, F. S., Theodore, P., & Schraamm, W. (1986). *Empat Teori Pers*. Intermedia.
- Sobur, A. (2001). *Etika Pers: Profesionalisme Dengan Nurani*. Humaniora Utama Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sukardi, W. A. (2009). *Menakar Kesejahteraan Wartawan*. Dewan Pers.
- Tsukamoto, S. (2006). Social Responsibility Theory and the Study of Journalism Ethics in Japan. *Journal of Mass Media Ethics*, 21(1), 55–69.
- Wibawa, D. (2012). Meraih Profesionalisme Wartawan. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 28(1), 113–122.

<https://doi.org/10.29313/mimbar.v28i1.345>

Wijaya, S. H. B., & Yudiningrum, F. R. (2016). Meningkatkan Kecerdasan Bangsa Melalui Optimalisasi Penerapan Standar Kompetensi Wartawan. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 97–101. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.55>

# KOMUNIKASI KELUARGA DALAM PELESTARIAN BUDAYA SUKU KAILI DI KABUPATEN DONGGALA

Edwan<sup>1</sup>, Donal Adrian<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako

\*Email: donaladrian1990@gmail.com

## ABSTRACT

*Kaili culture is the creation of the Kaili tribal community which must be preserved from generation to generation by requiring the role of parents in teaching it. The local culture cannot be lost and must be maintained as a national characteristic. The purpose of the study was to determine family communication in the preservation of Kaili culture in Donggala Regency. The research method uses a qualitative type with a case study approach. Informant research subjects were selected purposively with data collection through in-depth interviews and direct observation. The analysis technique uses data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. The results showed that family communication carried out by parents in preserving Kaili culture in children, namely (a) communicating using the Kaili language, (b) bringing children to weddings which were full of Kaili cultural displays, (c) teaching children about *tabe*, *nosimpotove* and *nakapali*, (d) providing an understanding of children related to percussion matters.*

**Keywords:** *Family Communication; Culture; Kaili Tribe*

## ABSTRAK

Budaya Kaili merupakan hasil cipta karya masyarakat suku Kaili yang harus dilestarikan secara turun temurun dengan membutuhkan peran orang tua dalam mengajarkannya. Budaya lokal tersebut tidak bisa hilang dan harus dipertahankan sebagai karakteristik bangsa. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui komunikasi keluarga dalam pelestarian budaya suku Kaili di Kabupaten Donggala. Metode penelitian menggunakan jenis kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian informan dipilih secara *purposive* dengan pengumpulan data ialah wawancara mendalam (*indepth nterviewing*) dan observasi langsung. Untuk teknik analisis menggunakan reduksi data, penyajian data dan *conclusion drawing/verifikasi*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi keluarga yang dilakukan orang tua dalam pelestarian budaya Kaili pada anak yaitu (a) berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Kaili, (b) membawa anak di acara pernikahan yang sarat akan tampilan budaya Kaili, (c) mengajarkan anak tentang perilaku *tabe*, *nosimpotove* dan *nakapali*, (d) memberikan pemahaman terhadap anak terkait dengan hal-hal tabu.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Keluarga; Budaya; Suku Kaili*

**Submisi:** 19 Oktober 2022

## PENDAHULUAN

Menjalani hubungan sosial bukan hanya mengetahui tentang konsep manusia, namun perilaku secara manusiawi sangatlah dibutuhkan yaitu dengan menerapkan sikap saling menyayangi, mencintai, menghargai satu sama lainnya dan tentunya memberikan pengetahuan yang baik agar hubungan sosial terus berlangsung dengan harmonis. Hubungan tersebut bisa dimulai dari lingkup orang-orang terdekat yaitu keluarga yang

setiap harinya terus bertemu dengan menggunakan komunikasi sebagai alatnya. Keluarga yang baik ialah mereka yang bertanggung jawab dengan segala macam sikap dan tindakan yang ditunjukkan anak saat berhubungan sosial. Keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat dengan anak, sejak anak dilahirkan. Di dalam keluarga, anak-anak akan banyak mendapatkan pengalaman untuk tumbuh dan berkembang demi masa depannya.

Orang tua dapat memberikan contoh perilaku yang kelak akan ditiru oleh anak. Keluarga merupakan tempat yang efektif untuk mengajarkan atau mendidik nilai moral kepada anak, (Wuryandani, 2010:77).

Christina Rochayanti “Sosialisasi Budaya Lokal dalam Keluarga Jawa” menjelaskan bahwa keluarga merupakan organisasi sosial terkecil dalam masyarakat yang mempunyai peranan penting terutama tahapan membentuk dan mengembangkan karakter anak selama periode awal kehidupan anak. Keluarga memberikan pengaruh budaya kepada anak dalam pembentukan sikap pertama dan ketertarikan mereka pada segala hal yang ada di sekitar (Volume 10, Nomor 3, 2012).

Pendidikan awal menjadi prioritas dan diemban oleh institusi keluarga (institusi informal), materi pendidikannya di samping pengetahuan praktis juga menitikberatkan pada faktor alamiah yang mengitarinya. Orang tua merupakan contoh teladan yang baik dalam segala hal, karenanya di keluarga wajib diciptakan situasi yang nyaman, damai dan menyenangkan, sehingga seorang anak akan bersikap baik serta patuh kepada orang tuanya. Anak sebagai amanah bagi orang tua, perlu dibimbing dan diawasi sehingga dapat bersikap dan bertindak sesuai tuntunan agama, karena pendidikan selanjutnya yang akan terlaksana sangat tergantung kepada pendidikan dasar (*basic education*) yang menjadi pondasi bagi pendidikan selanjutnya. Di keluargalah anak mulai belajar mengenal agama, budaya dan aturan-aturan yang disepakati berdasarkan budaya yang dimiliki, misalnya pada keluarga Etnis Kaili yang memiliki kebiasaan tersendiri dalam mendidik atau mengajarkan anak tentang perilaku atau disebut dengan etika (Alfadhil: 2019:27).

Budaya yang diajarkan oleh orang tua etnis Kaili kepada anak-anaknya merupakan proses internalisasi yang sudah dimiliki secara turun temurun dan diajarkan kembali kepada anak-anaknya dengan tujuan untuk mengajarkan nilai moral yang baik. *Folklore* adalah adat istiadat

tradisional dan cerita rakyat yang diwariskan secara turun-temurun. Hal ini sejalan dengan pendapat Rafiek (Rafiek, 2012) yang menjelaskan folklor adalah sebagian kebudayaan suatu kolektif yang tersebar dan diwariskan secara turun-temurun di antara kolektif macam apa saja, secara tradisional dalam versi yang berbeda, baik dalam bentuk lisan maupun contoh yang disertai dengan gerak isyarat atau alat pembantu penguat.

Etnis Kaili merupakan etnis yang terbesar populasinya dibandingkan etnis-etnis lainnya, tersebar di beberapa kabupaten di Sulawesi Tengah, mengenal lebih dari dua puluh bahasa yang masih hidup dan dipergunakan dalam percakapan sehari-hari. Namun, Etnis Kaili memiliki “lingua franca” yang dikenal sebagai bahasa “Ledo”. Kata “ledo” berarti “tidak”. Bahasa Ledo ini digunakan berkomunikasi dengan bahasa-bahasa Kaili lainnya, dan masih ditemukan bahasa asli yang belum dipengaruhi bahasa para pendatang, yaitu di sekitar Raranggonau dan Tompu. Sementara bahasa Ledo yang dipakai oleh masyarakat Kaili di kota Palu, dan Biromaru (bahasa Kaili Ado, Kaili Tara, Kaili Ija, Kaili Edo), Donggala (bahasa Unde dan Doi), Parigi dan sekitarnya (bahasa Kaili Tara dan Rai), sudah terasimilasi dan terkontaminasi dengan beberapa bahasa pendatang, terutama Bugis dan Melayu. Semua kata dasar bahasa-bahasa yang disebutkan itu berarti “tidak” (Saleh, 2013).

Orang tua Etnis Kaili akan mengajarkan hal-hal yang sangat penting bagi anak-anak mereka sehingga memiliki nilai moral yang baik dalam bersosialisasi. Proses pembelajaran tersebut tentunya harus bisa mengedepankan budaya dalam berkomunikasi seperti penggunaan bahasa daerah. Orang tua akan mengajarkan kepada anak-anaknya tentang budaya mulai dari kata *tabe* diartikan sebagai permissi atau perilaku yang ditunjukkan seorang anak kepada orang tua dan orang lain di sekitarnya. Selanjutnya orang tua mengajarkan kepada anak untuk tetap menerapkan kalimat *nosimpotove* yang

artinya saling menyayangi, membantu orang yang kesusahan, dan lain-lain. Nilai moral lain yang diajarkan oleh orang tua etnis Kaili kepada anak-anaknya dari kecil hingga dewasa ialah diwajibkan untuk datang ke setiap acara agar mereka bisa saling mengetahui jika mereka adalah saudara.

Pada dasarnya bahwa masyarakat suku Kaili harus mampu melestarikan atau mempertahankan budayanya sehingga tidak hilang dan bisa menjadi warisan untuk anak cucu yang akan datang. Pelestarian budaya suku Kaili sangat penting karena cukup banyak ditemukan masyarakat yang bersuku Kaili namun tidak memahami budayanya sendiri khususnya dalam berbahasa daerah Kaili. Selain tidak membiasakan diri untuk menggunakan bahasa daerah tersebut, banyak ditemukan juga masyarakat khususnya anak-anak sebagai penerus bangsa bahwa mereka malu menggunakan bahasa tersebut dan akan dikatakan *kampung*. Olehnya itu, dibutuhkan peran serta keluarga untuk membiasakan anak-anak dalam mengenal budayanya sendiri mulai dari cara berkomunikasi dan pola kebiasaan lainnya berdasarkan aturan baku dalam masyarakat suku Kaili.

### **Komunikasi Keluarga**

Komunikasi di dalam sebuah keluarga adalah penyampaian pesan dari ayah, ibu, orang tua, anak, suami, isteri, mertua, kakek, nenek maupun sebaliknya sebagai penerima pesan. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut dapat berupa informasi, nasehat, petunjuk, pengarahan, maupun meminta bantuan. Komunikasi yang terjadi dalam keluarga merupakan suatu komunikasi yang unik, dan komunikasi yang terjadi di dalam keluarga tentu akan melibatkan paling sedikit dua orang yang mempunyai sifat, nilai-nilai, pendapat, sikap, pikiran dan perilaku yang khas dan berbeda-beda, (Rahmah, 2018). Berkaitan dengan peran orang tua, menjelaskan bahwa menjadi orang tua yang baik, kemudian membutuhkan lebih dari sekedar intelektualitas, melainkan juga menyentuh dimensi kepribadian dan

melibatkan emosi (Gottman dan De Claire, 1998).

Komunikasi keluarga menjadi salah satu bentuk dari hubungan komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini menjadi penting untuk dilihat lebih dekat karena, (1) keluarga adalah tempat di mana orang dewasa dan remaja mengalami bagian terbesar dari hubungan antarpribadi paling penting dan intim, (2) keluarga adalah agen sosialisasi utama, di mana keahlian komunikasi dan hubungan didapatkan dari keluarganya, (Kusuma, 2017:49). Keahlian komunikasi dalam hal ini dimaknai sebagai cara untuk bisa mempersuasi sehingga dapat mengubah pemahaman dan perilaku.

### **Budaya**

Kebudayaan adalah keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakandengan belajar, beserta keseluruhan dari hasil budi dan karyanya (Koentjaraningrat, 2015). Ketika melakukan komunikasi, fungsi pola budaya (kepercayaan, nilai dan norma) dapat diterapkan oleh semua budaya. Kluckhohn dan Strodtbeck (dalam Lustig & Koester, 2003) mengklasifikasikan alasan-alasan perlunya menerapkan pola budaya. *Pertama*, setiap manusia dari budaya yang berbeda menghadapi masalah yang umumnya sama dan mereka harus menemukan penyelesaiannya. *Kedua*, jumlah pilihan untuk menyelesaikan problematika budaya sangat terbatas. *Ketiga*, di dalam suatu budaya, solusi permasalahan yang tersedia akan dipilih yang sesuai dengan budaya tersebut tetapi anggotanya bisa jadi akan memilih solusi yang lain. *Keempat*, seiring berjalannya waktu, solusi yang telah dipilih akan membentuk asumsi-asumsi budaya yang berhubungan dengan kepercayaan, nilai dan norma.

### **Hubungan Antarpribadi**

Orang yang melakukan komunikasi antarpribadi secara umum sudah memiliki hubungan antarpribadi yang baik karena di dalamnya telah terlibat bentuk psikologi. Hubungan antarpribadi itu dapat dikaitkan

dengan pernyataan yang disampaikan oleh R. Wayne Pace mengatakan bahwa dalam hubungan antarpribadi cenderung lebih baik bila kedua belah pihak melakukan hal-hal berikut :

1. Menyampaikan perasaan secara langsung dan dengan cara yang hangat dan ekspresif.
2. Menyampaikan apa yang terjadi dalam lingkungan pribadi mereka melalui penyingkapan diri (*self disclosure*).
3. Menyampaikan pemahaman yang positif, hangat kepada satu sama lainnya dengan memberikan respon-respon yang relevan dan penuh pengertian.
4. Bersikap tulus kepada satu sama lainnya dengan menunjukkan sikap menerima secara verbal maupun nonverbal.
5. Selalu menyampaikan pandangan positif tanpa syarat terhadap satu sama lainnya melalui respon-respon yang tidak menghakimi dan ramah.
6. Berterusterang mengapa menjadi sulit atau bahkan mustahil untuk sepakat satu sama lainnya dalam perbincangan yang tidak menghakimi, cermat, jujur dan membangun.

DeVito (1997:255-256), menyatakan bahwa hubungan antarpribadi dapat dijelaskan dengan mengidentifikasi dua karakteristik penting. Pertama, hubungan antar pribadi berlangsung melalui beberapa tahap, mulai dari tahap interaksi awal sampai ke pemutusan (*dissolution*). Kedua, hubungan antar pribadi berbeda-beda dalam hal keleluasaan (*breadth*) dan kedalamannya (*depth*).

### KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013: 1) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci,

teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti merujuk pada pendapat yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (Ilyas, 2017:93) menyatakan bahwa informan dipilih secara *purposive*, yaitu:

- a. Haruslah mempertimbangkan subjek penelitian yang mau menerima kehadiran peneliti secara lebih baik dibanding dengan yang lainnya.
- b. Kemampuan dan kemauan mereka untuk mengutarakan pengalaman-pengalaman masa lalu dan masa sekarang.
- c. Siapa saja yang dianggap menarik, misalnya memiliki pengalaman khusus.
- d. Akan lebih bijaksana menghindari penyeleksian subjek yang memiliki hubungan profesional dan hubungan khusus lainnya, yang telah mempunyai asumsi-asumsi atau praduga khusus yang bisa mewarnai penafsiran mereka terhadap apa yang diungkapkan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini terbagi atas dua, yaitu:

- a. Observasi  
Observasi dilakukan tidak hanya mencatat suatu kejadian atau peristiwa, akan tetapi dilakukan juga segala sesuatu atau sebanyak mungkin hal-hal yang diduga ada kaitannya (Nasution, 1992: 58).
- b. Wawancara Mendalam (*Indepth Interviewing*)

Wawancara bersifat terbuka dan luwes yang dilakukan dalam suasana yang informal dan akrab (Nasution, 1992: 69-81). Pertanyaan yang diberikan tidak kaku dan tidak terlalu terstruktur, sehingga dapat dilakukan wawancara ulang dengan

sumber yang sama jika diperlukan. Melalui cara tersebut, diharapkan sumber dapat memberikan jawaban yang jujur dan terbuka.

Analisis data menurut pandangan Miles dan Huberman (1992) bahwa terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

### Hasil Penelitian

Setiap daerah memiliki budayanya masing-masing dengan karakter yang berbeda dan dibuat berdasarkan unsur kebiasaan serta kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakatnya khususnya bagi orang-orang terdahulu yang menetap di daerahnya. Mereka membuat pola kebiasaan yang dipercaya sebagai bagian yang melekat dari kehidupannya seperti cara berkomunikasi yang tentunya akan berbeda dengan cara berkomunikasi dengan orang lain (suku lainnya). Hal ini bisa dilihat pada etnis Kaili yang merupakan penduduk asli di Sulawesi Tengah dan tersebar di beberapa daerah baik kota atau kabupaten. Etnis Kaili ini memiliki cara tersendiri dalam berkomunikasi dan tentunya terdapat aturan-aturan yang tidak boleh dilanggar oleh siapapun. Sehingga mewajibkan orang tua sebagai keluarga inti untuk mengajarkan kepada anak-anaknya agar paham dengan budaya Kaili dan mampu menerapkannya dengan baik.

Masalah yang banyak ditemukan pada masa ini ialah adanya sikap dan perilaku anak sebagai penerus bangsa yang artinya harus mampu menjaga budayanya, namun sebaliknya enggan untuk menerapkan budayanya dalam kehidupan sosial. Hal ini terjadi pada sikap dan perilaku anak pada etnis Kaili, sehingga dibutuhkan peran serta orang tua dalam mengomunikasikan dengan baik tentang pola kebiasaan oleh etnis Kaili dalam kehidupan sehari-harinya. Berikut penyampaian dari Bapak Dale bahwa:

*“Memang saya liat bahwa cukup banyak anak-anak sekarang yang enggan menggunakan bahasa Kaili, apa lagi seperti ponakan-ponakanku*

*yang tinggal di Kota. Tidak mau untuk pake bahasa Kaili, padahal itu penciri utama kita sebagai etnis Kaili. Saya kalau di rumah sini dengan istri selalu pake bahasa daerah Kaili sama anak. Supaya mereka biasa.”* (Wawancara, 4 Juli 2022)

Kutipan wawancara di atas menjelaskan bahwa untuk menjadi bisa maka anak harus diajarkan oleh kedua orang tuanya khususnya dalam proses kehidupannya setiap harinya. sebaliknya, anak tidak akan bisa menerapkan dengan baik ketika pola kebiasaan berbahasa dengan menggunakan bahasa Kaili tidak dibiasakan setiap harinya. alhasil anak enggan untuk menerapkan budayanya dan merasa malu ketika budaya tersebut diperlihatkan kepada orang banyak atau teman sebayanya khususnya dalam menggunakan bahasa Kaili.

*“Betul sekali, anak-anak sekarang beda dengan kami dulu yang setiap harinya sangat baik menerapkan bahasa Kaili dan kebiasaan-kebiasaan lainnya. Misalnya bahasa Kaili, anak sekarang selain enggan, mereka malu juga karena takut dibilang kampungan, apa lagi kalau sudah bergaul dengan teman-temannya yang di SMP atau SMA.”* (Wawancara dengan Bapak Tajudin, 4 Juli 2022)

Masalah yang dihadapi dalam pelestarian budaya Kaili yaitu tidak adanya kesadaran dari dalam diri sendiri untuk menerapkan pola kebiasaan yang merupakan bagian dari etnis Kaili seperti berkomunikasi dengan bahasa Kaili. Anak-anak sekarang enggan dan bahkan tidak mampu untuk berbicara dengan bahasa Kaili, sebab pola kebiasaan tersebut tidak diterapkan dengan baik saat di lingkungan keluarga inti. Selain itu, keengganan yang dimiliki disebabkan juga adanya respon teman yang bisa menertawakan dan mengejek dengan kata kampungan. Khususnya dalam level SMP dan SMA. Mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan bahasa Indonesia atau sedikit

mengutip logat berkomunikasi orang Jakarta itu menandakan mereka keren.

*“Ini anak-anak sekarang, kalau dorang pake bahasa orang Jakarta, berarti dorang dikatakan gaul itu. Padahal lebih bagus pake bahasanya kita sendiri khususnya bahasa Kaili. Saya anak-anakku di rumah setiap harinya akan diperdengarkan bahasa Kaili dan diajarkan hal-hal yang tidak boleh dilanggar berdasarkan cara pandang orang Kaili.”* (Wawancara dengan Ibu Santi, 6 Juli 2022)

Hal itu terjadi karena terkadang setiap individu yang didukung dengan lingkungan tempat bergaul salah mempersepsikan hal yang sebenarnya, misalnya dalam berkomunikasi sehari-hari. Saat menggunakan logat orang Jakarta, anak-anak di daerah Donggala pada umumnya sangat bangga karena di situlah letak standar ungkapan “keren” menurutnya. Padahal jika dianalisa dengan lebih baik, sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh anak-anak tersebut tentunya salah dan harus diubah dengan menerapkan pola kebiasaan yang awalnya berasal dari orang tua sebagai keluarga inti. Komunikasi keluarga sangat dibutuhkan dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang budaya yang dimiliki secara turun-temurun seperti berkomunikasi dengan bahasa Kaili.

*“Di dalam keluarga ada kami sebagai orang tua yang memiliki peran penting dalam mendidik anak untuk bisa menjadi pribadi yang baik di lingkungan sekitarnya dan berprestasi di sekolah. Awal mula anak menjadi tahu dan paham itu karena keluarga khususnya mama yang setiap waktu Bersama anak-anaknya.”* (Wawancara dengan Bapak Tajudin, 4 Juli 2022).

Keluarga memiliki peran penting dalam proses perkembangan anak karena di dalam keluarga terdapat orang tua yang berperan untuk mendidik anak menjadi pribadi yang lebih baik dalam berperilaku dengan masyarakat luas dan tentunya

mampu menunjukkan prestasi yang baik di lingkungan sekolah. Pada dasarnya bahwa awal mula anak menjadi tahu dan paham ialah adanya pembelajaran yang diberikan oleh ibu kepada anak-anaknya.

*“Ibu itu sebagai orang tua yang lebih dekat. Mulai dari anak bicara ibu lah yang mengajarkan pertama kali. Misalnya pake bahasa Kaili. cuman kecenderungan anak-anak sekarang malu untuk pake bahasa Kaili, khususnya bagi yang di Kota. Tapi kalau saya dengan papanya anak-anak, tetap pake bahasa Kaili di rumah.”* (Wawancara, 4 Juli 2022)

Dijelaskan bahwa untuk bisa menjadi lebih baik seperti mencintai budaya sendiri dan mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari maka orang tua wajib berkomunikasi dengan bahasa Kaili khususnya bagi ibu yang lebih dekat dengan anak dan setiap harinya bertemu bersama anak. Proses pembelajaran yang diberikan ibu tentunya sangat dibutuhkan oleh anak agar mampu menerapkan dengan baik pola kebiasaan tersebut sehingga terjadilah yang namanya pelestarian budaya Kaili di Kabupaten Donggala sebagai daerah pertama yang dikenal oleh daerah lain di Indonesia.

*“Tidak bisa dipungkiri bahwa kami ibu inilah yang lebih dekat dengan anak-anak karena mulai dari mengandung, melahirkan, menyusui hingga membesarkan. Setiap waktu kami selalu dengan anak, jadi kamilah yang mengajarkan anak mulai dari hal-hal dasar seperti berbicara.”* (Wawancara, 5 Juli 2022)

Ibu merupakan bagian dari keluarga inti yang sangat berperan penting dalam kehidupan seorang anak. Hampir setiap waktu, ibu sangat dekat dengan anak-anaknya karena ibulah yang mengandung, melahirkan, menyusui sampai membesarkan anak-anaknya dengan penuh rasa kasih sayang. Dari ibulah anak bisa tahu segalanya mulai dari hal yang paling mendasarkan

seperti berbicara disaat anak baru mulai umur beberapa bulan hingga anak berusia beberapa tahun begitu banyak hal-hal baik yang diajarkan oleh ibu dan didampingi ayahnya. Orang tua harus menjadi rumah yang baik bagi anak-anaknya demi terciptanya keluarga yang harmonis.

## SIMPULAN

Berdasarkan temuan hasil penelitian, maka kesimpulannya bahwa orang tua sebagai keluarga intinya bertanggung jawab penuh dengan menerapkan komunikasi keluarga yang efektif saat berinteraksi bersama anak. Cara yang dilakukan ialah (a) berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Kaili, (b) membawa anak ke acara pernikahan yang sarat akan tampilan budaya Kaili, (c) mengajarkan anak tentang perilaku *tabe*, *nosimpotove* dan *nakapali*, (d) memberikan pemahaman terhadap anak terkait dengan hal-hal tabu, dan (e) memperkenalkan kesenian dan makanan tradisional suku Kaili.

## REFERENSI

- Ammang, Wartawati, Mariam Sondakh dan Edmon Royan Kalesaran. Peran Komunikasi Keluarga Dalam Mengatasi Perilaku Merokok Pada Anak Usia Remaja (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Makassar Timur Kota Ternate). e-journal "Acta Diurna". Volume VI. No. 1. Tahun 2017
- Busela, Olivia, *Meity D. Himpong, Ferry V. I. A. Koagouw*. Pola Komunikasi Keluarga Dalam Melestarikan Bahasa Daerah Suku Wayoli Di Desa Gamsida Kecamatan Ibu Selatan Maluku Utara. *Acta Diurna Komunikasi* . Vol 7, No 4 (2018)
- Devito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book (Ninth Edition)*. New York Addison Wesley Longman, Inc, 1998
- Gottman, J & De Claire, J. (1998). Kiat-kiat Membesarkan Anak yang Memiliki Kecerdasan Emosional. Alih Bahasa : T. Hermaya. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Koentjaraningrat. (2015). Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Kusuma, R. S. (2017). Komunikasi antar pribadi sebagai solusi konflik pada hubungan remaja dan orang tua di SMK Batik 2 Surakarta. *Warta LPM*, 20(1), 49–54
- Lustig, Myron, dan Jolene Koester. *Intercultural Competence, Interpersonal Communication Across Cultures* (Fourth Edition). USA: Allyn & Bacon Pub., 2003
- Muhammad, Zulfikar, Mariam Sondakh dan Herry Mulyono. Peranan Komunikasi Keluarga Dalam Usaha Pelestarian Bahasa Daerah Kota Tidore Kepulauan. e-journal "Acta Diurna" Volume IV. No.5. Tahun 2015
- Rafiek. (2012). Teori Sastra Kajian Teori Dan Praktik. Bandung. PT. Rafika Aditama
- Rahmah. Pola Komunikasi Keluarga dalam Pembentukan Kepribadian Anak. *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17 No. 33 Januari – Juni 2018.
- Rochayanti, Christina. Sosialisasi Budaya Lokal Dalam Keluarga Jawa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomor 3, Agustus 2012, Halaman 308-320. Issn 1411- 3341
- Saleh, Sukmawati. Kearifan Lokal Masyarakat Kaili Di Sulawesi Tengah. *Jurnal Academica Fisip Untad* Vol.05 No. 02 Oktober 2013
- Sugiyono. 2013. Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif, cet 8. Alfabeta: Bandung.
- Wuryandani, Wuri. Peranan Keluarga Dalam Menanamkan Nilai Moral Pada Anak Usia Dini. *Diklus*, Volume 14, Nomor 1, Maret 2010

# DESAIN PESAN PERSUASIF YAYASAN ARSITEK KOMUNITAS INDONESIA PADA KORBAN BENCANA ALAM DI KOTA PALU

Sitti Murni Kaddi<sup>1\*</sup>, Muhammad Isa Yusaputra<sup>1</sup>, Ade Putri Melisa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, Palu

\*Email: stmurnikaddi@gmail.com

## ABSTRACT

*This research was motivated by the phenomena of the earthquake, tsunami and liquefaction that occurred in September 2018, which resulted in many people losing their homes, including in the coastal area of Mamboro, North Palu District, Palu City. The purpose of this research is to find out how to design persuasive messages by the Indonesian Non-Governmental Organization Foundation for Community Architects (Arkom). victims of natural disasters in Palu City. This study used a qualitative research method with a case study approach, through in-depth interviews and field observations. The number of informants in this study were 5 people who had been selected through a purposive sampling technique. The results showed that in designing persuasive communication messages carried out by the Non-Governmental Organization Foundation for Community Architecture after the earthquake, tsunami and liquefaction in Mamboro Village, North Palu District, Palu City, it was by using community leaders as media in conveying messages to the communicant, and the messages conveyed by the communicator to the community is designed effectively so that the message can be understood by the communicant during the activity.*

**Keywords:** *Persuasive Message Design; Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia; Natural Disaster Victims*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya fenomena gempa, tsunami dan likuefaksi yang terjadi pada bulan september 2018, yang mengakibatkan banyaknya masyarakat yang kehilangan tempat tinggal termasuk di daerah pesisir Mamboro, Kecamatan Palu Utara Kota Palu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana desain pesan persuasif Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas (Arkom) Indonesia. pada korban bencana alam di Kota Palu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui teknik wawancara mendalam dan observasi lapangan. Jumlah narasumber dalam penelitian ini sebanyak 5 orang yang telah dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mendesain pesan komunikasi *persuasive* yang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas pasca gempa, tsunami dan likuifaksi di Kelurahan Mamboro Kecamatan Palu Utara Kota Palu adalah dengan menggunakan tokoh masyarakat sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, dan pesan yang disampaikan komunikator kepada masyarakat didesain dengan efektif sehingga pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan selama kegiatan tersebut berlangsung.

**Kata Kunci:** *Desain Pesan Persuasif; Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia; Korban Bencana Alam*

**Submisi:** 15 September 2022

## PENDAHULUAN

Sesar Palu Koro dikenal sebagai sesar paling aktif yang menyebabkan terjadinya bencana alam di Sulawesi Tengah

khususnya di Kota Palu. Pada tanggal 28 September 2018, gempa dan tsunami kembali terjadi di Kota Palu dan Kabupaten Donggala. Gempa beruntun yang diawali

dengan gempa magnitudo 5,9 pada pukul 14.00 WIB. Berselang sekitar tiga jam, gempa dengan magnitudo yang lebih besar yaitu 7,4 (dan USGS) mengguncang Palu dan Donggala. Berdasarkan data katalog BMKG sampai dengan 3 Oktober 2018 bahwa telah terjadi 160 gempa susulan, (Widiyantoro, dkk, 2018:25). Selanjutnya sesar Palu Koro, juga menyebabkan terjadinya likuefaksi dan gerakan tanah yang besar adalah di Balaroa, Sigi, Petobo, Jono Oge, Sidondo dan Sibalaya, (Daryono, dkk, 2018:51).

Berdasarkan data korban paling banyak berada di Palu dengan jumlah 1.636 orang, sementara di Donggala 171 orang dan Sigi 222 orang, Parigi 15 orang dan di Pasangkayu 1 orang. Sedangkan jumlah korban hilang hingga kini mencapai 671 orang. Korban luka berjumlah 10.679, dari angka ini, 2.549 di antaranya mengalami luka berat dan 8.130 luka ringan. Sementara ratusan lain dinyatakan hilang selain ribuan orang yang dicemaskan tewas tak teridentifikasi karena likuifaksi. Jumlah pengungsi sejauh ini 82.775 orang, dan 8.731 di antaranya di luar Sulawesi Tengah, (Latief, dkk, 2018:109-110)

Fenomena bencana alam yang terjadi di Kota Palu, Sigi dan Donggala Provinsi Sulawesi Tengah tentunya tidak hanya berdampak pada korban meninggal, namun berkaitan juga dengan kerugian secara material seperti rumah tempat tinggal yang telah dihantam oleh ombak tsunami dan tertelan oleh tanah karena likuefaksi. Kerugian tersebut tentunya menghasilkan masalah hidup yang sangat kompleks, sebab di sisi lain mereka harus mampu memenuhi kebutuhan hidup lainnya yang juga merupakan kebutuhan primer. Tidak adanya rumah sebagai tempat tinggal menjadikan masyarakat harus lebih kreatif dan berusaha

bekerja, namun tindakan itu tentunya tidak serta merta menjadikan mereka langsung mendapatkan apa yang dibutuhkan, proses kehidupan terus dijalani pasca bencana, mendapatkan bantuan logistik berupa makanan setiap harinya baik dari pemerintah ataupun pihak swasta. Di sisi lain, kepedulian sekelompok orang juga datang untuk membantu dalam memberikan ide positif bagi para korban agar bisa mewujudkan harapan mendapatkan rumah yang layak dan bisa bekerja berdasarkan pekerjaan yang sudah dilakukan sebelum bencana. Orang-orang tersebut tergabung dalam sebuah organisasi yang disebut dengan Yayasan Arsitek Komunitas (Arkompas) Indonesia.

Kehadiran Yayasan Arkompas di tengah-tengah masyarakat yang sedang mengalami bencana alam khususnya di Kelurahan Mamboro awalnya kurang mendapat “simpati dan respon” dari masyarakat setempat karena kehadiran Yayasan Arkompas sendiri menurut masyarakat tidak sesuai harapan dan keinginan mereka, di mana pasca gempa para penyintas bukan membutuhkan ide-ide kreatif tapi lebih membutuhkan keperluan atau kebutuhan sehari-hari di antaranya adalah tempat tinggal.

Penolakan masyarakat ternyata tidak membuat Yayasan Arkompas menjadi mundur, tetapi tetap melakukan upaya yang dilakukan, mulai dari pendekatan secara budaya, tokoh-tokoh masyarakat hingga pada tokoh-tokoh agama. Alhasil upaya yang dilakukan mendapatkan respon positif dari masyarakat yang terdampak bencana alam, khususnya di daerah Kota Palu. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana desain pesan persuasif Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia pada korban bencana alam di Kota Palu.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Alamat Jurnal dan Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
ANIST YA YUSTI	Proses Komunikasi Persuasif Lembaga	<a href="http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/19870">http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/19870</a>	Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan	- Penelitian ini membahas tentang komunikasi	- Penelitian yang dituliskan oleh Anistya

KA PUTRI	Swadaya Masyarakat (LSM) “Mitra Wacana Women Resources Centre (WRC)” Terhadap Pusat Pembelajaran Perempuan Dan Anak (P3A) Srikandi Kabupaten Kulon Progo Periode 2018-2019		proses komunikasi persuasif yang dilalui, P3A Srikandi melakukan perubahan sikap setelah mendapatkan terpaan pesan persuasif LSM Mitra Wacana WRC di mana pesan tersebut disalurkan dalam bentuk pelatihan dan diskusi. Adapun perubahan sikap yang dialami oleh P3A Srikandi adalah mereka menjadi lebih aktif dalam menyebarkan informasi tentang keadaan di sekitar kepada warga dan mengaplikasikan skill foto, video, dan menulis menggunakan prinsip 5W & 1H dalam kehidupan sehari-hari.	persuasif Lembaga Swadaya Masyarakat dalam mendukung perempuan sehingga dapat menjalani kehidupan dengan lebih baik. - Menggunakan metode kualitatif	Yustika Putri lebih memfokuskan pada alur komunikasi persuasif pada saat LSM Mitra Wacana WRC. Sedangkan <b>peneliti menitikberatkan penelitiannya desain pesan persuasif Yayasan Arsitek Komunitas Indonesia</b> - Penelitian yang dituliskan oleh Anistya Yustika Putri, menggunakan pendekatan deskriptif, sedangkan <b>penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</b>
Amir Mahmud	MODEL KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PENYEDIAAN PRASARANA PERDESAAN DI KAWASAN PESISIR UTARA JAWA	<a href="https://core.ac.uk/reader/11715395">https://core.ac.uk/reader/11715395</a>	Hasil penelitian menunjukkan, bahwa model hipotetik dapat diterapkan pada kedua model, serta model kontrol terbukti berbeda	- Berupaya untuk memperjuangkan kebutuhan masyarakat. - Menggunakan studi kasus.	- Penelitian yang dituliskan oleh Amir Mahmud menggunakan penelitian dilakukan dengan studi kasus melalui pendekatan kuantitatif berdasar

<p>TENGAH (Studi Kasus Desa Morodemak dan Purwosari Kabupaten Demak)</p>	<p>secara signifikan dengan model eksperimen, sehingga dapat diadopsi sebagai pengembangan model eksperimen.</p>	<p>pemikiran positivistik, serta menggunakan metode penelitian pengembangan dan survey. Sedangkan <b>pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif.</b> - Penelitian yang dituliskan oleh Amir Mahmud menggunakan model hipotetik, sedangkan <b>pada peneliti menggunakan desain pesan.</b></p>
--	--	---

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Persuasif

Menurut De Vito (2011: 499) usaha melakukan persuasi memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua (De Vito dalam Riyanto & Mahfud, 2012 : 51) yaitu : (1) mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, (2) mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan.

Menurut Sumirat & Suryana (2014 :2.25) unsur-unsur dalam komunikasi persuasif adalah:

1. Persuader  
Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.
2. Persuadee  
Persuadee adalah orang dan atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh persuader/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.
3. Persepsi  
Persepsi persuadee terhadap persuader dan pesan yang disampaikannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Mar'at (dalam Sumirat & Suryana, 2014) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi.

Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan seseorang.

#### 4. Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn (dalam Ritonga, 2005 : 5), pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif ke arah tujuan yang telah ditetapkan. Makna memanipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurangi atau menambah fakta sesuai konteksnya, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran, sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

#### 5. Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang persuade mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

#### 6. Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastropetro (dalam Sumirat & Suryana, 2014 : 2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi, umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginannya atau harapannya. Sedangkan efek adalah perubahan

yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Sastropetro dalam Sumirat & Suryana, 2014). Perubahan yang terjadi bisa berupa perubahan sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri persuadee merupakan tujuan utama. Inilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

### Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima, (Orbe & Brues, 2005) dalam (Liliweri, 2011:40). Pada umumnya, pesan-pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda-tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspons oleh penerima, (DeVito, 1986) dalam (Liliweri, 2011:40).

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 ide atau pendapat. Supaya pesan ini mudah dimengerti, maka pengirim menyusun

(mengorganisasikan) pesan ini berdasarkan kriteria 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.

Disamping itu, untuk efektifitas penyampaian pesan tentunya juga harus dipengaruhi oleh bagaimana komunikator menyusun pesan dengan menempatkan secara tepat tema dan materi pesan. Terkait dengan hal ini, Scharmm dalam Nurhaidar (2009:19) mengungkapkan syarat-syarat keberhasilan pesan sebagai berikut :

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang harus didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bermutu.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari pada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan akan memberikan jawaban yang dikehendaki.

## **KONSEPTUALISASI PENELITIAN**

Sesuai dengan rumusan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai maka penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Adapun metode dan pendekatan yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian studi kasus dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yang meneliti kehidupan nyata, kasus atau berbagai kasus melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi atau sumber informasi majemuk seperti pengamatan, wawancara,

bahan audiovisual dan dokumen dari berbagai laporan dan kemudian melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus (Creswell, 2015). Melakukan observasi baik secara offline berkaitan dengan tujuan penelitian, melakukan wawancara mendalam dengan informan terpilih. Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data (yaitu, data teks seperti transkrip, atau data gambar seperti foto maupun film) sebagai bahan analisis, kemudian mereduksi data tersebut menjadi tema dan terakhir menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel atau pembahasan. Pada saat penelitian telah selesai dilakukan, peneliti memisahkan transkrip wawancara sesuai sesuai kepentingan penelitian. Langkah terakhir dari analisis data penelitian kualitatif ini adalah penarikan simpulan. Penarikan simpulan setelah diawali dari pengumpulan data di lapangan. Kemudian pada tahap ini peneliti berusaha menarik kesimpulan atau verifikasi berdasarkan data lapangan dengan menggambarkan dan mendeskripsikan hasil penelitian secara lebih detail.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Desain Pesan Persuasif Komunitas Asitek Indonesia**

Palu Utara adalah salah satu kecamatan yang ada di Kota Palu dimana juga mengalami dampak dan mengalami kerusakan terparah saat kejadian gempa bumi dan tsunami yang terjadi pada tanggal 28 September 2018, hingga hal menimbulkan kerugian materiil dan jumlah korban jiwa yang tidak sedikit bagi masyarakat khususnya di Kelurahan Mamboro.

Bencana merupakan peristiwa atau serangkaian peristiwa yang akan mengancam dan akan mengganggu roda kehidupan masyarakat dimana gempa yang disebabkan oleh beberapa faktor alam dan faktor non-alam maupun faktor manusia sehingga dapat mengakibatkan korban jiwa, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda dan tentu saja dampak psikologis yang

dialami oleh masyarakat di mana terjadinya gempa tersebut.

Pasca gempa dan tsunami masyarakat pesisir mamboro yang bermata pencaharian nelayan yang kehilangan tempat tinggal namun harus tetap berjuang mempertahankan aktivitas keseharian mereka sebagai nelayan. Pasca gempa dan tsunami juga melirik banyak kepedulian dan keinginan banyak pihak yang ingin membantu masyarakat dan berdampak gempa dan tsunami tersebut baik dari pihak Pemerintah setempat maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang berbondong-bondong untuk memberikan bantuan material maupun bantuan lainnya, Banyaknya LSM yang bergerak pasca gempa dan tsunami yang menawarkan bantuan, salah satunya adalah Arkom (Arsitek Komunitas) Indonesia.

LSM Arkom sebagai sebuah LSM yang bergerak di bidang pendampingan masyarakat sebagai pilar utama dalam upayanya menyampaikan program kerja dan bukan membantu masyarakat dalam bentuk barang sebagaimana LSM lain. Arkom hanya menawarkan bantuan berupa bentuk pemikiran dalam upayanya memanfaatkan bantuan dana stimulan dari pemerintah sehingga dana tersebut dapat berwujud sebagai tempat tinggal yang layak huni bagi para korban bencana alam yang ada di Kelurahan Mamboro.

Berkaitan dengan Arkom sebagai LSM yang hanya memberikan sumbangsih pemikiran disampaikan oleh Ibu Emy yang mengatakan bahwa,

*“Pada dasarnya Arkom tidak datang ke kami dengan membawa dana tetapi, Arkom ini datang dengan membawa ide-ide, dan ide inilah yang menjadi alasan kuat kami untuk bangkit, meskipun awalnya kami merasa ide-ide tidak begitu bermanfaat bagi kami yang sangat terdampak akan adanya bencana tapi yang kami butuhkan adalah dana langsung tunai”.* (wawancara 18 Juli 2022)

Bentuk ide-ide inilah yang harus dikomunikasikan dimana setiap anggota dari Arkom mampu mempersuasi masyarakat tanpa iming-iming selain ide dan pengetahuan. Komunikasi persuasif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengubah sudut pandang, sikap maupun keyakinan seseorang atau komunitas. Oleh karena dibutuhkan metode komunikasi persuasif untuk meningkatkan motivasi masyarakat pesisir Mamboro untuk segera bangkit dari keterpurukan akibat gempa dan tsunami yang pernah melanda.

Di sisi lain, Samsuddin mengatakan bahwa:

*“Pada awalnya masyarakat pesisir Mamboro tidak yakin akan keberadaan LSM Arkom di tengah-tengah masyarakat pesisir Mamboro disebabkan menurut masyarakat, mereka tidak membutuhkan sumbangsih ide-ide tapi lebih membutuhkan dana atau uang tunai dimana uang tunai tersebut lebih bermanfaat dibanding ide-ide cerdas yang ditawarkan oleh para petugas Arkom”.* (wawancara 18 Juli 2022)

Kemampuan LSM Arkom dalam membujuk atau memengaruhi masyarakat agar mau menerima pesan yang dikirimkan, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan persuasif atau komunikator dalam hal ini pegawai Arkom. Peran Arkom sebagai komunikator dan pesannya adalah bagaimana melibatkan peran masyarakat dalam membangun tempat tinggalnya secara mandiri yang ditujukan kepada masyarakat pesisir Mamboro sebagai komunikannya.

Dalam membangun keinginan masyarakat untuk segera bangkit dari masa krisis dan masa trauma dengan adanya bencana alam, maka dorongan dalam bentuk motivasi dengan menggunakan metode komunikasi persuasif digunakan oleh para pegawai Arkom. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar bagi seseorang dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Motivasi terdiri dari berbagai bentuk Motivasi merupakan sebuah daya gerak agar

tercapainya tujuan yang dikehendaki. Saptono (2016) menyatakan bahwa motivasi merupakan sebuah psikologis manusia yang dapat menjadi daya pendorong dalam mencapai suatu hal di mana pada akhirnya dapat memunculkan perilaku khusus dari seseorang atau komunikan yang dipersuasi.

Abdi sebagai salah satu petugas dari Arkom mengurai bagaimana sulitnya ketika pertama kali bersentuhan dengan masyarakat pesisir Mamboro untuk meyakinkan keberadaan LSM Arkom dalam menyampaikan ide-ide yang ditawarkannya. Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti.

*“Awal ketika kami datang ke tempat ini, di masyarakat pesisir Mamboro, masyarakat yang terdampak gempa dan tsunami tidak yakin dan tidak percaya dengan kehadiran kami untuk membantu, karena harapan mereka kami membantu mereka dalam bentuk uang tunai, padahal kami hanya datang dengan membawa konsep, membawa ide-ide dan gagasan-gagasan kami dari Arkom”.* (wawancara 19 Juli 2022)

Persuasi adalah kemampuan berkomunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain. Kemampuan ini membutuhkan keterampilan dan kepercayaan sehingga komunikan bersedia dan mau mengikuti apa yang diinginkan oleh orang yang membujuk atau komunikator.

Karakteristik masyarakat yang cenderung temperamental dan berpendidikan rendah memberi kesulitan tersendiri di dalam mempersuasinya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Samsuddin pada saat wawancara yang mengatakan bahwa:

*“Warga kita sudah kehilangan rumah, mata pencaharian, sementara orang dari Arkom hanya mengundang saja warga rapat dan rapat saja setiap malam, sehingga hal ini mengundang sedikit kejengkelan dari warga karena mereka sebetulnya bukan*

*mengharapkan itu, tapi lebih kepada atau dalam bentuk materi, apakah itu uang, beras atau yang lainnya”.* (wawancara 19 Juli 2022)

Tipikal masyarakat seperti ini membutuhkan kemampuan mempersuasi yang baik dan membutuhkan kesabaran di dalam mendekatinya. Proses dan tahapan di dalam mempersuasi membutuhkan kemampuan mendekati pemimpin yang didengar oleh masyarakat.

Sebelum turun untuk mempersuasi warga maka seorang petugas Arkom terlebih dahulu memetakan kelompok-kelompok dan pemimpinnya, atau tokoh masyarakat yang dianggap punya pengaruh terhadap masyarakat itu sendiri. Sehingga persuasi dilakukan dengan pendekatan kepada pimpinan kelompoknya yang menjadi sasaran awal dalam mempersuasi kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pemetaan kelompok dalam masyarakat memudahkan petugas Arkom untuk melakukan persuasi. Membagi masyarakat secara kelompok-kelompok kecil berdasarkan pemimpin-pemimpin yang memiliki pengaruh atau didengarkan mempermudah petugas Arkom untuk mengatasi hambatan dan kebuntuan di dalam mempersuasi masyarakat secara individu. Sebagaimana disampaikan kembali Emy bahwa:

*“Salah satu cara pendekatan yang dilakukan pihak Arkom adalah, mendekati beberapa tokoh masyarakat dan melalui tokoh masyarakat inilah yang dijadikan media oleh Arkom untuk melakukan pendekatan ke masyarakat agar ide-ide, gagasan-gagasan mereka bisa diterima oleh masyarakat pesisir Mamboro yang kehilangan tempat tinggal dan kehilangan pekerjaan mereka”.* (Wawancara, 20 Juli 2022)

Tipikal masyarakat seperti penjelasan di atas membutuhkan kemampuan mempersuasi yang baik dan membutuhkan kesabaran di dalam mendekatinya. Proses dan tahapan di dalam mempersuasi membutuhkan

kemampuan mendekati pemimpin yang didengar oleh masyarakat.

Komunikasi persuasif merupakan suatu proses pertukaran makna yang memiliki sifat atau tujuan untuk memengaruhi komunikan. Beberapa hal yang menjadi dasar dari komunikasi persuasif; salah satu diantaranya adalah pesan. Komunikator merupakan pemberi pesan sehingga perlu diperhatikan pemilihan orang yang akan menjadi komunikan sehingga pesan atau ajakan yang ditujukan dapat tersampaikan. Pesan merupakan apa yang ingin disampaikan kepada komunikan atau sasaran dari komunikator.

Menurut Safriyah (2015) selain adanya tahapan dan komunikator yang memiliki peranan penting dalam metode komunikasi persuasif, penyusunan pesan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan. Kejelasan pesan yang ingin disampaikan akan sangat mempengaruhi baik untuk komunikator khususnya masyarakat pesisir di Kelurahan Mamboro. Sementara menurut Nirmala (2015) bentuk pesan yang disampaikan dengan menggunakan metode komunikasi persuasif pada umumnya menggunakan metode persuasi tidak langsung sehingga penyampaian pesan terkesan tidak memerintah namun sertai dalam bentuk ajakan maupun himbauan.

Pola berkesinambungan dengan memberi penguatan diadakan secara terus menerus selama beberapa bulan. Rapat demi rapat terus dilakukan guna membangun efek persuasive dari tahapan kognitif menuju tahapan afektif yang berujung pada aktifitas yang melibatkan peran warga selaku penggerak program sehingga terbangun tahapan konatif.

Posisi Arkom sebagai komunikator tidak hanya harus merumuskan pesannya secara tepat tapi harus memahami siapa komunikan mereka. Arkom sadar bahwa memahami karakter komunikan membuat mereka mampu merumuskan pesan yang tepat guna pencapaian hasil yang maksimal. Sebagai LSM yang tidak membawa bantuan berbentuk barang maka sebuah beban yang

berat harus dipikul setiap anggota dalam mempersuasi. Hal ini diperkuat oleh Fadli, perwakilan dari Arkom yang ikut memantau dan memberikan kontribusinya dalam memberikan penguatan kepada masyarakat pesisir Mamboro yang mengatakan bahwa:

*“Awalnya masyarakat seperti ogah-ogahan ketika kami ajak untuk duduk bersama, malah ada yang sempat mengundurkan diri karena merasa terlalu lama mereka belum mendapatkan apa-apa seperti harapan mereka”.* (wawancara 20 Juli 2022)

Karakter komunikan yang seperti penjelasan di atas menuntut kemampuan komunikator menyandikan pesan agar setara didalam tingkat pemahaman maksud dan arah pesan. Di sinilah terlihat pengelolaan pesan dilakukan secara bertahap oleh Arkom membutuhkan perencanaan yang baik. Terlebih proses penyampaian persuasi ini tidak bisa diterima secara cepat oleh komunikan dikarenakan hambatan minimnya tingkat pengetahuan dan watak yang temperamental. Hal tersebut senada apa yang disampaikan oleh Devito (2011:499) usaha melakukan persuasi ini memusatkan perhatian pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dapat dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan komunikan.

Upaya awal dengan membuat pemetaan karakter masyarakat dan siapa saja tokoh yang didengar oleh mereka. Sebagai pembuka awal proses persuasi yang mereka lakukan. Dari hasil pemetaan itu maka mereka menemukan bahwa masyarakat sebagai komunikan lebih bisa menerima pesan jika tokoh masyarakatnya bisa menerimanya.

Pesan diramu secara karakteristik dengan mengorganisasikan pesan dalam urutan-urutan pesan berdasarkan kriteria kebutuhan penyampain. Di awal pesan lebih banyak membangun karakter masyarakat. Membangun karakter masyarakat di dahulukan dalam mempersiapkan tahapan

lanjut persuasi mandiri dalam mengatasi tempat tinggal.

Hambatan penolakan dihadapi dengan mendekati siapa tokoh yang didengar yang bersangkutan, meski terkadang hambatan berwujud kekerasan verbal dan pengancaman. Hambatan ini banyak berhasil diatasi dengan mendekati tokoh masyarakat yang didengar. Proses yang panjang dan memakan waktu semakin menambah kebosanan bagi penerima pesan. Beberapa minggu pasca bencana alam di Sulawesi Tengah, Yayasan Arkom datang untuk membantu masyarakat yang terdampak bencana seperti di daerah Mamboro, Kecamatan Palu Utara. Bantuan tersebut tidak dalam bentuk barang ataupun makanan, namun berbentuk ide kreatif agar masyarakat mampu bangkit untuk menjalani kehidupan dengan lebih baik. Namun, niat baik yang ditawarkan oleh Yayasan Arkom menerima penolakan dari masyarakat, karena korban bencana hanya mau menerima bantuan yang bisa dilihat dan langsung digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Penolakan masyarakat ternyata tidak membuat Yayasan Arkom menjadi patah semangat, begitu banyak upaya yang dilakukan, mulai dari pendekatan secara budaya, tokoh-tokoh masyarakat hingga pada tokoh-tokoh agama. Alhasil upaya yang dilakukan mendapatkan respon positif dari masyarakat yang terdampak bencana alam, khususnya di daerah Kota Palu.

Arkom akan terus mempersuasi dengan penegasan dan penguatan isi pesan dengan membangun motivasi yang secara mandiri bisa dilakukan oleh masyarakat tanpa harus berharap banyak dari pemerintah. Kemandirian dan rasa percaya diri diwujudkan dengan melibatkan peran masyarakat secara penuh untuk mengurus kebutuhannya secara mandiri.

Penguatan persuasi dengan membangun percontohan yang melibatkan masyarakat secara penuh. percontohan dibangun secara swamandiri. Wujud percontohan ini membangun sebuah tahapan afektif dimana masyarakat mulai suka

dengan ide membangun secara mandiri. Alhasil penolakan yang muncul di tengah proses mulai berubah menjadi daya tarik lebih bagi persuasi yang dilakukan Arkom.

Upaya arkom dalam mempersuasi juga disupport oleh kemampuan mereka bersabar dalam menyampaikan isi pesan. Peran Arkom sebagai komunikator dalam hal ini juga sebagai persuader dan masyarakat pesisir pantai mamboro sebagai persuade pada akhirnya terjadi kesamaan penyandian pesan sehingga terjadi kesamaan makna yang berujung pada terwujudnya umpan balik yang diharapkan

Keberhasilan Arkom dalam mempersuasi masyarakat pesisir pantai Mamboro terlihat dari keberhasilan mereka melibatkan masyarakat membangun lingkungan tinggalnya secara swamandiri, di tempat yang baru. Pembangunan dikerjakan benar-benar dari dan oleh mereka secara setahap demi tahap, pengolahan tempat pembangunan, pemilihan bahan baku bangunan, serta rancangan bentuk bangunan dan mewujudkan pembangunan rumah tinggal. Arkom bertindak sebagai pendamping membimbing masyarakat melaksanakan tahapan demi tahapan. Kemampuan Arkom dalam mempersuasi terbukti dari kedekatan mereka secara emosional dengan masyarakat pesisir mamboro yang menganggap seperti keluarga sendiri.

Sebagai komunikator Arkom berhasil membangun komunikasi yang sangat berhasil dari segi pencapaian dikarenakan target capaian tujuan pesan berhasil membuat masyarakat memenuhi keinginan mereka dalam mewujudkan peran serta masyarakat dalam mewujudkan target rumah tinggal permanen bagi mereka.

Pendekatan yang dilakukan oleh Yayasan Arsitek Komunitas (Arkom) Indonesia bertujuan untuk mempersuasi masyarakat sebagai korban bencana agar memiliki semangat hidup yang tinggi dan bisa mendapatkan kembali rumah impian yang tentunya dilalui dengan proses kerja sama antara pihak yayasan dan masyarakat setempat. Yayasan Arkom menyampaikan

pesan-pesan persuasi yang bisa dimengerti dengan baik dan tentunya mampu memberikan gambaran yang positif terkait dengan tujuan yang dicapai. Selain itu, upaya lain yang dilakukan oleh yayasan Arkom yaitu menjadi fasilitator untuk bisa berkomunikasi dengan pemerintah daerah terkait dengan ide pembangunan rumah yang tidak jauh dari tempat mencari nafkah, karena pada umumnya masyarakat yang terdampak bencana tinggal di tepi pantai. Proses negosiasi yayasan dan pemerintah tentunya mendapatkan hasil yang baik sehingga inilah yang kemudian menjadikan masyarakat sebagai korban lebih bersemangat lagi untuk bisa bekerja sama dengan baik dalam mewujudkan harapan untuk membangun kembali rumah tempat tinggal.

Kerja sama yang dilakukan oleh Yayasan Arkom dan masyarakat pada dasarnya memberikan hasil yang maksimal karena masyarakat mampu bangkit, mengubah *mindset* mereka menjadi positif dan memberikan rasa kepercayaan yang baik terhadap yayasan Arkom dalam mengatur proses pembangunan tempat tinggal agar mendapatkan hasil yang maksimal.

Upaya yang dilakukan oleh Yayasan Arkom Indonesia tentunya didukung dengan adanya komunikasi, pesan-pesan didesain dengan baik sehingga mampu memberikan pemahaman yang baik pula pada masyarakat yang terkena dampak bencana alam di Sulawesi Tengah, seperti di Kota Palu, Sigi dan Donggala. Pesan yang didesain tersebut disampaikan dengan lebih santai, menyentuh ranah psikologis dan digunakan juga pendekatan budaya bagi masyarakat setempat.

## SIMPULAN

Arkom sebagai salah satu LSM yang ada di Kota Palu turut serta memberikan kontribusi pada masyarakat yang berdampak bencana alam, khususnya masyarakat pesisir di Kelurahan Mamboro, kecamatan Palu Utara. Dalam mendesain pesan komunikasi persuasif yang dilakukan

oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Yayasan Arsitek Komunitas pasca gempa, tsunami dan likuefaksi di Kelurahan Mamboro Kecamatan Palu Utara Kota Palu adalah dengan menggunakan tokoh masyarakat sebagai media dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, dan pesan yang disampaikan komunikator kepada masyarakat didesain dengan efektif sehingga pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan selama kegiatan tersebut berlangsung.

Keberhasilan Arkom dalam mempersuasi masyarakat pesisir pantai Mamboro terlihat dari keberhasilan mereka melibatkan masyarakat membangun lingkungan tinggalnya secara swamandiri, di tempat yang baru. Pembangunan dikerjakan benar-benar dari dan oleh mereka secara setahap demi tahap, pengolahan tempat pembangunan, pemilihan bahan baku bangunan, serta rancangan bentuk bangunan dan mewujudkan pembangunan rumah tinggal. Arkom bertindak sebagai pendamping membimbing masyarakat melaksanakan tahapan demi tahapan. Kemampuan Arkom dalam mempersuasi terbukti dari kedekatan mereka secara emosional dengan masyarakat pesisir mamboro yang menganggap seperti keluarga sendiri.

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, seperti keterbatasan waktu penelitian, sehingga peneliti kurang dalam membahas tentang desain komunikasi persuasif. Untuk itu diharapkan agar peneliti selanjutnya mampu lebih mendalami desain komunikasi persuasif yang dilakukan oleh LSM yang lain.

## REFERENSI

Daryono, Mudrik R, dkk. 2018. *Survei Offset Permukaan Gempa Palu 2018 (KAJIAN GEMPA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH: 28 SEPTEMBER 2018 M 7,4)*. Pusat Studi Gempa Nasional (PuSGeN), Pusat Litbang

- Perumahan dan Pemukiman, Balitbang PUPR
- De Vito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*, Edisi Kelima. Jakarta: Karisma Publishing Group
- Ilyas, 2017. *Konstruksi Identitas Etnik Untuk Memperoleh Akses Ekonomi dan tuntutan Corporate Social responsibility (Studi Kasus pada Komunitas Etnik lokal di Sekitar Tambang Migas Tiaka, Kabupaten Morowali Utara, Sulawesi Tengah)*. Universitas Padjadjaran.
- KBI Antara, 2020, Arkom upayakan penyintas tsunami Mamboro-Palu tempati huntap Desember <https://www.antaraneews.com/berita/1756689/arkom-upayakan-penyintas-tsunami-mamboro-palu-tempati-huntap-desember> Diakses tanggal 2 April 2022
- Latief, Hamzah, dkk. 2018. *Laporan Survei Tsunami Palu 28 September 2018. (KAJIAN GEMPA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH: 28 SEPTEMBER 2018 M 7,4)*. Pusat Studi Gempa Nasional (PuSGeN), Pusat Litbang Perumahan dan Pemukiman, Balitbang PUPR
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Miles, Matthew B, dan Huberman, A. Michael. 1992. *Qualitative Data Analysis*. (Terjemahan: Tjetjep Rohendi dengan judul: Analisis Data Kualitatif), UI-Press: Jakarta
- Nasution, S. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung, Tarsito, 1992.
- Nirmala, V. (2015). *Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres*. *Kandai*, 11(2), 139–150. doi:<https://doi.org/10.26499/jk.v11i2.222>
- Nurhaidar, 2009. *Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Seni Dan Budaya Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pasca Konflik Di Kabupaten Poso*. Universitas Hasanudin : Makassar.
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta : PT.Indeks
- Riyanto & Mahfud, Waryani Fajar & Mokhammad. 2012. *Komunikasi Islam I (Perspektif Integrasi-Interkoneksi)*. Yogyakarta : Galuh Patria.
- Safriyah, A. (2015). *Tindak Tutur Imbauan Dan Larangan Pada Wacana Persuasi Di Tempat-Tempat Kos Daerah Kampus*. Surakarta. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/32764/>
- Saptono, Y. J. (2016). *Motivasi dan Keberhasilan Belajar Siswa*. REGULA FIDEI: Jurnal Pendidikan Agama Kristen, 1(1), 181–204. Retrieved from <http://christianeducation.id/e-journal/index.php/regulafidei/article/view/9>
- Suluhmerdeka.com, 2020, Berhasil dalam Pemulihan Pasca Bencana Palu Berbasis Komunitas, Arkom Indonesia diganjar Penghargaan <https://suluhmerdeka.com/id/berita/berhasil-dalam-pemulihan-pasca-bencana-palu-berbasis-komunitas-arkom-indonesia-diganjar-penghargaan/> diakses tanggal 2 April 2022
- Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Banten : Universitas Terbuka
- VOA Indonesia, 2020, KBI Antara, 2020, Arkom upayakan penyintas tsunami Mamboro-Palu tempati huntap Desember <https://www.voaindonesia.com/a/b>

[engkel-risha-arkom-berdayakan-masyarakat-penyintas-bencana-di-sulteng/5300914.html](https://engkel-risha-arkom-berdayakan-masyarakat-penyintas-bencana-di-sulteng/5300914.html) diakses tanggal 2 April 2022

# STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI PASANGAN SUAMI DAN ISTRI DALAM MENCEGAH TINDAKAN PERSELINGKUHAN DI KABUPATEN DONGGALA

Sumarni Zainuddin<sup>1\*</sup>, Muhammad Wahid<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako

\*Email: sumarnijuraj@gmail.com

## ABSTRACT

*Marriage is an expression of the peak of a relationship in which there are various kinds of rules that certainly cannot be broken, especially concerning infidelity. The purpose of the study was to determine the interpersonal communication strategy of husband and wife in preventing infidelity in Donggala Regency. Qualitative research method. Informants were taken by purposive sampling technique. This study uses observation and in-depth interviews. The results showed that in preventing acts of infidelity, interpersonal communication strategies that must be applied by husband and wife couples in Donggala Regency are mutual respect, maintaining commitments that have been mutually agreed upon, being open to each other in information, applying polite and courteous attitudes towards partners. , maintain the sense of trust given by the partner, and the most important thing is to be able to control yourself well when using social media that can connect with anyone, both near and far.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication; Husband and Wife; Infidelity*

## ABSTRAK

Pernikahan merupakan sebuah ekspresi puncak dari sebuah hubungan yang di dalamnya terdapat berbagai macam aturan yang tentunya tidak bisa untuk dilanggar, khususnya berkaitan dengan perselingkuhan. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi antarpribadi pasangan suami dan istri dalam mencegah tindakan perselingkuhan di Kabupaten Donggala. Metode penelitian kualitatif. Informan diambil dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mencegah terjadinya tindakan perselingkuhan, strategi komunikasi antarpribadi yang harus diterapkan oleh pasangan suami dan istri di Kabupaten Donggala yaitu saling menghargai, menjaga komitmen yang sudah disepakati secara bersama-sama, saling terbuka dalam informasi, menerapkan sikap sopan dan santun terhadap pasangan, menjaga rasa kepercayaan yang diberikan oleh pasangan, dan yang terpenting ialah mampu mengontrol diri dengan baik saat menggunakan media sosial yang bisa terhubung dengan siapapun baik dalam jarak yang dekat ataupun jauh.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Antarpribadi; Suami dan Istri; Perselingkuhan*

**Submisi:** 29 September 2022

## PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk Allah yang diciptakan dengan begitu sempurna baik secara fisik dan rohaniah. Setiap manusia memiliki proses kehidupan tersendiri yang tentunya berbeda dengan manusia lainnya. Proses tersebut akan mampu memberikan pemahaman yang baik dalam melakukan tindakan sosial yang tidak hanya bertemu dengan keluarga inti namun akan berinteraksi langsung dengan orang

lain. Proses interaksi yang dilakukan oleh setiap manusia, seiring bertambahnya usia dan pengalaman hidup, umumnya terjadi proses *relationship* yang di dalamnya terdapat komitmen sehingga mampu dibuktikan dalam hubungan pernikahan baik sah berdasarkan agama dan hukum yang berlaku di Negara Indonesia. Pernikahan bukanlah hal yang rumit, namun demikian, kedua insan harus mampu saling menjaga, menyayangi dan bertanggung jawab

terhadap keputusan yang diambil. Pernikahan yang baik ketika suami dan istri mampu menjaga komitmen dan selalu berserah diri kepada Allah SWT.

Pernikahan kedua insan yang terbagi dalam dua peran umum yaitu suami dan istri tentunya membutuhkan komunikasi dalam menyampaikan hal apapun yang tentunya mampu memberikan pengaruh besar terhadap keutuhan rumah tangga. Pada umumnya bahwa komunikasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup pasangan suami istri baik secara biologis, sosiologis, maupun psikologis. Apabila kebutuhan tersebut mampu terpenuhi dengan baik, maka pada dasarnya komitmen yang telah disepakati secara bersama-sama telah terwujud dengan baik, namun sebaliknya jika kebutuhan tersebut tidak mampu untuk dipenuhi dengan baik, tentunya setiap pasangan harus berupaya untuk bisa mewujudkannya karena pada dasarnya bahwa pernikahan adalah sesuatu yang sangat sakral. Komitmen dalam sebuah pernikahan merupakan sebuah janji untuk hidup bersama tanpa hadirnya orang ketiga atau disebut dengan selingkuhan.

Hidup bersama dengan orang yang dicintai dan mendapatkan keturunan adalah impian dari setiap orang. Terbentuknya keluarga kecil yang bahagia menandakan bahwa antara suami dan istri mampu menjalankan pernikahan dengan proses manajemen yang baik. Brehm (1992) mengatakan bahwa pernikahan merupakan ekspresi puncak dari sebuah hubungan intim dan janji untuk bersama seumur hidup (dalam Wisnuwardhani & Mashoedi, 2012: 90). Pada dasarnya, bagian terpenting dalam sebuah pernikahan yaitu membentuk sebuah keluarga bahagia yang di dalamnya terdapat suami, istri dan anak baik berdasarkan pada ikatan darah atau melalui proses adopsi.

Undang-Undang perkawinan No 1 Tahun 1974 Pasal 1, menerangkan bahwa pernikahan atau perkawinan adalah ikatan batin antara pria dan wanita sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga/rumah tangga yang bahagia dan kekal berdasar Ketuhanan Yang Maha Esa.

Pada pasal 7 dinyatakan bahwa perkawinan diizinkan bila laki-laki berumur 19 tahun dan wanita berusia 16 tahun, namun pemerintah juga mempunyai kebijakan dalam UU Perkawinan No.1/1974 tersebut bahwa, perempuan Indonesia diizinkan untuk menikah pada usia 16 tahun atau lebih muda jika mendapat izin dari pengadilan. Oktarina dkk (2015:76) menjelaskan bahwa pernikahan/perkawinan adalah ikatan lahir batin antara seorang laki-laki dengan seorang perempuan sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Tujuan dari ikatan pernikahan adalah untuk mencapai keluarga yang sakral, penuh kasih sayang, kebajikan dan saling menyantuni, membangun, membina, dan memelihara hubungan kekerabatan. Pelaksanaan perkawinan memerlukan suatu lembaga perkawinan yang mengatur hubungan antara suami istri secara yuridis maupun religius sehingga hubungan tersebut sah menurut agama, hukum, dan tidak melanggar norma-norma hukum kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Mengapa perlu mempertimbangkan masyarakat? Karena secara sosiologis, pengakuan dari masyarakat sebagai saksi hidup sangat mempengaruhi interaksi sosial yang terjadi antara pasangan suami istri dan lingkungannya.

Dewasa ini, jika dilihat berdasarkan tindakan masyarakat secara umum, untuk bisa mencapai sebuah pernikahan yang bahagia dan harmonis, kedua belah pihak pasangan pria dan wanita harus melalui empat pranata sosial sebagai proses tahapannya, yaitu: pertama, pranata kencan (*dating*); kedua, pranata peminangan (*courtship*); ketiga, pranata pertunangan (*mate selection*); keempat, pranata pernikahan (*marriage*) (Narwoko dan Suyanto, 2006:227). Empat tahapan tersebut merupakan rangkaian yang saling berkaitan dan berhubungan untuk menuju terbentuknya suatu keluarga. Jadi idealnya, jika empat tahapan tersebut dilalui, maka akan terbentuk dan tercipta sebuah keluarga

yang bahagia, karena kedua belah pihak telah mengadakan interaksi sosial yang intens untuk saling mengenal dan menyelidiki kepribadian dari mereka masing-masing serta membandingkan dengan teliti mengenai perangnya, kepentingannya, dan cita-citanya demi menguji kesejajaran pasangan dalam segala hal sehingga tidak sulit untuk mengadakan penyesuaian. Kedua insan akan mampu hidup berdampingan, saling memahami kekurangan dan kelebihan diri dan tentunya selalu merasa puas dengan pelayanan yang didapatkan. Tindakan ini merupakan harapan terbesar dari hampir semua orang yang ingin hidup berumah tangga.

Berdasarkan realita yang terjadi saat ini, meskipun telah melalui tahap pranata sosial untuk mencapai level pernikahan, namun banyak ditemukan pasangan suami istri yang mengalami konflik rumah tangga disebabkan adanya tindakan perselingkuhan. Artinya bahwa komitmen yang sudah disepakati secara bersama-sama dan aturan yang berasal dari agama dilanggar dengan penuh kesadaran meskipun telah dipahami bahwa tindakan yang dilakukan adalah sebuah kesalahan. *Trend* perselingkuhan banyak terjadi dalam kehidupan keluarga. Perselingkuhan merupakan salah satu aspek kehidupan keluarga dan sering menjadi sumber permasalahan. Perselingkuhan seorang suami merupakan bentuk penyimpangan tindakan anggota keluarga dilakukan tanpa sepengetahuan istrinya, demikian juga sebaliknya. Perselingkuhan dilakukan di berbagai aspek kehidupan keluarga, seperti keuangan, kebijakan keputusan, seksual, persahabatan, hubungan dengan orang tua, pekerjaan, dan sebagainya. Perselingkuhan biasanya ditandai dengan perubahan sikap. Perubahan sikap paling nyata dan sering terjadi dalam kasus perselingkuhan adalah kecenderungan untuk merahasiakan sesuatu, bertindak defensif (bersikap bertahan), dan berbohong (Satiadarma, 2010).

Kamus Besar Bahasa Indonesia, selingkuh, secara etimologi diartikan sebagai perbuatan dan perilaku suka

menyembunyikan sesuatu untuk kepentingan sendiri, tidak berterus terang, tidak jujur, dan curang (Depdiknas, 2002:1021). Kebohongan yang dilakukan oleh pasangan yang telah berselingkuh tentunya akan memberikan dampak negatif dalam hubungan rumah tangga seperti terjadinya tindakan perceraian. Berdasarkan data bahwa perceraian di Provinsi Sulawesi Tengah mencapai 2.848 kasus. Pengadilan Tinggi Agama Sulteng mencatat kasus perceraian sejak Januari hingga Oktober 2021, khususnya Kabupaten Donggala sebanyak 351 kasus cerai gugat dan 97 kasus cerai talak (Palu Poso, 2021)

Penelitian yang dituliskan oleh Afgan Nugraha, Amiruddin Barinong & Zainuddin tentang “Faktor Penyebab Terjadinya Perceraian Rumah Tangga Akibat Perselingkuhan” menunjukkan hasil bahwa faktor yang melatarbelakangi keterlibatan perselingkuhan adalah faktor ekonomi, kurangnya waktu untuk keluarga, perbedaan usia, kurang komunikasi, sosial media, maraknya reuni, adanya kesempatan dan rendahnya akhlak. Sehingga Perlu ada kesadaran pada instansi pemerintahan yang berkaitan dengan pendidikan agar dimasukkan suatu mata pelajaran tentang kehidupan perkawinan dan arti perkawinan sesungguhnya agar setiap siswa dapat mengetahui pandangan tentang perkawinan dan dapat menyikapi masalah-masalah dalam kehidupan rumah tangga sejak dini. (Afgan, Barinong & Zainuddin, 2020)

Pada dasarnya pernikahan atau perkawinan merupakan ikatan suci yang harus dijaga dengan baik antara suami dan istri. Keduanya harus bisa saling menyayangi dan menghargai satu sama lainnya, menjaga komunikasi yang baik dan menyadari bahwa pernikahan bukan hanya disaksikan oleh manusia saja melainkan terdapat kuasa dari Allah SWT. Olehnya itu, sebagai insan yang beragama patutlah menjaga ikatan suci tersebut dengan tidak melakukan tindakan yang salah seperti perselingkuhan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Antarpribadi

Menurut De Vito (dalam Liliweri, 2003: 55) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain dalam hal sedikitnya jumlah partisipan yang terlibat, orang-orang yang terlibat (*interectants*) secara fisik sangat dekat satu sama lain, dan ada banyak *channel* yang dipergunakan dan *feedback*-nya sangat cepat. Lebih jauh lagi dijelaskan bahwa tidak hanya dekat secara fisik, namun batin yang dimiliki oleh pelaku komunikasi antarpribadi seperti pasangan suami istri juga sangat dekat sehingga dalam proses pengiriman pesan lebih mendalam karena menggunakan rasa kasih sayang, cinta, bertukar pikiran dalam bentuk mencurahkan isi hati, saling menghargai dan tentunya saling memahami peran serta tanggung jawab siapa yang menjadi suami, isteri dan anak.

Menurut West dan Turner (2008:36) yang mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi terjadi secara langsung antara dua orang. Dalam hal ini terdapat juga beberapa fungsi komunikasi antarpribadi, yakni berusaha meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut. (Cangara, 2004:56).

### Pernikahan

Perkawinan adalah suatu peralihan atau *life cycle* dari tingkat hidup remaja ke tingkat hidup berkeluarga dari semua manusia di dunia. Dipandang dari sudut pandang kebudayaan manusia, maka perkawinan merupakan pengatur tingkah laku manusia yang bersangkutan paut dengan kehidupan seksnya, yaitu kelakuan-

kelakuan seks dan hubungan seksual. Selain sebagai pengatur kelakuan seksnya, perkawinan juga mempunyai berbagai fungsi lain dari kehidupan kebudayaan dan masyarakat manusia. Pertama-tama perkawinan memberi ketentuan hak dan kewajiban serta perlindungan kepada hasil hubungan seksual, yaitu anak-anak. Perkawinan juga memenuhi kebutuhan manusia akan seorngteman hidup; memenuhi kebutuhan akan harta, akan gengsi, dan kelas masyarakat; dan pemeliharaan akan hubungan baik antara kelompok-kelompok kerabat tertentu sering juga merupakan alasan dari suatu perkawinan. Dari pengertian ini, perkawinan lebih bersifat fungsionalistik, dalam hal ini perkawinan secara disengaja dilakukan oleh manusia agar manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga manusia mampu menempatkan diri pada fungsi dan perannya masing-masing di dalam suatu perkawinan (Koentjaraningrat, 1992:93).

Berdasarkan hasil penelitian yang dituliskan oleh Tyas & Tin Herawati (2017:4) dengan judul Kualitas Pernikahan Dan Kesejahteraan Keluarga Menentukan Kualitas Lingkungan Pengasuhan Anak Pada Pasangan Yang Menikah Usia Muda menyatakan bahwa Kualitas pernikahan pada penelitian ini diukur dari dua dimensi, yaitu kebahagiaan pernikahan dan kepuasan pernikahan. Kebahagiaan pernikahan dilihat dari aspek ekonomi, komunikasi dengan keluarga pasangan, pengasuhan anak, kepribadian pasangan, komitmen pernikahan, dan hubungan intim. Pada aspek **komitmen pernikahan**, mayoritas istri selalu menjaga komitmen pernikahan dengan suami (81,4%), tetapi mayoritas istri juga merasa suami selingkuh (52,9%). Pada aspek **hubungan intim**, lebih dari tiga perempat istri merasa terpaksa melakukan hubungan seks jika ada masalah dengan suami (77,1%). Secara umum, kualitas pernikahan dalam aspek kebahagiaan pernikahan pada keluarga yang menikah di usia muda yang dipersepsikan istri termasuk dalam kategori sedang (41,4%).

## Perselingkuhan

Blow dan Hartnett, perselingkuhan secara terminologi adalah kegiatan seksual atau emosional dilakukan oleh salah satu atau kedua individu terikat dalam hubungan berkomitmen dan dianggap melanggar kepercayaan atau norma-norma (terlihat maupun tidak terlihat) berhubungan dengan eksklusivitas emosional atau seksual. (Bastian, 2012).

## KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti merujuk pada pendapat yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (Ilyas, 2017:93) menyatakan bahwa informan dipilih secara purposif. Teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara mendalam. Analisis data menurut pandangan Miles dan Huberman (1992) bahwa terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kehidupan rumah tangga pasangan suami dan istri tentunya akan mengalami berbagai macam dinamika, mulai dari hal yang positif hingga pada hal yang negatif, seperti melakukan tindakan perselingkuhan dengan mencintai orang lain. Tindakan ini tentunya bisa melanggar komitmen rumah tangga, sebab sangat jarang pasangan yang ingin dibagi rasa cinta dan kasih sayangnya. Maka tak heran, jika banyak rumah tangga yang berkonflik disebabkan dengan hadirnya orang ketiga. Konflik yang terjadi bisa merugikan banyak pihak, khususnya pasangan suami istri dan anak-anaknya, begitu banyak dampak psikologis yang mereka terima hingga membuat trauma saat akan melakukan hubungan sosial dengan orang lain, seperti trauma yang dirasakan oleh anak-anak dan bisa menyebabkan mereka bertindak yang kurang baik. Pada dasarnya perselingkuhan adalah sebuah

masalah yang tentunya akan menghadirkan masalah baru jika tidak diatasi dengan baik.

Perilaku selingkuh dapat dikategorikan sebagai bentuk mekanisme pertahanan diri yaitu upaya mempertahankan keseimbangan diri dalam menghadapi tantangan kebutuhan diri. Kebutuhan-kebutuhan yang tidak tercapai dalam keluarga akan dicapai pemenuhannya secara semu dengan cara berselingkuh. Cara berselingkuh seolah-olah masalah yang dihadapi akan terselesaikan sehingga memberikan keseimbangan untuk sementara waktu, namun, karena cara itu merupakan cara yang semu dan tidak tepat, maka yang terjadi adalah timbulnya masalah baru yang menuntut untuk pemecahan lagi. (Surya, 2009: 412).

Masalah baru yang didapatkan dari perselingkuhan tentunya beragam, bisa berkaitan dengan perceraian, menurunnya pendapatan ekonomi, adanya fasilitas yang didapatkan secara bersama-sama namun harus dijual, terjadinya tindakan kekerasan dalam rumah tangga, harus berurusan dengan kepolisian dan hukum, dan yang paling menderita ialah anak-anak, karena mereka tidak akan lagi mendapatkan kasih sayang penuh seperti anak-anak lain yang orang tuanya hidup dengan penuh keharmonisan dan kasih sayang.

Pada dasarnya, tindakan perselingkuhan terjadi disebabkan oleh banyak faktor. Berdasarkan hasil penelitian yang dituliskan oleh Tyas dan Tin Herawati (2017:4) dengan judul Kualitas Pernikahan Dan Kesejahteraan Keluarga Menentukan Kualitas Lingkungan Pengasuhan Anak Pada Pasangan yang Menikah Usia Muda menyatakan bahwa Kualitas pernikahan pada penelitian ini diukur dari dua dimensi, yaitu kebahagiaan pernikahan dan kepuasan pernikahan. Kebahagiaan pernikahan dilihat dari aspek ekonomi, komunikasi dengan keluarga pasangan, pengasuhan anak, kepribadian pasangan, komitmen pernikahan, dan hubungan intim. Pada aspek *komitmen pernikahan*, mayoritas istri selalu menjaga komitmen pernikahan dengan suami (81,4%), tetapi mayoritas istri

juga merasa suami selingkuh (52,9%). Pada aspek *hubungan intim*, lebih dari tiga perempat istri merasa terpaksa melakukan hubungan seks jika ada masalah dengan suami (77,1%). Secara umum, kualitas pernikahan dalam aspek kebahagiaan pernikahan pada keluarga yang menikah di usia muda yang dipersepsikan istri termasuk dalam kategori sedang (41,4%).

Terkait dengan masalah perselingkuhan, sebelum terjadi tindakan demikian, maka setiap pasangan suami dan istri harus memiliki strategi tersendiri yang umumnya mampu menerapkan komunikasi antarpribadi dengan baik. Menurut West dan Turner (2008:36) yang mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi terjadi secara langsung antara dua orang. Dalam hal ini terdapat juga beberapa fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut. (Cangara, 2004:56). Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh pasangan suami dan istri di Kabupaten Donggala memiliki manfaat yang sangat besar yaitu mengatasi terjadinya konflik atau bahkan bisa mencegah terjadinya masalah-masalah yang tidak diinginkan seperti adanya perilaku perselingkuhan.

Mencegah terjadinya tindakan perselingkuhan melalui komunikasi antarpribadi bisa dilakukan dengan berbagai macam strategi yaitu saling menghargai, menjaga komitmen yang sudah disepakati secara bersama-sama, saling terbuka dalam informasi, menerapkan sikap sopan dan santun terhadap pasangan, menjaga rasa kepercayaan yang diberikan oleh pasangan, dan yang terpenting ialah mampu mengontrol diri dengan baik saat

menggunakan media sosial yang bisa terhubung dengan siapapun baik dalam jarak yang dekat ataupun jauh. Pada dasarnya bahwa strategi tersebut merupakan bagian dari komunikasi antarpribadi yang sangat penting untuk diterapkan dalam menjalani kehidupan rumah tangga pasangan suami dan istri di Kabupaten Donggala.

## SIMPULAN

Kesimpulan terkait dengan penelitian tentang strategi komunikasi antarpribadi dalam mencegah terjadinya tindakan perselingkuhan yaitu saling menghargai, menjaga komitmen yang sudah disepakati secara bersama-sama, saling terbuka dalam informasi, menerapkan sikap sopan dan santun terhadap pasangan, menjaga rasa kepercayaan yang diberikan oleh pasangan, dan yang terpenting ialah mampu mengontrol diri dengan baik saat menggunakan media sosial yang bisa terhubung dengan siapapun baik dalam jarak yang dekat ataupun jauh.

## REFERENSI

- Adrian, Donal. 2016. *Relationship Dalam Komunikasi Antarbudaya Etnik (Studi Kasus: Pembentukan, Pemeliharaan dan Dinamika Relationship dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Sulawesi Tengah dan Mahasiswa Jawa di Yogyakarta)*. Universitas SebelasMaret, Surakarta.
- Afgan, Nugraha, Amiruddin Barinong & Zainuddin. 2020. Faktor Penyebab Terjadinya Perceraian Rumah Tangga Akibat Perselingkuhan. *Kalabbirang Law Journal*, 2(1),
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- De Vito, Joseph, A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*, edisi kelima. Jakarta: Professional Book.
- Depdiknas. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

- Halim, Amelia. 2018. Pola Komunikasi Keluarga Pasca Perselingkuhan. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 6(1),
- Ilyas, 2017. *Konstruksi Identitas Etnik Untuk Memperoleh Akses Ekonomi dan tuntutan Corporate Social responsibility (Studi Kasus pada Komunitas Etnik lokal di Sekitar Tambang Migas Tiaka, Kabupaten Morowali Utara, Sulawesi Tengah)*. Universitas Padjadjaran.
- Koentjaraningrat. 2003. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Miles, Matthew B, dan Huberman, A. Michael. 1992. *Qualitative Data Analysis*. (Terjemahan: Tjetjep Rohendi dengan judul: Analisis Data Kualitatif), UI-Press: Jakarta
- Narwoko, Dwi dan Bagong Suyanto. 2006. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution, S. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung, Tarsito.
- Palu Poso. 2021. Perceraian di Sulteng Capai 2.848 Kasus. <https://kumparan.com/paluposo/perceraian-di-sulteng-capai-2-848-kasus-1x1eiZK1U68/3>
- Satiadarma, Monty P.. 2010. *Menyikapi Perselingkuhan*. Jakarta: Pustaka Populer, 2010.
- Tyas, Fatma Putri Sekaring & Tin Herawati. 2017. Kualitas Pernikahan Dan Kesejahteraan Keluarga Menentukan Kualitas Lingkungan Pengasuhan Anak Pada Pasangan Yang Menikah Usia Muda. *Jur.Ilm. Kel. &Kons.* 10(1)
- Undang-Undang Dasar 1945, pasal 33, ayat (3)
- Undang-Undang perkawinan No 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan.
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika

# BAHASA PADA PEMBERITAAN INDONESIA-MALAYSIA (Analisis Bahasa Berita tentang Malaysia di Televisi Swasta Indonesia)

Bonaventura Satya Bharata

<sup>1</sup>Departemen Ilmu Komunikasi FISIP – Universitas Atma Jaya Yogyakarta

\*Email: satya.bharata@uajy.ac.id

## ABSTRACT

*This article tries to describe how the language of television journalism in Indonesia constructs news about Malaysia. The news reviewed is news about territorial disputes, cultural claims, and Malaysia's treatment of Indonesian migrant workers or Indonesian citizens. Meanwhile, the news programs studied were Metro Highlight from Metro TV and Liputan 6 from SCTV. This research used a framing analysis method to study news. The results showed that both Metro Highlight and Liputan 6 did framing by selecting facts, diction, and images. Compared to Metro TV, which mostly uses diction in the form of language style, Liputan 6 SCTV uses more straightforward diction. Metro TV displays a lot of provocative images. Liputan 6 SCTV displays more pictures that cool the atmosphere. Metro TV provides a special time for news about Malaysia through the Metro Highlight program, while Liputan 6 SCTV announces it as part of the regular program.*

**Keywords: Language; Framing; Indonesia-Malaysia**

## ABSTRAK

Artikel ini mencoba mendeskripsikan bagaimana bahasa jurnalistik televisi di Indonesia mengkonstruksi berita tentang Malaysia. Adapun berita yang dikaji adalah berita tentang sengketa wilayah, klaim budaya, dan perlakuan Malaysia terhadap TKI atau WNI. Sedangkan program berita yang dikaji adalah Metro Highlight dari Metro TV dan Liputan 6 dari SCTV. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing untuk mengkaji berita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Metro Highlight maupun Liputan 6 melakukan framing dengan pemilihan fakta, diksi, dan citra. Dibandingkan Metro TV yang banyak menggunakan diksi berupa gaya bahasa, Liputan 6 SCTV lebih banyak menggunakan diksi yang lugas. Metro TV menampilkan banyak gambar yang provokatif. Liputan 6 SCTV lebih banyak menampilkan gambar-gambar yang menyejukkan suasana. Metro TV memberikan waktu khusus untuk berita tentang Malaysia melalui program Metro Highlight, sedangkan Liputan 6 SCTV mengumumkannya sebagai bagian dari program reguler.

**Kata Kunci: Bahasa; Framing; Indonesia-Malaysia**

**Submisi: 20 September 2022**

## PENDAHULUAN

Relasi Indonesia-Malaysia berulang kali mengalami pasang surut dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa peristiwa seperti masalah sengketa perbatasan dan wilayah, misalnya persoalan Kepulauan Natuna, Blok Ambalat, Pulau Sipadan dan Ligitan dan masalah klaim budaya (kepemilikan kain Batik, alat musik Angklung, dan tari Reog, tari Pendet, dan tari Piring) sempat merenggangkan relasi Indonesia-Malaysia. Permasalahan lain

yang sering merenggangkan relasi Indonesia-Malaysia adalah masalah tenaga kerja Indonesia dan masalah bencana asap (*haze*) akibat kebakaran hutan dan lahan di Indonesia yang berdampak hingga ke Malaysia. Permasalahan terakhir yang muncul dan mengusik hubungan Indonesia-Malaysia adalah ketika PM Malaysia Ismail Sabri mengajak Presiden Indonesia Joko Widodo untuk memperjuangkan Bahasa Melayu sebagai Bahasa resmi ASEAN. Menteri Pendidikan Indonesia Nadiem

Makarim menolak tegas ajakan Malaysia ini (April 2022).

Pengalaman sejarah juga menunjukkan bahwa relasi Indonesia-Malaysia bahkan sempat mencapai titik ketegangan tertinggi pada tahun 1960-an. Presiden Indonesia waktu itu, yakni Ir. Soekarno bahkan melontarkan ide *Ganjang Malaysia!* (Hancurkan Malaysia!) ketika Malaysia menyatakan diri sebagai negara merdeka yang lepas dari Inggris. Indonesia bahkan sudah sampai pada posisi siap berperang dengan Malaysia, namun beruntung hal tersebut tidak terjadi. Di bawah Presiden kedua Indonesia Soeharto dan Perdana Menteri Malaysia Tun Abdul Razak, Indonesia dan Malaysia bersepakat untuk berdamai pada tahun 1967. Pada tahun yang sama Indonesia dan Malaysia bahkan menggagas berdirinya organisasi kerja sama regional ASEAN.

Masalah yang melibatkan relasi Indonesia-Malaysia ini tentu menjadi topik atau tajuk hangat bagi media massa di Indonesia. Misalnya pada saat muncul ketegangan antara Indonesia-Malaysia dalam kasus Miss World Malaysia 2021 menggunakan kain batik dalam peragaan busana internasional, portal media berita online seperti *merdeka.com* juga ikut memberitakan dengan tajuk *Dibully Usai Klaim Kain Batik Berasal dari Negeranya, Miss World Malaysia Minta Maaf* (21 Oktober 2021). Dalam pemberitaan peristiwa ini, media online *merdeka.com* tetap berupaya untuk memberikan ruang bagi pihak Malaysia yang diwakili oleh Instagram Lavanya Sivaji sebagai perwakilan Miss World Malaysia.

Permasalahannya pemberitaan media mengenai Malaysia yang bersinggungan dengan Indonesia di media-media Indonesia tidak selalu memberikan ruang yang mamadai bagi Malaysia untuk bersuara, seperti pada contoh berita di *cnnindonesia.com* yang berjudul *Netizen Kecam Akun Bendera Malaysia yang Hina Indonesia Raya* (28 Desember 2020). Pihak Malaysia sama sekali hanya sedikit mendapatkan ruang untuk berpendapat.

Beberapa peristiwa atau realitas sosial mengenai Malaysia dan berhubungan dengan Indonesia juga menjadi tajuk berita di televisi. Seperti ketika terjadi peristiwa penangkapan tiga orang petugas perairan dari Kementerian Perikanan dan Kelautan oleh Angkatan Laut Diraja Malaysia di wilayah laut Indonesia pada tahun 2010 lalu. Divisi pemberitaan salah satu televisi swasta Surya Citra Televisi (SCTV) memberikan *headline* berita dengan tajuk *Demo Anti Malaysia*. Berita tersebut berisi kesiapsiagaan sebuah korps resimen atau tentara mahasiswa untuk diberangkatkan ke Malaysia jika diperintahkan oleh pemerintah Indonesia.

Berita-berita mengenai Malaysia di media Indonesia menjadi menarik untuk dicermati. Jika dicermati, berita-berita mengenai Malaysia di media Indonesia, khususnya mengenai sengketa wilayah, klaim budaya, masalah TKI, dan bencana asap, memiliki nilai berita konflik di dalamnya. Dalam memberitakan peristiwa yang memiliki potensi konflik, media massa idealnya berperan untuk menyejukkan atau mendinginkan suasana. Media massa harusnya tampil sebagai mediator atau penengah dari pihak-pihak yang berkonflik, bukan malah membuat potensi konflik justru semakin tajam dan mengarah pada konflik terbuka.

Pengalaman sejarah menunjukkan bahwa ketika media massa gagal memposisikan diri sebagai mediator dalam peristiwa konflik, tidak jarang konflik justru semakin tajam bahkan meletup menjadi konflik fisik berupa peperangan. Kasus konflik agama di Ambon (Indonesia) pada tahun 1998-2001 dan konflik suku di Rwanda (Afrika Tengah) pada tahun 1994 telah membuktikan kegagalan media untuk meredam potensi konflik.

Penelitian mengenai peran media yang justru mempertajam konflik agama di Ambon pernah dilakukan oleh Tim Peneliti dari Kantor Berita Radio 68H Jakarta (KBR 68H Jakarta) yang bekerja sama dengan Lembaga *Media Watch* Pantau. Penelitian ini disponsori oleh *Media Development*

*Fund.* Hasil penelitian menunjukkan (Eriyanto, 2003: 185) bahwa media massa, yakni surat kabar *Siwalima* dan *Ambon Ekspres*, terbukti memprovokasi konflik fisik berupa peperangan menjadi konflik yang semakin besar dan terbuka. Tidak hanya media cetak (*print media*), tetapi juga radio siaran (*broadcasting radio*) seperti *Radio Republik Indonesia* (RRI Ambon) dan *Radio Suara Perjuangan Muslim Maluku* (SPMM) juga ikut memperparah konflik.

Kebetulan surat kabar *Siwalima* dan RRI Ambon dikuasai oleh kelompok Kristen sedangkan surat kabar mingguan (*weekly magazine*) *Ambon Ekspres* dan Radio SPMM dikuasai oleh kelompok Muslim. Masing-masing media ini akhirnya mewakili kepentingan kelompoknya untuk mengobarkan potensi konflik. Hal ini dilakukan dengan eksploitasi berita berupa pemilihan foto berita, pemilihan fakta dan peristiwa sebagai materi berita, pemberian judul atau tajuk berita, pemilihan kata, dan cara penyampaian berita yang provokatif.

Sedangkan bagaimana peran media pada konflik antara suku Hutu dan suku Tutsi di Rwanda, pernah dibukukan oleh Linda Kirsche dengan tajuk *Broadcasting Genocide, Censorship, Propaganda, and State-sponsored Violence in Rwanda 1990-1994* pada tahun 1996. Buku ini sudah diterjemahkan ke berbagai bahasa, termasuk dalam Bahasa Indonesia dengan tajuk *Gelombang Kematian, Media Pengobar Genosida di Rwanda* pada tahun 2005. Linda Kirsche dalam Ginanjar (2005: 181) menceritakan bagaimana peran RTL (Radio Television Libre des Mille Collines) yang digunakan oleh penguasa mayoritas dari suku Hutu untuk menggerakkan rakyatnya melakukan pembunuhan massal terhadap suku Tutsi yang minoritas. Hal ini dilakukan dengan cara penyampaian berita yang provokatif dan bahkan menciptakan berita palsu/berita bohong untuk semakin menumbuhkan rasa kebencian masyarakat suku Hutu terhadap suku Tutsi.

Penelitian mengenai berita Indonesia-Malaysia yang pernah dilakukan oleh Nur Wijayani, Kurniasari, & Hendaka

(2012), Priyowidodo & Indrayani (2014), Parahita (2013), Adnan & Dunan (2016), dan Selo, Ahmad, Mahbob, & Salman (2015) menunjukkan bahwa media massa Indonesia menempatkan peristiwa hubungan kedua negara sebagai peristiwa konflik. Pemberitaan dilakukan secara tidak berimbang dan cenderung sensasional dan provokatif. Akibatnya Malaysia sering dipersepsi secara negatif oleh audiensnya. Penelitian ini banyak dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi baik kuantitatif maupun kualitatif. Teknik lainnya yang digunakan adalah dengan *focus group discussion* dan wawancara, terutama kepada audiens media untuk mengetahui bagaimana pendapat audiens mengenai Malaysia.

Tulisan ini mencoba mengulas bagaimana pemberitaan mengenai Malaysia di media televisi Indonesia, khususnya pemberitaan mengenai sengketa wilayah, klaim budaya, dan permasalahan tenaga kerja Indonesia (TKI). Dengan demikian rumusan masalah pada tulisan ini adalah bagaimana konstruksi bahasa berita mengenai Malaysia di media televisi Indonesia, yakni Metro TV dan SCTV?

## TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian konstruksi berita mengenai Malaysia di media massa Indonesia ini tidak dapat melepaskan diri dari pembicaraan mengenai bahasa. Bahasa merupakan alat yang digunakan oleh wartawan dan lembaga media untuk menceritakan ulang peristiwa menjadi berita. Rekonstruksi peristiwa (realitas sosial) menjadi berita (realitas media) tentu menggunakan unsur bahasa didalamnya. Tidak ada informasi, ilmu pengetahuan, ide atau gagasan, dan termasuk pula dengan berita yang dapat dilepaskan dari unsur bahasa ini. Jika dicermati, semua pesan media termasuk juga berita di dalamnya, berisi bahasa. Bahasa yang digunakan untuk merekonstruksi peristiwa menjadi berita dapat berupa bahasa verbal dan juga bahasa non verbal. Bahasa verbal berupa kata-kata tertulis ataupun tuturan lisan, sedangkan

bahasa non verbal berupa gambar bergerak, foto, ilustrasi musik-lagu, intonasi suara, grafik dan tabel.

Penggunaan bahasa dengan cara tertentu juga akan menentukan makna yang dihasilkan. Maka fungsi bahasa dalam sebuah berita tidak hanya sekedar alat untuk menyampaikan informasi fakta dan data yang ada di dalamnya, namun juga menentukan kesan yang akan dimunculkan karena adanya cara-cara tertentu dalam penggunaan bahasa di dalam berita. Bahasa yang digunakan dalam sebuah berita dapat menentukan cara melafalkan (intonasi), tata bahasa, susunan kalimat, dan pemilihan diksi (kosa kata) sehingga berita akan menghasilkan makna tertentu yang saling berbeda satu dengan yang lain walaupun peristiwa yang diliput dan ditulis oleh wartawan dan lembaga media adalah peristiwa yang sama (DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989: 265-269 dan Rafiq, 2012: 2-12).

Terdapat tiga cara yang dapat dilakukan oleh wartawan dan lembaga media untuk melakukan rekonstruksi peristiwa menjadi berita dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa sehingga menghasilkan makna yang baru ini, yaitu (Sudibyo, 2001: 75)

Pertama adalah dengan melakukan pemilihan diksi (kosa kata), penyusunan kalimat, dan alur cerita tertentu. Pemilihan kosa kata, penyusunan kalimat, dan alur cerita tertentu dapat memunculkan makna yang saling berbeda. Apalagi pemilihan diksi tertentu (kata, istilah, simbol atau lambang), secara konvensional memiliki makna tertentu di masyarakat, tentu akan lebih menarik perhatian.

Kedua, dengan melakukan pembingkaihan atau *framing* terhadap peristiwa yang diliput. Hal ini bisa karena tuntutan teknis, seperti keterbatasan ruang dan waktu untuk memberitakan peristiwa tersebut. Keterbatasan ruang, misalnya di surat kabar cetak dan keterbatasan waktu di media massa elektronik. Contohnya peristiwa demonstrasi yang berlangsung selama beberapa jam tentu tidak mungkin

ditayangkan dengan durasi sangat panjang di program berita reguler karena keterbatasan waktu tayang. Wartawan atau lembaga media tentu harus meringkas peristiwa tersebut menjadi beberapa menit atau bahkan beberapa detik saja. Wartawan atau lembaga media perlu untuk “menyederhanakan” peristiwa. Wartawan atau lembaga media tentu harus memilih fakta-fakta tertentu dari sekian banyak fakta dari peristiwa demonstrasi tersebut yang dapat ditayangkan di program berita. Biasanya fakta yang dipilih adalah fakta yang memiliki nilai berita tertentu dan menonjol dari sebuah peristiwa. Konsekuensi pemilihan fakta dan penonjolan fakta atau pembingkaihan peristiwa tersebut adalah makna yang berbeda dari peristiwa yang diliput.

Ketiga, memberikan waktu atau ruang khusus untuk mengulas sebuah peristiwa. Ketika wartawan atau lembaga media memberikan ruang dan waktu khusus untuk sebuah peristiwa, maka peristiwa tersebut dapat menarik perhatian audiens. Semakin besar ruang atau waktu yang diberikan, kesempatan untuk menarik perhatian audiens juga akan semakin tinggi. Dalam hal ini media bertindak sebagai *agenda setter*, seperti yang dikenalkan dalam teori *Agenda Setting*.

## KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Adapun teknik pengumpulan data pada tulisan ini menggunakan analisis isi kualitatif. Analisis Isi Kualitatif, merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang populer digunakan untuk meneliti pesan-pesan komunikasi (*messages*), termasuk di dalamnya pesan-pesan media massa, seperti berita-berita tentang Malaysia di media massa online dan televisi yang akan diteliti ini. Wimmer dan Dominick (2009: 135) menyatakan bahwa pada umumnya, analisis isi merupakan metode pengumpulan data yang biasa dilakukan untuk mendapatkan data dari teks media. Analisis isi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara mendalam dan terstruktur terhadap teks media. Dengan melakukan pengamatan ini,

metode analisis isi mampu mendapatkan pola atau trend dan/atau struktur dan makna dari isi media.

Analisis isi kualitatif yang dilakukan pada berita-berita mengenai Malaysia di Metro TV dan SCTV dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kedua media tersebut merekonstruksi realitas sosial yang berhubungan dengan Malaysia menjadi berita yang ditayangkan di televisi. Pendekatan analisis isi kualitatif yang digunakan adalah dengan pendekatan *framing*. *Framing* menurut William A. Gamson dalam Paul D'Angelo (2017: 4) merupakan perspektif atau pendekatan yang digunakan oleh wartawan atau lembaga media ketika melakukan seleksi fakta dan menulis berita. Perspektif ini akan menentukan fakta apa yang akan diambil, diabaikan, dikecilkan, dan ditonjolkan dalam sebuah berita serta akan diarahkan ke mana berita tersebut. *Framing* menyebabkan berita memiliki konstruksi yang khas yang bisa berbeda dengan berita lain walau peristiwa yang diliput adalah peristiwa yang sama.

## HASIL PENELITIAN

Terdapat dua berita mengenai Malaysia yang dianalisis dalam tulisan ini. Berita pertama adalah berita yang diambil dari program berita Metro Highlight dengan topik *Ganjang Malaysia* di Metro TV yang ditayangkan tanggal 29 Agustus 2009. Sedangkan berita kedua merupakan salah satu item berita yang muncul pada program reguler Liputan 6 di SCTV dengan tajuk *Hubungan RI-Malaysia* yang ditayangkan pada 26 Agustus 2010.

### **Metro Highlight *Ganjang Malaysia* di Metro TV**

Topik *Ganjang Malaysia* pada program berita Metro Highlight di Metro TV dipicu oleh seringnya terjadi sengketa perbatasan dan wilayah antara Indonesia-Malaysia di tahun 2008-2009. Sengketa perbatasan dan wilayah terutama di perairan Kalimantan, baik Kalimantan Barat dan Timur (Blok Ambalat). Selain peristiwa sengketa perbatasan wilayah, pada tahun

2009 juga muncul persoalan klaim budaya yakni Tari Pendet oleh Malaysia. Dalam iklan promosi pariwisata Malaysia yang disiarkan oleh Discovery Channel Asia menampilkan ikon tari Pendet di dalamnya. Beberapa elemen masyarakat Indonesia menyatakan bahwa ini dapat memunculkan kesan bahwa tari Pendet berasal dari Malaysia dan bukan dari Indonesia (khususnya Pulau Bali).

Format program berita Metro Highlight adalah *features* atau berita kisah. *Features* atau berita kisah merupakan format berita dengan bentuk laporan kreatif dan mendalam (komprehensif) yang bersifat subyektif dan bertujuan untuk menambah pengetahuan dan menyentuh sisi emosional khalayak (Itule dan Anderson, 2008: 129). Karena disusun dalam bentuk *features* atau berita kisah, program berita Metro Highlight memiliki durasi waktu hampir setengah jam. Program berita dengan tajuk *Ganjang Malaysia* ini mendeskripsikan bagaimana Malaysia sebagai sebuah negara tetangga yang terus-menerus merendahkan Indonesia baik dari sisi kedaulatan wilayah maupun budaya. Tayangan ini juga menampilkan penyiksaan tenaga kerja Indonesia yang dilakukan oleh anggota Kepolisian Diraja Malaysia.

Tajuk Metro Highlight *Ganjang Malaysia* mengingatkan pada istilah yang sama yang pernah dicetuskan oleh Presiden pertama Indonesia yakni Ir. Soekarno pada tahun 1963 ketika menyikapi kemerdekaan Malaysia kala itu. Metro TV juga secara terbuka mendeskripsikan sikap politik Ir. Soekarno sebagai bagian dari fakta berita yang diberitakan dalam Metro Highlight tersebut. Bahkan cara menuliskan *Ganjang Malaysia* pun mengikuti slogan *Ganjang Malaysia* versi Bahasa Indonesia ejaan lama dan bukan *Ganyang Malaysia*. Merujuk pada terminologi yang dikenalkan Westerstahl (dalam Denis McQuail, 1992: 233), inilah yang dimaksud dengan *linkages*, di mana Metro TV mencoba menghubungkan peristiwa yang diberitakan dengan peristiwa masa lalu yang sekiranya

memiliki kaitan dengan peristiwa yang diberitakan.

Konsep *linkages* dari Westerstahl ini kembali digunakan oleh Metro Highlight pada bagian *body* atau tubuh berita. Pada bagian ini Metro TV menyebutkan bahwa hubungan antara Indonesia dan Malaysia yang naik-turun ini ibarat perang dingin Amerika dengan Rusia. Di bagian akhir Metro TV kembali menyatakan bahwa jika tidak diselesaikan dengan baik, pertikaian antara Indonesia-Malaysia bisa seperti perang Irak-Iran di periode 1980-1988. Konsep *linkages* biasa digunakan oleh wartawan atau lembaga media untuk memudahkan pemahaman audiens terhadap apa yang sedang diberitakan.

Narasi berita yang disampaikan dalam Metro Highlight, baik yang dibawakan oleh penyiar berita ataupun narator ini, dipenuhi dengan pemilihan diksi (kosa kata) yang unik dan menarik walaupun beberapa di antaranya bernuansa negatif bagi Malaysia. Perhatikan saja narasi *lead* berita di program berita ini:

*“Pemirsa, slogan Ganyang Malaysia kembali menggelora publik. Meski berusia hampir setengah abad, namun slogan Ganyang Malaysia ternyata tak lekang oleh waktu. Bangsa Indonesia menilai negara tetangga bangsa serumpun Malaysia adalah saudara muda kaya raya, angkuh, pongah luar biasa. Bila ditimbang-timbang persaudaraan Indonesia-Malaysia lebih banyak mudaratnya daripada bermanfaat. Singkatnya bangsa ini lebih banyak merugi akibat ulah licik negeri jiran. Berulang kali kasus penyiksaan keji terhadap para TKI, berulang kali mencuri kekayaan alam Indonesia, bahkan merampok Pulau Sipadan dan Ligitan, lalu mengklaim Ambalat di Laut Sulawesi. Kini lagi-lagi untuk kesekian kalinya Malaysia mengklaim produk kebudayaan bangsa Indonesia. Negeri tetangga Malaysia terang-terangan*

*mengklaim Tari Pendet adalah produk budaya negerinya. Sebelumnya Malaysia juga mengklaim memiliki seni Reog Ponorogo, seni batik, seni wayang, seni angklung, sejumlah lagu daerah, bahkan minuman khas cendol. Bukan tak mungkin dalam waktu dekat agresi rakus Malaysia juga mengklaim ikon wisata Indonesia Pulau Bali berikut sumber daya dan juga seni budayanya. Pemirsa inilah Metro Highlight ... Ganyang Malaysia ...”*

Pilihan kata yang terdapat dalam *lead* atau kepala berita Metro Highlight dengan tajuk *Ganyang Malaysia* banyak sekali menggunakan majas atau gaya bahasa. Majas atau gaya bahasa menurut Harimurti Kridalaksana (dalam Kamus Linguistik, 1982) merupakan penggunaan ragam bahasa tertentu untuk memperoleh efek-efek tertentu pula. Fungsi majas atau gaya bahasa dilihat dari fungsi bahasa adalah fungsi puitik atau estetis. Artinya majas atau gaya bahasa ditujukan untuk membuat pernyataan atau kalimat menjadi lebih indah atau lebih menarik. Pada bahasa jurnalistik atau bahasa, berita penggunaan beberapa bentuk majas atau gaya bahasa ini diperkenankan untuk membuat berita menjadi lebih menarik.

Majas atau gaya bahasa yang tampak dalam *lead* tersebut di antaranya adalah majas atau gaya bahasa metafora, personifikasi, repetisi, bahkan juga sarkasme. Pernyataan bahwa “slogan Ganyang Malaysia kembali menggelora publik” merupakan contoh majas atau gaya bahasa metafora. Kemudian pernyataan “meski sudah berusia hampir setengah abad, namun slogan Ganyang Malaysia seolah tak lekang oleh waktu” dan “persaudaraan Indonesia-Malaysia lebih banyak mudaratnya daripada bermanfaat” adalah contoh majas atau gaya bahasa personifikasi. Sedangkan pernyataan “kini lagi-lagi untuk kesekian kalinya Malaysia mengklaim produk budaya bangsa Indonesia”



Gambar 1. Cuplikan gambar video Metro Highlight *Ganjang Malaysia* di Metro TV, tanggal 28 Agustus 2009

merupakan contoh majas atau gaya bahasa repetisi. Pernyataan “singkatnya bangsa ini lebih banyak merugi akibat *ulah licik* negeri jiran” dan “bukan tak mungkin dalam waktu dekat *agresi rakus* Malaysia juga mengklaim ikon wisata Indonesia Pulau Bali berikut sumber daya dan juga seni budayanya” merupakan contoh majas atau gaya bahasa sarkasme.

Penggunaan gambar video atau gambar bergerak pada Metro Highlight dengan tajuk *Ganjang Malaysia* beberapa di antaranya menampilkan cuplikan-cuplikan peristiwa yang menunjukkan sikap emosional beberapa elemen masyarakat Indonesia kepada negara Malaysia.

Dalam liputan berita televisi, ketersediaan rekaman gambar atas peristiwa yang diliput merupakan salah satu prasyarat penting. Slogan produksi berita televisi adalah *no pictures, no news*, jika tidak ada rangkaian gambar maka tidak akan ada berita. Artinya tidak mungkin sebuah berita televisi disampaikan tanpa adanya kelengkapan gambar. Di sisi lain, gambar bergerak memiliki kekuatan impresi yang lebih besar dibandingkan gambar foto, dan berlipat lebih besar lagi impresinya dibandingkan hanya uraian kalimat atau kata-kata yang mendeskripsikan peristiwa. Tidaklah mengherankan berita televisi memiliki kekuatan impresi yang lebih besar dibandingkan dengan berita radio ataupun berita surat kabar. (White dan Barnas, 2010: 147)

Rangkaian gambar dalam program berita Metro Highlight dengan topik *Ganjang Malaysia* beberapa di antaranya

menampilkan situasi emosional beberapa elemen masyarakat Indonesia terhadap perilaku Malaysia. Situasi emosional tersebut lebih menampilkan rasa marah dan benci. Seperti gambar suasana demonstrasi yang disertai dengan pembakaran bendera Malaysia, membawa spanduk dan poster yang menyatakan bahwa masyarakat siap berperang melawan Malaysia, dan peragaan seni Reog Ponorogo yang senimannya melakukan gerakan menari sambil menginjak-injak bendera Malaysia.

Rangkaian gambar ini masih ditambah dengan rangkaian gambar bergerak kesiagaan Angkatan Laut Indonesia untuk menjaga perairan Indonesia, cuplikan video dari kamera tersembunyi mengenai penyiksaan TKI oleh aparat kepolisian Diraja Malaysia, serta cuplikan peristiwa *Ganjang Malaysia* pada tahun 1960-an, yang menampilkan pidato Presiden pertama Indonesia Ir. Soekarno ketika mengumandangkan Dwikora. Tentu semua ini memiliki makna negatif mengenai Malaysia. Rangkaian gambar ini seakan bermakna bahwa sebaiknya Indonesia bersiap siaga untuk berperang melawan Malaysia mengingat banyak perilaku Malaysia yang merugikan dan melecehkan Indonesia.

Berita kisah atau *features* Metro Highlight ini juga dilengkapi dengan segmen *talkshow* antara *host* dengan Permadi (pejabat publik, anggota DPR RI dari Fraksi PDI Perjuangan). *Talkshow* dengan durasi sekitar hampir tiga menit ini mendiskusikan mengenai tindakan aparat kepolisian Diraja Malaysia yang melakukan

penyiksaan terhadap salah seorang TKI dan sengketa perbatasan dan wilayah Indonesia-Malaysia. Dialog *talkshow* terlihat emosional karena narasumber *talkshow* berbicara dengan nada marah mengomentari penyiksaan TKI dan sengketa perbatasan. Dalam *talkshow* tersebut, narasumber juga menuduh ketidaktegasan pemerintah Indonesia menyikapi aksi merugikan dan melecehkan yang dilakukan oleh Malaysia.

Sebagai sebuah laporan mendalam yang bersifat subjektif, format berita *features* atau berita kisah sangat memungkinkan adanya ilustrasi musik dan lagu. Seperti pada bagian pembukaan berita (*opening*) ilustrasi lagu yang ditampilkan memiliki nuansa sebagai lagu mars, jenis lagu yang biasanya digunakan untuk menggugah semangat. Iringan lagu mars juga tampak di bagian tubuh berita (*body*) dengan menampilkan lagu *Bangun Pemuda Pemuda* karya Cornell Simanjuntak.

Meminjam pernyataan Hillary Wyatt dan Tim Anyes (2005: 188) menyatakan bahwa kehadiran ilustrasi musik atau lagu dalam sebuah produksi film atau program televisi adalah sebagai pesan komunikasi yang bertujuan untuk menguatkan pesan, menggugah emosi penonton, serta membangun karakter pesan yang disampaikan. Jika pernyataan ini juga diletakkan pada program berita Metro Highlight yang menggunakan lagu-lagu mars sebagai ilustrasi, maka tujuan yang ingin disampaikan adalah menguatkan pesan dan menggugah emosi penonton untuk bersikap tegas terhadap apa yang sudah dilakukan oleh Malaysia terhadap Indonesia.

Deskripsi data mengenai berita *Ganjang Malaysia* ini bermuara pada *frame* berita : Indonesia perlu bersikap tegas bahkan jika perlu menyatakan perang terhadap Malaysia yang dinilai telah berulang kali merugikan dan melecehkan harga diri Bangsa Indonesia melalui sengketa wilayah dan perbatasan, penyiksaan TKI, dan klaim produk budaya.

## Liputan 6 SCTV Hubungan RI-Malaysia

Item berita yang bertajuk *Hubungan RI-Malaysia* dalam program berita reguler Liputan 6 SCTV dipicu adanya peristiwa penangkapan tiga petugas Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Riau oleh aparat kepolisian laut Diraja Malaysia pada 13 Agustus 2010. Penangkapan ketiga petugas tersebut terjadi di wilayah perairan Indonesia setelah ketiganya menjalankan tugas untuk menahan beberapa nelayan Malaysia yang melakukan kegiatan penangkapan ikan di wilayah perairan Indonesia.

Berbeda dengan Metro Highlight yang diproduksi dengan format berita kisah atau *features*, maka item berita bertajuk *Hubungan RI-Malaysia* di Liputan 6 SCTV diproduksi dalam format berita langsung (*straight news* atau *hard news*). Format berita langsung (*straight news/hard news*) merupakan format berita yang biasanya digunakan untuk menyampaikan peristiwa-peristiwa penting dan baru saja terjadi. Berbeda dengan berita kisah atau *features* yang tidak terikat pada aktualitas, maka format berita langsung sangat terikat pada aspek aktualitas. Artinya semakin cepat disampaikan ke audiens maka semakin baik. Jika berita kisah lebih bersifat subjektif, maka berita langsung lebih bersifat objektif. (Itule dan Anderson, 2008: 129).

Karena berbentuk berita langsung dan merupakan salah satu berita dari sekian banyak berita yang disiarkan dalam satu program reguler Liputan 6 SCTV, maka durasinya pun sangat singkat. Durasi item berita ini tidak sampai dua menit atau tepatnya hanya 1 menit 46 detik saja. Walaupun sangat singkat, item berita ini memuat semacam kilas balik sengketa wilayah dan perbatasan, penyiksaan TKI, dan klaim budaya yang pernah dilakukan oleh Malaysia terhadap Indonesia. Pada tubuh atau *body* berita, item berita ini dibagi empat bagian yakni masalah kepemilikan Pulau Sipadan dan Ligitan (Sipadan-Ligitan Jadi Sengketa Panjang), kasus TKI Nirmala Bonatt (Penganiayaan TKI di Malaysia),

Tabel 1. Narasi berita Hubungan RI-Malaysia pada Liputan 6 SCTV

Bagian	Isi Narasi
Lead/kepala berita	Kemarahan publik di tanah air terhadap Malaysia sudah sering kali terjadi. Serentetan peristiwa telah menjadi pemicunya, mulai dari sengketa perbatasan, penganiayaan tenaga kerja Indonesia, hingga klaim Malaysia atas sejumlah budaya asli Indonesia.
Body/tubuh berita	Sengketa kepemilikan Pulau Sipadan dan Ligitan telah menjadi sengketa berkepanjangan antara Indonesia dan Malaysia, bahkan hingga berlangsung 35 tahun. Kedua negara mengkalim sebagai pemilik kedua pulau yang terletak di sekitar Kalimantan itu. Pada 2002, mahkamah internasional memutuskan bahwa Malaysia adalah pemilik sah pulau tersebut. Hubungan antara kedua negara serumpun kerap terusik oleh maraknya kasus penganiayaan tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Malaysia. Penganiayaan terhadap Nirmala Bonatt, TKI asal Indonesia adalah salah satu kasus yang banyak menyita perhatian. Ketegangan antara Indonesia dengan Malaysia juga dipicu oleh sengketa kepemilikan Blok Ambalat, di perairan sebelah timur Pulau Kalimantan. Apalagi Malaysia terus melakukan provokasi di kawasan ini dengan manuver yang dilakukan tentara angkatan laut Diraja Malaysia. Bahkan Malaysia melalui Petronas memberikan konsesi minyak kepada perusahaan Shell di kawasan sengketa tersebut. Dan yang paling banyak memicu kemarahan publik Indonesia adalah klaim Malaysia atas sejumlah kebudayaan Indonesia seperti batik, angklung, reog Ponorogo dan sejumlah budaya milik Indonesia lainnya.
Penutup	Dan kini rakyat di Indonesia kembali marah atas penangkapan yang dilakukan oleh Malaysia terhadap tiga petugas Indonesia di perairan Indonesia .... Tim Liputan 6 SCTV melaporkan ....

sengketa Blok Ambalat (Ketegangan RI-Malaysia di Blok Ambalat), dan klaim kepemilikan budaya (Malaysia Klaim Sejumlah Budaya Indonesia).

Berbeda dengan Metro Highlight di Metro TV yang banyak menggunakan majas atau gaya bahasa dalam narasi beritanya, maka narasi berita Hubungan RI-Malaysia Liputan 6 SCTV menggunakan bahasa yang lebih lugas. Ini tentu karena konsekuensi format berita langsung (*straight news* atau *hard news*). Karena format berita ini lebih mengutamakan aspek penting dan kesegeraan fakta untuk diinformasikan kepada audiens dibandingkan aspek menarik seperti pada berita ringan (*soft news*) dan berita kisah (*features*). Sehingga format berita ini mengutamakan bahasa lugas untuk menyampaikan fakta (Siregar, 1998: 154)

Liputan 6 SCTV juga melakukan aspek pemilihan dan penonjolan fakta ketika mengkonstruksi berita Hubungan RI-Malaysia. Faktor pemilihan dan penonjolan fakta ini seperti yang diungkapkan oleh Robert M. Entman (1993: 53) ketika berbicara mengenai *framing* atau

pembingkaian berita. *Framing* atau pembingkaian berita meliputi dua aktivitas yakni memilih fakta (*to select*) dan menonjolkan fakta tersebut dalam berita (*to saliance*). Ketika berhadapan dengan sebuah peristiwa yang diliput, wartawan pasti akan melakukan aktivitas untuk memilih beberapa fakta dari sekian banyak fakta yang ada di peristiwa (*to select*). Agar menjadi sebuah berita yang menarik di mata audiens, wartawan kemudian melakukan saliansi atau penonjolan fakta ketika menulis peristiwa tersebut menjadi berita (*to salience*).

Aspek pemilihan dan penonjolan fakta tampak pada bagaimana SCTV memilih fakta yang ditampilkan di berita tersebut. Misalnya dari sekian banyak peristiwa sengketa wilayah dan perbatasan Indonesia-Malaysia yang terjadi, mengapa kemudian yang dipilih adalah sengketa wilayah Pulau Sipadan dan Ligitan dan sengketa perbatasan Blok Ambalat? Kemudian juga ketika ada sekian banyak permasalahan TKI di Malaysia, mengapa yang dipilih adalah kasus Nirmala Bonatt?

Analisis yang bisa diberikan adalah karena peristiwa-peristiwa tersebut sangat menonjol dibandingkan dengan peristiwa lainnya. Seperti sengketa wilayah Pulau Sipadan dan Ligitan dan sengketa perbatasan Blok Ambalat. Sekian banyak sengketa wilayah yang terjadi antara Indonesia-Malaysia, tetapi tidak ada sengketa yang berakhir dengan lepasnya pemilikan wilayah atau perbatasan seperti yang terjadi pada Pulau Sipadan dan Ligitan pada tahun 2002 ketika Mahkamah Internasional akhirnya memutuskan bahwa Malaysia-lah pemilik sah kedua pulau tersebut. Juga pada sengketa perbatasan Blok Ambalat, sering kali menimbulkan ketegangan karena masing-masing aparat militer, baik dari Malaysia maupun Indonesia, sampai pada situasi saling berhadapan dan siap untuk berperang.

Kasus TKI Nirmala Bonatt pada tahun 2007 juga termasuk kasus TKI yang menonjol dibandingkan dengan kasus TKI yang lain. Di samping karena intensitas penyiksaan yang dialami oleh Nirmala Bonatt termasuk yang luar biasa, juga karena penyelesaian kasus ini berlangsung sangat lama, yakni lebih dari tujuh tahun. Pada tahun 2015 akhirnya peradilan Malaysia memutuskan bahwa majikan Nirmala Bonatt wajib memberikan ganti rugi kepada yang bersangkutan lebih dari satu milyar rupiah. Selain itu majikan Nirmala Bonatt juga dihukum penjara selama 12 tahun lamanya.

Aspek saliansi atau penonjolan fakta lainnya terlihat dari bagaimana SCTV melakukan pemilihan diksi (pemilihan kata). Seperti pada kalimat pembuka dalam *lead* yang berbunyi “Kemarahan *publik di tanah air* terhadap Malaysia sudah sering terjadi.” Pilihan diksi atau kata yang digunakan adalah *publik di tanah air* dan bukan *masyarakat Indonesia*. Kata *publik* lebih memiliki makna khas dibandingkan dengan *masyarakat*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (KBBI Online), *publik* memiliki arti kumpulan orang banyak yang memiliki kesamaan kepentingan. Sedangkan *masyarakat* memiliki arti

sejumlah orang dalam arti luas dan terikat oleh suatu kebudayaan yang sama.

Digunakannya kata *publik* dibanding *masyarakat* oleh Liputan 6 SCTV, ingin menunjukkan bahwa terdapat kumpulan orang di Indonesia yang marah karena perilaku Malaysia. Sisi positifnya, Liputan 6 SCTV ingin meletakkan persoalan secara proporsional, yakni dengan menyatakan tidak semua orang Indonesia marah karena perilaku Malaysia. Tetapi Liputan 6 SCTV tidak konsisten karena di penutup berita menggunakan diksi *rakyat* dalam “Dan kini *rakyat* Indonesia kembali marah ...”. Kata atau diksi *rakyat* menunjukkan arti penduduk suatu negara (KBBI online, diakses tanggal 20 Maret 2017). Tentu ini menimbulkan kerancuan makna dalam berita tersebut karena SCTV juga ingin mengatakan bahwa orang Indonesia marah atas tingkah laku Malaysia.

Penggunaan kata atau diksi *tanah air* dan bukan *Indonesia* pada kalimat tersebut juga ingin menunjukkan bahwa persoalan hubungan Indonesia-Malaysia seharusnya dilihat sebagai persoalan kebangsaan atau harga diri bangsa. Ini karena konsep *tanah air* menurut KBBI Online berarti tanah tumpah darah dan/atau ibu pertiwi. Kata atau diksi *tanah air* biasanya banyak digunakan dalam pernyataan yang berkaitan dengan kisah-kisah heroik perjuangan bangsa Indonesia dalam melawan penjajahan. Misalnya dalam lagu-lagu dan puisi perjuangan di Indonesia banyak sekali menggunakan kata atau diksi *tanah air* ini.

Secara eksplisit berita *Hubungan RI-Malaysia* ini juga ingin menggambarkan perilaku Malaysia yang membuat hubungan kedua negara menjadi bermasalah. Ini terlihat dari penggunaan kata atau diksi *kemarahan* dan *marah* yang digunakan secara berulang sepanjang narasi berita tersebut. Diksi ini muncul masing-masing satu kali di *lead* berita (kepala berita), tubuh berita, dan penutup berita. Kemunculan diksi ini di setiap bagian berita, *lead*, tubuh (*body*), dan penutup turut memberikan makna bagi berita tersebut bahwa perilaku

Malaysia membuat hubungan kedua negara menjadi tidak nyaman.

Diksi *kemarahan* dan *marah* ini juga dilengkapi dengan diksi *terusik* dan *provokasi*. Diksi atau kata *terusik* muncul pada kalimat “Hubungan antara kedua negara serumpun *kerap terusik* oleh maraknya kasus penganiayaan tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Malaysia”. Diksi *terusik* dengan kata dasar *usik* berarti terganggu karena *usik* berarti mengganggu (KBBI Online, diakses 20 Maret 2017). Makna kata ini juga memiliki nilai negatif dibanding positif. Artinya kata *terusik* yang berarti terganggu ini merupakan aktivitas yang tidak mengenakan yang dilakukan oleh satu pihak bagi pihak lain, yang dalam hal ini adalah Malaysia kepada Indonesia.

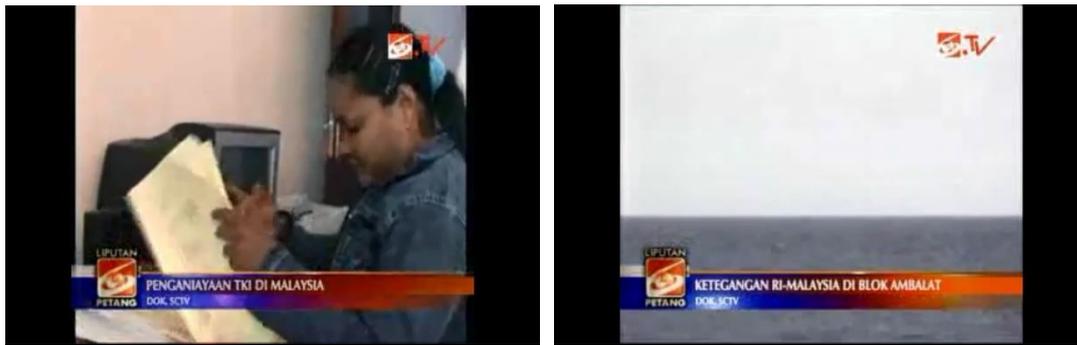
Seperti halnya diksi *terusik*, maka diksi *provokasi* dalam kalimat “Apalagi Malaysia *terus melakukan provokasi* di kawasan ini dengan manuver yang dilakukan tentara angkatan laut Diraja Malaysia” menurut KBBI Online merupakan perbuatan atau tindakan sengaja untuk mengganggu atau membangkitkan kemarahan pihak lain. Dilihat dari artinya ini, kata *provokasi* juga bermakna negatif. Kalimat ini mengandung arti bahwa Malaysia melakukan hal yang negatif kepada Indonesia melalui sengketa wilayah dan perbatasan.

Berita ini juga memaknai bahwa perilaku negatif Malaysia terhadap Indonesia adalah tindakan yang sering kali dilakukan. Berarti tindakan Malaysia ini bukan hanya sekali atau dua kali saja, tetapi beberapa kali terjadi, yang kemudian membuat hubungan antara Indonesia-Malaysia menjadi tidak nyaman. Paling tidak terdapat empat pernyataan dalam berita tersebut yang menunjukkan perilaku berulang dari Malaysia terhadap Indonesia, yakni : 1). Kemarahan publik di tanah air terhadap Malaysia *sudah sering kali terjadi*. 2). Hubungan antara kedua negara serumpun *kerap terusik* oleh maraknya kasus penganiayaan tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Malaysia. 3). Dan yang *paling banyak memicu kemarahan* publik

Indonesia adalah klaim Malaysia atas sejumlah kebudayaan Indonesia seperti batik, angklung, reog Ponorogo dan sejumlah budaya milik Indonesia lainnya. 4). Dan kini rakyat di Indonesia *kembali marah* atas penangkapan yang dilakukan oleh Malaysia terhadap tiga petugas Indonesia di perairan Indonesia.

Diksi atau kata lain yang juga sering digunakan adalah *bahkan* dan *apalagi*. Diksi *bahkan* digunakan sebanyak dua kali dalam pernyataan “sengketa kepemilikan Pulau Sipadan dan Ligitan telah menjadi sengketa berkepanjangan antara Indonesia dan Malaysia, *bahkan* hingga berlangsung 35 tahun.” Satu lagi diksi *bahkan* ini digunakan bersamaan dengan *apalagi* dalam pernyataan “Ketegangan antara Indonesia dengan Malaysia juga dipicu oleh sengketa kepemilikan Blok Ambalat, di perairan sebelah timur Pulau Kalimantan. *Apalagi* Malaysia terus melakukan provokasi di kawasan ini dengan manuver yang dilakukan tentara angkatan laut Diraja Malaysia. *Bahkan* Malaysia melalui Petronas memberikan konsesi minyak kepada perusahaan Shell di kawasan sengketa tersebut.”

Kata *bahkan* dan *apalagi* merupakan kata penghubung dalam sebuah kalimat atau antar kalimat yang bermakna menguatkan pernyataan atau kalimat sebelumnya (KBBI Online, diakses 20 Maret 2017). Penggunaan kata *bahkan* dalam pernyataan pertama ingin menunjukkan bahwa sengketa Pulau Sipadan dan Ligitan sudah berlangsung sangat lama, yakni 35 tahun. Dalam kurun waktu tersebut, baik Indonesia maupun Malaysia sudah berganti kepemimpinan nasional beberapa kali, dan semuanya gagal menyelesaikan persoalan sehingga perlu melibatkan Mahkamah Internasional untuk menyelesaikan masalah tersebut. Penggunaan kata *apalagi* dan *bahkan* secara bersamaan dalam sebuah pernyataan seperti pada pernyataan kedua oleh liputan 6 SCTV, justru bersifat menguatkan bahwa apa yang dilakukan Malaysia sudah melampaui batas.



Gambar 2. Cuplikan gambar video berita Hubungan RI-Malaysia yang ditayangkan oleh Liputan 6 SCTV

Gambar bergerak atau video yang ditampilkan sebagai ilustrasi berita *Hubungan RI-Malaysia* pada Liputan 6 SCTV juga tampak berbeda dengan yang ditampilkan oleh Metro Highlight di Metro TV. Seperti yang sudah dideskripsikan sebelumnya, Metro Highlight dengan topik *Ganjang Malaysia* banyak sekali menampilkan gambar bergerak atau video yang bernuansa membangkitkan emosional seperti gambar demonstrasi yang diwarnai pembakaran bendera Malaysia, perilaku menginjak-injak bendera Malaysia, spanduk dan poster yang menjelekkkan Malaysia bahkan menantang Malaysia untuk berperang, termasuk kesiagaan Angkatan Laut Indonesia. Belum lagi cuplikan gambar atau video penyiksaan TKI oleh aparat kepolisian Diraja Malaysia dan wawancara atau *talkshow* dengan pejabat publik dengan nada emosional serta menampilkan gambar atau video peristiwa Ganjang Malaysia tahun 1963 yang diwarnai pidato yang berapi-api dari Presiden pertama Indonesia Ir. Soekarno. Tampilan gambar bergerak atau video di item berita *Hubungan RI-Malaysia* pada Liputan 6 SCTV tampak lebih *soft* atau halus.

Pada saat memberitakan kasus Pulau Sipadan dan Ligitan, gambar yang ditampilkan hanyalah panorama atau *landscape* kedua pulau tersebut. Gambar yang ditampilkan bukan tentang kesiagaan Angkatan Laut Indonesia untuk berhadapan dengan Malaysia apabila Malaysia melakukan provokasi terhadap tentara Indonesia. Ketika memberitakan tentang kasus TKI Nirmala Bonett, gambar yang

ditampilkan bukanlah gambar tentang luka-luka yang dialami oleh Nirmala Bonatt akibat penyiksaan majikannya. Gambar yang ditampilkan adalah aktivitas terkini yang dialami oleh Nirmala Bonatt di sebuah kantor sederhana di tempat tinggalnya di Nusa Tenggara Timur. Juga pada saat memberitakan klaim budaya Indonesia oleh Malaysia, gambar yang ditampilkan adalah suasana demonstrasi, namun lebih ke peragaan tari Reog Ponorogo di aktivitas demonstrasi tersebut. Tidak ada gambar seniman reog yang menari sambil menginjak-injak bendera Malaysia seperti yang ditampilkan oleh Metro Highlight untuk topik Ganjang Malaysia.

Adapun cuplikan beberapa gambar bergerak atau video dari berita Hubungan RI-Malaysia di Liputan 6 SCTV adalah sebagai berikut:

1. Tampilan gambar bergerak atau video yang lebih *soft* atau halus dibandingkan dengan tayangan berita Metro Highlight adalah karena *frame* berita yang berbeda di antara keduanya. Jika *frame* berita Metro Highlight lebih terbuka menyatakan bahwa Indonesia perlu bersikap tegas bahkan jika perlu menyatakan perang terhadap Malaysia, maka *frame* berita *Hubungan RI-Malaysia* di Liputan 6 SCTV adalah Indonesia menyatakan kemarahan kepada Malaysia karena Malaysia sudah berulang kali bertindak merugikan Indonesia melalui sengketa perbatasan dan wilayah,

penganiayaan TKI, dan klaim budaya. Akan tetapi *frame* berita di Liputan 6 SCTV ini tidak sampai menyatakan perlu untuk bersikap tegas bahkan menyatakan perang kepada Malaysia.

## SIMPULAN

Peristiwa yang melibatkan relasi antara Indonesia dengan Malaysia, seperti sengketa perbatasan dan wilayah, klaim produk budaya, dan masalah TKI tidak lepas dari liputan media di Indonesia, baik cetak, elektronik, dan *online*. Liputan ini dilakukan karena peristiwa-peristiwa tersebut memiliki nilai berita konflik di dalamnya sehingga termasuk sebagai peristiwa yang layak diberitakan. Hanya saja masing-masing media biasanya memiliki kekhasan dalam melakukan konstruksi atas peristiwa-peristiwa tersebut.

Rekonstruksi peristiwa ini dilakukan oleh Metro TV dan SCTV dengan beberapa cara seperti pemilihan diksi atau kosa kata. Metro TV banyak melakukan pemilihan diksi ini dengan memberikan majas atau gaya bahasa agar berita yang dikonstruksi menjadi lebih menarik perhatian audiens. Ini dimungkinkan karena Metro TV memformat berita tersebut dalam bentuk *features*. Sedangkan Liputan 6 SCTV lebih banyak menggunakan diksi yang bersifat lugas sebagai konsekuensi format berita *straight news* atau *hard news*.

Metro TV lebih memiliki kesempatan untuk melakukan *framing* atau pembingkai berita yang lebih leluasa dibandingkan dengan liputan 6 SCTV. Faktor durasi waktu yang dimiliki oleh Metro TV lebih panjang dibandingkan dengan Liputan 6 SCTV sehingga fakta-fakta yang dipilih pun bisa lebih bervariasi. Berita *Hubungan RI-Malaysia* di Liputan 6 SCTV dengan durasi yang tidak sampai dua menit, harus menyederhanakan dengan melakukan pemilihan peristiwa-peristiwa yang sekiranya mudah dikenali oleh audiens. Adapun peristiwa yang dipilih adalah sengketa wilayah Pulau Sipadan dan Ligitan, kasus TKI Nirmala Bonatt, sengketa

perbatasan Blok Ambalat, dan klaim produk budaya.

Metro TV melalui program khususnya Metro Highlight juga melakukan framing dengan memberikan waktu khusus untuk memberitakan peristiwa. Metro Highlight merupakan program *features* dengan durasi waktu hampir setengah jam dan ditayangkan setiap hari Minggu sore, jam 18.30-19.00 WIB. Dengan memberikan waktu khusus untuk peristiwa ini memungkinkan berita mengenai Malaysia ini mendapat perhatian yang lebih dari audiens.

## REFERENSI

- Adnan, Hamed, Mohammad, & Amri Dunan. 2016. "Framing Malaysia in The News Coverage of Indonesian Television." *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7 (2): 45-51. [https://umexpert.um.edu.my/public\\_view.php?type=publication&row=NTA1OTM%3D](https://umexpert.um.edu.my/public_view.php?type=publication&row=NTA1OTM%3D)
- D'Angelo, Paul. 2017. "Framing: Media Frames." dalam Rossler, Patrick., Cynthia A. Hoffner., and Liesbet van Zoonen. 2017. *The International Encyclopedia of Media Effects*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- DeFleur, Melvin and Sandra Ball-Rokeach. 1989. *Theories of Mass Communication (5th ed.)*. New York and London: Longman International
- Entman, Robert M. 1993. "Framing : Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43(4): 51-58 DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. 2003. *Media dan Konflik Ambon*. Jakarta: KBR 68H
- Gamson, William A. and Andre Modigliani. 1989. "Media Discourse and Public Opinion: A Constructionist Approach." *American Journal of Sociology* Vol. 95 No. 1, p. 1-37 DOI: <https://doi.org/10.1086/229213>

- Ginanjar, Ging (ed). 2005. *Gelombang Kematian, Media Pengobar Genosida Rwanda*. Jakarta: Kata Kita
- Itule, Bruce D. and Douglas A. Anderson. 2008. *News Writing and Reporting for Today's Media (7th ed.)*. New York: Mc Graw-Hill International
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik (4th ed.)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- McQuail, Denis. 1992. *Media Performance: Mass Communication and The Public Interest*. London: Sage Publication
- Nur Wijayani, Qoniah, Netty Diah Kurniasari, & Tatag Hendaka. 2012. "Konstruksi pemberitaan Indonesia versus Malaysia." *Jurnal Komunikasi*. 6 (1). 46-63. Diambil dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/150/150>
- Parahita, Gilang Desti. 2013. "Tari Pendet News on Metro TV in 2009, Reviving in National Sentiment." *Journal of Mass Communication and Journalism*. 3 (1). 1-8. DOI: <https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000143>
- Priyowidodo, Gatot. & Inri I. Indrayani. (2014). "Taking Sides: The Frame of Online Media on The Bilateral Relationship Between Indonesia and Malaysia." *Journal of Government and Politics*. 5 (2). 198-208. DOI: <https://doi.org/10.18196/jgp.2014.0019>
- Rafiq, Mohd. 2012. "Dependency Theory: Melvin DeFleur & Sandra Ball Rokeach". *Jurnal Hikmah*. 6 (1). 2-12
- Selo, Arham, Fauziah Ahmad, Maizatul H. Mahbob, & Ali Salman. 2015. "Media dan Khalayak: Pemberitaan Isu Konflik Malaysia dan Indonesia." *Malaysian Journal of Communication*. 31 (2). 15-32. DOI: <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2015-3102-02>
- Siregar, Ashadi. 1998. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa*. Yogyakarta: Penerbit dan Percetakan Kanisius
- Sudibyoy, Agus, Ibnu Hamad, dan Muhammad Qodari. 2001. *Kabar-kabar Kebencian, Prasangka Agama di Media Massa*. Jakarta: ISAI
- White, Ted and Frank Barnas. 2010. *Broadcast News: Writing, Reporting, and Producing (5th ed.)*. Burlington and Oxford: Focal Press
- Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick. 2009. *Mass Media Research, An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company
- Wyatt, Hillary and Tim Anyes. 2005. *Audio Post Production for Television and Film, An Introduction to Technology and Techniques*. Burlington and Oxford: Focal Press.

# DAYA TARIK PESAN PERSUASIF UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA (Analisis pada Mata Kuliah Kewirausahaan)

Israwaty Suriady<sup>1</sup>, Fitriani Puspa Ningsih<sup>1</sup>, Giska Mala Rahmarini<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

\*E-mail: giskamalarahmarini@gmail.com

## ABSTRACT

*Unemployment is one of the problems faced by Indonesia. The Central Statistics Agency (BPS) stated that as of August 2021 the number of unemployed had reached 9.1 million people. The highest unemployment rate is actually created by the educated group. The phenomenon of low interest and motivation for entrepreneurship today is being taken seriously by various parties, both the government, the world of education, the industrial world, and society. The large number of unemployed and the lack of interest in entrepreneurship have become auto criticism of the role of universities. The purpose of this study was to determine the attractiveness of messages in entrepreneurship education courses which are expected to increase students' interest in choosing entrepreneurship as a career choice. This research uses descriptive research type. The sample technique used was purposive sampling and 5 students who had taken the subject of entrepreneurship were selected as informants in this study. The appeal of the message is the theory used in this study. Data analysis used qualitative methods. The results of the study show that messages containing fear are felt by students in material that illustrates the difficulty of getting a job as a civil servant or in a private company, the ever-increasing unemployment rate and the challenges and competition going forward in finding work. Emotional messages are formed through efforts to develop positive feelings in students when they become entrepreneurs.*

**Keywords:** *Message Attraction; Persuasive; Motivational; Entrepreneurship*

## ABSTRAK

Pengangguran merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan hingga Agustus 2021 jumlah pengangguran mencapai 9,1 juta orang. Angka pengangguran terbanyak justru diciptakan oleh kelompok terdidik. Fenomena rendahnya minat dan motivasi untuk berwirausaha dewasa ini menjadi serius berbagai pihak, baik pemerintah, dunia pendidikan, dunia industri, maupun masyarakat. Banyaknya pengangguran serta kurangnya minat berwirausaha menjadi auto kritik terhadap peran perguruan tinggi (bps.go.id). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui daya tarik pesan pada mata kuliah pendidikan kewirausahaan yang diharapkan dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karir. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Tehnik sampel yang digunakan yaitu pusposif sampling dan terpilih 5 orang mahasiswa yang pernah mengambil mata kuliah kewirausahaan terpilih sebagai informan dalam penelitian ini. Daya tarik dalam pesan adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis data menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan yang memuat rasa takut dirasakan oleh mahasiswa pada materi yang memberikan gambaran susahny mendapatkan pekerjaan sebagai PNS ataupun pada perusahaan swasta, angka pengangguran yang terus meningkat serta tantangan dan persaingan ke depannya dalam mencari pekerjaan.

**Kata Kunci:** *Daya tarik Pesan; Persuasif; Motivasi; Kewirausahaan*

**Submisi:** 9 November 2022

## PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan angka pengangguran di Indonesia hingga Agustus 2021 mencapai 9,1 juta orang. Dari jumlah tersebut 140,15 juta merupakan angkatan kerja (bertambah 1,93 orang) dan 66,56 juta orang (bertambah 0,81 juta) bukan merupakan angkatan kerja. Sementara itu, dari total angkatan kerja tersebut, kurang dari dua per tiga atau hanya 60,12% yang merupakan pekerja tetap sebanyak 84,26 juta orang. Sedangkan 35,37 juta (25,23%) merupakan pekerja paruh waktu, 11,42 juta (8,15%) setengah menganggur dan 9,1 juta (6,49%) orang sisanya masih tidak memiliki pekerjaan

Tuntutan kebutuhan dari Revolusi Industri 4.0 yang menunjukkan perubahan sangat cepat dimana metode training dan pendidikan konvensional tidak lagi cukup, pengetahuan berbasis disiplin ilmu tidak lagi pas untuk hidup di zaman modern ini, belajar harus berkaitan dengan apa yg dilakukan, sistem pembelajaran harus fleksibel serta belajar harus memberikan peluang untuk terlibat langsung, maka perubahan kurikulum perguruan tinggi untuk memenuhi tuntutan ini terus menerus dilakukan oleh semua pihak terkait.

Perguruan tinggi memiliki peran yang besar dan memiliki peluang untuk menanamkan sikap mental kewirausahaan, sehingga lulusannya tidak hanya ahli pada suatu bidang akademik namun juga mampu melahirkan wirausahawan-wirausahawan baru yang siap menjadi pahlawan ekonomi. Menurut Eels dan Mas'ood (Yuwono, 2017) dibandingkan dengan tenaga lain, tenaga terdidik S1 memiliki potensi lebih besar untuk berhasil menjadi seorang wirausaha, karena memiliki kemampuan penalaran yang telah berkembang dan wawasan berpikir yang lebih luas. Seorang sarjana juga memiliki dua peran pokok, pertama sebagai manajer dan kedua sebagai pencetus gagasan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Daya Tarik Pesan Persuasi

Persuasi dapat dilakukan secara rasional dan secara emosional. Secara rasional: Komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. (Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep). Secara emosional: menyentuh aspek afeksi: yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah.

Komponen pesan persuasi adalah:

- a. *Claim*: pernyataan tujuan persuasi baik yang tersurat (*eksplisit*) maupun tersirat (*implisit*). Misalnya, (iklan yg menyatakan dg lugas ajakannya untuk membeli suatu produk atau jasa, dan
- b. *Warrant*: Perintah yang dibungkus dengan ajakan atau bujukan sehingga terkesan tidak memaksa.

Kegiatan belajar mengajar di kelas maupun di luar kelas dapat berjalan lancar apabila dalam proses pembelajaran si pembelajar menggunakan media, metode, dan strategi pembelajaran yang tepat. Banyak media yang dapat digunakan untuk mewujudkan hal diatas, namun dari semua hal tersebut sangat ditentukan bagaimana cara “menyampaikan pesan” yang sudah dirancang dalam media pembelajaran.

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan dapat berupa ide atau gagasan, fakta, makna dan data. Pesan bisa berupa kalimat, baik lisan maupun tulisan, verbal maupun non verbal. Desain (merancang) adalah menunjukkan suatu proses analisis yg sengaja dilakukan dan terpisahkan dari proses pelaksanaan desain itu sendiri. Sebagai suatu proses desain pesan sengaja dilakukan mulai dari analisis masalah pembelajaran hingga pemecahan masalah yang dirumuskan dalam bentuk produk. Tujuan desain adalah untuk menciptakan strategi dan produk pembelajaran, baik pada tingkat makro, misalnya program atau kurikulum, maupun pada tingkat mikro, misalnya mata pelajaran dan media.

Menurut Burgon & Huffner dalam Abu (1992), ada beberapa hal yang perlu

diperhatikan berkaitan dengan daya tarik pesan (pembelajaran) agar tercapai tujuan pembelajaran:

- a. *Fear threat appeals*; ancaman bahaya sehingga menimbulkan rasa takut.
- b. *Emotional appeals*; bila penekanan pesan pada hal-hal yang bersifat emosional seperti keindahan, kesedihan, kesengsaraan, cinta dan kasih sayang.
- c. *Rational appeals*; bila pesan tersebut menekankan pada hal-hal yang logis, rasional, dan faktual.
- d. *Humor appeals*; bila penyajian pesan dikemas dalam bentuk humor, bisa saja dalam bentuk kata, kalimat, gambar, symbol, atau yang lainnya yang bisa menimbulkan kesan lucu.

### **Motivasi Berwirausaha**

Motivasi biasanya dikaitkan dengan konsep lain seperti dorongan (*drive*), keinginan (*want*), hasrat (*desire*), kepentingan (*interest*), niat (*intention*) harapan (*expectation*) dan kebutuhan (*need*). Dalam hal ini akan digunakan istilah motivasi yang diartikan sebagai keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi menunjuk kepada sebab, arah dan persistensi perilaku. Motivasi adalah suatu dorongan psikologis yang mengarahkan seseorang ke arah suatu tujuan. Motivasi yang ada pada setiap orang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya.

Motivasi berbeda dengan motif. Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan sangat besar menentukan perilaku seseorang.

Teori motivasi yang sangat populer adalah Teori Hierarki Kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow. Teori ini mampu menjelaskan motivasi orang

melakukan kegiatan usaha. Maslow membagi tingkatan motivasi ke dalam hierarki kebutuhan dari kebutuhan yang rendah sampai yang berprioritas tinggi yang dapat mendorong orang untuk melakukan kegiatan usaha. Model piramida dari Maslow dari yang paling dasar adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman dan keamanan, kebutuhan social, kebutuhan harga diri dan kebutuhan aktualisasi diri (Mukhyi dan Saputro, 1995)

### **Wirausaha**

Wirausaha merupakan terjemahan dari *entrepreneur* ke dalam bahasa Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. *Entrepreneur* menurut Kamus *Merriam Webster* berasal dari bahasa Perancis "*entreprendre*" yang dalam Bahasa Inggris berarti "*to undertake*", yaitu orang yang memulai bisnis dan bersedia mengambil risiko kehilangan dalam rangka menciptakan uang. *Entrepreneur* adalah sebutan bagi seseorang yang mahir melahirkan satu usaha baru. Bahkan, *Merriam Webster* menyebut wirausaha sebagai "*economic leader*", karena berada di garda terdepan dan terawal bagi satu proses bisnis. Seorang *entrepreneur* mahir menggabungkan dan mengupayakan berbagai elemen terkait.

### **KONSEPTUALISASI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan mengumpulkan data secara univariat. Anggota sampel dipilih menggunakan prosedur *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *purposive sampling* dan mengambil sampel sebanyak 5 informan dari mahasiswa yang telah memprogram mata kuliah kewirausahaan. Daya tarik pesan menjadi konsep teori dan

teknik analisis data adalah analisis data secara kualitatif.

## HASIL PENELITIAN

### Daya Tarik Pesan Untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha

Kegiatan belajar mengajar di kelas maupun di luar kelas dapat berjalan lancar apabila dalam proses pembelajaran si pembelajar menggunakan media, metode, dan strategi pembelajaran yang tepat. Banyak media yang dapat digunakan untuk mewujudkan hal diatas, namun dari semua hal tersebut sangat ditentukan bagaimana cara “*menyampaikan pesan*” yang sudah dirancang dalam media pembelajaran.

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan dapat berupa ide atau gagasan, fakta, makna dan data. Pesan bisa berupa kalimat, baik lisan maupun tulisan, verbal maupun non verbal. *Desain* (merancang) adalah menunjukkan suatu proses analisis yg sengaja dilakukan dan terpisah dari proses pelaksanaan desain itu sendiri. Sebagai suatu proses desain pesan sengaja dilakukan mulai dari analisis masalah pembelajaran hingga pemecahan masalah yang dirumuskan dalam bentuk produk. Tujuan desain adalah untuk menciptakan strategi dan produk pembelajaran, baik pada tingkat makro, misalnya program / kurikulum, maupun pada tingkat mikro, misalnya mata pelajaran dan media. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan daya tarik pesan (pembelajaran) agar tercapai tujuan pembelajaran.

### *Fear Threat Appeals*

Dalam praktiknya, komunikasi persuasif memiliki beberapa model pendekatan. Model pendekatan *fear appeal* merupakan salah satu strategi komunikasi persuasif. Pendekatan *fear appeal* kerap digunakan untuk mengubah perilaku seseorang atau dikenal dengan istilah *behavior change*. Dilansir dari *Psychology Today*, *fear appeal* adalah teknik persuasi yang memuat pesan rasa takut untuk mempengaruhi sikap seseorang. Singkatnya, *fear appeal* menghimpun pesan yang

mencoba membujuk orang mengenai potensi bahaya yang mungkin terjadi pada mereka. Dalam komunikasi persuasi, *fear appeal* memiliki tiga komponen utama yakni: pesan, audiens dan perilaku yang dituju. Pesan yang dikomunikasikan harus mengandung sugesti rasa takut sehingga orang akan merasa terancam apabila tidak mengubah sikapnya.

Hasil pengamatan serta wawancara dengan informan diperoleh gambaran bahwa dosen mengembangkan daya tarik ini dengan gambaran kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan di berbagai sector, baik negeri maupun swasta. Tantangan serta tingkat persaingan yang semakin tinggi dengan revolusi industri 4.0. Seperti yang dikatakan oleh Robbin salah satu mahasiswa ilkom:

*“Sekarang ini kalau kita cuma berharap mau jadi PNS, kayaknya agak sulit. Bayangkan saja kalau berapa tiap tahunnya alumni sarjana yang mendaftar PNS terus yang diterima berapa. Lapangan pekerjaan makin kurang. Kalau tidak punya usaha kita mulai dari sekarang pasti susah kedepannya. Saya mulai terbuka pikiranku untuk mulai berusaha, waktu terima materi kewirausahaan yang ada data banyaknya pengangguran. Jadi saya berpikir keras apa yang akan saya lakukan untuk kedepannya.”*

Senada hal yang disampaikan oleh Endah bahwa:

*“Pikiranku mulai terbuka itu waktu materi kewirausahaan, dimana di tampilkan data-data terkait pengangguran di Indonesia. Jadi saya takutlah. Mau kerja apa kira-kira saya kalau sudah jadi sarjana. Makanya saya berani ambil langkah buka usaha kecil-kecilan walau untung yang di dapat tidak terlalu banyak”.*

Rasa takut harus dikembangkan dalam konteks pesan *fear appeal*. Setelah mendapatkan informasi tentang banyaknya pengangguran saat ini, menyebabkan

beberapa mahasiswa ilmu komunikasi berlomba-lomba mencari tahu mengenai usaha-usaha yang bisa digeluti. Hal tersebut disebabkan karena sugesti rasa takut yang melahirkan tindakan atau tingkah laku.

### ***Emotional Appeals***

Keberhasilan komunikator menumbuhkan minat komunikasi tersebut, selanjutnya diikuti dengan upaya memunculkan hasrat. Cara yang dapat dilakukan oleh komunikator untuk memunculkan hasrat komunikasi ialah dengan melakukan ajakan atau bujukan. Pada tahap ini, imbauan emosional perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap selanjutnya komunikasi mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu kegiatan sebagaimana diharapkan oleh komunikator (Malik, 1994). Daya tarik emosional adalah daya tarik yang tujuan utamanya untuk memperoleh respon emosional yang positif dari komunikannya.

Daya tarik ini menurut mahasiswa dikembangkan dari pesan yang mudah dimengerti ketika proses belajar mengajar di kelas, memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi, baik untuk mahasiswa yang sudah punya usaha ataupun mereka yang berminat untuk menjadi pengusaha. Upaya menyentuh sisi emosional juga terlihat dari tugas besar praktek kerja kewirausahaan dengan membentuk kelompok kerja yang menghasilkan suatu produk sekaligus upaya memasarkan produk tersebut. Usaha mengembangkan perasaan positif menjadi pengusaha. Hasil wawancara dengan Rahman:

*“Saya suka sekali kalau mata kuliah kewirausahaan, disamping dosen-dosen yang mengajar enak membawakan materinya, kita disugukan dengan materi-materi yang tidak sulit untuk di pahami. Di mata kuliah ini paling senang kalau langsung ada tugas prakteknya. Semangat kita mo kerja itu tugas”.*

Sejalan dengan yang dikatakan Mega:

*“Sebenarnya saya tidak ada keinginan mau berwirausaha, tapi begitu mengikuti mata kuliah ini jadi ada keinginan mau berwirausaha. Ditambah lagi dosen yang mengajar adalah orang-orang yang memang sudah memiliki usaha. Jadi kalau mereka berbagi pengalaman tentang usahanya, kaya enak betul di dengar baru timbul keinginan mau buka usaha”.*

Hal lain juga dikemukakan oleh informan bahwa :

*“Mata kuliah kewirausahaan itu ada pass semester tiga, dan saya mempunyai usaha kedai sejak masih menjadi siswa SMA untuk menjual makanan rumahan yang dimasak langsung oleh keluarga, tapi setelah mengikuti perkuliahan kewirausahaan yang diberikan praktek dan teori jadi buat saya mengerti mau dibawa kearah mana usahaku ini, disitulah saya belajar ternyata dalam buka usaha kita perlu adanya perijinan, mengelola media sosial dalam promosi juga focus pada jualanku itu apa. Selain itu, teman yang lain juga lebih paham bagaimana menjual jasa melalui media digital”*

Daya tarik ini berusaha mempengaruhi persepsi mahasiswa tentang hal emosional dan simbolis dari kewirausahaan dengan menghasilkan respon afektif yang mendukung. Pesan daya tarik emosional tentunya harus disesuaikan dengan harapan yang diinginkan oleh mahasiswa agar bisa menggugah hasrat dan memotivasi mereka untuk menjadi pengusaha, sehingga bisa membuka peluang kerja buat orang lain.

### ***Rational Appeals***

*Rational appeal* merupakan tampilan yang berdasarkan kepada logika, sehingga konsumen lebih digugah terhadap pemikirannya. Dalam iklan, pesan disampaikan dengan penjelasan atas program, dan menjadi sebuah keuntungan

bagi masyarakat dan pemerintah serta berdampak positif pada program tersebut karena masyarakat tidak perlu berfikir keras mengenai isi pesan.

Daya tarik rasional mengutamakan penyampaian kualitas nyata dan manfaat sebenarnya dari suatu produk, tanpa embel-embel tertentu. Dalam penelitian ini yang dijadikan daya tarik adalah pemberian pengetahuan melalui materi-materi yang tersusun sesuai kebutuhan dan tantangan usaha. Materi tersebut baik yang menjadi aturan nasional ataupun hasil pengembangan dari dosen-dosen pengampu mata kuliah, diharapkan bisa menggugah kesadaran mahasiswa untuk menjadi pengusaha dan membuka peluang kerja bagi orang lain.

Salah satu dosen pengampu mata kuliah ini menyatakan bahwa tujuan utama mata kuliah ini adalah mengubah pemikiran mahasiswa untuk mau menjadi pengusaha. Jangan hanya mau kerja jadi PNS. Materi didesain dengan bahan ajar yang disesuaikan dengan kebutuhan, beberapa di antaranya 1). Merintis Usaha dan model pengembangannya, 2). Manajemen Kewirausahaan, 3). Kerjasama Manajemen Franchising. 4). Penyusunan dan bimbingan proposal bisnis.

Salah satu informan bernama Mega menyatakan:

*“Saya belajar mendesain itu lebih banyak dapat materi dari dosen ketimbang belajar melalui internet. Kalau dari dosen langsung yang mengajarkan, kalau kita tidak paham tentang bagaimana mengemas pesan dari produknya kita itu biar bisa dibeli bisa langsung kita tanyakan, tapi kalau dari internet kadang saya suka bingung”.*

Hal ini bertolak belakang dengan yang disampaikan oleh Citika:

*“Saya dapat mengemas pesan dan mengetahui cara merancang dan mendesain iklan dalam memperkenalkan produkku lebih banyak belajar dari youtube. Bukan*

*berarti materi yang diberikan oleh dosen tidak ada bermanfaat, tapi terkadang yang disampaikan ke kami itu terbatas, makanya saya lebih sering mencari di internet untuk yang lain-lain”*

Daya tarik rasional berusaha mempengaruhi sikap dan pengetahuan mahasiswa tentang berwirausaha dengan memberikan informasi yang menghasilkan respon kognitif yang menguntungkan bagi pengembangan motivasi ke depannya.

### ***Humor appeals***

Menurut Eysenck dalam Fitriani dan Hidayah (2012: 80), humor merupakan suatu kata yang seringkali dikaitkan dengan suasana yang menyenangkan dan lucu sehingga dapat membuat seseorang tertawa. Hal yang sesuai dengan pendapat Marten dalam Fitriani dan Hidayah (2012:80) yang menganggap bahwa humor adalah suatu reaksi emosional dari seseorang yang dapat membawa kesenangan maupun kebahagiaan ketika ada sesuatu terjadi diluar dugaan.

Daya tarik ini menurut mahasiswa digunakan oleh tim pengampu selama proses belajar mengajar, baik di kelas maupun di luar kelas. Materi bahan ajar yang formal berusaha disampaikan dengan cara-cara yang menyenangkan dan menciptakan suasana santai, sehingga materi lebih mudah dipahami oleh mahasiswa. Salah satu informan Endah mengatakan:

*“Saya suka cara mengajar dosen yang tidak terlalu serius tapi dengan teknik candaan tapi penyampaiannya lebih mudah dipahami, seperti yang pernah dilakukan kita diminta setiap orang melakukan dalam proses kegiatan penjualan sehingga kami lebih paham seperti itu caranya jika melakukan jualan”*

Seperti halnya yang disampaikan oleh Sulistio Anggriawan:

*“Humor atau candaan selama proses pembelajaran itu penting sebagai selingan, jadi mahasiswa*

*tidak merasa terlalu tegang pada saat kuliah tapi semua penjelasannya dapat dipahami bahkan banyak hal baru yang kita dapat dari kelas, apalagi kalau kelasnya dibuat di sekitar halaman kampus”*

Daya tarik humor dalam menyampaikan materi kewirausahaan sebagai upaya menarik perhatian mahasiswa, menciptakan suasana yang menyenangkan dan mood yang positif, sehingga kemungkinan materi kewirausahaan bisa diterima dan daya ingat mereka lebih baik.

## **PEMBAHASAN**

Mata kuliah kewirausahaan merupakan salah satu upaya dari pemerintah melalui perguruan tinggi untuk menanamkan keinginan untuk menjadi pengusaha. Meminimalisir jumlah pengangguran dan membuka lapangan kerja bagi baru. Membekali mahasiswa dengan berbagai pengetahuan tentang wirausaha dilakukan dengan rancangan pembelajaran berisi materi. Materi dirangkai dari susunan stimulus atau pesan. Pesan dibangun oleh dua faktor, yaitu isi pesan (*the content of message*) dan bahasa (*symbol*). Supaya pesan mudah diterima dan dipahami oleh komunikan, pesan harus diorganisasikan dengan baik, setelah terorganisasi dengan baik pesan harus disesuaikan dengan cara berpikir, kebutuhan, dan kepentingan komunikan.

Pesan juga ditentukan oleh tujuan berkomunikasi kita. Daya tarik rasional digunakan apabila tujuannya untuk menyampaikan informasi, pesan harus dapat menyentuh pikiran komunikan dan meyakinkan komunikan sehingga sadar bahwa pesan yang diterima penting untuk diri komunikan. Apabila tujuan pesan untuk persuasif, pesan harus menyentuh perasaan komunikan, sehingga komunikan merasa puas dengan pesan itu dan pada akhirnya berbuat sesuatu sesuai dengan apa yang komunikator anjurkan, maka daya tarik yang ditonjolkan adalah daya tarik emosional, rasa takut dan humor.

Keberhasilan komunikasi persuasif adalah bagaimana keterlibatan penerima pesan. Dosen melibatkan diri dengan siswa melalui pesan yang disampaikan, melalui kata-kata, ajakan, penempatan posisi mengajar. Penerima pesan (mahasiswa) akan memberikan pandangan terhadap dosen yang dapat menumbuhkan situasi yang bersifat membangun (konstruktif), sehingga siswa memiliki komitmen untuk bersedia terlibat dalam proses pembelajaran. Azwar (1995) mengemukakan “Dalam proses pembelajaran, peserta didik memiliki suatu harapan berupa nilai ekspektansi, sesuai dengan bunyi teorinya bahwa manusia belajar akan suatu harapan atau ekspektansi yaitu adanya rasa percaya terhadap respon yang bertujuan positif atau negatif”.

## **SIMPULAN**

Keberhasilan komunikator menumbuhkan minat komunikan, selanjutnya diikuti dengan upaya memunculkan hasrat. Cara yang dapat dilakukan oleh komunikator untuk memunculkan hasrat komunikan ialah dengan melakukan ajakan atau bujukan. Keberhasilan komunikasi persuasif adalah bagaimana keterlibatan penerima pesan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Dosen melibatkan diri dengan siswa melalui pesan yang disampaikan, melalui kata-kata, ajakan, penempatan posisi mengajar. Penerima pesan (mahasiswa) akan memberikan pandangan terhadap dosen yang dapat menumbuhkan situasi yang bersifat membangun (konstruktif), sehingga mahasiswa memiliki komitmen untuk bersedia terlibat dalam proses pembelajaran. Pesan dapat dirancang dengan memperhatikan tujuan komunikasi. Dalam penelitian ini materi kewirausahaan dikembangkan melalui daya tarik rasa takut, daya tarik emosional, daya tarik rasional dan daya tarik humor. Komunikasi persuasif dalam pendidikan memiliki tujuan untuk timbulnya rasa percaya dari pada penerima pesan agar mengikuti pesan yang disampaikan melalui cara bagaimana

membangun perhatian siswa, sehingga proses pembelajaran diharapkan dapat berlangsung efektif. Sejauh yang peneliti dapatkan, bahwa materi-materi yang diajarkan dalam mata kuliah kewirausahaan mampu membuat para mahasiswa bergerak untuk memulai suatu usaha, walau masih dalam tahap kecil. Ada beberapa mahasiswa yang mulai membangun konsep ingin memiliki usaha. Walau masih banyak juga yang tidak tergerak untuk memulai usaha.

## REFERENSI

- Ahmadi, Abu. 1992. Psikologi Umum. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ahmad Tri Atmaja, Margunani. 2016. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang." *Economic Education Analysis Journal* 5(3).
- Dewa Ayu Kadek Claria, Ni Ketut Sariyani, Metode Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat Di Desa Kesiman Kertalangu Pada Masa Pandemi Covid 19 *Linguistic Community Service Journal* . Vol. 1, No. 1, 2020 P - ISSN:2746 -7031 | E-ISSN:2746-7023.
- Herdiyana, Maulana, Gumgum Gumelar, 2013 Psikologi Komunikasi dan Persuasi. Jakarta: Akademia Permata.
- Ketut, Sayu Sutrisna Dewi. 2017. Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia. Yogyakarta. Deepublish.
- Kurniati, E. D. 2015. Kewirausahaan industri. Yogyakarta. Deepublish.
- Nursito, S., & Jati, A. S. N. 2013. Analisis pengaruh interaksi pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan. *Kiat bisnis*, 5(3).
- Suryana. 2003. Kewirausahaan Pedoman

Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.

Yulastri, Asmar. 2019. Karakter Wirausaha. Bandung. Alfabeta.

# REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DI KOREA SELATAN DALAM FILM KIM JI YOUNG BORN 1982

Sasqia Dinda Riyadi<sup>1</sup>, Nurul Fauziah<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

\*Email: nurul.fauziah@dsn.ubharajaya.ac.id

## ABSTRACT

*The film Kim Ji Young Born 1982 presents a portrait story of the patriarchal society in South Korea. Even so, the social life of South Korean society itself is still very conservative. The film Kim Ji Young Born 1982 contrasts the impact of patriarchal culture on women's rights in their lives. Also, the burden of women's lives in a patriarchal and conservative society in every choice of life. Using a qualitative approach with John Fiske's semiotic analysis as a research method, this study aims to uncover the 1982 film Kim Ji Young Born through the representation of patriarchal culture in South Korea, by examining the signs and meanings in this film. The result of the research shows that there are 16 film scenes that depict patriarchal culture through the level of reality, the level of representation, and the level of ideology. The patriarchal culture in this film is depicted in six indicators of the basic structure of patriarchy, namely the patriarchal mode of production, patriarchal relations in paid work, male violence, patriarchal relations in sexuality, patriarchy in cultural institutions and the patriarchal state. Unfortunately, the scenes that show various patriarchal cultural practices are done consciously or unconsciously by the people around the main character.*

**Keywords:** Representation; Patriarchal Culture; Film; Semiotics; John Fiske

## ABSTRAK

Film Kim Ji Young Born 1982 menghadirkan cerita potret masyarakat patriarki di Korea Selatan. Sekalipun, kehidupan sosial masyarakat Korea Selatan sendiri masih sangat konservatif. Film Kim Ji Young Born 1982 mengontraskan dampak budaya patriarki terhadap hak-hak perempuan dalam kehidupannya. Juga, beban kehidupan perempuan di tengah masyarakat patriarkat dan konservatif disetiap pilihan hidupnya. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika John Fiske sebagai metode penelitian, penelitian ini ingin membongkar film Kim Ji Young Born 1982 melalui representasi budaya patriarki di Korea Selatan, dengan mengkaji tanda dan makna dalam film ini. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat 16 adegan film yang menggambarkan budaya patriarki melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Budaya patriarki dalam film ini digambarkan dalam enam indikator struktur dasar terjadinya patriarki, yaitu dari mode produksi patriarki, relasi patriarki dalam pekerjaan berupah, kekerasan laki-laki, hubungan patriarki dalam seksualitas, patriarki dalam institusi budaya dan negara patriarkat. Sayangnya, adegan-adegan yang menunjukkan berbagai praktik budaya patriarki, dilakukan secara sadar maupun tidak sadar oleh orang-orang di sekitar tokoh utama.

**Kata Kunci:** Representasi; Budaya Patriarki; Film; Semiotika; John Fiske

**Submisi:** 31 Juli 2022

## PENDAHULUAN

Beberapa dekade terakhir, Korea Selatan menjadi pusat perhatian di mata Dunia Internasional lewat popularitas kebudayaan dan industri hiburannya, atau biasa disebut *Hallyu/Korean Wave* (Gelombang Korea). *Hallyu* dengan

beragam produknya, seperti: *K-pop*, *K-drama*, *K-movie*, *K-fashion*, *K-food* dan *K-beauty* mencuat sebagai salah satu alternatif budaya populer yang mampu menarik perhatian khalayak dari berbagai belahan dunia. Produk-produk tersebut merupakan bentuk industri kebudayaan yang lahir dari

produksi dan penyebaran seni, cerita rakyat dan adat istiadat setempat. (Rastati, 2018).

Namun, di balik popularitasnya, kehidupan sosial masyarakat Korea Selatan ternyata masih sangat konservatif. Bahkan, di tengah popularitas penyebaran produk *K-drama* atau *K-movie* yang memberikan berbagai pilihan tema cerita bagi kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia, Korea Selatan justru tengah berhadapan dengan dua nilai tema yang dianggap tabu, yakni patriarki dan LGBT (Mahabarata, 2020).

Salah satu film yang mengangkat isu budaya patriarki di tengah masyarakat Korea adalah Kim Ji Young Born 1982. Kim Ji Young Born 1982 adalah film layar lebar bergenre drama yang diadaptasi dari novel kontroversial terlaris karya Cho Nam-Joo asal Korea Selatan. Film ini disutradarai oleh Kim Do-young dan dibintangi oleh Gong Yoo berperan sebagai Jung Dae-hyun dan Jung Yu-mi sebagai Kim Ji-young. Keduanya berperan sebagai sepasang suami dan istri.

Film ini menghadirkan potret masyarakat patriarki di Korea Selatan dan mengontraskan dampak budaya patriarki bagi kehidupan perempuan, seperti: tereliminasi hak-hak perempuan dalam kehidupannya dan beban kehidupannya bersama potret laki-laki yang membuat frustrasi di tengah masyarakat patriarkal. Laki-laki dalam film ini sebagai laki-laki yang misoginis. Film ini hampir keseluruhan menghasilkan cerita konflik rumah tangga dan kehidupan sosial dalam konteks patriarki, seperti: pilihan hidup perempuan yang dianggap selalu salah, *postpartum depression* (depresi pasca melahirkan), dan lain-lain.

Berperan sebagai anak, istri, dan ibu yang sedang mengalami titik balik luar biasa dalam hidupnya, Jung Yu-mi sebagai Kim Ji-young banyak tampil dengan wajah tanpa riasan namun tetap terlihat cantik dan tegas. Kepiluan yang dialaminya nampak jelas dan tidak tertutupi. Film ini bercerita bagaimana budaya patriarki mengiringi setiap fase kehidupan Kim Ji-young. Tidak hanya Kim

Ji-young, proyeksi bentuk patriarki yang meliputi wilayah-wilayah selain rumah tangga juga dialami para tokoh perempuan lain. Film ini menegaskan bagaimana perempuan digambarkan terjebak dalam tradisi patriarki Korea Selatan.

Film ini juga menampilkan cerita fenomena kamera pengintai (*Spy Cam*) yang menjadi fakta yang banyak terjadi di Korea Selatan. Menurut laporan Human Rights Watch (Barr, 2018), *spy cam* di Korea Selatan merupakan salah satu dari banyak pelanggaran hak yang dihadapi perempuan di Korea. Tidak hanya terjadi di tempat kerja, *spy cam* juga terjadi di tempat umum lainnya. Fakta bahwa Korea Selatan mengalami kesenjangan gender, termanifestasi pada peran perempuan dalam bidang apapun. Peminggiran peran perempuan dan keraguan atas kemampuan perempuan banyak terjadi di sektor publik. Seperti yang dilaporkan oleh *The Economist* terkait dengan indeks kesetaraan perempuan tahun 2020, dilaporkan bahwa Korea Selatan menduduki urutan terakhir dalam indeks tersebut, yakni urutan 29. Ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi perempuan di Korea Selatan di bidang ekonomi lebih rendah dibandingkan Negara-negara besar OECD (*The Economist*, 2020).

Apalagi Di Korea Selatan, ideologi patriarki bergandengan dengan aliran Konfusianisme yang diadopsi dalam kehidupan masyarakatnya sejak periode Joseon. Adanya falsafah “Pria Tinggi, Perempuan Rendah” menjadi ciri paling dasar terjadinya dominasi laki-laki terhadap perempuan. Ajaran Konfusianisme berjalan dengan cara menentukan peran dan posisi antara perempuan dan laki-laki baik dalam kehidupan sosial maupun dunia profesional (Kwang-kyu, 2003).

Film Kim Ji Young Born 1982 sendiri, mendapat peringkat bintang 6.68 dari nilai sempurna 10 oleh 50.562 pengguna Naver (situs web populer di Korea Selatan). Film yang ditonton oleh 72 persen perempuan dan 28 persen laki-laki ini telah mendapat nilai proporsi angka

kepuasan penonton 9,45. Sekalipun, angka proporsia kepuasan penonton laki-laki dalam film ini hanya 2,99 (Naver, 2019). Atas respon dan penilaian yang diberikan tersebut, semakin meyakinkan penulis bahwa film ini menarik dan memiliki kekuatan dan kemampuan untuk memengaruhi khalayak.

Apalagi, film tidak membutuhkan kemampuan membaca secara cermat untuk memahami isi atau pesan di dalamnya. Dengan demikian, penonton secara mudah terbawa dengan alur cerita yang ada dengan menghayati para tokoh yang dikisahkan melalui para pemainnya. Penonton menerima ideologi atau cara pandang yang disampaikan melalui cerita fiktif dalam film sebagai sesuatu yang 'benar' dalam kehidupan nyata dalam bermasyarakat. Mereka menganggap begitulah 'seharusnya' sesuatu dipandang atau dilakukan. Jika perilaku seseorang atau kelompok tidak sesuai dengan yang 'seharusnya' itu, maka dianggap sebagai suatu pelanggaran norma atau bahkan budaya.

Seperti disebutkan oleh McQuail (2011) dalam (Trianton, 2013), film memiliki kelebihan tidak hanya dari segi audio-visual yang dimilikinya, tetapi juga dari segi fungsi. Film jika dibandingkan dengan media lain menyajikan informasi mengenai peristiwa dan kondisi masyarakat tertentu, sebagai sarana sosialisasi, pewarisan nilai, norma, serta kebudayaan. Tidak hanya itu, film juga berfungsi sebagai wahana pengembangan kebudayaan, dan sebagai sarana hiburan serta pemenuhan kebutuhan estetika masyarakat.

Sementara itu, menurut Danesi (2012: 20), manusia memaknai konsep yang ada di dalam pikirannya dengan mengategorikannya berdasarkan pada aktivitas manusia itu sendiri dan pemaknaannya terhadap simbol dan tanda. Sementara, representasi dalam hubungannya pada tanda dan makna bekerja dengan cara menghubungkan, menggambarkan, memotret atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, dirasakan dalam bentuk fisik

tertentu dengan menggunakan tanda (gambar, bunyi dan lain-lain). (Danesi, 2012).

Film Kim Ji Young Born 1982 mengemas realitas simbolik ideologi patriarki, baik tentang realitas objektif maupun representasi. Film ini juga memperlihatkan bagaimana ideologi tersebut diproduksi, dikonstruksi, direpresentasikan, lalu disebarluaskan kepada masyarakat sehingga menjadi fenomena yang tidak memiliki akhir untuk terus diteliti dan didiskusikannya pada kajian sosial maupun budaya. Manifestasi ideologi budaya patriarki di Korea Selatan yang tersirat dalam film Kim Ji Young Born 1982 menarik peneliti untuk melakukan penelitian guna membongkar bagaimana representasi budaya patriarki digambarkan dalam film ini, yaitu melalui pemaknaan terhadap simbol dan tanda yang ada di dalam film dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske.

Menggunakan paradigma kritis, peneliti mencoba mengungkapkan konsepsi yang berbeda mengenai hubungan yang beragam terhadap elemen dalam kehidupan sosial dalam masyarakat. Pembongkaran aspek-aspek yang tersembunyi di balik suatu kenyataan yang tampak (*virtual reality*), untuk kemudian dilakukan kritik sebagai langkah perubahan atas struktur sosial merupakan pusat perhatian oleh paradigma kritis (Bandara, 2012). Penulis memilih menggunakan paradigma kritis dengan maksud melakukan pendekatan pada bagaimana media seperti film Kim Ji Young Born 1982 dapat dipahami secara keseluruhan mulai dari proses produksi dan struktur sosial. Penulis meneliti dan mengamati setiap adegan yang terdapat representasi budaya patriarki kemudian dijabarkan secara deskriptif untuk dapat menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Maleong, 2014).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Representasi Stuart Hall**

Stuart Hall memaparkan bahwa riset atau pertanyaan penelitian tentang representasi, menjadi salah satu praktik sentral yang menghasilkan budaya dan ‘momen’ kunci dengan apa yang disebut ‘sirkuit budaya’. Kenyataannya, makna diproduksi di beberapa tempat berbeda dan diedarkan melalui beberapa proses atau praktik yang berbeda pula. (Stuart Hall, 1997) Konsep representasi ini telah menempati kedudukan baru dan berpengaruh pada studi budaya, di mana hubungan makna, bahasa dengan budaya menjadi pertanyaan mengenai keterkaitannya satu sama lain. Istilah bahasa di sini digunakan dengan cara yang sangat luas dan inklusif. Pusat dari proses pemaknaan dalam budaya terdapat dua sistem representasi yang terkait, yang pertama memungkinkan kita untuk memberi makna pada dunia dengan membangun satu set korespondensi atau rantai kesetaraan antara hal-hal, orang, objek, peristiwa, ide abstrak, dan sebagainya. Kemudian yang kedua terpaut pada membangun seperangkat korespondensi antara peta konseptual kita dan seperangkat tanda, yang disusun atau diatur ke dalam berbagai bahasa yang mewakili atau mewakili konsep-konsep tersebut (Stuart Hall, 1997).

### **Semiotika John Fiske**

Penelitian film Kim Ji Young Born 1982 yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika, model John Fiske. Fiske mengemukakan semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna (Vera, 2014). Seperti disebutkan Maleong, sebuah realitas tidak muncul dengan sendirinya melalui kode-kode yang timbul, namun melalui proses pengolahan menggunakan penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh penonton, sehingga

sebuah kode akan diulas secara berbeda oleh orang yang berbeda juga (Vera, 2014)

Begitu juga dengan peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi, menurut Fiske telah diencode oleh kode-kode sosial. Menurutnya, teori tanda-tanda yang telah diencode oleh kode-kode sosial terkonstruksi dalam tiga level, antara lain: representasi, realitas dan ideologi (Vera, 2014). Subjek dalam penelitian ini adalah film Kim Ji Young Born 1982.

### **Patriarki dan Masyarakat Korea Selatan**

Sejarah masyarakat patriarki sejak awal membentuk peradaban manusia dengan menganggap bahwa laki-laki lebih kuat (superior) dibandingkan perempuan, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat, maupun bernegara. Kultur patriarki ini secara turun temurun membentuk perbedaan perilaku, status, dan otoritas antara laki-laki dan perempuan di masyarakat yang kemudian menjadi hirarki gender (Sarwenda, 2017)

Menurut Walby (1989, h. 227-228) terdapat dua tipe utama patriarki, yaitu: pertama, dominasi laki-laki dalam bentuk pribadi produksi rumah tangga atau disebut Patriarki Privat. Patriarki jenis ini mengambil alih langsung layanan perempuan secara individu/pribadi yang cakupannya pada rumah tangga, dan segala persoalan yang bersangkutan dengan urusan kebijakan, pengambilan keputusan dan sebagainya dilakukan oleh laki-laki terhadap perempuan. Kedua, patriarki yang meliputi wilayah selain rumah tangga atau disebut Patriarki Publik. Patriarki jenis ini, kekuasaannya berada di tangan individu atau kolektif (banyak laki-laki), dalam bentuk publik digantikan oleh pekerjaan dan negara, dan tidak hanya mengecualikan perempuan dari posisi tertentu melainkan mensubordinasikan perempuan di semua posisi tersebut.

Patriarki dapat terjadi di mana saja, salah satu nya di Korea Selatan. Apalagi, Korea Selatan memiliki sistem kekerabatan atau sistem garis keturunan yang sangat kental yaitu sistem garis keturunan ayah

(sistem patrilineal). Menurut (Chang YS. 1983; Kim JM. 1995) dalam (Nan-Yeong, 2005, h. 118) hal tersebut didasarkan pada Korea yang menganut ideologi Konfusianisme yang telah dan masih berakar kuat pada masyarakatnya, bahwa anak laki-laki sangat diutamakan di Korea. Laki-laki disamakan dengan langit dalam filosofi Konfusianisme dengan arti superior, dominan, dan kuat. Sedangkan perempuan diasosiasikan dengan bumi, yakni inferior, tunduk, dan lembut.

Penilaian status perempuan dalam masyarakat Konfusianisme adalah masalah yang kompleks. Secara umum masyarakat Korea telah digambarkan sebagai bentuk ekstrem patriarki, di bawah etika Konfusianisme di Era Yi perempuan ditempatkan di bawah laki-laki dan menugaskan perempuan pada peran sosial dengan stereotip: perempuan suci, istri yang berbakti, ibu yang berdedikasi (Kim (1994) dalam Nan-Yeong (2005, h. 4)). 'Keelokan' yang ditentukan oleh Konfusius untuk perempuan diilustrasikan dengan baik dalam *The Naehun* (instruksi untuk wanita) yang disusun oleh Ratu Sohye di mana pada tahun 1475 dianggap sebagai buku teks paling penting dan berpengaruh bagi wanita selama periode tertentu. *Naehun* mengajari gadis-gadis berdasarkan empat aturan dasar perilaku wanita: (1) wanita tidak perlu memiliki bakat yang besar, tetapi harus tenang dan tenteram, suci dan disiplin; ucapan yang tepat (2) wanita tidak perlu memiliki bakat retorik, tetapi harus menghindari bahasa yang buruk dan menyinggung serta berbicara dengan menahan diri; penampilan yang pantas (3) wanita tidak perlu cantik, tetapi harus bersih dalam pakaian dan penampilan; dan mengikuti tugas-tugas kewanitaan (4) wanita tidak perlu pandai, tetapi harus memperhatikan tugas-tugas seperti menenun dan menjamu tamu (Nan-Yeong, 2005, h. 118).

Meskipun budaya patriarki telah mengalami banyak perubahan seiring dengan Korea Selatan yang terus berkembang di dunia modern, mentalitas

peran khusus gender tampaknya tetap kuat didalam masyarakatnya, secara inheren membawa diskriminasi gender terutama dalam keadilan, industri hiburan, kehidupan pernikahan, dan pekerjaan. Lebih jauh, ada diskriminasi gender dalam perekrutan kerja (Chan, 2016).

## HASIL PENELITIAN

Representasi menjadi salah satu praktik sentral dalam menyampaikan dan memproduksi sebuah budaya. (Stuart Hall, 1997). Melalui media, budaya suatu tatanan sosial masyarakat tertentu disampaikan untuk dilestarikan dan bahkan diproduksi, yaitu melalui makna dan pertandaannya. Seperti disebutkan Fiske, semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, bagaimana makna dibangun dalam teks media. Teks berupa peristiwa yang ditayangkan dalam suatu media telah diencode oleh kode-kode sosial yang terkonstruksi dalam tiga level, antara lain: representasi, realitas dan ideologi (Vera, 2014).

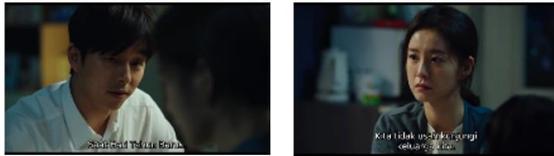
Dalam penelitian berjudul *Representasi budaya patriarki dalam film Kim Ji Young Born 1982* ini, penulis menemukan 16 adegan dalam film *Kim Ji Young Born 1982* yang merepresentasikan budaya patriarki. Budaya patriarki adalah sebuah system social yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama. (KR & ESP, 2021) Konsep patriarki, dipahami memiliki progresifitas tinggi juga sangat opensif. (Cinu, 2021) Menurut Walby (1989, h. 227-228) terdapat dua tipe utama patriarki, yaitu: dominasi laki-laki dalam bentuk pribadi produksi rumah tangga (patriarki privat) dan patriarki yang meliputi wilayah selain rumah tangga (patriarki publik).

### 1. Budaya Penyambutan Tahun Baru

**Realitas:** Sebuah keluarga yang terdiri dari suami, istri dan anak sedang makan malam, sambil berbincang mengenai rencana penyambutan tahun baru Korea.

**Representasi:** Di ruangan dengan pencahayaan rendah, tepi bayangan yang tajam, shot close up dan dialog memaknai

pesan perasaan frustrasi. Memperlihatkan kepatuhan terhadap tradisi sebuah negara. **Ideologi:** Loyalitas.



Gambar 1. Scene dengan *time code* 04:53 – 05:40

## 2. Pasangan dalam Kerja Domestik



Gambar 2. Scene dengan *time code* 06:35-07:10

**Realitas:** Sebuah keluarga kelas menengah, terlihat suami istri yang modern (mau membagi pekerjaan rumah tangga) dan ibu yang bersikap tradisional. **Representasi:** Ruang dapur dengan pencahayaan terang, teknik *mid shot* ingin memperjelas ekspresi sampai gesture memperlihatkan situasi kecanggungan. **Ideologi:** Patriarki mode produksi.

## 3. Penanaman Nilai Patriarki dalam Keluarga



Gambar 3 Scene dengan *time code* 14:57 - 15:45

**Realitas:** Seorang nenek berpakaian tradisional, bersama cucu laki-laki disisinya dan disisi lain sedang memerintah cucu perempuannya. **Representasi:** Di ruang kamar anak perempuan, *mid shot* memperjelas ekspresi sampai *gesture* memperlihatkan sikap kepatuhan atas nilai-nilai perempuan tradisional. **Ideologi:** Feminitas.

## 4. Hubungan Keluarga



Gambar 4. Scene dengan *time code* 16:55 - 17:25

**Realitas:** Sebuah keluarga terdiri dari anak, ibu, ibu mertua dan cucu sedang makan siang bersama sambil melakukan perbincangan. **Representasi:** Di sebuah rumah tua bernuansa kayu, medium *close up* memperdalam gambar, menunjukkan aktivitas objek. **Ideologi:** Konfusianisme.

## 5. Subordinasi Perempuan dalam Dunia Kerja



Gambar 5 Scene dengan *time code* 24:07-25:00

**Realitas:** Beberapa partisipan rapat duduk dikursi masing-masing, beberapa melakukan perbincangan diluar tema pekerjaan sebelum rapat dimulai. **Representasi:** Berlatar ruangan rapat, *mid shot* memperjelas ekspresi sampai *gesture* partisipan yang melakukan pembicaraan sehingga memperlihatkan adanya konflik, menyubordinasikan perempuan. **Ideologi:** Maskulinitas dan otoritas.

## 6. Stigma Perempuan dalam Dunia Kerja



Gambar 6 Scene dengan *time code* 27:03 - 27:58

**Realitas:** Terdapat dua pegawai perempuan yang satu sebagai atasan dan satunya sebagai staf sedang melakukan perbincangan serius. **Representasi:** Berlatar ruang kerja, *close up* menampilkan detail ekspresi keduanya yang memperlihatkan reaksi dari dialog yang menunjukkan ketidakberdayaan dan dilemahkan. **Ideologi:** Patriarki pekerjaan berubah.

### 7. Perempuan dalam Pandangan Masyarakat



Gambar 7 Scene dengan time code 29:00-29:48

**Realitas:** Sekumpulan ibu-ibu dengan kostum sederhana dan sehari-hari, sedang duduk dan berbagi cerita latar belakang pendidikannya. **Representasi:** Berlatar sebuah rumah, kode dialog menjelaskan perempuan dalam media film sebagai figur ibu rumah tangga. Walau dilatarbelakangi pendidikan yang cukup baik, namun selalu direkatkan pada tugas ‘pengasuhan anak’ seolah mutlak pekerjaan perempuan. **Ideologi:** Patriarki pada pranata budaya.

### 8. Peran Perempuan yang Dibatasi

**Realitas:** Sepasang suami istri sedang berselisih paham mengenai keinginan istri untuk bekerja paruh waktu, menimbulkan pertentangan dari suami. Sang istri terlihat sambil sibuk dengan tumpukan pakaian. **Representasi:** Berlatar sebuah apartemen dengan pencahayaan yang rendah, memiliki bayangan hitam yang tajam memberi efek tegang pada konflik yang ada. Memperlihatkan perempuan yang sibuk dengan pekerjaan rumah tangga walau sudah larut malam dan ruang gerak perempuan berkarier dibatasi dengan argumen perempuan sudah lelah mengurus rumah tangga. **Ideologi:** Patriarki mode produksi.



Gambar 8 Scene dengan time code 37:13-38:07

### 9. Pelecehan Terhadap Perempuan



Gambar 9 Scene dengan time code 45:40-46:09

**Realitas:** Tiga orang pegawai perempuan yang ketakutan dan khawatir setelah mengetahui di toilet perempuan terdapat kamera mata-mata. **Representasi:** Adanya kamera tersembunyi yang dipasang secara sengaja, mempunyai motif pornografi mau memperlihatkan perempuan sebagai objek kekerasan seksual yakni pelecehan seksual melalui alat. Medium *close up* memperjelas wajah objek memberi kesan perdalaman reaksi bersamaan aktivitasnya. **Ideologi:** Patriarki kekerasan seksual.

### 10. Perempuan Obyek Kejahatan



Gambar 10 Scene dengan time code 47:50 - 49:00

**Realitas:** Seorang siswi yang diikuti, dan terus diperhatikan seolah-olah menjadi target oleh siswa didalam transportasi umum bus. **Representasi:** Berlatar sebuah bus, *close up* menggambarkan ketakutan. Memperlihatkan tindakan mengobjektifikasi, mendominasi perempuan, serta pengandaian atas diri yang

utuh merupakan hasrat seksualitas.

**Ideologi:** Seksualitas.

### 11. Penanaman Nilai Perempuan Sebagai Lini Ke-dua



Gambar 11 Scene dengan time code 56:35-57:35

**Realitas:** Seorang ibu yang sedang melipat pakaian dan anak yang sedang menulis, mereka melakukannya sambil bercerita mengenai cita-cita ibunya dahulu.

**Representasi:** Berlatar sebuah ruangan di dalam rumah, memperlihatkan adanya subordinasi gender bahwa hanya laki-laki yang prioritas diberi pendidikan formal. Tradisi budaya yang mendistorsi eksistensi perempuan. **Ideologi:** Patriarki pada pranata budaya.

### 12. Laki-laki dan Seksualitas



Gambar 12 Scene dengan time code 01:13:13 - 01:14:54

**Realitas:** Sepasang suami istri dengan kostum piyama warna merah muda untuk perempuan dan biru untuk laki-laki, sedang berbincang mengenai tuntutan memiliki anak setelah menikah.

**Representasi:** Scene ini mau memperlihatkan sisi laki-laki yang mengendalikan segala keputusan di dalam rumah tangga. Permintaan untuk segera memiliki anak menjadi bentuk kontrol seksualitas atas reproduksi perempuan. *Close up* memperdalam ekspresi frustrasi. **Ideologi:** Maskulinitas dan seksualitas.

### 13. Beban Ganda Perempuan



Gambar 13 Scene dengan time code 01:15:11 - 01:15:44

**Realitas:** Seorang atasan mendatangi meja kerja yang masih kosong yang ternyata karyawan nya datang terlambat karena anaknya sakit dan tidak bisa ditinggalkan jadi dibawa ke kantor.

**Representasi:** Scene ini memperlihatkan perempuan dalam pekerjaan publik dinilai tidak terampil atau tidak profesional setelah memiliki anak. Adanya subordinasi bentuk pemberian kelas atas kualitas keterampilan dan perbedaan potensi antara perempuan dan laki-laki. **Ideologi:** Beban kerja ganda dan patriarki pekerjaan berupah.

### 14. Peran Perempuan dan Status Sosial



Gambar 14 Scene dengan time code 01:18:26 - 01:19:08

**Realitas:** Melakukan percakapan melalui panggilan telepon oleh ibu mertua dan menantu. **Representasi:** Percakapan mengenai berita menantu yang akan kembali bekerja di ranah publik menimbulkan pertentangan oleh ibu mertua, kekecewaan dan frustrasi mendominasi pesan emosional. Ruang gerak perempuan terbatas didasarkan oleh nilai-nilai patriarki yang dianut ibu mertua. **Ideologi:** Patriarki mode produksi.

### 15. Perempuan dan upah Kerja

**Realitas:** Terdapat dua perempuan, satunya ibu rumah tangga dan yang satunya seorang pegawai kantor. Perbincangan yang serius membangkitkan emosional. **Representasi:** Scene ini mau memperlihatkan frustrasinya perempuan terhadap hegemoni patriarki publik di Korea

Selatan dalam bidang upah sektor publik, secara signifikan terdapat kesenjangan upah antara laki-laki dan perempuan. **Ideologi:** Kapitalisme, negara patriarkat.



Gambar 15 Scene dengan time code 01:28:50 - 01:29:40

### 16. Pelecehan pada Perempuan



Gambar 16 Scene dengan time code 01:46:06 - 01:48:12

**Realitas:** Tiga orang pekerja yang melakukan penghinaan terhadap status perempuan sebagai ibu rumah tangga atas kehadirannya di ranah publik (kafe). **Representasi:** Di sebuah kafe terdapat sedikit keributan mengenai ibu rumah tangga yang dianggap sebagai parasit dan gangguan di ruang publik. Memperlihatkan adanya indikasi tindak kekerasan verbal dan psikis oleh laki-laki sebagai orang asing. **Ideologi:** Individualisme dan kekerasan laki-laki.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan 16 scene yang dianalisis dan diteliti menggunakan metode analisis semiotika John Fiske, film Kim Ji Young Born 1982 menyajikan berbagai identitas budaya, seperti: budaya terkait peran seorang sebagai warga negara, peran

social dalam ruang lingkup industry maupun public, dan juga peran mereka dalam sebuah rumah tangga. Semua peran ini terbingkai dalam sebuah budaya yang mengikat mereka dalam sebuah aturan (regulasi) interaksi sehari-hari, baik dalam hubungan formal maupun informal dan dalam hubungan masyarakat maupun keluarga yang disadari atau tidak disadari memproduksi makna tertentu.

Pada film ini, identitas budaya dan regulasi membentuk dan melanggengkan produksi atau nilai-nilai budaya patriarki. Seperti disebutkan oleh Stuart Hall, representasi menjadi salah satu praktik sentral dalam menyampaikan dan memproduksi sebuah budaya. (Stuart Hall, 1997). Melalui media, budaya suatu tatanan social masyarakat tertentu disampaikan untuk dilestarikan dan bahkan diproduksi.

Kajian patriarki dan juga kajian struktur sosial, (Walby, 1989) menyebutkan terdapat enam struktur patriarki yang berkontribusi membentuk sistem patriarki, yaitu: mode produksi patriarki, relasi patriarki dalam pekerjaan berupah, kekerasan, hubungan patriarki dalam seksualitas, hubungan patriarki dalam pranata budaya dan negara patriarki.

### *Representasi Budaya Patriarki Pada Mode Produksi Patriarki*

Menurut Walby, mode produksi patriarki merupakan salah satu struktur patriarki yang bekerja dalam tingkat ekonomi. (Walby, 1989). Dalam sebuah hubungan rumah tangga, pekerjaan perempuan di ranah publik lebih banyak diambil alih oleh laki-laki. Perempuan menjadi kaum subordinat yang bekerja di ranah domestic, seperti: merawat suami, mengasuh anak, dan lain sebagainya.

Begitu juga dengan representasi budaya patriarki yang hadir pada mode produksi di antaranya secara realitas digambarkan oleh tokoh Kim Ji Young, atau penggunaan visual perempuan bersama pekerjaan rumah tangga. Dalam film ini, perempuan (istri) digambarkan sebagai kelas yang memproduksi (subordinat pekerja domestik) dan memiliki ruang gerak

terbatas karena tanggung jawabnya sebagai ibu rumah tangga. Sebab, masyarakat Korea merupakan pemegang ideologi Konfusianisme yang dengan tegas mengatur tempat peran antara laki-laki dengan perempuan. Konfusianisme mendudukan laki-laki sebagai kaum yang memiliki ruang, peran, dan akses ruang publik yang luas. Sebaliknya, perempuan memiliki ruang gerak yang terbatas, yaitu dibatasi dengan tanggung jawab pekerjaan rumah dan perawatan keluarga. Dampaknya, selain memiliki kesempatan kerja yang terbatas, perempuan pekerja di Korea memiliki beban kerja ganda yang berdampak fisik dan juga psikologis. Seperti disebutkan Walby, perspektif ini menciptakan seleksi peran dan posisi yang timpang antara laki-laki dengan perempuan, yaitu laki-laki dengan akses yang lebih luas untuk keproduktifan di sektor publik. Sementara, perempuan berperan melayani laki-laki di sektor domestik (Walby, 1989).

Seperti disampaikan oleh (Miyoung Gu, 2020) bahwa perempuan di Korea termasuk penduduk yang tidak aktif secara ekonomi. Data pada tahun 2020, menyebutkan pengasuhan anak/pekerjaan rumah tangga merupakan jenis kegiatan yang paling banyak dilakukan perempuan di Korea, yaitu sebanyak 6.992 orang. (Miyoung Gu, 2020). UU Komisi Nasional Hak Asasi Manusia Korea menyebutkan, ini sebagai “tindakan diskriminatif” yaitu tindakan yang memperlakukan, mengecualikan, mendiskriminasi atau memperlakukan orang tertentu secara tidak baik terkait dengan penyediaan atau penggunaan barang, jasa, sarana transportasi, fasilitas komersial, dan fasilitas tanah dan perumahan (Matthews, 2005).

#### *Representasi Budaya Patriarki Dalam Pekerjaan Berupah*

Selain mode produksi, hubungan patriarki dalam pekerjaan berupah juga merupakan pembentuk struktur patriarki kedua di tingkat ekonomi. Ciri utama hubungan patriarki dalam pekerjaan berupah adalah ditutupnya akses perempuan

oleh laki-laki, mulai dari promosi jabatan dan upah kerja yang rendah (Walby, 1989).

Sebagai sistem hubungan sosial dengan kapitalisme, laki-laki dalam film ini menjadi sebuah tanda, yang secara realitas interaksinya merupakan sebuah kode atau sistem yang menghadirkan representasi tertentu. Pada film ini representasi yang ditunjukkan adalah bentuk-bentuk khusus segregasi pekerjaan berdasarkan jenis kelamin. Di Korea Selatan, beberapa pekerjaan dianggap sebagai pekerjaan 'laki-laki' dan pekerjaan lain sebagai pekerjaan 'wanita'. Segresi atau pengecualian perempuan dalam pekerjaan berupah diakui terjadi di Korea Selatan. Menurut Bradley (1989), pembagian ranah kerja ini dikenal sebagai stereotipe seks pekerjaan yang mencerminkan gagasan yang diberlakukan tentang pria dan wanita dan tentang maskulinitas – feminitas (Matthews, 2005).

Dalam film *stereotype* ‘seks’ pekerjaan ditunjukkan dengan posisi manajerial di perusahaan kerap dipinpin oleh seorang laki-laki. Tidak hanya itu, konflik dalam film ini, khususnya dalam dunia kerja kerap melibatkan sikap menyubordinasikan perempuan dengan menganggap perempuan lemah, dan meremehkan bahkan melecehkan perempuan. Di satu sisi, film ini menempatkan perempuan sebagai kaum yang memiliki kesempatan yang sama dengan laki-laki dalam dunia kerja. Namun, di sisi lain terdapat diskriminasi pada perempuan, yaitu kesempatan promosi jabatan dan pemberian upah yang rendah ketimbang laki-laki. Artinya digambarkan adanya standar ganda dalam penyeteraan perempuan dengan laki-laki dalam pekerjaan berupah di Korea Selatan. Perempuan tetap dianggap sebagai kelompok yang berbeda. Seperti yang ditunjukkan oleh data terkait dengan keterwakilan perempuan dalam pekerjaan, *Glass-Ceiling Index* bahwa peringkat penilaian tahunan perempuan dalam hal memiliki peluang terbaik dan terburuk dari perlakuan yang adil di tempat kerja pada 29 negara OECD menunjukkan Korea Selatan

masih berada di posisi terbawah untuk tahun kesembilan secara berturut-turut (The Economist, 2020).

#### *Representasi Budaya Patriarki Dalam Kekerasan*

Kekerasan pada perempuan kerap dianggap sebagai peristiwa yang hanya terjadi pada beberapa perempuan, karena masalah psikologis pada beberapa laki-laki. Padahal, kekerasan oleh laki-laki disebutkan Walby sebagai sifat struktur sosial yang polanya tidak dapat dipahami dalam pengertian psikologi individu (Walby, 1989). Laki-laki menggunakan kekerasan sebagai bentuk dominasi terhadap perempuan agar perempuan berperilaku sesuai dengan keinginannya. Seperti disebutkan oleh Park, patriarki sering ditopang oleh kekerasan laki-laki terhadap perempuan sebagai hasrat untuk menguasai, penguasaan ini erat kaitannya sebagai penanda utama dominasi. (Park, 2017).

Dalam film ini, direpresentasikan dengan mengangkat kasus nyata kekerasan seksual melalui kamera pengintai yang dipasang di toilet perempuan. Dimana kasus tersebut menimbulkan unjuk rasa terbesar oleh perempuan Korea Selatan pada tahun 2018. Selain itu, kekerasan dalam film ini juga direpresentasikan melalui bentuk kekerasan psikis yang dialami Jiyoung atas pelabelan yang diberikan kepadanya sebagai seorang 'Mom-chung' atau "ibu parasit". Mom-chung adalah istilah penghinaan yang sering ditujukan untuk ibu rumah tangga (Park, 2017) yang hidup dari pendapatan suami mereka. Mom-chung juga seringkali dinilai memanfaatkan status keibuan pada ranah publik.

Seksualitas perempuan yang membudaya atau bagaimana perempuan di posisikan dalam interpretasi kehidupan, mengakibatkan lahirnya berbagai bentuk kekerasan terhadap perempuan. Sayangnya, dominasi laki-laki terhadap perempuan dalam bentuk kekerasan ini dianggap hal yang lumrah dan baik-baik saja. Dominasi dalam bentuk kekerasan oleh laki-laki terhadap perempuan dianggap sebagai cara untuk 'mentertibkan' perempuan agar

tunduk pada laki-laki. Sayangnya, menurut Hanmer dan Saunders (1984), kekerasan terhadap laki-laki sebagai sumber dominasi atas perempuan yang terstruktur muncul karena kurangnya intervensi negara untuk menghentikan ini. Sebaliknya, kekerasan laki-laki terhadap perempuan dalam bentuk tertentu cenderung dimaafkan dan dilegitimasi oleh negara. Kecuali, jika kekerasan dilakukan secara 'ekstrim' dan dalam keadaan 'tidak pantas' (Walby, 1989).

#### *Representasi Budaya Patriarki Pada Seksualitas*

Seperti disebutkan Foucauld, seksualitas adalah seperangkat praktik sosial, yang tidak dapat direduksi ke tingkat psikologis atau biologis. Seksualitas penting dalam sebuah struktur patriarki sebab kontrol laki-laki terhadap perempuan terjadi melalui seksualitas (Walby, 1989). Melalui seksualitaslah laki-laki mampu mengobjektifikasi dan mendominasi perempuan. Bahkan, menurut walby seksual adalah tingkat paling penting dari subordinasi perempuan karena melalui seksual perempuan dikonstruksikan sebagai perempuan dan laki-laki sebagai laki-laki. Seksualitas adalah cara dimana gender diidentifikasi dan dibangun secara sosial. Dalam film ini, misalnya direpresentasikan dalam bentuk praktik kontrol produksi dan reproduksi terhadap Kim Ji Young sebagai sosok perempuan yang tidak punya kebebasan dalam memutuskan berapa anak yang diinginkan dan kapan akan memilikinya. Ini adalah bentuk kontak seksual di mana laki-laki dominan dalam hal mendefinisikan sifat praktik seksual dan pengaturan sosial di mana mereka tertanam (Walby, 1989).

Representasi seksualitas lainnya hadir dalam penguntitan oleh laki-laki. Kristeva (1987) dalam (Candraningrum, 2014) melihat konsep seksualitas lebih kepada aktualisasi, ekspresi, dan angan-angan yang merupakan tumpukkan pada diri yang narsistik, pengandaian atas diri yang utuh, yaitu diri dari hasrat. Kontribusi patriarki dalam kontrol seksualitas perempuan juga bermacam-macam, tidak

hanya atas cara berpakaian, pelestarian peran-peran reproduksi perempuan seperti kehamilan dan menyusui telah memasung perempuan untuk berada pada adab sebagai seorang ibu jika di luar itu peran perempuan dinilai menyimpang atau salah.

#### *Representasi Budaya Patriarki Pada Pranata Budaya*

Patriarki telah menjadi budaya dan terlembagakan dalam semua bagian kehidupan social. Budaya patriarki merupakan struktur yang tersusun dari seperangkat praktik-praktik patriarki yang relatif beragam (Walby, 1989). Budaya ini terbentuk tidak hanya karena praktik patriarki oleh sekelompok individu, melainkan juga terlembaga melalui berbagai institusi dalam masyarakat, seperti media dan sistem Pendidikan (sekolah dan keluarga). Bahkan, menurut Walby agama memiliki sejarah yang penting dalam diskursus patriarki, yaitu mengatur mana yang benar dan yang tidak pada perilaku laki-laki dan perempuan. Dampaknya, patriarki yang menjadi kultur secara turun temurun membentuk perbedaan perilaku, status, dan otoritas antara laki-laki dan perempuan di masyarakat yang kemudian menjadi hirarki gender (Sarwenda, 2017)

Dalam penelitian ini, patriarki dalam pranata budaya di film ini nampak dalam berbagai praktik kehidupan social, bahkan keluarga. Misalnya; dalam sebuah keluarga yang mendidik setiap anggota keluarga untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan aturan masyarakat patriarki dengan gagasan maskulinitas dan feminitas. Tidak hanya itu, kehadiran anak laki-laki juga digambarkan menjadi dambaan dalam sebuah keluarga sebagai penerus keluarga. Laki-laki dalam sebuah kehidupan keluarga dianggap memiliki kredensial lebih ketimbang perempuan.

Dalam kehidupan sosial masyarakat, laki-laki dan perempuan digambarkan memiliki kesetaraan dalam memperoleh hak Pendidikan. Namun, pada umur dimana perempuan memasuki masa pernikahan, sekalipun perempuan dengan latar belakang pendidikan tinggi tetap direpresentasikan

sebagai seorang yang harus 'kembali' pada tanggung jawab domestiknya, yaitu menetap sebagai ibu rumah tangga. Budaya dan ajaran agama telah membatasi partisipasi aktif perempuan dalam kegiatan ekonomi di luar rumah. (Matthews, 2005).

Korea Selatan terlihat memiliki sistem kekerabatan atau sistem garis keturunan yang sangat kental yaitu sistem garis keturunan ayah (sistem patrilineal). Menurut (Chang YS. 1983; Kim JM. 1995) dalam (Matthews, 2005) hal tersebut didasarkan pada Korea yang menganut ideologi Konfusianisme yang telah dan masih berakar kuat pada masyarakatnya, bahwa anak laki-laki sangat diutamakan di Korea. Laki-laki disamakan dengan langit dalam filosofi Konfusianisme dengan arti superior, dominan, dan kuat. Sedangkan perempuan diasosiasikan dengan bumi, yakni inferior, tunduk, dan lembut.

Penilaian status perempuan dalam masyarakat Konfusianisme adalah masalah yang kompleks. Secara umum Kim (1994) masyarakat Korea telah digambarkan sebagai bentuk ekstrem patriarki, di bawah etika Konfusianisme di Era Yi perempuan ditempatkan di bawah laki-laki dan menugaskan perempuan pada peran sosial dengan stereotip: perempuan suci, istri yang berbakti, ibu yang berdedikasi (Matthews, 2005). 'Keelokan' yang ditentukan oleh Konfusius untuk perempuan diilustrasikan dengan baik dalam *The Naehun* (instruksi untuk wanita) yang disusun oleh Ratu Sohye di mana pada tahun 1475 dianggap sebagai buku teks paling penting dan berpengaruh bagi wanita selama periode tertentu. *Naehun* mengajari gadis-gadis berdasarkan empat aturan dasar perilaku wanita: (1) wanita tidak perlu memiliki bakat yang besar, tetapi harus tenang dan tenteram, suci dan disiplin; ucapan yang tepat (2) wanita tidak perlu memiliki bakat retorik, tetapi harus menghindari bahasa yang buruk dan menyinggung serta berbicara dengan menahan diri; penampilan yang pantas (3) wanita tidak perlu cantik, tetapi harus bersih dalam pakaian dan penampilan; dan mengikuti tugas-tugas kewanitaan (4)

wanita tidak perlu pandai, tetapi harus memperhatikan tugas-tugas seperti menenun dan menjamu tamu (Matthews, 2005).

Diskursus Konfusianisme, seperti: nam-nyeo-gu-byeol (perbedaan antara laki-laki dan perempuan) disebarluaskan untuk mempromosikan diferensiasi gender secara jelas dan juga untuk memastikan distribusi spasial yang tepat dalam rumah tangga (Matthews, 2005). Akibatnya, ketika wacana ini kemudian terus dipraktikkan dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari maka akan berlanjut menjadi sebuah budaya patriarki sebagai sebuah dominasi budaya yang mendistorsi eksistensi perempuan melalui diskriminasi gender. Artinya, inti dari wacana patriarki dan seksisme bersumber dari tradisi budaya yang terus berlanjut hingga saat ini dan terbukti dalam banyak aspek kehidupan modern di Korea. Meskipun budaya patriarki telah mengalami banyak perubahan seiring dengan Korea Selatan yang terus berkembang di dunia modern, mentalitas peran khusus gender tampaknya tetap kuat di dalam masyarakatnya, secara inheren membawa diskriminasi gender terutama dalam keadilan, industri hiburan, kehidupan pernikahan, dan pekerjaan (Chan, 2016).

#### *Representasi Budaya Patriarki Dalam Negara*

Peran perempuan di sektor publik terus-menerus menjadi isu krusial tentunya disebabkan oleh faktor budaya patriarki yang akrab hidup bersama kehidupan bermasyarakat. Negara adalah struktur patriarki lain yang mendefinisikan bagaimana negara menginterpretasikan perempuan, yaitu sebagai bagian yang dikecualikan dari akses untuk menjadi bagian dari sumber daya negara. Mereka adalah kaum yang dikecualikan sebagai bagian dari sebuah kekuatan sistem patriarki. (Walby, 1989)

Dalam film ini, negara turut membenarkan dan melanggengkan adanya klasifikasi peran dan tugas berdasarkan gender, misalnya; pengaturan promosi jabatan dalam sektor publik yang

ditampilkan oleh tokoh Kim Ji Young. Film ini merepresentasikan, perempuan tidak berpeluang besar untuk mendapatkan kesempatan dalam promosi jabatan dalam sebuah perusahaan ketimbang pegawai laki-laki. Begitu juga bentuk partisipasi pasar tenaga kerja, upah untuk pekerjaan dengan nilai yang sama, keterwakilan perempuan dalam pekerjaan bergaji tinggi dan posisi manajerial. ILO menyatakan bahwa kesenjangan tersebut dapat dijelaskan oleh faktor-faktor seperti pendidikan dan pelatihan, tanggung jawab pekerjaan domestik, pengalaman kerja, ukuran perusahaan dan kepadatan serikat pekerja. Faktor lain yang mungkin juga terlibat ialah khususnya diskriminasi, bias implisit dan norma sosial yang direplikasi di tingkat perusahaan. Selain itu terdapat resistensi oleh strategi patriarki yang berusaha memelihara eksploitasi perempuan di rumah tangga (Goulovitch et al., 2021).

Negara sebagai sebuah sistem patriarki juga direpresentasikan dalam bentuk pelestarian tradisi atau budaya perayaan *Seollal* di Korea Selatan yang sangat patriarki. Menjaga perayaan *Seollal* oleh negara, secara otomatis berkontribusi dalam melanggengkan atau bahkan membentuk aturan peran gender secara tidak tertulis di tengah masyarakat. Sekalipun, argumen bahwa negara adalah struktur patriarki, tidak berarti bahwa negara adalah monolit. Seperti yang disebutkan Walby, hubungan patriarki di negara memiliki serangkaian efek signifikan pada hubungan gender, seperti: membentuk aturan tentang perceraian dan pernikahan, melegalkan atau mengkriminalisasi aborsi, kontrasepsi dan teknologi reproduksi baru, diskriminasi upah, seksualitas, hak asuh anak dari ibu lesbian, homoseksualitas laki-laki, kekerasan laki-laki, praktik pengadilan dalam kasus pemerkosaan dan lain sebagainya (Walby, 1989).

#### **SIMPULAN**

Film Kim Ji Young *Born 1982* merepresentasikan bagaimana budaya patriarki mengiringi setiap fase kehidupan

perempuan di Korea Selatan. Setiap tokoh perempuan di dalam film ini menggambarkan ruang lingkup yang di dominasi oleh laki-laki, di mana perempuan menjadi sosok penurut atau tunduk dengan statusnya yang inferior. Dalam level realitas, perempuan sebagai objek ditampilkan sesuai dengan karakteristik perannya masing-masing. Kode perilaku perempuan yang dominan dalam film ini adalah ketidakberdayaan (pasrah), patuh, kecewa, dan ketakutan. Kode perilaku ini didukung dengan kode *gesture* yang mendukung pesan verbal. Adapun kode ekspresi yang paling sering muncul adalah murung, sedih, kecewa, marah, jengkel, cemas hingga ketakutan.

Pada level representasi, khususnya kode teknis, film ini lebih sering menggunakan Teknik pengambilan gambar *mid shot* dan *medium close up* untuk memperjelas ekspresi dan perdalaman profil dari objek yang direkam. Pencahayaan yang tampil cukup beragam, ada yang memiliki pencahayaan sangat terang mengartikan suasana riang dan cerah, ada pencahayaan pada tingkat rata-rata, dan ada pencahayaan rendah yang menciptakan suasana muram, misterius, dan ketegangan. Sementara, kode *setting* sebagai kode representasi konvensional, dalam film ini yaitu: rumah, kantor, kafe, transportasi dan ruang publik (taman kota dan jalanan) dengan kode narasi dan kode dialog para pemeran yang mengaktualisasikan karakter masing-masing peran.

Level ideologi, dalam film Kim Ji Young *Born 1982* menunjukkan ideologi patriarki yang masih terjadi dalam masyarakat modern Korea Selatan. Nilai budaya dari pengaruh paham konfusianisme melanggengkan patriarki itu sendiri dalam kehidupan sosial masyarakat. Ideologi ini terkategori berdasarkan 6 (enam) struktur dasar terjadinya patriarki, yaitu: mode produksi patriarki, relasi patriarki dalam pekerjaan berupah, kekerasan laki-laki, hubungan patriarki dalam seksualitas, hubungan patriarki dalam institusi budaya, dan negara patriarkat.

## REFERENSI

- Bandara, A. (2012). *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Kencana.
- Barr, H. (2018). *South Korean Women are Fed Up with Inequality (Unprecedented Size of "Spy Cam" Protest Latest in Growing Demands for Reform)*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/news/2018/06/14/south-korean-women-are-fed-inequality>
- Candraningrum, D. (2014). Karier Patriarki. *Jurnal Perempuan*.
- Chan, R. (2016). *Gender Discrimination in South Korea*. THE MCGILL INTERNATIONAL REVIEW. <https://www.mironline.ca/gender-discrimination-in-south-korea/>
- Cinu, S. (2021). FEMINISME: SEBUAH KOMUNIKASI SPIRITUALITAS MENUJU PENGUATAN SISTEM SOSIAL. *JURNAL KINESIK FISIP*, 8(2), 189.
- Danesi, M. (2012). *Pesan, Tanda dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jalasutra.
- Goulovitch, A., Bober, C., & Alotaibi, R. (2021). Empowering Women at Work-Government Laws and Policies for Gender Equality. In *International Labour Organization (ILO)* (Vols. 29–30). International Labour Organization.
- KR, & ESP. (2021, October 21). Patriarki dan Matriarki Menurut Kacamata Islam. *Universitas Islam Indonesia*. <https://www.uii.ac.id/patriarki-dan-matriarki-menurut-kacamata-islam/#:~:text=Patriarki%20dinilai%20sebagai%20sebuah%20sistem,hak%20sosial%2C%20dan%20penguasaan%20properti.>
- Kwang-kyu, L. (2003). *Korean Traditional Culture*. Jimoondang International.
- Mahabarata, Y. (2020). *Kemajuan Drakor di Bawah Bayang Patriarki dan LGBT*. <https://Voi.Id/>

- <https://voi.id/tulisan-seri/6238/kemajuan-drakor-di-bawah-bayang-patriarki-dan-lgbt>
- Maleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Matthews, N. P. (2005). *Development, Culture and Gender in Korea: A Sociological Study of Female Office Employees in Chaebol* (Issue March). ProQuest LLC.
- Miyoung Gu. (2020). Miyoung Gu. *Korean Women's Development Institute*.
- Naver. (2019). *Kim Ji-young, born 1982*. Movie.Naver.Com.  
<https://movie.naver.com/movie/bi/mi/point.nhn?code=179482>
- Park, S. S. (2017). "Parasite Moms" Vs. "Meat Shields": A Novel Prompts an Online Spat. Korea Expose.  
<https://www.koreaexpose.com/parasite-moms-meat-shields-gender-online/>
- Rastati, R. (2018). *Korean Wave: Pariwisata, Soft Power, dan Gerakan Ekspansi Budaya Pop*. <https://Pmb.Brin.Go.Id/>.  
<https://pmb.brin.go.id/korean-wave-pariwisata-soft-power-dan-gerakan-ekspansi-budaya-pop/>
- Sarwenda, D. (2017). *REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM BUDAYA PATRIARKI (ANALISIS SEMIOTIKA PADA FILM VEER ZAARA KARYA YASH CHOPRA)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Stuart Hall. (1997). *Representation: Cultural Representations And Signifying Practice*. SAGE Publications.
- The Economist. (2020). *Iceland leads the way to women's equality in the workplace*. The Economist.  
<https://www.economist.com/graphic-detail/2020/03/04/iceland-leads-the-way-to-womens-equality-in-the-workplace>
- Trianton, T. (2013). *FILM sebagai Media Belajar* (Ed.1). Graha Ilmu.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (R. Sikumbang, Ed.; Cet.1). Ghalia Indonesia.
- Walby, S. (1989). THEORISING PATRIARCHY. *Sociology*, Vol.23, No, 213–234.

# DIGITALISASI PRAKTIK JURNALISTIK DI ERA NEW NORMAL (Studi Kasus pada Jurnalis Media MAL Online)

Citra Antasari<sup>1</sup>, Nur Haidar<sup>1\*</sup>, Muh Isa Yusaputra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tadulako

\*Email: laanurr@gmail.com

## ABSTRACT

*Media Alkhairat Palu newspaper's decision to change its performance on online media platforms has fundamental considerations. One of them is part of self-adaptation to the impact of the Covid-19 pandemic which has taken place in the last two years. Apart from management, the work patterns and skills of media workers, especially journalists, are one that demands change for the better. Three basic things that are the goal of this research are to look at, First, related to the expertise in using software and social media (cognitive dimension). Second, journalists' views on the potential use of internet technology in news production (evaluative dimension). Third, the emergence of new practices that are adapted in the network model of making news (performative dimension). This research was carried out for approximately two months, at the Media Alkhairat Palu office. Using two informants as research subjects selected using purposive sampling method. Based on the research results, it was found that Alkhairat Media made a number of adaptations in the digital transformation process that was carried out. From a cognitive aspect, most journalists are quite qualified in using software or a number of social media. From the evaluative aspect, it was found that when transformed into an online media, internet technology became the most important part in the process of making news and its production. Then from the performative aspect, what stands out from the process of digitizing online media is the process of gathering news and changes in editorial work patterns.*  
**Keywords: Digitalization; Online Media; MAL**

## ABSTRAK

Keputusan surat kabar Media Alkhairat Palu mengubah performa dalam platform media online memiliki pertimbangan mendasar. Salah satunya adalah bagian dari adaptasi diri terhadap terpaan dampak pandemi covid-19 yang berlangsung kurang dua tahun terakhir. Selain manajemen, pola kerja dan *skill* pekerja media khususnya wartawan menjadi salah satu yang menuntut perubahan ke arah lebih baik. Tiga hal mendasar yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah melihat, Pertama, terkait keahlian penggunaan perangkat lunak dan media sosial (dimensi kognitif). Kedua, pandangan wartawan terhadap potensi penggunaan teknologi internet dalam pembuatan berita (dimensi evaluatif). Ketiga, kemunculan praktik-praktik baru yang diadaptasi dalam model jaringan pembuatan berita (dimensi performatif). Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan, bertempat di kantor Media Alkhairat Palu. Menggunakan dua orang informan sebagai subjek penelitian yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa Media Alkhairat melakukan sejumlah adaptasi dalam proses transformasi digital yang dilakukan. Dari aspek kognitif sebagian besar wartawan sudah cukup mumpuni dalam penggunaan perangkat lunak maupun sejumlah media sosial. Aspek evaluatif, ditemukan bahwa ketika bertransformasi sebagai media online, teknologi internet menjadi bagian terpenting dalam proses pembuatan berita maupun produksinya. Kemudian dari aspek performatif, yang menonjol dari proses digitalisasi media online ini adalah proses pengumpulan berita serta adanya perubahan dari pola kerja redaksi.

**Kata Kunci: Digitalisasi; Media Online; MAL**

**Submisi: 20 November 2022**

## PENDAHULUAN

Penelitian terkait perubahan pola kerja menunjukkan bahwa pandemi ini membuat jurnalis menjadi lebih banyak memanfaatkan sumber informasi dari situs yang disediakan oleh pemerintah sebagai bank data terkait COVID-19, melakukan wawancara secara daring melalui aplikasi percakapan instan dan video konferensi, serta upaya verifikasi fakta secara luring yang perlu dilakukan apabila data secara daring masih belum memenuhi kebutuhan informasi. Begitu pun halnya yang dilakukan oleh Media MAL online. Sebagai harian media cetak Kota Palu, MAL segera melakukan konvergensi media ketika pandemi melanda. Selain karena himbuan pemerintah yang membatasi kegiatan di luar rumah terhadap siapa pun, pihak manajemen juga berupaya untuk melakukan tindakan preventif kepada awak media agar tetap terlindungi dari paparan virus covid-19 selama melaksanakan tugas reportase.

Kebijakan ini tentu saja berdampak pada pola kerja, khususnya wartawan. Penggunaan device yang mumpuni merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kualitas dan efisiensi kerja mereka. Tentu saja hal ini harus di dukung penuh pengetahuan dan kecakapan sumber daya manusia dalam pemanfaatan peralatan tersebut. Bekerja di balik layar dengan mengandalkan sistem komunikasi yang canggih, tentunya awak media harus tetap memperhatikan nilai nilai berita yang akan disuguhkan ke pembaca. Belum lagi, konten berita tersebut bisa diakses oleh pembaca dari mana pun dan sifat yang interaktif, memungkinkan pembaca dapat langsung memberikan *feedback* (umpan balik) terhadap informasi yang di baca.

Memang tidak dapat di pungkiri bahwa wartawan mendapatkan banyak kemudahan dalam beragam aktivitas saat menjalankan kerja profesionalnya dengan kehadiran teknologi internet ini. Ada dua kemudahan yang didapat wartawan dengan hadirnya media baru, yakni, pertama, terkait aspek pengumpulan bahan berita (*news gathering*); dan kedua, dalam aspek

mengkonstruksi dan mempublikasikan (mengirim luas produk berita) (Ward, 2002: 17-18). Dengan internet, proses ini telah disederhanakan tanpa mengurangi kualitas dari kontennya. Teknologi dunia maya sebagai platform publikasi ini bahkan dapat dikatakan lebih dinamis dan interaktif dibandingkan dengan medium yang lain, khususnya media konvensional atau analog. Teknologi new media memberikan ruang seluas-luasnya untuk proses memperbaharui materi- materi berita dan informasi secara simultan dan berulang-ulang, menit demi menit tanpa terjadi gangguan antar halaman (Ward, 2002: 21).

Dari segala keunggulan yang dimiliki oleh new media sebagai platform publikasi, tidak bisa dipungkiri ternyata juga menyimpan segudang permasalahan kompleks yang tidak menguntungkan praktik jurnalistik. Teknologi new media dalam konteks jurnanisme mengindikasikan beberapa permasalahan yang berujung pada penurunan nilai keprofesian wartawan. Seperti kita ketahui, perdebatan tentang jurnanisme sebagai sebuah profesi atau bukan tak kunjung selesai hingga kini. Banyak wartawan yang menyebut pekerjaan mereka lebih tepat disebut sebagai keterampilan daripada profesi seperti layaknya dokter, pengacara, atau insinyur. Di lain waktu, kalangan akademisi mencoba menelaah hal ini dari perspektif berbeda, yakni mencocokkan pekerjaan wartawan dengan kriteria sosiologi profesi seperti adanya landasan teori yang sistematis, keberadaan otoritas profesional, penerapan sanksi masyarakat, keberadaan kode etik, serta budaya profesional.

Belum lagi selesai permasalahan ini, kehadiran new media semakin menambah kekisruhan perdebatan ini. Media baru dinilai menimbulkan tendensi ke arah yang dapat mengaburkan batasan antara jurnalistik dan non-jurnalistik. Apalagi dengan kemunculan Citizen journalism di awal tahun 2000-an yang disinyalir membuka ‘gerbang’ monopoli pemberitaan yang hanya bisa disuguhkan oleh para jurnalis saja. Citizen journalism

memberikan kesempatan bagi warga, siapa saja, untuk bisa berkontribusi dalam menampilkan konten berita, baik berupa teks, audio, maupun audio visual di media massa. Kehadiran new media juga telah mereposisi relasi antara media dengan audiens. Kini wartawan tidak lagi memiliki posisi eksklusif atas narasumber berita dan ruang publik. Baik narasumber berita dan audiens bahkan bisa membangun saluran sendiri di ruang publik lewat fitur berbasis *user generated content* seperti media sosial yang beragam (Youtube, Facebook, Twitter). Hal ini tentu makin menjauhkan peran dan tugas wartawan sebagai gate keeper. Oleh karena itu, telaah untuk melihat tentang pengaruh teknologi media baru terhadap kerja wartawan dan keprofesian wartawan perlu untuk dilakukan, terutama dalam konteks media di Kota Palu.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Media Online

Menurut definisi, media *online* atau biasa juga di sebut dengan *cybermedia*, internet media atau *new media*, dapat di artikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web internet. Dewan pers dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) memberikan batasan terhadap definisi media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers” (Romli, 2018 : 34). Media online merupakan media generasi ketiga dalam sejarah peradaban manusia, setelah media cetak (*printed media*) seperti brosur, koran, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio dan tv.

Jika menilik dari perspektif komunikasi massa, kajian media online mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media serta aspek real time (Romli, 2018).

Sejatinya, media online merupakan bentuk penggabungan keseluruhan media yang pernah ada – koran, majalah, radio, dan tv- menjadi satu bentuk modalitas yang mengedepankan kecepatan, proximity, dan tentu saja kemudahan, baik dalam membagikan informasi maupun mengaksesnya.

Media online merupakan media berbasis teknologi dan multimedia atau komputer dan internet.

### Jurnalisme Digital

Salaverria (2019) mendefinisikan jurnalisme digital sebagai semua bentuk jurnalisme yang menggunakan sumber daya digital. Tidak hanya sumber daya yang terdapat di internet atau jaringan internet mobile, tapi juga televisi digital dan radio digital. Definisi dari Salaverria ini memiliki jangkauan yang luas. Namun dalam memaparkan contohnya, ia banyak menyebutkan penggunaan teknologi media digital oleh para jurnalis.

Dengan karakteristik multimedia yang dimilikinya, jurnalisme digital memungkinkan wartawan untuk tidak hanya menyuguhkan teks berita pada laman media nya, tetapi juga bisa melengkapinya dengan suara dan gambar bergerak (*audio visual*). Keunggulan lain yang di tawarkan oleh format digital ini adalah kapasitas untuk memperluas volume informasi yang memungkinkan seseorang melalui control dan kapasitas melakukan penyeleksian terhadap informasi yang ingin diterima. McQuail (2000:119) juga menegaskan bahwa kebanyakan media baru memungkinkan komunikasi dua arah yang bersifat interaktif sehingga implikasinya bisa beragam. Pada produser, bisa memiliki peluang yang lebih luas untuk dikenal dan melakukan publikasi. Pada penerbit, dapat memberikan bentuk alternatif untuk melakukan komunikasi dan publikasi sehingga dapat melakukan editing maupun validasi terhadap publikasinya. Pada faktor produksi dan distribusi, tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu karena dapat memberikan informasi dalam jumlah yang

sangat besar kemana pun tempatnya dalam waktu yang hampir bersamaan. Pada penerima informasi, dapat terjadi berbagai perubahan karena kebebasan dan kesamaan dalam hubungan antara komunikator dan komunikan sehingga komunikasi dituntut untuk membuat berbagai pilihan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang harus diintegrasikan agar mampu melakukan komunikasi.

Seorang wartawan media pemberitaan online diuntut harus serba bisa. Bukan hanya mampu untuk mencari berita-berita yang mengandung *news value*, tetapi juga harus mampu menuliskan, menyuguhkan, dan tentu saja mampu menguasai berbagai peralatan multimedia yang canggih.

### ***Actor Network Theory***

Dalam studi komunikasi, pendekatan jaringan aktor memandang suatu organisasi dan kumpulan apa saja tidak bisa menjadi titik awal studi dan pemikiran, melainkan harus dipahami sebagai produk aktivitas komunikasi. Teori ini muncul untuk menelaah dampak teknologi secara signifikan terhadap praktik-praktik jurnalisisme.

Digagas oleh sosiolog Latour (2005), *Actor Network Theory* (Teori Aktor Jaringan) adalah sebuah kerangka konseptual untuk memahami proses dari suatu inovasi teknologi. Teori ini mengasumsikan bahwa terdapat pembentukan yang bersifat mutualisme (saling menguntungkan) antara teknologi dan entitas *society* (masyarakat). Dua konsep kunci dari ANT adalah adanya aktor dan jaringan. Aktor dalam konteks ini dapat berupa manusia (*human*) atau pun bukan manusia (*non-human*) seperti alat-alat teknologi atau sebuah organisasi dengan segala nilai, prosedur, dan atribut-atribut lainnya. Dalam kajian ini, *human actor* melekat pada jurnalis sebuah media dan *non human actor* meliputi lembaga media dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi berita.

*Networks* (jaringan-jaringan) merupakan entitas yang selalu berproses,

sebuah aktivitas yang terbentuk oleh aktor-aktor yang ada di dalamnya. Teori ANT mengklaim bahwa relasi di antara aktor-aktor tadi secara simultan bersifat material (antara benda) dan semiotik (tanda antara konsep). Bersama relasi-relasi yang terbentuk ini kemudian menjadi jaringan tunggal (*single network*). Satu hal penting dalam ANT ini adalah konsep pemaknaan, baik berupa proses maupun efek. Jaringan aktor - jaringan aktor dan juga relasi-relasi yang mengikatnya dimaknai. Dalam setiap tahapan-tahapan khusus pembentukan jaringan tunggal ini yang disebut "momen", beragam aktor akan menegosiasikan atribut-atribut, peran-peran, dan tujuan-tujuan mereka dalam rangka meraih hasil tertentu.

Dalam konteks jurnalisisme dan teknologi media baru, terdapat sebuah Aktor Jaringan yang kompleks. Seperti dipaparkan oleh Spyridou et. al. (2013), di antara aktor-aktor human dan non-human, jurnalis dapat berperan baik sebagai intermediasor ataupun mediasor, dan dapat memaknai jaringan itu, memengaruhi praktik dan hasil dari jaringan (produk jurnalistik) dengan cara bernegosiasi dengan aktor human lain (misal wartawan yang lain, redaktur, staf teknis, dan pengguna) dan aktor non-human lain (seperti teknologi, peralatan, pengetahuan dan keterampilan, struktur, protokol, serta aturan-aturan).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Level keahlian perangkat lunak dan *new media* pada wartawan**

Keahlian penggunaan perangkat lunak dan *new media* oleh wartawan *online* tentu saja menjadi satu keharusan. Perubahan konsep produksi berita oleh Media Alkhairaat.id yang sebelumnya masih menggunakan pola-pola produksi berita versi surat kabar (cetak) mulai menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Dimana seluruh jajaran redaksi utamanya wartawan diharuskan menguasai penggunaan perangkat lunak dan penggunaan media sosial secara baik.

## **Pandangan wartawan terhadap potensi penggunaan teknologi internet dalam pembuatan berita**

Seiring dengan perubahan konsep pemberitaan yang ikut menawarkan adaptasi pada mekanisme kerja redaksi maka beragam bentuk baru dari proses itu sendiri. Digitalisasi media tentu saja memberi ruang yang lebih terbuka kepada pekerja media untuk menggali segala potensi sumberdaya yang dimiliki guna menyetarakan diri dengan kemajuan teknologi.

Media Alkhairaat.id menyadari sejumlah tantangan dihadapi sejak mematenkan diri sebagai sebuah portal berita yakni besarnya potensi penggunaan teknologi internet dalam proses pembuatan berita. Kerja-kerja konvensional yang sempat diterapkan di era cetak nyaris dianggap tidak relevan lagi jika digunakan untuk menunjang kinerja portal berita. Salah satunya adalah internet.

Kehadiran internet dalam menunjang kerja redaksi surat kabar Media Al khairaat pada waktu lalu juga sudah dirasakan, namun tentu saja penggunaannya saat ini menjadi jauh lebih signifikan. Sebagaimana yang dirasakan oleh pemimpin redaksi Media Alkhairaat.id, Nurdiansyah. Menurutnya potensi penggunaan internet bagi kerja-kerja di portal berita itu sangat besar. Salah satunya dari aspek keleluasaan.

### **Kemunculan praktik-praktik baru yang diadaptasi dari model jaringan pembuatan berita**

Sehubungan dengan konsep baru, maka sejumlah adaptasi pun harus dilakukan. Sejumlah praktik-praktik keredaksian, dimulai dari pengumpulan berita di lapangan, proses penyeteroran berita, hingga proses penerbitan / penyebaran berita pun mengalami pembaharuan dan penyesuaian. Media Alkhairaat.id melewti sejumlah adaptasi baru dari praktik-praktik pembuatan berita dan proses keredaksian lainnya.

Nurdiansyah, Pemimpin redaksi Media Al Khairaat.id melihat praktik baru ini pada dasarnya penyesuaian dari

perubahan konsep versi media cetak ke media *online*. Dari sisi rutinitas, banyak adaptasi yang dilakukan. Beranjak dari konsep media online yang berbeda dengan media cetak dari aspek kekinian berita sehingga hal tersebut berpengaruh pada jam kerja wartawan.

*“kerja online itu beda dengan cetak, kalau online, real time, selesai diliput, dan harus segera ditulis dan diupload, sehingga kita dituntut cepat dan berlomba dengan waktu dan berita media lain, kalau cetak kita bisa pulang ke rumah dulu baru menulis berita karena deadlinenya biasa sore atau malam, sayangnya kadang habit saat cetak masih sering terbawa sampai sekarang,”*

Tidak jauh berbeda seperti apa yang disampaikan oleh Ikram, staf redaksi bahwa dari aspek rutinitas memang banyak penyesuaian yang dilakukan. Namun tetap memiliki sisi baik dan kurang baiknya. Fleksibilitas membagi waktu kerja dimungkinkan, meski begitu sebagai wartawan lapangan dituntut untuk selalu *standby* 24 jam untuk kemungkinan adanya berita-berita yang hadir dari peristiwa-peristiwa tertentu yang sifatnya di luar dugaan.

Dalam konteks jurnalisme dan teknologi media baru, terdapat sebuah Aktor Jaringan yang kompleks. Seperti dipaparkan oleh Spyridou et. al. (2013), di antara aktor-aktor human dan non-human, jurnalis dapat berperan baik sebagai intermedator ataupun mediator, dan dapat memaknai jaringan itu, memengaruhi praktik dan hasil dari jaringan (produk jurnalistik) dengan cara bernegosiasi dengan aktor human lain (misal wartawan yang lain, redaktur, staf teknis, dan pengguna) dan aktor non-human lain (seperti teknologi, peralatan, pengetahuan dan keterampilan, struktur, protokol, serta aturan-aturan).

Sehubungan dengan konteks penelitian ini, terlihat bahwa redaksi dan perangkatnya termasuk perangkat lunak dan keras yang ikut menjadi bagian dari proses kerja redaksi adalah aktor yang memegang

kendali, sementara jaringan ditandai dengan siklus yang berproses dalam produksi dan penyajian berita. Siklus yang terbentuk dengan sejumlah penyesuaian atau adaptasi dari konsep media cetak ke media *online* itulah yang membentuk jaringan ini menjadi sebuah entitas baru dengan keberagaman procedural dan praktik praktik baru yang lahir dari proses adaptasi.

## SIMPULAN

Keputusan Media Alkhairat Palu mengubah performa dalam platform media online memiliki pertimbangan mendasar. Salah satunya adalah bagian dari adaptasidiri terhadap terpaan dampak pandemi Covid-19 yang berlangsung kurun dua tahun terakhir. Beberapa hal dari keputusan ini juga ikut diubah. Selain manajemen, pola kerja dan skill pekerja media khususnya wartawan menjadi salah satu yang menuntut perubahan ke arah lebih baik.

Melihat sisi wartawan. Penggunaan *device* yang mumpuni merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kualitas dan efisiensi kerja mereka. Tentu saja hal ini harus didukung penuh pengetahuan dan kecakapan sumberdaya manusia dalam pemanfaatan peralatan tersebut. Bekerja di balik layar dengan mengandalkan sistem komunikasi yang canggih, tentunya awak media harus tetap memperhatikan nilai-nilai berita yang akan disuguhkan ke pembaca. Belum lagi, konten berita tersebut bisa diakses oleh pembaca dari mana pun dan sifat yang interaktif, memungkinkan pembaca dapat langsung memberikan *feedback* (umpan balik) terhadap informasi yang dibaca.

Tiga hal mendasar yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah Pertama, terkait keahlian penggunaan perangkat lunak dan media sosial (dimensi kognitif). Kedua, pandangan wartawan terhadap potensi penggunaan teknologi internet dalam pembuatan berita (dimensi evaluatif). Ketiga, kemunculan praktik-praktik baru

yang diadaptasi dalam model jaringan pembuatan berita (dimensi performatif).

## REFERENSI

- Aoyama, Y., and Castells, M. 2002. An Empirical assessment of the Informational Society. *International Labour Review*, 141. Geneva: ILO.
- Latour, B. 2005. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. OxfordUK: Oxford University Press
- Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory (4th edition)*. London: SagePublications.
- Prayudi, P., dan Sagita, V. A. 2021. News construction of COVID's crisis management of Indonesian government through Detik. com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 93. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4503>
- Russell, C. 2020. *Key quotes: Newsroom management during a pandemic*. International Center for Journalists. <https://www.icfj.org/news/key-quotes-newsroom-management-during-pandemic>
- Salaverria, R. (2019). Digital Journalism: 25 years of research. *Review Article. El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101. Retrieved from <https://doi.org/10.3145/epi.2019.e280101>
- Spyridou, Lia Paschalia et. al. 2013. "Journalism in a state of Flux: Journalists as Agents of Technology Innovation and Emerging News Practices". *International Communication Gazette.*, 75 (1), 76-98
- Straubhaar, J., and LaRose, R. 2006. *Media Now, Understanding Media, Culture and Technology*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Ward, Mike. 2002. *Journalism Online*. Oxford: Focal Press

# PRAKTEK BERBAGI DALAM KOMUNITAS VIRTUAL DI FACEBOOK (Studi Netnografi pada Komunitas Fotografi Indonesia)

Haris Pakaya<sup>1\*</sup>, Stepanus Bo'do<sup>1</sup>, Andi Akifah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

\*Email: wharris470@gmail.com

## ABSTRACT

*This study aims to describe various cultural practices in the KFI virtual community and interpret the meaning of The Power of Sharing which is the community's slogan on social media facebook. This study uses a qualitative method with a netnographic approach. Research data obtained from elicit data, archive data, and field notes. Netnography research stages are quite flexible and less time consuming because the research location is in a virtual space and all data is available digitally. The immersive netnography strategy allows researchers to enter into community interactions, by participating in experiencing routines and rituals in the original social setting of the virtual community being studied. The results of the study show that first, sharing is defined specifically by the KFI community, namely sharing knowledge in the context of the art of photography. Second, the practice of sharing culture is developed and practiced together by members of the KFI community through virtual communication mediated by Facebook as a digital network. The spirit and practice of sharing is the original culture of the Internet virtual community, which is the spirit and strength of KFI. Third, the culture of sharing becomes the glue for members of this community in the virtual world. This culture has become the identity of the KFI community that distinguishes it from other communities as well as allows it to establish relationships with other virtual communities.*

**Keywords:** *Sharing Culture; Identity; Virtual Community; Facebook; Netnography*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan praktek budaya berbagai dalam komunitas *virtual* KFI serta menginterpretasi makna *The Power of Sharing* yang menjadi slogan komunitasnya di media sosial Facebook. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Data penelitian diperoleh dari data *elicit*, data arsip, dan catatan lapangan. Tahapan penelitian netnografi cukup *fleksibel* dan *less time consume* karena lokasi penelitiannya di ruang *virtual* dan semua data tersedia secara digital. Strategi *immersive* netnografi memungkinkan peneliti masuk ke dalam interaksi komunitas, dengan ikut mengalami rutinitas dan ritual dalam *setting* sosial asli komunitas *virtual* yang sedang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Pertama*, berbagi atau *sharing* dimaknai secara spesifik oleh komunitas KFI, yakni berbagi pengetahuan dalam konteks seni fotografi. *Kedua*, praktik berbagi atau *sharing* berkembang dan dipraktikkan bersama oleh anggota komunitas KFI melalui komunikasi *virtual* yang dimediasi Facebook sebagai jejaring digital. Semangat dan praktik berbagi merupakan budaya asli komunitas *virtual Internet* menjadi semangat dan kekuatan KFI. *Ketiga*, berbagi atau *sharing* menjadi perekat anggota komunitas ini di dunia *virtual*. Hal ini telah menjadi identitas komunitas KFI yang membedakannya dengan komunitas lain sekaligus memungkinkan untuk menjalin hubungan dengan komunitas *virtual* lainnya.

**Kata Kunci:** *Budaya Berbagi; Identitas; Komunitas Virtual; Facebook; Netnografi*

**Submisi:** 20 Januari 2022

## PENDAHULUAN

Saat ini dibutuhkan riset komunikasi yang mencakup kegiatan sosialisasi di

media sosial serta pola komunikasi yang serba termediasi teknologi. Mediasi teknologi bukan lagi menjadi prediksi

belaka, namun telah terjadi di kehidupan kita, baik dari kehidupan sosial di dunia nyata, maupun yang telah bertransformasi menjadi kehidupan digital di dunia maya. Internet dan media sosial adalah salah satu bukti yang nyata dari terintegrasinya kehidupan *online* dan *offline*. Koizets memprediksi bahwa kehidupan sosial kita akan bertransformasi menjadi sebuah kehidupan digital yang saling terintegrasi dan memiliki keterkaitan antara *online* dan *offline* (Kozinets, 2009:5).

Dalam hasil *survey* yang dilakukan oleh situs “*HootSuite*” tercatat pada tahun 2020 jumlah pengguna internet dunia telah mencapai 4,5 millar orang. Angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai lebih dari 60 persen penduduk dunia. Ini artinya sudah lebih dari separuh manusia di bumi telah menggunakan internet. Dilaporkan bahwa rata-rata pengguna di dunia menggunakan internet selama 6 jam per hari untuk mengakses internet melalui berbagai perangkat. “*Hootsuite*” adalah situs layanan manajemen konten yang menjadikan layanan media daring yang juga terhubung dengan berbagai situs lainnya, seperti *facebook*, *twitter*, *linkedin*, *foursquare*, *myspace*, dan *wordpress* melakukan *survey* data mengenai pengguna internet diseluruh dunia. Selain itu salah satu asosiasi penyelenggara internet di Indonesia atau APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga mengeluarkan data pada bulan Maret tahun 2020, mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia. Data yang dikeluarkan oleh APJII yaitu, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta di banding pada tahun 2018 lalu dan untuk melihat data hasil survei tersebut, dapat diakses melalui *APJI.or.id/survei*. Dari data yang dikeluarkan oleh APJII ini, bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang menunjukkan perkembangan pesat dibanding negara lain di kawasan Asia Tenggara dari segi perkembangan di dunia digital. Data tersebut pun mampu menggambarkan bahwa masyarakat

Indonesia benar-benar merasa optimis dengan penetrasi teknologi digital yang pesat.

Dengan perkembangan teknologi digital yang semakin pesat ini, muncul berbagai perubahan interaksi pada proses komunikasi manusia. Komunitas *virtual* menjadi sebuah fenomena yang mulai marak terjadi sejak berkembangnya media sosial dan digital. Kemajuan teknologi digital semakin mendukung eksistensi komunitas *virtual* sebagai ruang kehidupan baru. Hal ini tentu saja mulai dimanfaatkan oleh banyak organisasi, *brand* maupun *platform* yang pada awalnya melakukan aktivitasnya di dunia *offline* dan mulai mencoba mengintegrasikan aktivitasnya di dunia digital atau *online* (Rheingold, 2000:345). Wellman dan Gerard 2003 (dalam Aulia, 2018) menjelaskan bahwa komunitas adalah jaringan dari beberapa individu yang berbentuk kekeluargaan, saling mengikat dalam meningkatkan sosialisasi sesama jaringan, saling mendukung dan mendukung satu sama lain, memberikan informasi, adanya rasa memiliki persatuan yang erat dan menjadi identitas sosial.

Di sisi lain, terutama orang-orang di daerah perkotaan melakukan *research* dengan membaca ulasan produk ataupun jasa untuk memperoleh rekomendasi komunitas *virtual* di internet sebelum akhirnya membuat keputusan, di sinilah komunitas *virtual* berperan dalam proses mengambil keputusan atau menentukan pilihan. Beberapa individu yang memiliki ketertarikan yang sama dalam dunia fotografi berkumpul menjadi satu dan membentuk sebuah komunitas yang diberi nama Komunitas Fotografi Indonesia. Komunitas fotografi ini untuk menyalurkan bakat di bidang fotografi saling bertukar pikiran dan berbagi ilmu satu sama lain. Komunitas Fotografi Indonesia, merupakan komunitas para pelaku seni fotografi Indonesia yang terdiri dari fotografer, model/*talent*, *make up artist*, editor, perancang/pendukung busana dan *crew* fotografi lainnya baik yang sudah profesional maupun amatir, serta pecinta

seni fotografi, yang mempunyai komitmen saling menghargai satu sama lain, memberi dan menerima kritik dan saran yang membangun, dan pada akhirnya akan saling mendukung di dalam memajukan karya seni fotografi Indonesia yang semakin marak. KFI terbentuk tanggal 29 Juni 2011 dan sekaligus dicanangkan sebagai hari KFI.

Komunitas Fotografi Indonesia yang lebih dikenal dengan sebutan KFI, berkeinginan untuk menjadi wadah pemersatu banyaknya komunitas di masing-masing wilayah di Indonesia, baik komunitas fotografer, komunitas model atau *talent*, *make up* artis dan lain-lain, sehingga di dalam KFI ini para pihak akan tumbuh dan berkembang, saling membutuhkan dan memberikan keuntungan satu sama lain, sehingga pada akhirnya akan menjadi sebuah industri Seni Fotografi yang besar. Visi KFI ke depan adalah dengan semangat *The Power Of Sharing* sebagai slogan dari komunitas ini dan menjadikan KFI sebagai jendela Indonesia di Mata Dunia.

Kontribusi KFI pada dunia sosial pun disinergikan pada dunia *digital* dengan mengunggah konten-konten hasil karya mereka pada media sosial pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa tiap individu anggota komunitas KFI sadar bahwa apapun yang mereka lakukan dalam bermedia sosial akan ada implikasinya baik dalam dunia *digital* maupun dunia sosial dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa dunia *digital* telah terintegrasi dengan dunia *offline* dan tidak dapat dipisahkan. Sesuai dengan yang disampaikan Hine, bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan proses komunikasi di dunia online merupakan konteks institusional maupun domestik di mana terdapat simbol-simbol yang memiliki makna tersendiri dan melibatkan konsep baru terhadap proses komunikasi dan kehidupan sosial yang tidak terpisahkan (Hine, 2000:27).

Melihat konten atau kampanye yang mereka bagikan melalui media sosial dan mendapatkan respons yang positif dari para audiensnya, membuat peneliti tertarik untuk

menelaah lebih jauh bagaimana sebenarnya berbagi atau *sharing* yang dilakukan di media sosial hingga mampu menimbulkan *attraction* tersendiri yang tentu saja akan berdampak positif untuk KFI. Konteks berbagi dalam bermedia dapat diasumsikan berbeda oleh setiap individu. Namun terkait dengan penelitian ini, penulis tertarik untuk melihat bagaimana berbagi atau *sharing* mereka dianalisis dari segi struktur perangkat media sosial yang mereka gunakan, konten yang mereka unggah, interaksi yang terjadi di antara mereka serta *experience* yang dirasakan pada proses komunikasi mereka di media sosial.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Berbagi atau *sharing*

Liliweri (2003) menuturkan bahwa ada beberapa pandangan terhadap komunikasi, diantaranya adalah komunikasi sebagai pertukaran makna yaitu kegiatan komunikasi merupakan kegiatan mengirim atau menerima pesan, namun pada galibnya pesan sama sekali tidak berpindah, melainkan yang berpindah adalah makna pesan tersebut. Dalam hal ini komunikasi baik dalam arti simbolis, proses, maupun pertukaran makna, selalu ada dalam beberapa bentuk, seperti komunikasi antarpribadi, kelompok kecil dan besar, organisasi, dan juga massa, dan bentuk tersebut bergerak mulai dari komunikasi antar dua orang, tiga orang, komunikasi dalam keluarga, komunitas, wilayah atau komunikasi dalam daerah tertentu, yakni bangsa dan negara, bahkan juga komunikasi internasional. Dalam penjelasan berikutnya mengatakan umumnya komunikasi antarbudaya mempelajari beberapa tema, seperti kode dalam dan saluran yang meliputi cara berbicara, bahasa dan politik, kebudayaan visual, dan tentang praktik kebudayaan yang menyangkut tentang retorika dan masyarakat, politik budaya serta komunikasi antarpribadi. Dalam konteks-konteks tersebut muncul sebuah komunikasi antarbudaya, yang mana perlu disadari bahwa manusia selalu

berkomunikasi dengan sesamanya melintasi ruang dan waktu (Liliweri, 2003:6).

Ketika seorang individu mulai berbaur dengan masyarakat, maka nilai-nilai budaya sudah mulai diadopsi dalam kehidupannya. Nilai-nilai dan norma-norma yang dianutnya diperoleh dari nilai-nilai dan norma-norma yang dianut masyarakat dimana dia tinggal dan dibesarkan. Proses penyerapan itu diperolehnya lewat sebuah situasi komunikasi. Budaya yang telah berakar dalam diri seorang individu merupakan hasil dari proses komunikasi. Budaya dan komunikasi adalah dua hal yang tidak bisa terpisahkan seperti kata Edward T. Hall (2009).

*“Culture is communication and communication is culture”.*

Hall menyimpulkan bahwa komunikasi adalah salah satu dimensi yang paling penting. Jadi, antara komunikasi dan kebudayaan adalah dua hal yang saling berkaitan. Karena cara kita berkomunikasi sebagian besar dipengaruhi oleh kultur, orang-orang dari kultur yang berbeda akan berkomunikasi secara berbeda. Artinya, budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, karena tidak hanya memutuskan siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan bagaimana orang menyadari pesan, makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi –kondisi untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan pesan. Sebenarnya, seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat tergantung pada budaya dimana seseorang dibesarkan. Seseorang perlu menaruh perhatian khusus untuk menjaga jangan sampai perbedaan kultur menghambat interaksi yang bermakna, melainkan justru menjadi sumber untuk memperkaya pengalaman komunikasi. Jika ingin berkomunikasi secara efektif maka perlu memahami dan menghargai perbedaan ini. Kita juga perlu memahami penghambat-penghambat yang lazim serta prinsip-prinsip efektifitas untuk berkomunikasi di antara kultur yang berbeda.

## Media Baru

Teori media baru atau *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media konvensional ke arah digital. Dalam teori *new media* terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (www)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Kedua, pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau acara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan member kita saling memiliki (Salomon, 2011:25).

*New media* atau media baru sebagai perangkat teknologi *elektronik* yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Ciri utama yang membedakan media baru dengan media lama adalah desentralisasi (pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator), kemampuan tinggi (pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya), komunikasi timbal balik

(komunikasikan dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung), kelenturan (fleksibilitas bentuk, isi dan penggunaan) (Dharma, dkk. 1987:16-17)

Rogers dalam Anis Hamidati menguraikan tiga sifat utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya berisi sebuah komputer sebagai komponennya) untuk berbicara balik (*talk back*) kepada penggunanya. Hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Dalam ungkapan lain, media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi antarpribadi secara tatap muka. Sifat kedua dari teknologi komunikasi baru adalah *de-massification* atau yang bersifat massal. Maksudnya, kontrol atau pengendalian sistem komunikasi massa biasanya berpindah dari produsen kepada konsumen media. Sifat yang ketiga adalah *asynchronous*, artinya teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta (Hamidati, 2011:6-8).

### **Komunikasi Bermedia**

Komunikasi bermedia yaitu, komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikasikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Salah satu bentuk komunikasi bermedia adalah komunikasi bermedia massa. Seringkali istilah "media massa" dan "komunikasi massa" dipergunakan untuk tujuan yang sama. Sesungguhnya kedua istilah tersebut adalah singkatan dari "media komunikasi massa" (*media of mass communication*).

Jalaluddin Rakhmat (2012) merangkum beberapa definisi komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui

media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan "dapat" dalam definisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial. Dalam membicarakan definisi komunikasi massa ini banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Tetapi, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yaitu media cetak dan elektronik. Media massa yang dimaksud merupakan produk dari teknologi modern.

### **Media Sosial**

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Sedangkan kata sosial yang dapat memiliki konteks yang luas. Menurut Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Kemudahan akses terhadap media menjadikan salah satu kebutuhan primer manusia di era digital saat ini. Kemajuan teknologi mampu melahirkan budaya baru bagi kehidupan manusia dalam bermedia (Nasrullah, 2017:36). Hal ini berarti teknologi dan media baru memberikan dampak yang nyata dalam kehidupan nyata. Ruang privasi melebur dengan ruang publik dengan adanya akses media sosial. Oleh karena itu komunitas virtual dapat dengan mudah mengkomunikasikan pesan mereka di media sosial.

### **Facebook**

Sekarang banyak sekali akses layanan internet yang dapat kita pilih. Salah satu layanan di internet yang sekarang diperbincangkan masyarakat umum adalah Facebook. Facebook muncul setelah Friendster, pada bulan Februari tahun 2004

yang lalu dan hingga kini masih menjadi situs jaringan pilihan masyarakat. Awalnya situs jaringan ini hanya dibatasi untuk mahasiswa luar negeri saja, kemudian ke negara bagian di Amerika Serikat dan hingga kini sudah marak di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Facebook tidak hanya membatasi jaringannya untuk mahasiswa saja pada September 2005, tetapi Facebook pun membuka jaringannya untuk para siswa SMA. Kemudian setelah beberapa waktu, Facebook juga membuka jaringannya untuk para pekerja kantor.

Mulai September 2006 Facebook membuka pendaftaran untuk siapa saja yang memiliki alamat *e-mail*. Sampai sekarang pengguna Facebook semakin meningkat karena Facebook mempunyai fitur yang sangat menarik dan merupakan situs jaringan sosial yang mempunyai aplikasi beragam. Seperti *chatting*, *game* dan lain-lain. Selain itu pengguna juga dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah tingkat atas, tempat kerja, atau wilayah geografis. Menurut J.A. Barnes(2009) dalam Madcoms Madiun, *facebook* merupakan situs yang layanan utamanya adalah layanan jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan di mana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga J.A. Barnes 2009 (dalam Triyaningsih, 2011).

### **Komunitasi Virtual**

Komunitas *virtual* adalah fenomena yang telah muncul berkat teknologi yang berkembang cepat dan memberikan kontribusi terhadap interaksi yang terjadi pada kehidupan manusia. Kelompok *virtual* adalah sebuah kelompok kecil di mana para anggotanya saling berinteraksi dengan menggunakan teknologi elektronik. Komunikasi melalui forum internet (seperti *e-mail*, *chat rooms*, dunia grafis, dan daftar diskusi) memungkinkan orang untuk

berpartisipasi dalam jaringan sosial luas, yang disebut sebagai ‘komunitas *virtual*’. Komunitas *virtual* ini adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang mempunyai minat yang sama terhadap sesuatu, baik dalam bidang politik, sosial, budaya, ekonomi, agama serta isu lokal dan *global* lainnya. Stanojevska dan Slab Eva mengategorikan komunitas *virtual* berdasarkan beberapa variabel. Sebagai contoh, peneliti sistem informasi sering mengategorikan komunitas *virtual* berdasarkan desain teknologi komunikasi pendukung seperti *chat*, sistem papan buletin atau persyaratan fungsional pengguna. Namun tentu variabel tersebut akan berbeda jika komunitas *virtual* ditelisik dari segi pola, perilaku serta interaksi komunikasinya.

Tipologi yang diusulkan dari komunitas *virtual* dalam konteks komunikasi mencakup dua kategori. Dalam kategori pertama, komunitas tersebut diprakarsai oleh anggota dan disponsori organisasi yang diinisiasi oleh anggota adalah komunitas tempat komunitas didirikan oleh, dan tetap dikelola oleh, anggota. Komunitas yang disponsori organisasi adalah komunitas yang disponsori oleh organisasi komersial atau non-komersial (mis. Pemerintah, nirlaba) Porter Elise A 2017(dalam Riska, 2018:27). Organisasi sponsor memiliki pemangku kepentingan utama dan / atau penerima manfaat (misalnya pelanggan) yang merupakan bagian tak terpisahkan dari misi dan tujuan organisasi sponsor. Dalam konteks tipologi komunitas *virtual*, KFI masuk dalam kategori *Organization-sponsored* dengan orientasi hubungannya sebagai komunitas non profit atau *not for profit*.

### **Studi Netnografi**

Dengan terbentuknya budaya di dunia *siber*, maka etnografi komunikasi saja tidaklah cukup untuk memahami komunitas-komunitas yang terbentuk melalui komunikasi dengan media social. Karena itu, muncullah sebuah metode

penelitian baru yakni netnografi. Netnografi adalah suatu istilah yang merujuk pada metode penelitian yang menitik beratkan fokusnya pada kebudayaan masyarakat digital. Walau berada dalam jaringan (daring), komunikasi daring membentuk dan memperlihatkan budaya, kepercayaan yang dipelajari, nilai, dan kebiasaan yang mengarahkan dan menuntut tingkah laku dari lingkungan kelompok tertentu. Sama seperti pendahulunya, etnografi. Etnografi juga meneliti kebudayaan yang ada di suatu masyarakat, bedanya masyarakat yang menjadi objek etnografi adalah masyarakat dunia *digital*.

Kozinets memberikan setidaknya tiga perbedaan dalam etnografi dan netnografi. Pertama dari segi memasuki budaya atau komunitas daring yang berbeda dengan etnografi. Akses masuk, pendekatan serta rentang inklusi potensial dalam tatap muka tentu berbeda dengan daring. Tidak hanya itu, istilah observasi dan partisipasi dapat berarti sesuatu yang berbeda jika diterapkan pada dunia digital. Kedua, dalam hal pengumpulan dan analisis data dalam etnografi memiliki tantangan dan peluangnya sendiri. Gagasan mengenai catatan lapangan sendiri berubah secara radikal. Jumlah data yang dapat diperoleh oleh peneliti saja berbeda. Kemampuan untuk menggunakan alat dan teknik analisis berubah ketika data yang ada sudah ada dalam bentuk digital. Terakhir, adanya prosedur etik bagi peneliti terhadap ruang penelitiannya yang kini dalam bentuk digital. Pedoman abstrak bagi persetujuan tentang prosedur etik ini mempunyai tingkat interpretasi yang luas (Kozinets, 2009:23).

Netnografi telah berkembang untuk membantu peneliti memahami dunia daring secara lebih komprehensif. Pendekatan etnografi disesuaikan untuk membantu peneliti mempelajari, tidak hanya forum, *chat*, dan *newsgroup*, tetapi juga *blog*, *audiovisual*, *grafik* gambar, dan *podcasting communities*, dunia *virtual*, jaringan pemain *game*, *mobile communities*, dan media sosial. Netnografi adalah etnografi dari kelompok *virtual/daring* yang mempelajari praktik

budaya yang kompleks, menarik perhatian kita kepada dasar dan ide abstrak yang banyak, makna, praktik sosial, hubungan, bahasa, dan *social* tanda. Penelitian etnografi pun cukup *fleksibel* dan *less time consume* karena lokasi penelitiannya yang berada di ruang virtual dan proses pengumpulan datanya. Etnografi terutama berkaitan dengan pengungkapan pesan khususnya, makna yang melekat pada kelompok tertentu dan praktiknya. Ahli etnografi mencapai kesadaran ini melalui proses *immersive* ke dalam kehidupan, rutinitas, dan ritual dari suatu setting sosial yang diteliti.

### KONSEPTUALISASI PENELITIAN

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tipe penelitian yang paling sesuai adalah kualitatif. Penelitian kualitatif mendekati subjek penelitian dengan humanis untuk mendapatkan *insights* mengenai bagaimana subjek melakukan aktivitas pada kesehariannya dan bagaimana subjek penelitian memanfaatkan sesuatu yang ada di sekitar mereka untuk melakukan proses komunikasi dengan orang lain. Penelitian kualitatif lebih humanis karena menghasilkan data yang eksplanatif dan dapat menggambarkan dengan detail mengenai *sequence of activities* pada kehidupan subjek.

Dasar penelitian yang digunakan adalah berfokus pada eksplorasi pengalaman individu (*experiences*) atau dalam hal ini menggunakan penelitian interpretif. Penelitian dengan dasar interpretif akan mengungkap serta mengeksplorasi apa alasan individu melakukan pola dan perilaku komunikasi tertentu dan bagaimana interaksi yang terjadi pada proses komunikasi komunitas *virtual*. Hal ini sesuai dengan keinginan peneliti untuk menjelaskan permasalahan bagaimana *berbagi atau sharing* dipraktikkan oleh komunitas KFI, serta bagaimana interpretasi makna slogan *The Power Of Sharing*.

Dalam menjabarkan pokok permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode netnografi pada penelitian ini. Adapun pengumpulan data dalam netnografi berarti berkomunikasi dengan anggota budaya atau komunitas, bahwa komunikasi dapat mengambil banyak bentuk. Pengumpulan data dalam netnografi mencakup tiga jenis data yang berbeda, yaitu data arsip, data elisitasi, dan data catatan lapangan (Kozinets, 2010:96). Data elisitasi (*elicited data*) adalah data yang diciptakan peneliti bersama-sama anggota budaya (komunitas) melalui interaksi personal dan komunal. Peneliti memposting dan mengomentari, serta mengirim pesan dan *chatting*, atau wawancara via pesan instan, menjadi prosedur umum untuk memperoleh data dalam netnografi. Dalam hal ini peneliti melakukan interaksi langsung dengan komunitas secara *online* melalui *whatsapp Messenger, Messenger Facebook* (tergantung pada referensi objek) serta hasil dari observasi yang dilakukan pada subjek penelitian.

Data arsip (*archival data*) adalah data yang sudah ada yang di *copy* oleh peneliti dari komunikasi-komunikasi yang dimediasi *internet* dari anggota komunitas *online*. Karena data jenis ini jumlahnya sangat luar biasa dan kemudahan dalam mengunduhnya, bisa membuat penanganannya cukup mencemaskan. Sebab itu agar memiliki relevansi, peneliti mungkin memerlukan beberapa tingkat penyaringan terhadap data tersebut. Berkaitan dengan data ini, peneliti menggunakan data-data berupa jumlah anggota yang telah terlihat secara *online* pada informasi grup, *screenshot* postingan dan obrolan atau diskusi, serta data-data yang berkaitan dengan profil komunitas KFI. Sedangkan catatan lapangan (*fieldnote data*) adalah catatan-catatan yang ditulis peneliti bertalian dengan observasi mereka sendiri mengenai komunitas, anggota-anggotanya, interaksi dan makna, serta partisipasi peneliti sendiri dan rasa keanggotaan. Selama proses pengumpulan data, data reflektif biasanya disiapkan untuk tujuan

peneliti sendiri dan tidak dibagi dengan komunitas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

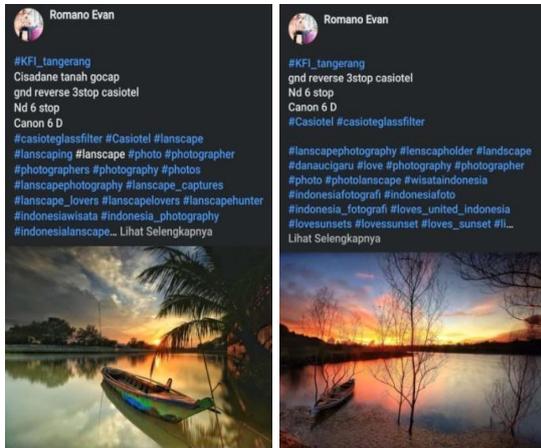
### Interaksi Dan Topik Pembicaraan KFI Di Grup *Facebook*.

Dalam sebuah *cyber community* seperti pada grup *facebook* KFI tersebut memiliki dinamika interaksi yang tidak jauh beda dengan komunitas pada umumnya di dunia nyata. Komunitas merupakan merupakan salah satu wadah berkumpulnya orang-orang yang memiliki kesamaan latar belakang. Sehingga mampu saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Temuan peneliti dalam KFI, grup *facebook* dijadikan ruang interaksi *virtual* untuk anggota sebagai tempat diskusi, dan saling berinteraksi satu sama lain layaknya sebuah pertemuan kecil sebuah kelompok pada dunia nyata yang sedang membahas sesuatu. Bahasan dalam grup *facebook* mereka tersebut mengenai konten atau materi foto yaitu berupa aliran-aliran foto, mentoring seni fotografi, dan juga aksi sosial yang mereka buat melalui event-event sehingga interaksi inilah yang juga melandasi terjadinya praktek berbagi atau *sharing* di komunitas KFI dalam *facebook*. Adapun bahasan-bahasan tersebut adalah pertama, topik pembicaraan tentang aliran-aliran fotografi. Foto sebagai media berekspresi dan berkomunikasi yang kuat menawarkan berbagai persepsi, interpretasi, dan eksekusi yang tak terbatas. Dalam dunia fotografi banyak terdapat jenis-jenis foto atau aliran foto, selama melakukan penelitian dan membaurkan diri ke dalam komunitas *virtual* ini peneliti menemukan bahwa ada cukup banyak aliran foto yang dibuat oleh anggota KFI yang selalu mereka bagikan atau *share* di grup *facebook* mereka, diantaranya yaitu:

#### a. *Landscape Photography*.

*Landscape Photography* yaitu sala satu aliran foto yang memfokuskan objeknya pada pemandangan alam seperti pantai ataupun gunung. Tipe ini merupakan kumpulan foto dari berbagai tempat yang

biasanya digunakan pada kalender, kartu pos, dan memorabilia. Berikut seperti unggahan dari @Romano Evan ini adalah salah satu jenis Landscape Photography.



Gambar 1. Foto Landscape yang dibagikan Romano Evan di grup facebook KFI.

Romano Evan merupakan salah satu anggota KFI tanggerang yang memiliki hobi aliran fotografi pemandangan atau *landscape photography*. Dalam unggahannya di laman grup facebook KFI seperti gambar diatas Romano membagikan keindahan lokasi wisata alam tanah Gocap kota Tangerang.

Bahasan kedua adalah Sayembara dan Event. Dalam temuan peneliti di grup facebook KFI ada berbagai macam event dan sayembara yang dibagikan dan dibuat oleh KFI di seluruh Indonesia mulai dari event dan sayembara yang mengangkat tema sosial yaitu, tema yang berkaitan dengan berbagai macam hal yang berbau urusan sosial. Seperti interaksi manusia di lingkungannya, permasalahan sosial, dan lainnya dan juga hiburan, berikut beberapa event dan sayembara KFI.

b. Sayembara pembuatan logo KFI dan Lomba Foto

Anggota yang tergabung di KFI tidak hanya bergelut di bidang seni fotografi, melainkan ada sebagian anggota atau member KFI bergelut di bidang industri kreatif desain grafis, hal ini dikarenakan perkembangan industry kreatif dibidang desain grafis ada keterkaitan antara seni fotografi. Seperti yang peneliti temukan, dalam rangka ulang tahun KFI yang

kesepuluh KFI Nasional membuat sayembara untuk membuat sebuah logo. Dalam sayembara logo KFI tersebut, ada 32 logo yang masuk ke panitia untuk diikut sertakan. Semua logo yang masuk ke panitia dalam syaembara ini adalah hasil karya member atau anggota KFI yang dibagikan dalam grup mereka di facebook. Selanjutnya yaitu lomba foto. Lomba fotografi adalah kompetisi dalam menyajikan sebuah karya visual berbentuk foto tentang suatu tema tertentu yang informatif dan mengandung makna khusus. Lomba ini meliputi proses pengambilan foto, editing minimal, hingga presentasi tentang makna foto yang diambil. Dihari ulang tahun kemerdekaan Indonesia yang ke 75 tepatnya pada 17 agustus 2020, KFI menggelar lomba foto yang bertema “Ekspresikan Hari Kemerdekaan”. Foto lomba tersebut dibagikan di grup Facebook KFI dan banyak mendapat interaksi berupa komentar dari seluruh KFI di Indonesia yang tergabung dalam grup Facebook dan banyak anggota atau member yang mendukung positif kegiatan ini walaupun hanya bersifat *virtual*.



Gambar 2. Foto pemenang lomba dan pemenang sayembara desain.

c. Event KFI

Event diartikan sebagai suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara. KFI banyak membuat event di seluruh Indonesia di mana di selenggarakan oleh KFI regional atau KFI

wilayah. Event ini adalah kegiatan sosial yang biasa disebut *charity*. Selanjutnya hasil dari *event* yang dibuat tersebut akan dibagikan dalam grup Facebook mereka. Hasil *event* tersebut berupa konten-konten foto di mana menjadi bahan interaksi sesama anggota KFI dalam grup mereka.



Gambar 3. *Event* yang dibuat KFI

#### d. *Mentoring* dan Pembelajaran Seni Fotografi.

Selanjutnya dalam temuan peneliti di grup komunitas KFI dalam *facebook* tersebut ada bahasan-bahasan yang mereka lakukan, di mana bahasan ini menimbulkan interaksi saling tukar informasi mengenai apa yang mereka bagikan dalam grup mereka. Peneliti menemukan adanya proses belajar mengajar dalam komunitas ini, yaitu dengan cara *mentoring*. *Mentoring* adalah sebuah hubungan dalam proses pembelajaran dengan tujuan untuk membantu, membimbing dan juga pengawasan antara perorangan atau kelompok. Kegiatan ini melibatkan 1 orang yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan juga kemampuan yang lebih atau disebut dengan mentor, guru, atau model.

*Mentoring* yaitu sebuah program di mana seseorang yang akan berbagi ilmu dan juga pengalamannya kepada satu orang atau kelompok yang membutuhkan atau belum begitu mahir dalam suatu hal. Kata kunci dari kegiatan ini adalah berbagi ilmu dan pengalaman. Contohnya bisa ditemui pada proses pendidikan, pembinaan, dan pelatihan. Sedangkan, *coaching* adalah kegiatan transfer *skill* yang bertujuan untuk membantu satu orang atau kelompok untuk

mencapai tujuan atau target yang sedang dicapai. Kata kunci dari kegiatan *coaching* ini adalah untuk mencapai suatu tujuan atau *goals*. Contoh dari kegiatan *coaching* ini dilakukan sebelum melakukan perlombaan atau olimpiade. Dalam grup KFI di Facebook ada satu proses *mentoring* mengenai seni fotografi. *Mentoring* dalam grup komunitas ini bermacam-macam jenisnya. Pertama adalah dengan obrolan langsung secara pribadi melalui *messenger*. Setiap anggota yang tergabung dalam grup KFI bisa memilih siapa yang akan menjadi mentor mereka dalam mempelajari seni fotografi. Anggota yang ingin dimentori tersebut cukup memencet ikon mulai percakapan pada menu mentor di grup Facebook tersebut, setelah itu sang mentor akan langsung terhubung dengan anggota yang memilihnya sebagai mentor. Cara yang kedua dalam memperoleh proses *mentoring* dalam grup KFI yaitu dengan membagikan konten ke halaman grup Facebook.

Proses *mentoring* dan pembelajaran mengenai seni fotografi yang terjadi dalam komunitas KFI di Facebook ini sangat sering terjadi. Peneliti menemukan bahwa interaksi mengenai proses pembelajaran tentang seni fotografi ini terjadi sangat intens karena setiap anggota atau member dalam komunitas KFI selalu ingin membuat hal yang baru, dan berinovasi dalam dunia fotografi sehingga dapat mengikuti perkembangan.

#### **Slogan *The Power of Sharing*.**

Slogan adalah frasa yang digunakan sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan yang mudah diingat. Kata slogan sendiri diambil dari istilah dalam bahasa Gaelik, *sluagh-ghairm*, yang berarti teriakan bertempur. Bentuk slogan bervariasi, dari yang tertulis dan terlihat, sampai yang diucapkan dan yang vulgar. Pada umumnya bentuk retorika sederhananya memberikan ruang untuk menyampaikan informasi yang lebih rinci, selain itu juga disampaikan dalam bentuk ekspresi sosial dari tujuan bersama, daripada proyeksi dari beberapa orang saja dan slogan biasanya menggunakan kalimat persuasif.

Ada beberapa hal yang patut diperhatikan seperti di bawah ini Slogan diberi ritme, rima, maupun bunyi. Dengan ketiga hal tersebut, slogan bukan sekadar rangkaian kata-kata maupun kata-kata mati dan tidak berbunyi. Intinya, slogan ini menyentuh salah satu indera manusia, khususnya pendengaran. Dengan adanya ritme dan rima, slogan menjadi sesuatu yang tak terlupakan karena memiliki sesuatu bunyi yang khas.

Bagi anggota atau member KFI pasti tidak asing lagi dengan slogan yang sering mereka suarkan ini yaitu, *The Power Of Sharing* merupakan kata atau slogan yang sudah melekat dalam komunitas KFI dan slogan ini selalu disematkan pada setiap kegiatan atau unggahan yang dibagikan di grup Facebook KFI. Slogan atau kata *The Power of Sharing* ini erat dengan visi misi KFI yaitu, sebagai wadah pembelajaran bagi para pecinta fotografi. Selain itu, para member atau anggota KFI juga diharapkan untuk selalu saling memberikan masukan yang membangun kepada anggota lainnya.



Gambar 4. Slogan KFI

Kata *the power of sharing* adalah kata dari bahasa Inggris yaitu, gabungan antara kata *power* dan *sharing*. Kata *power* disini jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia adalah, *kekuatan* sedangkan *sharing* yaitu berbagi. Sehingga jika diterjemahkan secara keseluruhan ke dalam bahasa Indonesia kata dalam slogan ini memiliki arti *Kekuatan Untuk Berbagi*. Jika disimpulkan secara spesifik makna kata *the power of sharing* dalam komunitas ini adalah semangat untuk berbagi atau *sharing*.

Media mempunyai peranan penting dalam penyampaian sebuah pesan komunikasi. Media menjadi sarana pengirim pesan kepada penerima pesan dalam suatu

proses komunikasi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Media sosial adalah aktivitas, praktek dan kebiasaan diantara beberapa komunitas manusia yang berkumpul secara *online* untuk memberikan informasi, pengetahuan, dan opini melalui media *conversational*. Media *conversational* adalah sebuah aplikasi berbasis *web* yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, mengirim, dan membagikan sebuah konten dalam bentuk susunan kata-kata, gambar, video dan atau audio. Berbagi adalah komponen dasar dari interaksi manusia, dan bertanggung jawab untuk memperkuat ikatan sosial dan memastikan kesejahteraan seseorang. Terlepas dari contoh nyata, yang dapat diamati dalam aktivitas manusia, banyak contoh dapat ditemukan di alam. Sebagai contoh ketika suatu organisme mengambil nutrisi atau oksigen misalnya, organ-organ internalnya dirancang untuk membagi dan mendistribusikan energi yang diambil, untuk memasok bagian-bagian tubuhnya yang membutuhkannya. Bunga membelah dan mendistribusikan bijinya. Dalam arti yang lebih luas, berbagi dapat juga mencakup pemberian hak pakai secara cuma-cuma atas barang-barang yang dapat diperlakukan sebagai barang nonrival, seperti informasi

Stanley J. Baran (2014) menegaskan bahwa budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu, dalam konteks ini yaitu pengalaman individu dan atau antar individu dalam menggunakan serta terkait dengan media, sehingga hal ini memunculkan budaya *siber* atau *cyberculture*. Dunia maya (*cyber*) membuat sebuah budaya (*cyberculture*) di masyarakat modern yang lahir dalam praktek interaksi manusia dengan internet yang di dalamnya mengembangkan teknologi maya, seperti forum, *newsgroup* dan *chats*. Dunia maya

(*cyber*) memiliki karakteristik tersendiri, yang menampilkan cara interaksi di dalam masyarakat modern. Cara hidup yang berbeda, namun tetap pada tataran interaksi antara manusia dan manusia. Komunitas virtual menjadi sebuah fenomena yang mulai marak terjadi sejak berkembangnya media sosial dan digital. Rheingold (1993) menuturkan bahwa *virtual community* atau komunitas *virtual* merupakan tempat dimana orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama dapat berkumpul dan berbagi satu sama lain, atau juga merupakan ruang yang mendukung seseorang untuk dapat berhubungan dengan orang lain yang memiliki pemikiran dan minat yang sama dengan bantuan sebuah situs maupun jejaring sosial. Budaya yang memiliki fungsi dapat menyatukan ini membuat Budaya dunia maya (*cyberculture*) terbentuk dalam hubungan dengan ruang sosial secara *online*. Ada kelompok-kelompok yang terbentuk dalam dunia maya tersebut seperti komunitas pecinta fotografi ini misalnya, mereka membuat sebuah kelompok dan berinteraksi di dunia maya dengan menciptakan sebuah kebudayaan atau perilaku tertentu. *Komunitas virtual* menjadi sebuah fenomena yang mulai marak terjadi sejak berkembangnya media sosial dan digital. Hal inilah yang mendorong terbentuknya komunitas KFI di media sosial. Orang yang mempunyai minat mengenai seni fotografi terkumpul dalam suatu dunia *virtual* yang membentuk kelompok dan membuat budaya mereka sendiri dengan kebiasaan yang mereka lakukan.

Dalam kamus bahasa Indonesia, interaksi didefinisikan sebagai hal saling melakukan aksi, berhubungan atau saling mempengaruhi. Dengan demikian interaksi adalah hubungan timbal balik berupa aksi saling mempengaruhi antara individu dengan individu, antara individu dengan kelompok, dan antara kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial hubungan timbal balik adalah hubungan yang dibangun seseorang dengan orang lain yang dalam proses kehidupan tersebut terbangun

struktur sosial, pada struktur sosial tersebut juga terbangun hubungan yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya (Murdiyatmoko & Handayani, 2004:24). Hal ini dapat dilihat di setiap interaksi dan topik pembicaraan yang dilakukan anggota KFI di Facebook, dimana mereka saling berinteraksi dengan bahasan mengenai seni fotografi, aliran-aliran fotografi, *mentoring* mengenai fotografi dan kegiatan sosial yang mereka buat berupa kegiatan donasi dalam *event*, sehingga kegiatan yang mereka lakukan ini menimbulkan interaksi timbal balik dalam dunia *virtual*.

*Sharing* atau berbagi yang terjadi dalam grup KFI di Facebook tersebut menyebabkan anggota didalamnya menjadi akrab atau menciptakan keakraban, kepedulian sosial, dan persaudaraan sehingga komunitas ini dapat bertahan sampai sekarang, bahkan bertambah di setiap daerah Indonesia. Faktor ini timbul akibat adanya slogan *the power of sharing* yang sering mereka sematkan dalam setiap aktifitasnya. Slogan ini menjadi salah satu motivasi yang melandasi dalam diri setiap anggota atau member KFI untuk melakukan berbagi atau *sharing* terkait pengetahuan seni fotografi secara bersama dalam satu forum di Facebook. Selain itu kata dalam slogan ini menjadi pembeda utama KFI dengan komunitas fotografi lainnya. Berbagi atau *shareing* yang tercipta dalam KFI di media sosial Facebook tersebut sangat berkaitan erat dengan slogan ini. Dengan semangat dari *sharing* atau berbagi tersebut timbullah rasa kepedulian, kepekaan terhadap orang sekitar, ataupun pengertian sesama anggota komunitas.

## SIMPULAN

Berbagi atau *sharing* sebagai sebuah budaya umumnya dipahami sebagai suatu jalinan sosial yang tumbuh dalam suatu daerah dan bertujuan untuk membagikan sumber daya, waktu, pelayanan, informasi, serta solidaritas. Namun dalam konteks tertentu, seperti dalam komunitas *virtual*

*Internet*, makna berbagi seringkali dipahami dan dipraktikkan secara spesifik.

Metode netnografi memungkinkan peneliti mempelajari praktik berbagi atau *sharing* yang kompleks dalam Komunitas Fotografi Indonesia (KFI) dan mengungkap makna dari praktik bersama, interaksi, bahasa, dan kode-kode sosial yang digunakan. Karena lokasi penelitiannya di ruang *virtual* dan semua data tersedia secara *digital*, penelitian etnografi pun cukup *fleksibel* karena peneliti dapat bergabung dan berinteraksi dengan anggota-anggota komunitas melalui akun Facebook serta tidak terlalu memakan waktu lama dalam proses pengumpulan datanya. Strategi *immersive* netnografi memungkinkan peneliti masuk ke dalam situasi alami kehidupan komunitas, mengalami rutinitas dan ritual dalam *setting* sosial asli komunitas *virtual*.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap data penelitian netnografi pada akun media sosial Facebook Komunitas Fotografi Indonesia (KFI) disimpulkan sebagai berikut:

1. Berbagi atau *sharing* dimaknai secara spesifik oleh komunitas KFI, yakni berbagi pengetahuan dalam konteks fotografi.
2. Praktik berbagi atau *sharing* berkembang dan dipraktikkan bersama oleh anggota komunitas KFI melalui komunikasi virtual yang dimediasi Facebook sebagai jejaring digital. Semangat dan praktik berbagi merupakan budaya asli komunitas virtual Internet menjadi semangat dan kekuatan KFI.
3. Berbagi atau *sharing* menjadi perekat anggota komunitas. Budaya ini telah menjadi identitas komunitas KFI yang membedakannya dengan komunitas lain sekaligus memungkinkan untuk menjalin hubungan dengan komunitas virtual lainnya.

## REFERENSI

Aminudin. (2003). *Semantik Pengantar Studi Tentang Makna*. Sinar Baru.

- Ardianto, A., Lukiati, & Erdinaya, K. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Chaer, A. (2008). *Morfologi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2006). *Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasan, & Alwi, dkk. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Pustaka Pelajar.
- J. Baran, S. (2014). *Introduction to Mass Communication Media Literacy And Culture*. New York : Mc Graw Hill Education.
- Kirsh, S. J. (2010). *Media and Youth: A Developmental Perspective*. Malaysia: Blackwell Publisher.
- Kridalaksana, H. (2001). *Kamus Linguistik*. Gramedia Pustaka Umum.
- Salomon, M. R. (2011). *Consumer Behaviour and Marketing Surgery*. Pearson Prentice Hall.
- Kozinets, R. V. (2009). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. California: SAGA Publications.
- Keraf, G. (1984). *Tata Bahasa Indonesia*. Jakarta: Nusa Indah.
- Liliweri, A. (2003). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Studi (LKIS).
- Maulana, E. A. (2009). *Consumer Insights via Ethnography*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Murdiyatmoko, J., & Handayani, C. (2004). *Sosiologi I*, Jakarta. Grafindo Media Pratama.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Muslich, M. (2010). *Garis-garis Besar Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*, Bandung: Refika Aditama.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung:

- Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin. (2017). *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Pasaribu, M. (2009). *Knowledge Sharing: Meningkatkan Kinerja Pelayanan Perusahaan* Jakarta. PT. Elex Media Komputindo
- Putrayasa, I. (2007). *Analisis Kalimat ( Fungsi Kategori, Peran )*. Bandung : PT. Refika aditama
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge: MIT Press.
- Ramlan, M. (1985). *Tata Bahasa Indonesia: Penggolongan Kata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wittel, A. (2016). *Digital Transition* (1st ed.). German : Saarbrücken LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Zaphiris, P. (2020). *Social Computing and Virtual Communities*. New York: CRC Press.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Griffin, E. (2015). *First Look at Communication Theory* (9th ed.). New York: McGraw Hill Higher Education.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: SAGA Publications.
- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail*, Jakarta. Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana.
- Morissan, dkk. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dharma, A.dkk. (1987). *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*. Penerbit Erlangga.
- Aulia Putry, A. (2018). *Pengaruh Dukungan Sosial Terhadap Komunitas Fotografi Indonesia (KFI)*. *Skripsi*, Yogyakarta. Universitas Ahmad Dahlan
- Babal Havaji, F., & Kremani, Z. J. (2011). *Knowledge sharing behaviour influences: A case of Library and Information Science faculties in Iran*. Vol 16(No 1). *Jurnal*, Malaysia. University of Malaya  
Diakses pada tanggal 12 Agustus 2021 melalui : <https://ejournal.um.edu.my/index.php/MJLIS/article/view/6670>
- Harin Pangestuti, A. (2020). *Interaksi Komunitas Online Couchsurfing Melalui Berbagi atau sharing (Komunitas Kosmopolit Couchsurfing Di Jakarta)*, *Skripsi*. Jakarta. Universitas Pertamina.
- Fajrianthi, & Kresnandito, A. P. (2012). *Pengaruh Persepsi Kepemimpinan Transformasional terhadap Perilaku Inovatif Penyiar Radio*. vol 1(No 2). *Jurnal*, Surabaya. Universitas Airlangga Surabaya  
Diakses pada tanggal 30 Agustus 2021 melalui : <http://journal.unair.ac.id/downloadfull/JPIO4131-6f631464d5fullabstract>
- Kurniasih, A. T., & Irhandayaningsih, A. (2016). *Analisis Penerapan Knowledge Sharing Melalui Media Facebook Di Komunitas Kelas Menulis Pustakawan*. *Skripsi*, Semarang. Universitas Diponegoro
- Gunawan A, Fauzianti S. dkk (2010). *Faktor-faktor yang mempengaruhi knowledge sharing pada organisasi*. Vol 8(No 2). *Jurnal*, Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada.  
Diakses pada tanggal 24 Agustus 2021 melalui : <https://journal.ums.ac.id/index.php/mb/article/view/3949>

- Riska Alya, P. (2018). *Perilaku Bermedia Sosial Anggota Komunitas Virtual : Studi Netnografi Pada Anggota Special Agents Batch 2 Do Something Indonesia. Skripsi.* Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Triyaningsih, S. (2011). *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Skripsi.* Surakarta. Universitas Slamet Riyadi