



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 3%

Date: Jumat, Oktober 25, 2019

Statistics: 2784 words Plagiarized / 83488 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PENGANTAR STUDI (ILMU) KOMUNIKASI Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002, bahwa: Kutipan Pasal 113 (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,- (seratus juta rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

(3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

(4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,- (empat miliar rupiah). PENGANTAR STUDI (ILMU) KOMUNIKASI Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu Dr. Redi Panuju, M.Si.

PENGANTAR STUDI (ILMU) KOMUNIKASI Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu Edisi Pertama Copyright © 2018 ISBN 978-602-422-743-2 15 x 23 cm x, 250 hlm Cetakan ke-1, November 2018 Kencana. 2018.0986 Penulis Dr. Redi Panuju, M.Si. Desain Sampul Irfan Fahmi Penata Letak Ria Penerbit PRENADAMEDIA GROUP (Divisi Kencana) Jl. Tandra Raya No.

23 Rawamangun - Jakarta 13220 Telp: (021) 478-64657 Faks: (021) 475-4134 e-mail: pmg@prenadamedia.com www.prenadamedia.com INDONESIA Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit. KATA PENGANTAR Konon manusia sudah berkomunikasi sejak masih dalam kandungan.

Bila sang jabang bayi mengalami masalah dalam perut sang ibu, bawannya menggeliat, kakinya menendang. Pesan itu pun diterima oleh sang ibu dan dengan kasih sayang sang ibu mencoba menenangkan anaknya itu dengan belaian dan elusan di perut. Setelah lahir sang bayi berkata-kata kepada sekelilingnya dengan tangisan. Orang pun meraba-raba maksud dari tangisannya itu.

Menurut Deddy Mulyana dalam kata pengantarnya untuk buku edisi Indonesia karya Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (2005: vii), komunikasi adalah istilah yang begitu populer dewasa ini. Manusia modern diberondong oleh pesan-pesan komunikasi dari berbagai jurusan, baik secara terang-terangan maupun secara halus, baik secara verbal maupun non-verbal. Mereka dibujuk oleh media massa untuk membeli rumah di real estate, membeli mobil terbaru, komputer, kulkas, rokok, dan sebagainya.

Mereka dipengaruhi dan diintimidasi untuk memilih partai politik tertentu dalam pemilihan umum. Begitu seterusnya. Pendek kata dalam kehidupan ini nyaris seperti pepatah "tiada hari tanpa komunikasi". Jadi, komunikasi itu ibarat makanan yang menyertai hidup kita. Tanpa komunikasi hidup menjadi sepi, serasa tiada arti. Bahkan komunikasi sudah seperti kebutuhan pokok yang membuat hidup manusia ada alasan untuk terus berlangsung.

Manusia bisa tahan tidak makan dan minum dalam sehari, buktinya mampu berpuasa pada bulan puasa selama sebulan penuh. Pertanyaannya, mampukah manusia hidup tanpa pulsa dalam sehari? Bukan hanya pulsa, bahkan ketika telepon di tangan baterainya habis, orang kelimpungan meminjam alat pengecas baterai (charger). Dicarinya ke persimpangan jalan dengan jalan kaki bila perlu hanya untuk membuat alat komunikasinya berfungsi kembali.

vi Anehnya, masih banyak orang yang menganggap remeh dengan komunikasi. Komunikasi dianggap sesuatu yang alamiah, sesuatu yang terjadi dengan sendirinya dan pasti bisa dilakukan dengan baik. Seorang alumni suatu SMA bertanya kepada temannya ketika sudah lama tak berjumpa: "Hei, Broo apa khabar?", " Alhamdulillah baik."

"Aku dengar kamu kuliah di Unitomo ya? Ambil prodi apa?" " Aku kuliah di Fikom, Fakultas Ilmu Komunikasi." Sang teman tercengang sejenak mendengar kata komunikasi, kemu dian keluar senyum sinis dari bibirnya. Ia pun berkata, "Komunikasi? Talking-talking kok dipelajari, buat apa?" Lawan bicaranya yang merasa dilecehkan tidak melanjutkan komu nikasinya takut akan berbuntut pertengkaran. Itulah sebuah fragmen komunikasi yang memandang sebelah mata komunikasi. Banyak orang yang mengasosiasikan komunikasi sebatas talking-talking.

Artinya ba rangkali; ngobrol, saling kirim pesan, cuap cuap, curhat, dan sejenisnya. Padahal, bila orang mau mengkajinya, banyak hal di dunia ini yang mengalami kegagalan karena tidak baiknya komunikasi. Banyak permu suhan hingga perang disebabkan kesalahan dalam berkomunikasi.

Dan secara faktual, banyak orang yang butuh ilmu komunikasi ketika hendak memasarkan sesuatu, meyakinkan sesuatu, memberitahukan sesuatu. Pendek kata sesuatu itu hanya bisa menjadi sesuatu setelah dikomuni kasikan. Komunikasi itu penting bukan hanya pada tataran empirik (dalam realitas kehidupan), namun juga penting dipahami dan dikuasai pada tataran kelimuannya.

Orang bisa belajar komunikasi dari pengalaman yang dialami, namun bila hanya mengandalkan pengalaman berapa banyak waktu yang dibutuhkan untuk memahami dalam jumlah yang banyak. Cara belajar sesuatu berdasarkan pengalaman itu sering disebut learning by doing. Cara belajar seperti ini membutuhkan kesabaran dan ketabahan melawati momen momen kegagalan.

Setelah tahu gagalnya baru menyadari kekeliruannya, kemudian mencoba bangkit lagi (trial and error). Bila gagalnya (error) hanya ringan dan tidak berpengaruh pada kehidupannya, lantas bagaimana bila kegagalan yang digunakan untuk pembelajaran itu membuatnya hancur berkeping? Bukankah manusia diberi akal yang dapat menakar sesuatu, mem perkirakan sesuatu, dan mengantisipasinya? Itulah yang dinamakan ilmu pengetahuan atau pengetahuan yang ilmiah (scientific knowledge).

Seorang dokter untuk dapat mendiagnosis penyakit seseorang tidak per lu ia mengalami sendiri apa yang diderita sang pasien. Seorang dokter cukup dengan

mengidentifikasi karakteristik kesakitan sang pasien, dan vii memperhatikan ciri-ciri pada fisiknya, serta menggunakan alat tertentu untuk mendeteksi gejala yang tidak bisa dilihat oleh mata, maka sang dokter bisa melakukan generalisasi apa yang sedang terjadi pada si pasien.

Dokter memiliki segudang teori untuk menganalisis gejala yang sedang dianalisisnya. Dengan teori yang ada, seorang dokter bisa menduga apa yang akan terjadi. Demikianlah, seperangkat ilmu pengetahuan yang disusun berdasarkan atribut atribut metodologis, teori, konsep, asumsi, aksioma, dan lainnya membuat dunia empiris dapat dijelaskan tanpa menghadirkan objek empiris tersebut di sekitar kita. Itulah gunanya ilmu pengetahuan.

Bahkan dengan teori yang ada, seorang dokter dapat mengasah ketereampilannya ketika memeriksa pasien. Komunikasi juga demikian, di samping dapat ditinjau secara empiris juga dapat ditelaah dari perspektif kelimuannya. Itu sebabnya, buku ini sengaja menggunakan istilah ilmu dengan cetak miring dan ditempatkan dalam tanda kurung.

Judul buku ini Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi. Berarti ilmu itulah yang mengantarkan menuju pemahaman yang lebih baik terhadap komunikasi. Satu lagi alasan mengapa buku ini disusun, ada hubungannya dengan keinginan untuk mendapatkan kutipan (citations) dari peminat komunikasi dan Ilmu Komunikasi ketika membuat karya tulis, baik skripsi, tesis, disertasi, maupun karya luaran di jurnal.

Semakin banyak orang yang menggunakan buku ini secara referensi, maka semakin banyak sitasi yang penulis dapat. Google scholar mengindeks sitasi tersebut dan menorehkan pada level h-index tertentu. Pemerintah Indonesia melalui <http://www.sinta2ristekdikti.go.id> merecord sitasi tersebut sebagai jenjang kinerja seorang ilmuwan.

Meskipun belum ada niat yang konsisten dari pemerintah untuk menggunakan portal tersebut (kelihatannya hanya untuk kepentingan politik anggaran) untuk kebijakan ganjaran dan hukuman (reward and punishment), tapi penulis menganggap portal tersebut merupakan etalasi kemuliaan para ilmuwan. Pemerintah belum melihat sungguh-sungguh soal sitasi untuk misalnya kenaikan pangkat akademik, recruitment dalam bidang kebijakan publik pendidikan tinggi seperti BAN-PT, ataupun lainnya.

Saya masih melihat banyak guru besar yang h-indexnya masih sangat rendah, tidak ada publikasi buku, dan jurnal, namun karena masuk dalam kumpulan partai politik atau dekat dengan kekuasaan, justru diberi kekuasaan dan kewenangan untuk menilai karya ilmiah dan kualitas keilmuan orang lain. Kadang menggelikan, yang bersangkutan

menjadi bahan olokan namun tidak menyadarinya. Hal itu bisa merembet yang diolok-olok Indonesia.

Inilah Indonesia viii di mana dunia keilmuan dikendalikan oleh politik. Kita harus bersabar untuk menunggu suatu era di mana sebuah soal dikembalikan kepada yang memang layak untuk mengelolanya. Semoga bermanfaat...! Surabaya, Akhir Juli 2018 Dr. Redi Panuju, M.Si. DAFTAR ISI KATA PENGANTAR v DAFTAR ISI ix BAB 1 PENDAHULUAN 1 A. Komunikasi: Antara Praktik dan Ilmu.....

1 B. Paradoks Komunikasi 7 C. Kecenderungan Komunikasi..... 12 D. Komunikasi sebagai Ilmu 17 BAB 2 KARAKTERISTIK KEILMUAN DAN KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI 21 A. Taksonomi Ilmu Komunikasi

21 B. Kemampuan Komunikasi26 BAB 3 PROSES KOMUNIKASI 39 A. Elemen Komunikasi

39 B. Model Komunikasi 41 C. Esensi Komunikasi 43 D. Kompetensi Memaknai

48 BAB 4 LEVEL KOMUNIKASI (1) 55 A. Komunikasi di dalam Pribadi (Intrapersonal Communication) 55 B. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication) 62 C. Komunikasi Kelompok 70 BAB 5 LEVEL KOMUNIKASI (2) 77 A. Komunikasi Organisasi 77 B.

Komunikasi Publik (Public Communication) 86 C. Komunikasi Publik dan Opini Publik 87 BAB 6 LEVEL KOMUNIKASI (3) 121 A. Komunikasi Massa 121 B. Fungsi Komunikasi Massa 130 C. Komunikasi Massa dan Pemberdayaan Sosial.....

133 x BAB 7 BIDANG KOMUNIKASI (1) 143 A. Lingkup Bidang Komunikasi 143 B. Public Relations 143 C. Komunikasi Kesehatan 146 D. Hal-hal Krusial 152 E. Komunikasi Bencana

161 BAB 8 BIDANG KOMUNIKASI (2)	165 A. Komunikasi Politik	
.....	165 B. Komunikasi dan Budaya	
.....	182 BAB 9 KOMUNIKASI SIBER	187 A.
Karakteristik Komunikasi Siber	187 B. Pengguna	
Internet Dunia dan Indonesia		
188 C. Perilaku Pengguna Internet	189 D.	
Komunikasi Politik di Media Siber.....	194 BAB 10	
KOMUNIKASI: MASALAH MANAJEMEN ISU	197 A. Asal Mula Kegaduhan	
.....	197 B. Produksi dan Reproduksi Isu	
.....	198 C. Komunikasi dan Jarak Sosial	
.....		

217 DAFTAR PUSTAKA 233 GLOSARIUM 241 TENTANG PENULIS 249 BAB 1
 PENDAHULUAN A. KOMUNIKASI: ANTARA PRAKTIK DAN ILMU Dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang yang menganggap bahwa komunikasi adalah perkara yang mudah, sebab sejak zaman purba orang telah melakukannya untuk berbagai kepentingan. Komunikasi hanya dilihat peristiwa bagai mana orang mengirimkan pesan kepada orang lain.

Sehingga sering kita temukan dalam rapat-rapat orang belum bisa memonopoli pembicaraan. Bahkan tak jarang memotong pembicaraan orang lain demi memenuhi ambisinya itu. Padahal belum tentu apa yang disampaikan dipahami penerima secara tepat sesuai dengan yang dimaksud penyampainya, belum tentu mendapat respons yang positif, dan belum tentu pula mendapat reaksi yang positif.

Namun, semua kemungkinan itu tidak pernah disadari oleh penyampai pesan, karena tidak ada proses mengevaluasi efektivitas komunikasi yang dilancarkan. Bila pelaku komunikasi ini mau sedikit keluar dari ruang kognitifnya yang kosong dan sedikit mengais "ilmu" yang berkaitan dengan komunikasi, hasil komunikasinya bisa jauh berbeda. Beda maknanya komunikasi sebagai praktik dan sebagai ilmu. Sebagai praktik, komunikasi digunakan untuk menyampaikan dan menerima pesan.

Hal tersebut berhenti sebagai fakta. Seolah fakta itulah yang benar. Padahal secara kelimuan telah banyak ditulis oleh para ahli tentang prinsip-prinsip komunikasi yang dapat digunakan untuk mendiagnosis fakta-fakta yang tersembunyi di balik realitas yang tampaknya.

Bila ada peneliti yang mau sedikit saja bertanya kepada para peserta komunikasi

tersebut, "Apakah memahami apa yang di sampaikan oleh si A?", sangat mungkin jawabannya "tidak paham". "Mengapa kalau tidak paham diam saja?", jawabannya "karena takut akan menyinggung pengirim pesan." Dan bila ditanya lebih lanjut, mengapa atau sebabnya apa sampai tidak paham? Jawabannya bisa sangat panjang; bisa karena aspek sosiologis (karena suasananya sangat bising), karena aspek psikologis (suasananya men cekam, karena pesan disampaikan dengan nada mengancam), karena aspek gangguan teknis (seperti sedikit-sedikit mikrofonnya tidak berfungsi), bisa juga karena perbedaan budaya (pembicara sering menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh budaya setempat), dan sebagainya.

Ada peristiwa dua orang sahabat yang sudah lama tidak bertemu. Dahulu mereka sekelas ketika di SMA. Keduanya melanjutkan kuliah di bidang yang berbeda. Yang satu (A) mengambil bidang pertanian dan yang satu lagi (B) mengambil S-2 bidang Komunikasi. A : Hai, apa kabar? Aku baca di medsos Kamu sedang menyelesaikan S-2 Komunikasi ya? B : Ya begitulah. Kamu sendiri gimana? A : Aku sedang menyelesaikan S-2 Pertanian.

B : Lho, kok Pertanian sih? Mau jadi petani nih? Petani tidak bisa kaya, kan?" (B merasa tersinggung dengan cemoohan sahabat lamanya itu hingga wajahnya memerah) A: Jangan begitulah, Sobat, soal kaya atau miskin kan tergantung nasibnya. Kamu sendiri ngapain mengambil Ilmu Komunikasi. Talking talking kok dipelajari! (sambil mengunyah mulutnya ke depan).

Dialog di atas memperlihatkan dua orang yang sama-sama menganggap bidang keilmuannya sesuatu yang remeh. Padahal mereka sama-sama mempelajari hakikat sebuah ilmu, mungkin tidak begitu jadi nyata. Hakikat ilmu itu adalah memberi nilai (values) pada realitas empiris.

Nilai (values) adalah sesuatu yang menyebabkan sesuatu menjadi penting, dianggap penting, atau lebih penting dari yang lain. Realitas empiris menjadi penting karena mendapat dampak dari ilmu itu. Sebagai contoh, tentang gigi. Semua orang punya gigi, dan sering tidak menganggap penting kecuali ketika digunakan untuk mengunyah.

Pada hal ketika gigi tersebut dipelajari, diteliti, dan dihimpun dalam sebuah narasi, benda gigi yang ukuran lebih beratnya 2 ons itu bisa menjadi berbuku-buku, karena dokter yang mengambil spesialis gigi butuh waktu lima tahunan untuk mempelajarinya. Dan lima tahun itu pun belum tentu lulus atau menguasai seluruhnya. Demikian juga dengan benda yang namanya pohon dan daun, dalam keseharian kita tidak pernah menganggapnya penting.

Tetapi begitu orang mempelajari foto- sintesis tumbuhan, hasilnya bisa berbuku bu ku. Untuk mempelajari itu secara lengkap butuh waktu lima tahunan. Apakah komunikasi yang diremehkan dengan kata kata talking talking itu juga sama? Ya, kalau ko- munikasi tidak penting tidak mungkin ada Fakultas atau Program Ilmu Komunika si di Perguruan tinggi, baik program strata satu (S-1), strata 2 (S-2), maupun Strata tiga (S-3).

Setelah dipelajari ternyata gejala talking talking itu menghasilkan ratusan ribu buku dan bahkan mungkin sudah jutaan buku komunikasi di seluruh dunia. Prof. Deddy Mulyana, Ph.D. ketika menulis buku Komunikasi Suatu Pengantar (2005) member kata pengantar yang menarik tentang kaitan kekeliruan dalam komunikasi yang disebabkan tidak adanya ilmu menerjemahkan isi pesan mengakibatkan peristiwa yang fatal.

Kang Deddy menulis demikian: "TERDAPAT BUKTI BAHWA SUATU KEKELIRUAN DALAM MENERJEMAHKAN suatu pesan yang dikirimkan pemerintah Jepang menjelang akhir Perang Dunia II boleh jadi telah memicu pengeboman Hiroshima. Kata mokusatsu yang digunakan Jepang dalam perespons ultimatum AS untuk menyerah diterjemahkan oleh Domei sebagai "mengabaikan".

Alih-alih, makna yang sebenarnya "Jangan memberi komentar sampai keputusan diambil." Suatu versi lain mengatakan, Jenderal McArthur memerintahkan stafnya untuk mencari makna kata itu. Semua kamus bahasa Jepang-Inggris diperiksa dan memberi padanan kata no comment.

Mc Arthur kemudian melaporkan kepada Presiden Truman yang kemudian diputuskan untuk menjatuhkan bom atom ke kota itu. Padahal makna kata mokusatsu itu adalah "Kami akan menaati ultimatum Tuan tanpa komentar" (Mulyana, 2005: vi). Paparan Guru Besar UNPAD di atas menunjukkan bahwa ilmu akan menunjukkan seseorang pada makna yang hakiki, koherensi, dan bisa juga komparasi.

Andaikan waktu itu ada kamus Bahasa Jepang-Inggris yang lengkap yang berisi terjemahan kata mokusatsu sebagaimana yang dimaksud orang Jepang, barangkali kota Hiroshima dan Nagasaki tidak sempat dibom. Makna koherensi menunjukkan bahwa ilmu mengharuskan holistik, tidak parsial. Maka sebuah pengertian sangat mungkin memiliki makna yang berbeda karena perbedaan konteks.

Adapun komparasi (perbandingan) memungkinkan orang memaknai sesuatu dengan cara membandingkan antara fakta yang terjadi di suatu tempat dan tempat yang lain atau dari suatu waktu dengan waktu yang lain. Seperti kata mokusatsu misalnya telah memiliki perbedaan arti sesuai zaman - nya. Pada tahun 1945, arti mokusatsu berarti

taat, na mun kini bila kita mencari di mesin pencari penerjemah google (google translate), artinya sudah berkonotasi buruk.

Kata mokusatsu dalam bahasa Jepang, diterje- mahkan oleh google stupid dalam bahasa Inggris. Adapun kata stupid diter jemahkan bodoh dalam bahasa Indonesia. Andaikan saat itu sudah ada kamus online dan tentara Amerika menerje mah kan kata mokusatsu melalui google translate, kira-kira ma rah tidak ya dikatai "bodoh" oleh orang Jepang? 4 Dengan kata lain, komunikasi sebagai praktik akan le bih baik bila didasari oleh ilmu.

Dan ilmu itu bukan ilmu Komu nikasi saja, tetapi juga membutuhkan ilmu yang lain. Mengapa? Karena gejala komunikasi bukanlah gejala yang tunggal. Da lam komunikasi berinteraksi gejala yang lain. Demikian juga dengan gejala yang lain sangat potensial terda- pat gejala komu nikasi. Dalam setiap gejala terdapat atau membutuhkan komu nikasi. Ke tika orang baru bangun tidur, ia berpikir memaknai keadaannya; nya man, sumpek, atau hampa.

Semua tergan tung kepada persepsinya terhadap diri sendiri. Dalam peristiwa itu sesungguhnya seseorang telah berko- munikasi dengan diri nya sendiri. Dia bertanya sendiri tentang keadaan - nya dan ke mudian menjawabnya sendiri. Kemudian ia mencari-cari si kat gigi yang tidak ada ditempatnya, ia pun bertanya pada Bi lyem pembantunya. Komunikasi sudah terjadi antara dia dan pemban tunya.

Karena beberapa kali ia memanggil-mang gil lyem tidak ada jawaban, ia meninggikan volume dan intona sinya. Hal tersebut membuat bising sang istri. Istri pun ikut menghampiri. Sang istri tidak tanya terlebih da- hulu apa yang terjadi tetapi langsung mempersepsi si lyem tidak meng - in dah kan panggilan suami. Istri ikut marah. Pembantu merasa ter sing- ung dan angkat kaki dari rumah majikannya.

Berdasarkan contoh di atas, sebuah peristiwa yang seder hana saja sesungguhnya membutuhkan penjelasan yang ti dak cukup tunggal. Mi salnya, lyem angkat kaki disebabkan ter singgung oleh ucapan maji- kannya. Siapa tahu, sebelum pe ris tiwa "sikat gigi" tersebut jauh sebe- lumnya sudah didahului peristiwa yang nyaris sama.

Si lyem menerima kemarahan dari hal-hal yang sepele atau tidak prinsip. Dan pagi itu merupakan akumulasi yang sudah tidak bisa ditoleransi lagi bagi batas kesa barannya. Jadi komunikasi di pagi hari yang menyebabkan lyem per gi dari rumah majikan bukanlah faktor utama, saat itu kata kata yang meluncur dari sang Majikan hanyalah sebuah penguatan (reinforcement). Dan bila kita mau meneliti lebih jauh, siapa tahu ada faktor lain.

Misalnya, bersamaan dengan situasi rumah tangga majikan yang kurang tenang (cenderung temperamental), tiga hari sebelumnya Iyem ditawarkan orang lain untuk kerja di rumahnya dengan gaji yang lebih besar, jam kerja yang lebih pendek, serta bonus lebaran, dan libur kerja di hari minggu. Maka, bila fakta ini terungkap dapat dikatakan faktor yang menyebabkan Iyem keluar dari rumah adalah faktor ekonomi, sementara komunikasi hanyalah sebagai pemicu saja. Atau ada fakta lain? Tentu masih banyak lagi. Peristiwa komunikasi selalu melekat dengan peristiwa lain.

Karena itu pada tataran ilmunya pun ilmu Komunikasi hampir mustahil bisa 5 berlatu tunggal. Perangkat ilmu komunikasi niscaya memerlukan bantuan ilmu lain untuk menjelaskan sebuah peristiwa sehingga peristiwa tersebut dapat dimaknai secara holistik dan komprehensif. Holistik artinya, melihat segala sesuatu secara menyeluruh, sementara komprehensif artinya melihat segala sesuatunya secara lengkap.

Bila ada ilmuwan Komunikasi yang menyatakan bahwa Ilmu Komunikasi dapat secara tunggal menjelaskan gejala komunikasi, tentulah dalam konteks ia memang sedang memfokuskan diri pada satu gejala saja, yakni aspek komunikasinya. Adapun aspek lainnya tidak dianalisis. Hal tersebut boleh saja sepanjang ilmuwan mau menerima bahwa apa yang sedang dikajinya bersifat parsial dan mengabaikan kemungkinan keterlibatan aspek lain dalam peristiwa tersebut.

Kita sering mengalami kekacauan akibat komunikasi, entah disebabkan ataupun tidak, namun acapkali kesalahan tersebut dianggap sebagai sesuatu yang kebetulan saja, bahkan dianggap sebagai sial saja. Bila kita mau sedikit meluangkan waktu merenungkan kejadian tersebut, sebenarnya kita sudah menyusun suatu pengetahuan tentang apa yang kita ucapkan dan kita perbuat.

Dari sana kita dapat evaluasi diri kata-kata apa atau perbuatan apa saja yang membuat orang lain tersinggung, salah mengartikan, dan bahkan menimbulkan sikap permusuhan. Dengan demikian, kita dapat memperbaiki tabiat kita dalam berkomunikasi secara lebih baik. Namun, **sebagian orang menganggap bahwa** soal cara bertutur dan intonasi menyampaikan sesuatu adalah soal kebiasaan, yang sudah ada sejak lahir atau sudah ada akibat unsur genetik yang diturunkan dari orangtuanya. Misalnya dengan membela diri: "Ya itulah aku. Sudah karakterku seperti itu, mau apa lagi."

Bapak dan ibuku juga begitu. Kalau bicara meledak-ledak dan kalau tidak sesuai dengan yang diinginkan bahkan anaknya meninggi, kesannya seperti marah!" Orang melupakan satu hal bahwa pola komunikasi yang berciri meledak-ledak itu sebenarnya merupakan

hasil dari proses belajar.

Si anak mengimitasi (meniru) pola komunikasi orangtuanya yang memang sehari-hari cenderung mengekspresikan emosi tinggi. Manusia itu di samping diberi karunia genetika juga diberi karunia belajar dari lingkungan lainnya. Seperti halnya perilaku komunikasi juga demikian, di samping ada hal-hal yang itu bawaan, bahkan bawaan kolektif (seperti dialek), namun sebenarnya hal itu dapat diubah dari proses belajar dan pelatihan. Bila komunikasi semata-mata merupakan bakat, untuk apa ada banyak pelatihan komunikasi yang acap kali harganya mahal.

Ada sebuah lembaga yang memberikan latihan khusus tentang **bicara di muka umum** (public speaking) dan biayanya bisa lebih tinggi ketimbang biaya SPP mahasiswa S-1. Bahkan soal bagaimana menyusun hidangan untuk pertemuan-pertemuan formal, keserasian komposisi warna pakaian, cara berjalan, olah vokal, dan merancang kegiatan (organizing events) sudah menjadi bidang komunikasi yang banyak dipelajari dan butuh pelatihan.

Dengan kata lain, komunikasi sebagai praktik ada dua macam: pertama, praktik **komunikasi yang dilakukan oleh individu** dalam interaksi sosialnya, dan kedua, praktik komunikasi **yang dilakukan oleh individu** berkaitan dengan komunikasi sebagai bidang pekerjaan. Baik komunikasi sebagai interaksi sosial maupun pekerjaan, keduanya mengandung kompetensi yang dibutuhkan.

Secara teknis seseorang dituntut untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan bisa dimengerti oleh si penerima. Bertutur memang sebuah karakter yang melekat pada setiap individu sesuai dengan perjalanan pengalamannya. Semakin sering orang berkomunikasi dan semakin variatif orang yang dijalin, maka pengalamannya semakin kaya.

Orang ini memiliki banyak cara dalam menyampaikan pesan, sebab sudah membiasakan diri berganti cara menyampaikan pesan disesuaikan dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan, jenis kelamin, dan seterusnya. Karena itu, semakin sedikit pengalaman berkomunikasi semakin sedikit pula perbendaharaan cara berkomunikasi. Selain pengalaman, cara lain untuk meningkatkan kualitas berkomunikasi adalah dengan cara belajar dari buku-buku.

Setiap orang bisa belajar berkomunikasi berdasarkan inspirasi dari referensi yang dibacanya. Selanjutnya di lapangan komunikasi, seseorang membutuhkan dua hal untuk sampai pada proses komunikasi, yakni: mengubah dan adaptasi. Bila seseorang sering mengalami kegagalan dalam komunikasi kemungkinan yang pertama ia gagal

dalam melakukan adaptasi, yakni menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada pada saat itu.

Bila bina tang Bunglon sering dikritik karena sifatnya yang tidak konsisten, maka kali ini kita mesti jujur ada pelajaran yang bisa dipetik dari si Bunglon, yaitu kemampuan pigmen warna kulitnya **menyesuaikan diri dengan lingkungannya**. Bila di atas daun ia menjadi hijau, bila di batang menjadi coklat, dan bila di bebatuan menjadi legam.

Dengan demikian, lingkungan **menyebabkan** bahwa Bunglon merupakan bagian dari dirinya. Ia bisa diterima lingkungan dengan cepat. Bila ia berada di lingkungan musuh, Bunglon pandai menyamar sebagaimana musuh berperangai, karena itu ia bisa mengetahui tabiat dari sang musuh. Maka, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan adalah karakteristik utama komunikasi yang sejati, atau dalam waktu yang bersamaan kemampuan beradaptasi adalah karakteristik komunikasi sejati. Itulah komunikasi sejati.

Sebagai ilustrasi, ada seorang juru runding yang ditugasi insansinya untuk menegosiasikan bisnis tertentu dengan mitra kerja baru. Dari rumah ia sudah mengenakan pakaian formal lengkap dengan jas dan dasi serta sepatu hitam yang mengkilap karena semir. Setelah masuk ke ruangan yang telah ditentukan ternyata ruang tersebut tidak ber-AC. Begitu masuk, hawa panas sudah mulai menyengat.

Di sana sini banyak pengunjung yang asyik merokok. Kita dapat membayangkan, bila si juru runding ini tidak memiliki kemampuan beradaptasi dengan lingkungan yang tidak dibayangkan sebelumnya, niscaya ia tidak melanjutkan misi negosiasinya. Tidak harus si juru runding ini ikut merokok, tetapi minimal bisa menerima keadaan tersebut demi mencapai apa yang menjadi target atasannya.

Ada dua orang sedang bercakap-cakap. Mulanya berjaalan santai, tetapi lama kelamaan keduanya seperti saling berlomba berbicara, tidak mau mengalah dan bahkan saling mengintirupsi. Komunikasi seperti ini cenderung tidak akan efektif karena masing-masing mengikuti apa yang dipikirkan dan diinginkan.

Akhirnya percakapan berubah menjadi pertengkaran sampai mengebrak meja untuk sekadar menyuruh lawan bicara diam. Contoh di atas menunjukkan **kedua belah pihak yang** tidak mampu beradaptasi satu sama lain. Ini mirip dengan perjalanan di jalanan yang makin menyempit, supaya lalu lintas tidak macet, maka kendaraan harus bergantian mengambil haluan.

Kalau masing-masing ingin lebih dahulu, yang terjadi saling serobot, akhirnya terjadi

penun- pukan. Ma cet total. Mengubah diri merupakan cara untuk menghindari keje- nuhan atau monoton. Dalam komunikasi kadang dibutuhkan perubahan-perubahan tertentu, baik dalam intonasi, pemilihan kata, penggunaan bahasa, dan juga menggunakan alat bantu media.

Perubahan itu misalnya, bila se- mula kesannya serius, to the point (tak kenal basa-basi), dan angker, maka se kali-se kali perlu mengubah diri dengan candaan-candaan yang se hat. Orang yang serius bila mengeluarkan kata-kata lucu, bisa sanya menimbulkan tawa yang lebih meledak, sebab orang bercampuraduk situasinya antara kelucuan dan keheranannya kok bisa lucu ya. Dalam kasus tertentu, mengubah diri bisa merupakan adaptasi total. B.

PARADOKS KOMUNIKASI Pada bagian sebelumnya telah diuraikan sedikit tentang paradoks komunikasi. Di satu sisi komunikasi merupakan fungsi konstruktif dari 8 tujuan interaksi manusia, namun tak jarang justru komunikasi menjadi sebab terjadinya keadaan yang merusak interaksi itu sendiri. Beberapa prinsip menghindari paradoks komunikasi: (1) Berbicaralah secukupnya.

Banyak orang yang salah me ng ira, bahwa semakin banyak bicara semakin banyak yang dapat dimengerti. Padahal, manusia memiliki keter batasan dalam mengelola stimulus dalam pikirannya (ra nah kognitif). Kemampuan otak menyerap pel- ajar an mi salnya, hanya 20 menit pertama. Setelah itu ke mam puan otak menyerap informasi menurun.

"Keba nyakan guru tidak paham soal ini. Mereka bicara di depan kelas bisa lebih dari 50 menit, padahal kemampuan siswa men dengar rata-rata hanya 20 menit," kata Direktur Pusat Neurosains Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (Uhamka) dr Rizki Edmi Edison PhD-nya pada seminar bertema "Strategi Pembelajaran Berbasis Neurosains" di Uhamka Jakarta, Sabtu (10/9/2016).

Dalam kesempatan itu Edmi ju ga menuturkan adanya sejumlah metode yang mampu meningkatkan fungsi otak, antara lain ada lah aktivitas fisik yang akan merangsang keluarnya hor mon tertentu yang memperbarui sel-sel saraf otak. "Aktivitas ini bisa olahraga berjalan kaki, naik-turun tangga yang dilakukan secara rutin yang meningkatkan fre kuensi detak jantung dan nafas," ujarnya (Utami, 2016). Karena itu, bila seseorang berbi- cara secara terus-me nerus lebih dari 20 menit, penerima pesan cenderung geli sah.

Ke mungkinan yang terbesar adalah ia akan te- tap terlibat dalam komunikasi tetapi hanya beberapa bagian saja yang dipahami, selebihnya masuk telinga kiri keluar telinga kanan. Karena itu, seorang pembicara yang baik akan variasi dalam me- nyam paikan

pesan. Dengan variasi cara menyampaikan misalnya, mungkin diselingi dengan joke atau dengan alat peraga (contoh), bisa menghentikan ketegangan.

Otak yang sudah panas bisa meluruh. Itu sebabnya cara meluruhkan ketegangan sering disebut es brea k ing. Atau bisa juga dengan memberikan kesempatan ke **pada peserta untuk mengajukan** pertanyaan. Momen membuat pertanyaan dan menyampaikannya dapat menjadi variasi, sehingga perhatian peserta beralih.

Itu sebabnya pendekatan interaktif sering disebut jauh lebih efektif ketimbang pendekatan satu arah. (2) Bicaralah jujur. Orang tidak jujur bisa karena beberapa kemung-kinan. Fakta atau realitas yang akan disampaikan (apa adanya) bisa menyebabkan kemarahan. Bisa juga tidak jujur hanya menyenangkan orang lain, namun apa pun tujuannya berbicara tidak jujur mengandung risiko.

Bila suatu ketika orang lain mengetahui bahwa kita pernah berbohong, maka orang akan tidak percaya lagi. Kita akan kehilangan kepercayaan (distrust). Ada peribahasa, "Sekali lancung tercoreng selamanya tak dipercaya." Meskipun pada waktu berikutnya kita bicara jujur, karena sudah terlanjur tidak dipercaya, orang akan tetap meragukan.

Cara yang paling baik menghindari paradoks ini adalah berusaha menahan untuk tidak mengatakannya terlebih dahulu. Tidak mengatakan bukan berarti tidak jujur alias bohong. Ada waktu yang tepat untuk mengatakan sesuatu apa adanya. Karena itu, dalam komunikasi hal yang terpenting bukan apa yang disampaikan, tetapi kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan. (3) Bicaralah dengan ritme.

Cara kita berkata menentukan persepsi orang lain. bicara terlalu cepat bisa mengesankan terburu-buru, bahkan memperlihatkan emosi tinggi. Sebaliknya, bicara terlalu lambat bisa mengesankan seseorang tidak menguasai materi sehingga tampak menjadi bodoh atau terkesan ogah-ogahan. Itulah yang disebut ritme.

Memang tidak ada ukuran yang baku berapa kata untuk setiap detik, namun dengan membiasakan diri mengevaluasi pembicaraannya, seseorang akan terlatih berkomunikasi secara tepat. (4) Berpikirlah sebelum bicara. Kata-kata yang terformulasikan dari proses berpikir tentu jauh lebih jernih dan sistematis ketimbang yang mengandalkan spontanitas.

Banyak kasus konflik terjadi karena orang mengandalkan spontanitas dan akibatnya menyesal di belakang. Spontanitas acapkali kurang terkendali apabila pikiran tidak jalan, yang mengekspresikan emosi. Karena itu, penting dalam komunikasi yang baik membutuhkan persiapan (prepare).

Paling tidak ada catatan kecil tentang point yang akan dibicarakan, sehingga komunikasi menjadi terarah. (5) Hindari mengulangi topik pembicaraan. Penting untuk mengingat topik yang pernah dibicarakan dengan seseorang. Pengulangan topik karena kita lupa pernah membicarakan bisa mengesankan kurang selektif. Orang yang mendengar topik yang sama biasanya setengah hati mengomentari.

(6) Bersabarlah menjadi pendengar yang baik. Pendengar yang baik adalah yang mampu menahan diri untuk tidak menyela sampai seseorang selesai mengutarakan maksudnya. Kesabaran tersebut menunjukkan tingkat kedewasaan seseorang. Orang yang suka menyela pembicaraan orang lain tampak egois dan kekanak-kanakan. Ini penting dipahami bagi komunikator yang ingin berada di dalam acara talk show di televisi.

Kemampuan menahan diri saat berbicara juga dipersyaratkan bagi moderator atau Host yang terkenal sekalipun. Ini terjadi pada seorang pembawa acara senior Najwa Shihab yang kerap kali memotong kata-kata Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Akibatnya Najwa banyak menerima kritik dari kalangan Netizen. Kritik Netizen tersebut antara lain: pengguna akun jejaring sosial Facebook, Mahmudah Ratna Suminar.

"Najwa semestinya Anda belajar lagi jurnalisisme sama Karni Ilyas misalnya. Anda nanya, yang ditanya masih menjabar, belum selesai langsung disela, kadang langsung dicut di tengah jalan, sering menyimpulkan sendiri, ketika dielas kan ngotot dengan kesimpulannya sendiri.

Anda itu mau wawancara apa mau menjudge sendiri sesuka Anda? Pemirsanya itu mau tahu pendapat narasumber mbak, bukan cara pertanyaan tanpa jawaban yang lengkap karena dipotong-potong sesuka Anda. Beda lagi kalau narasumbernya se golongan dan sejalan dengan Anda. Contohnya Pak Karni yang memberi kesempatan dua pihak untuk memberikan klarifikasi tanpa potong seenaknya.

Paling suka komentar Pak Anies, 'Jangan merasa paling tahu, jangan merasa paling benar', belajar lagi," tulis netizen tersebut. Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com judul Debat Netizen Tanggapi Sikap Najwa Shihab saat Wawancarai Anies Baswedan, <http://si-kap-najwa-shihab-saat-wawancarai-anies-baswedan>. Penulis: Rendy Sadikin (7) Hati-hati dengan Impulsive.

Orang sering kali bersikap reaktif terhadap informasi yang merugikan, menyudutkan, meremehkan, dan/atau mengancam. Kecenderungan membela diri membuat

orang tidak cukup sabar untuk mendengarkan seluruh informasi diperoleh baru bereaksi. Mereaksi informasi dengan sedikit informasi atau informasi yang belum lengkap itulah yang disebut impulsif.

Misalnya, ada SMS berbunyi:.... saya baru saja melihat istrimu bersama laki-laki lain...di layar kaca hanya kalimat itu yang muncul padahal ada kalimat lain yang belum masuk... eh..ternyata Cuma persis istrimu. Nah, sebelum SMS itu muncul, sang suami sudah terlanjur percaya dan langsung menelepon istri sambil marah-marah. (8) Jangan terlalu percaya pada kata-kata.

Salah satu bentuk kekeliruan dalam komunikasi menurut Deddy Mulyana (2005: viii) adalah orang terlalu percaya bahwa makna terdapat pada kata-kata. Kita harus percaya pada prinsip ini karena dalam kenyataannya seringkali orang mengeluarkan kata-kata hanya sekadar "basa-basi". Misalnya 11 ada kebiasaan yang dianggap etis meminta teman untuk singgah di rumah. Untuk memastikan orang ini serius atau sekadar basa-basi dapat dilihat dari intonasinya.

Bila nada hanya biasa saja (datar), dapat dipastikan tawarannya itu hanya basa-basi belaka alias tidak serius. Beda misalnya cara mengucapkannya dengan nada mendalam, bahkan diawali dengan ucapan "Please, sekali ini saja. Ayo lah mampir dulu ke rumahku!". Dengan alasan yang biasa saja, kata-kata seringkali dibuat dramatis dalam rangka mempengaruhi orang lain, sehingga muncul kalimat yang menggambarkan realitas melampaui faktanya. (9) Jangan menghindari komunikasi yang tak dihindarkan. Komunikasi merupakan tujuan.

Tidak mungkin seseorang merumuskan pesan untuk dikirimkan kepada orang lain bila tidak memiliki tujuan, paling tidak komunikasi bertujuan memberitahukan sesuatu kepada orang lain. Apakah setiap komunikasi pasti bertujuan? Jawabnya belum tentu, sebab sering terjadi ketika kita sedang malas berkomunikasi tiba-tiba ada orang lain menelpon menanyakan sesuatu, maka mau tidak mau harus menjawabnya. Tanya dan jawab itu sudah masuk proses komunikasi meskipun dilakukan tanpa keinginan.

Hal lainnya dikemukakan Nurudin (2017: 62) komunikasi sering terjadi meskipun seseorang tidak merasa berkomunikasi. Seorang perempuan muda sedang berjalan melewati beberapa orang yang sedang santai duduk di taman. Si perempuan muda ini tidak ada niat sedikit pun berkomunikasi karena keperluan hanya lewat jalan tersebut.

Namun, beberapa orang di antara yang melihatnya tiba-tiba memberi respons berupa suitan. Si perempuan muda itu pun merespons balik dengan senyuman menyungging.

Mungkin bangga atau apa tak ada yang tahu, namun yang jelas komunikasi ter jadi dalam situasi tidak sedang berkomunikasi. Apa yang dilakukan si perempuan muda dengan tersenyum ter ma suk langkah komunikasi yang benar. Prinsipnya ja ngan menghindari komunikasi yang tak terhindarkan.

De ngan tersenyum orang yang bersiut menjadi senang. Ter se nyum merupakan teknik komunikasi yang tidak ber lebih an. Berbeda misalnya perempuan muda tersebut me res pons nya dengan membuat gerakan melenggok leng gok kan ping gulnya, maka siutan tersebut berpotensi men jadi se ma kin kencang dan berulang.

Atau sebaliknya, si pe rem pu an muda tersebut meresponsnya dengan ma- rah-marah atau mengeluarkan kata-kata kotor, yang ter jadi ke mu- dian ber potensi menjadi "perang kata-kata". 12 C. KECENDERUNGAN KOMUNIKASI Menurut sejumlah penelitian, tujuh puluh lima persen (75%) waktu kita dipakai untuk berkomunikasi. Oleh karena itu, tidak heran bila orang menganggap komunikasi masih pen ting untuk dipelajari (Tubbs, 2005: 3). Pernyataan Stewart L.

Tubbs di atas berlawanan dengan anggapan kebanyakan orang bahwa komunikasi merupakan bawaan sejak lahir, ala miah, dan mudah dilakukan, karena setiap orang pasti me la kukan komunikasi dengan tujuan dan caranya masing-ma sing. Deddy Mulyana dalam pengantar buku tersebut versi Indo nesia mengatakan, bahwa orang baru menyadari bahwa ko munikasi penting dan tidak semudah yang dibayangkan ketika mangalami sendiri proses komunikasi yang ma cet. Ko munikasi pada dasarnya, menurut Deddy Mulyana adalah pro- ses yang rumit.

Ia menggambarkan kerumitan itu dengan contoh yang sederhana: ada seorang suami yang ketika pulang kantor mendapatkan istrinya cemberut dan membisu seribu bahasa. Pasalnya istrinya itu me- ne mukan sebuah memo dari sekretaris suaminya yang berbunyi: "Pak, ditunggu di hotel X pada pukul 12.00 siang". Memo itu sebenarnya seka- dar pe ringatan dari sekretarisnya kepada atasannya untuk meng ha diri rapat seluruh staf perusahaan sambil makan siang.

Na mun karena secarik kertas yang isinya menimbulkan salah pe ngertian itu, suami istri itu harus "perang dingin" selama beberapa hari. Masalahnya menjadi jer nih setelah sang istri mengecek kebenaran ucapan suaminya itu de- ngan meminta informasi kepada beberapa pegawai suaminya. Alia di atas membutuhkan penjelasan tentang kerumitan dalam komu nikasi. Di sana ada masalah "Memo" yang menjadi pangkal masa- lah.

Memo adalah salah satu jenis saja dari media yang digunakan individu dalam

berkomunikasi. Ketika pesan komunikasi dikirim oleh seseorang kepada orang lain dengan bahasa yang lugas, sekadar informatif dan tidak mengandung muatan yang dapat dipersepsikan masuk kategori a-moral, kriminal, dan menyimpang, maka komunikasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Komunikasi yang diharapkan adalah apabila pesan yang dikirimkan seseorang diterima dan dimaknai sama atau nyaris sama oleh penerimanya. Itulah yang disebut saling pengertian (mutual of understanding). Saling pengertian merupakan indikasi keberhasilan dalam komunikasi insani (human communication).

Dalam konteks yang sederhana ini, saling pengertian cenderung lebih mudah dicapai apabila peserta komunikasi memiliki latar belakang sosial yang sama, budaya yang sama, pengalaman yang sama, serta referensi atau rujukan yang sama. Kerumitan dalam komunikasi terjadi manakala peserta komunikasi berada dalam entitas yang tidak sama.

Satu orang memakai bahasa Inggris dan tidak paham bahasa Indonesia, lawan komunikasinya menggunakan bahasa Indonesia dan tidak paham bahasa Inggris. Perbedaan dalam berbahasa yang mencolok tersebut dapat diatasi apabila ada orang lain yang bersedia menjadi penerjemah. Bagaimana kalau tidak ada orang lain? Mungkin keduanya cenderung menggunakan bahasa isyarat (bahasa non-verbal).

Bila isyarat-isyarat dapat dipahami kedua pihak saling pengertian terbentuk meskipun kedua pihak pasti merasa kurang yakin. Masih banyak lagi kerumitan muncul berkaitan dengan perbedaan kebiasaan (habit), karakter individu (emosi, keangkuhan), kedudukan dalam komunikasi, dan sebagainya. Namun, kecenderungan umum yang dihadapi manusia modern atau bahkan disebut post modern adalah terlibatnya "memo-memo" lain yang disebut media komunikasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan pola berkomunikasi insani bergeser, yang semula banyak mengandalkan komunikasi didik (dua orang) berkomunikasi secara langsung, kini semakin bergeser dimediasi oleh media komunikasi. Menurut Nasrullah (2014: xvii), apa yang terjadi pada komunikasi di antara dua orang secara tatap muka sangat berbeda dengan komunikasi yang termediasi komputer atau computer mediated communications (CMC).

Identitas apa yang direpresentasikan di dunia nyata belum tentu bisa dideteksi melalui teorinya dalam melihat fenomena identitas di dunia virtual. Bahkan bahasa yang digunakan di media siber pun telah bertransformasi dan bermetamorfosis sehingga tidak bisa lagi dibatasi oleh suku, agama, maupun ras serta letak geografis. Situasi

komunikasi yang dimediasi media komunikasi tersebut saat ini didominasi dengan HP atau ponsel.

Menurut data dari beberapa riset menggunakan telepon seluler atau Ponsel, sebagai berikut: Dibandingkan dengan posisi Januari 2016, pengguna ponsel Indonesia meningkat 14 persen. Sementara untuk penetrasi menggunakan media sosial aktif meningkat 34 persen, dan penetrasi pengguna media sosial mobile aktif bertambah 39 persen. (www.katadata.co.id) Pengguna telepon seluler (ponsel) di tanah air mencapai 371,4 juta pengguna atau 142 persen dari total populasi sebanyak 262 juta jiwa.

Artinya, rata-rata setiap penduduk memiliki 1,4 telepon seluler karena satu orang terkadang menggunakan 2-3 kartu telepon seluler. Sementara kaum Urban Indonesia mencapai 55 persen dari total populasi. Berdasarkan data wearesocial.sg, pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dengan penetrasi sekitar 51 persen dari populasi.

Untuk pengguna media sosial aktif mencapai 106 juta dengan penetrasi sekitar 40 persen, dan pengguna Dengan demikian unsur kontak langsungnya semakin berkurang. Bahkan acap kali komunikasi insan melalui media sosial misalnya, masing-masing tidak saling mengenal, namun mereka merasa begitu akrab. Kadang dapat menimbulkan empati yang berlebihan, membentuk soliditas sampai mobilisasi.

Penggunaan media komunikasi yang berlebihan tersebut menyebabkan komunikasi insani ditandai dengan gejala: 1. Sifat interaksi dalam komunikasi menjadi semu. Lebih banyak gejala ketidaktautan ketimbang kepastian. Masing-masing orang yang dihubungkan melalui media sosial misalnya, tidak bisa memastikan satu sama lain jenis kelaminnya, usianya, tempat tinggal atau domisilinya, pekerjaannya, dan sebagainya. Akibat dari realitas semu tersebut adalah munculnya situasi yang anomali.

Sifat interaksi yang demikian inilah yang kerap kali digunakan oleh orang tertentu untuk melakukan penipuan dan tindak pidana lainnya. 2. Terjadi ketimpangan antara frekuensinya komunikasi diadik dengan komunikasi bermedia (di dalam media atau pun menggunakan media). Ketimpangan itu ditandai dengan disatu sisi individu merasa lebih akrab dengan orang-orang yang ada di dalam media ketimbang di lingkungannya.

Individu juga lebih mengerti, memahami, dan merasa mengenal lebih detail sosok yang "viral" di media dibandingkan dengan pengenalannya terhadap lingkungan sekitar. Misalnya, individu mengenal secara baik dan dapat menceritakan secara runtut informasi yang disampaikan acara "infotainment" di sebuah televisi ketimbang

orang-orang di lingkungannya. Di perumahan sering terjadi orang sudah tidak saling mengenal dalam radius empat sampai lima rumah ke samping kanan, kiri, depan, dan belakang.

Joseph R. Dominick dari University of Georgia dalam bukunya *The Dynamics of Mass Communications Media in Transition* (2013: 53) menyebut gejala tersebut sebagai *parasocial relationship*. 3. Individu dalam masyarakat memiliki kesadaran yang dibentuk oleh media.

Dengan kata lain individu menjadi sangat tergantung hidupnya terhadap media. Pada waktu yang lalu (sebelum berkembang media sosial), ketergantungan individu pada media massa. Media massa bahkan mampu menyusun agenda individu. Sebelum orang pergi ke kantor, ia merasa ada kekurangan dalam hidupnya sebelum membaca Koran edisi terakhir.

Bila berangkat ke kantor sebelum membaca Koran perasaan bahagia berkurang. Namun, setelah media beralih dan semakin gampang individu, maka orang menjadi sangat bergantung pada handphone atau *cellular phone*. Bila orang ditanya memilih mana ketinggalan HP atau ketinggalan SIM? Sebagian besar menjawab lebih risau ketinggalan HP, sebab semua aktivitasnya tersentral dalam HP tersebut. Dalam HP menyimpan nomor kontak klien, agenda, sampai janji-janji berkomunikasi. 4.

Komunikasi yang dimediasi media komunikasi tersebut ditandai dengan era keterbukaan. Setiap orang memiliki kesempatan untuk mengakses informasi melalui dunia siber. Hampir tak ada lagi rahasia bisa disembunyikan. Semua bisa terjawab melalui teknologi pencarian (*searching*). Dengan kata kunci tertentu sebuah informasi bisa ditelusuri sampai detail.

Di satu sisi orang dituntut untuk jujur dalam berkomunikasi, namun di sisi lain menjadi sulit menyembunyikan rahasia. 5. Komunikasi ditandai dengan kecepatan yang sangat tinggi. Teknologi komunikasi memberikan keleluasaan umpan balik (*feedback*) yang cenderung sangat cepat. Dengan media dalam kendali membuat individu merasa leluasa untuk memproduksi berita tanpa halangan suatu apa.

Kecenderungan ini membuat individu didorong untuk mereaksi informasi dengan sangat tergesa-gesa atau dapat disebut menjadi reaktif. Individu mengalami apa yang disebut gejala impulsif dalam komunikasi, yakni menyimpulkan sesuatu sebelum informasi diperoleh secara lengkap. Komunikasi yang dimediasi oleh media tersebut mereduksi (mengurangi) kebutuhan untuk merenung.

Da- lam me dia sosial komunikasi cenderung tidak melewati pro ses ber- pikir ulang (re- thinking) 6. Banyak waktu terbuang dalam komunikasi. Banyak pe man dangan kontras yang diciptakan media. Secara fisik orang berkumpul na- mun tidak berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi mereka ter- jalin dengan dunia yang jauh. Ponsel disebut sebut sebagai media "mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat".

Ketika sebuah keluarga sedang makan bersama di satu meja makan, ma- sing-masing asyik dengan gadgetnya masing-masing. Ke tika seorang dosen sedang menyampaikan materi, ma hasiswa asyik berselancar di media massa sedang terhu bung dengan jejaring sosialnya. Marcel Danesi (2010: 3) mensitir sinyalemen McLuhan tentang tatanan sosial yang berkembang sejak peristiwa lahirnya teknologi mesin cetak oleh Gutenberg.

Luhan menyebutnya sebagai galaxy Gutenberg. Me nurut Luhan, galaksi Gutenberg bukan saja memantapkan buku cetakan sebagai sarana utama untuk merekam dan mengabadikan informasi dan pengetahuan, akan tetapi yang dilakukannya juga 16 memantapkan diri sebagai sarana "pengalihan pikiran", yakni meng habiskan waktu luang saja.

Dan galaxy digital yang sekarang ada menurut Danesi hanya merupakan kelanjutan dari ga laxy Guten berg. Faktanya sekarang dunia digital atau si ber memberikan per ha tian yang sangat besar terhadap sarana membuang waktu tersebut. Contohnya adalah peng- gunaan ponsel untuk bermain game.

Menurut pene li tian yang dilakukan Khikmiay Hanum (2015) anak-anak SD yang diteliti bermain game online antara tiga sampai tujuh kali seminggu dengan durasi waktu enam hingga empat belas jam dalam seminggu. Penelitian lain yang meng korelasikan antara ber main game online dan pres tasi belajar menunjukkan hubungan yang signifikan. Pe ne litian ini dilakukan oleh Khairani Harahap dan Inon Bey dha (2016) menyimpulkan, sebagai berikut: 1.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat me- nyim pulkan bahwa jenis game online yang paling disukai oleh siswa/i kelas VIII SMP Nurul Hasa nah adalah Pointblank, yang merupakan jenis game Counterstrike, yang format bermain an- nya perang dan kekerasan. Jika diperhatikan secara lebih teliti lagi ti dak ada pendidikan apa pun yang dapat diambil oleh se- orang siswa dari jenis permainan ini. 2.

Frekuensi bermain game online siswa SMP Nurul Ha sanah ke- las VIII dalam sehari yaitu 1-2 kali dengan durasi waktu sekali bermain game bisa mencapai 3 jam dan bahkan ada yang sam pai 4 jam. Hal inilah yang me nyebabkan seorang siswa yang kecan- duan game online bisa melupakan semua kegiatan yang ha rus dikerjakan, bahkan lupa waktu

belajar dan menyelesaikan tugas sekolah. 3.

Hasil penelitian juga menyatakan bahwa menjamurnya warung-warung internet dan bahkan beberapa keluarga sudah menghasi dirkannya di rumah sangat memudahkan mereka untuk mengakses apa pun yang mereka sukai dari dunia cyber. Jika tanpa pengontrolan yang bijak dari orangtua hal tersebut sangat mudah untuk disalahgunakan oleh anak-anak usia remaja yang masih dalam proses pencarian jati diri. 4. Terdapat korelasi yang cukup berarti antara pengaruh game online terhadap prestasi belajar siswa kelas VIII SMP Nurul Hasanah kota Medan.

Demikianlah, akhirnya banyak ditengarai kecenderungan komunikasi yang dimediasi media tersebut berimplikasi pada tujuan hiburan, hedonistic, sampai ke pola yang destruktif. 17 D. KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU Di Indonesia sejarah komunikasi sebagai ilmu terbilang masih relatif baru, sebelumnya kajian-kajian yang menyangkut komunikasi terbatas pada bagaimana sebuah pesan disebarluaskan (publish).

Karena itu Fakultas atau prodi yang menyelenggarakan kajian ini menamakan diri sebagai Fakultas Publistik atau jurusan Publistik. Misalnya di Universitas Indonesia (UI), Universitas Padjadjaran (UNPAD), Universitas Gadjah-mada (UGM), dan Universitas Hasanuddin (UNHAS). Pada tahun 1982- 1983, nama Publistik resmi menjadi Ilmu Komunikasi. Memang ada yang nomenklatur yang berbeda.

Di UNPAD dalam bentuk fakultas (Fakultas Ilmu Komunikasi disingkat Fikom) sedang di UGM dan UI dalam bentuk jurusan Ilmu Komunikasi di bawah Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik. Pokok bahasan komunikasi biasanya berhubungan dengan jurnalistik, hubungan masyarakat, dan penerangan. Perubahan nama dari Publistik ke Ilmu Komunikasi ini membuka babakan perubahan dalam menetapkan problem kajian (object matter).

Pada kajian Publistik banyak mengadopsi istilah dan teori yang berasal dari Jerman, sementara setelah menjadi Ilmu Komunikasi banyak mengadopsi istilah, teori, dan metode yang dikembangkan di Amerika Serikat. Sebagai ilmu, Komunikasi berkembang pada tahun 1950-an, konon di Amerika Serikat Ilmu Komunikasi merupakan peleburan Departement of Speech Communication dan Departement of Mass Communications. Keduanya menjadi Communication Sciences (Wiryanto, 2004: 4).

Menurut Wiryanto pada awalnya, Ilmu Komunikasi terbagi atau terspesialisasi menjadi delapan, yakni: 1. Sistem Informasi (Information System). 2. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communications). 3. Komunikasi Massa (Mass Communication). 4. Komunikasi Politik (Political Communication). 5. Komunikasi Organisasi (Organizational

Communication). 6. Komunikasi Lintas Budaya (Intercultural Communication). 7. Komunikasi Pembelajaran (Instructional Communication).

8. Komunikasi Kesehatan (Health Communication). Menurut Stephen W. Littlejohn ada tujuh tradisi Ilmu komunikasi (Sambas, 2016: 38-43), yaitu: 1. Tradisi Semiotika. **Semiotika adalah ilmu tentang tanda** gambar atau simbol. Ada tiga ranah penting; semantik (ca ra tanda-tanda ber- hubungan dengan yang ditunjukkan atau hal-hal ditunjukkan oleh tanda-tanda, Sintaktik (hu bungan di antara tanda-tanda), Pragmatik 18 (cara tanda tan da membuat perbedaan dalam kehidupan manusia). 2. Tradisi fenomenologi.

Fenomenologi adalah mensyarat kan peng- amat an terhadap kehidupan dalam keseharian. Ada tiga bagian pen ting; klasik (kebenaran dapat diyakini melalui pengamatan lang- sung), persepsi (manusia meru pakan sosok gabungan antara fisik dan mental, dan Her me nitik (manka bisa diketahui melalui peng- gu naan ba hasa sehari-hari) 3. Tradisi Cybernetic.

Berangkat dari teori sistem yang me mandang ada nya hubungan antara komponen da lam sis tem yang saling ber- gantung. 4. Tradisi psikologi Sosial. Memberi perhatian pada keber adaan manu- sia. Ada tiga pendekatan; Behavioral (orang bertindak dalam situasi komunikasi), Kognitif (komunikasi merupakan hasil dari pikiran manusia), Biologikal (mem pe lajari manusia dari sisi biologisnya). 5. Tradisi Sosial-Budaya. Memiliki tiga varian; interaksi sim bolik, kon- struksi sosial, dan Sosio linguistik. 6. Tradisi Kritis.

Banyak bertumpu pada asumsi-asumsi sosial yang di- kem bangkan Friederich Engels dan Karl Marx. 7. Tradisi Retorika. Memberi perhatian pada proses pem buat an pesan atau simbol. Dari perspektif Sosiologi Komunikasi melihat cakupan Il mu Komu- nikasi berdasarkan individu yang terlibat dalam in ter aksi komunikasi.

Burhan Bungin (2006: 31-32) melihat So siologi Komunikasi secara kom- prehensif mempelajari inter aksi sosial dengan segala aspek yang ber hu- bungan dengan in ter aksi tersebut seperti bagaimana interaksi (komu- nikasi) itu dilakukan dengan menggunakan media, bagaimana efek me dia sebagai akibat dari interaksi sosial, sampai bagaimana media ber- kem bang serta konsekwensi sosial macam apa yang ditanggung masya- rakat sebagai akibat perubahan yang di do rong oleh media massa itu.

Berdasarkan keterlibatan "inter aksi"-nya itu, Bungin membagi komu ni- kasi menjadi lima jenis: 1. Komunikasi individu dengan individu (komunikasi antar pribadi); 2. Komunikasi Kelompok; 3. Komunikasi Organisasi; 4. Komunikasi Sosial; dan 5.

Komunikasi Massa. Selanjutnya, ada juga yang membagi ilmu Komunikasi berdasarkan bidang kajiannya (Ralfian's Journey). Pada periode awal terdiri dari: a.

Komunikasi sosial; 19 b. Komunikasi organisasi; c. Komunikasi politik; d. Komunikasi antarbudaya; e. Komunikasi pembangunan; f. Komunikasi lingkungan; dan g. Komunikasi tradisional; Pada Periode selanjutnya muncul bidang komunikasi yang sering disebut Komunikasi Kontemporer, terdiri atas; a. Komunikasi bisnis/perusahaan; b. Komunikasi internasional; c. Komunikasi spiritual; d. Komunikasi transcendental; e. Komunikasi peradaban; f.

Komunikasi antar agama; g. Komunikasi pesantren; h. Komunikasi masjid; i. Komunikasi kesehatan; j. Komunikasi pendidikan; k. Komunikasi kriminal; l. Komunikasi terminal; m. Komunikasi narapidana. Pada akhirnya Ilmu Komunikasi mengalami perkembangan yang melampaui, menembus batas-batas ilmu lain atau bidang lain. Dalam buku **Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia: 75 Tahun** Alwi Dahlan disebutkan bahwa komunikasi terkait bukan hanya tentang media massa saja, tetapi cakupannya sangat luas. Meliputi segala segi dan bidang kehidupan manusia. Sehingga perlu dipahami secara antardisipliner, multidisipliner berbagai macam ilmu.

Termasuk tantangan yang membatasi hubungan antarmanusia. Perkembangan mutakhir ilmu Komunikasi semakin menunjukkan kedudukan ilmu ini sebagai ilmu terapan dan bersifat multidisipliner. Keberadaannya dapat menjelaskan berbagai persoalan bidang lain, namun juga terbuka untuk dilas oleh bidang lain.

Ahmad Sultra Rustan dan Nurhikmah Hakki (2017: 7) mengutip pendapat Brent D Ruben yang mengatakan studi Ilmu Komunikasi adalah bidang yang populer dan menarik sebab ia adalah ilmu yang interdisipliner mengkaji teori dan praktik atau terapan. BAB 2 KARAKTERISTIK KEILMUAN DAN KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI A. TAKSONOMI ILMU KOMUNIKASI Sebagaimana tersirat dalam buku Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer (1995) karya Jujun S.

Suryasumantri, ilmu pengetahuan itu memiliki taksonomi yang jelas. Ibarat sebuah batang pohon, maka dapat digambarkan bagian akar, batang, ranting, daun, dan bahkan buahnya. Dalam skema filsafat, terdapat tiga dimensi yang bersifat kategoris untuk menjelaskan taksonomi sebuah ilmu, yakni: dimensi Aksiologi, dimensi episteme, dan dimensi Ontologi. 1. Aksiologi Aksiologi **merupakan bagian dari ilmu** pengetahuan yang menjelaskan fungsi, relasi, relevansi dari ilmu pengetahuan tersebut.

Sebuah ilmu seharusnya dapat dilacak fungsinya, relevansinya (hubungannya) dengan ilmu lain, dan relevansinya dalam kehidupan. Dengan kata lain, aspek aksiologi mengan

tarkan manusia memahami untuk apa sebuah ilmu dipelajari. Bila diibaratkan peneguk ilmu seperti seseorang yang hendak masuk hutan, maka bayangkan apa yang terjadi dengan orang tersebut bila sebelum masuk hutan tidak mengetahui apa yang dicari di dalam hutan. Sangat mungkin seseorang tidak tahu apa yang seharusnya dilakukan.

Berbeda bila seseorang sudah dengan jelas tujuannya masuk ke dalam hutan. Misalnya, ia masuk ke hutan dengan tujuan ingin mencari makanan untuk kambing-kambingnya di rumah, maka prioritas utama yang dilakukan di dalam hutan adalah memangsa rumput-rumput yang hijau.

Berbeda bila seseorang ingin membuat rumah, ia bisa menebang pohon yang batangnya sudah besar sehingga layak untuk menjadi tiang tumpu. Dan bila tujuannya hanya untuk refreshing, maka cukuplah ia menghirup udara segar di dalam hutan tersebut. Aspek aksiologi ini menentukan fungsi dari ilmu yang dipelajari. Dengan manusia, ilmu bisa berdampak tertentu.

Bisa berdampak konstruktif dan bisa sebaliknya destruktif. Sebagaimana dengan Ilmu Komunikasi, bila dipelajari untuk meningkatkan kemampuannya menyampaikan pesan, cara menyampaikannya, dan menetapkan media yang tepat, maka Ilmu Komunikasi membantu meningkatkan kualitas interaksi dengan orang lain.

Komunikasi yang tepat, karena direncanakan dan diaplikasikan melalui pertimbangan ilmu, dapat menopang keberhasilan manusia dalam pekerjaannya. Sebaliknya, bila Ilmu Komunikasi dipelajari untuk meningkatkan kemampuannya menipu orang, memanipulasi orang lain, dan menyesatkan orang lain demi memperoleh keuntungan tertentu, maka Ilmu Komunikasi berdampak merusak: baik dirinya maupun lingkungannya.

Fenomena hoaks di dunia maya merupakan contoh, bagaimana Ilmu Komunikasi digunakan untuk menyebarkan sikap dan pikiran publik. Selanjutnya tentang relasinya (hubungannya) dengan ilmu lain, aksiologi membimbing seseorang untuk melakukan pengamatan dan analisis secara komprehensif terhadap fenomena kehidupan yang melibatkan komunikasi. Sebagaimana telah diuraikan di atas, Ilmu Komunikasi dipelajari di perguruan tinggi dengan relasi yang berbedabeda.

Sebagai contoh; Ilmu Komunikasi yang dikembangkan di perguruan tinggi dalam rumah Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (Fisip/Fisipol) dimaknai sebagai ilmu sekunder untuk menjelaskan ilmu ibunya (mother of science) yakni Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dan berbeda dengan Ilmu Komunikasi yang dikembangkan di Universitas yang berbasis agama dalam rumah Fakultas Dakwah ataupun Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), maka

pengkajian, penelitian, dan pengembangannya lebih diarahkan mendukung tujuan dakwah dan pemanfaatan penyiaran bagi dan oleh umat.

Berbeda lagi Ilmu Komunikasi yang dikembangkan di bawah Fakultas Budaya, maka komunikasi dilihat sebagai bagian dari nilai, norma, seni, dan tradisi. Tentulah berbeda dengan Ilmu Komunikasi yang dikembangkan di perguruan tinggi dalam rumah Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom). Di sini Ilmu Komunikasi diasumsikan sebagai ibunya ilmu (mother of science), sehingga ilmu lain yang dipelajari (seperti Ilmu Politik, Ilmu Ekonomi, Antropologi, Psikologi, dan lainnya), di tujukan untuk mendukung menjelaskan gejala komunikasi.

Dengan demikian, relevansi dalam pembelajaran komunikasi berbedabeda antara satu rumah perguruan tinggi dan lainnya. Hal ini justru memperkaya khasanah Ilmu Komunikasi itu sendiri, sebab Ilmu Komunikasi menjadi bersifat inklusif, yang memberi kontribusi ke pada pengembangan ilmu lain dan sebaliknya juga terbuka menerima kontribusi dari ilmu lain.

23 Adapun aksiologi secara praktis bagi pemiliknya dapat mengikuti beberapa pendapat para ahli. Deddy Mulyana (2005: 530) menyebut fungsi komunikasi: 1. Komunikasi Sosial. Komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan memupuk hubungan dengan orang lain. 2. Komunikasi Ekspresif. Komunikasi dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok.

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan (emosi) 3. Komunikasi Ritual. Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Para antropologi menyebutnya sebagai rites of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, pernikahan, hingga upacara kematian.

4. Komunikasi Instrumental. Fungsi komunikasi ini sering disebut juga sebagai komunikasi yang bertujuan per sua sif, yakni komunikasi yang mempunyai tujuan umum; menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, sampai dengan menghibur. Adapun Prof. Dr.

Alo Liliweri (2011: 144) menguraikan fungsi komunikasi: 1. Fungsi Informasi; 2. Fungsi Instruksi; 3. Fungsi Persuasi; dan 4. Fungsi Hiburan. Menurut Liliweri fungsi-fungsi tersebut tidak terlalu tajam karena terkadang ada campuran antara dua atau lebih komunikasi. Ahmad Sultra (2017: 5657) mengadaptasi konsep Harold D. Laswell,

membagi fungsi komunikasi menjadi tiga jenis: 1. Surveillance of the environment.

Pengawasan/penjagaan lingkungan, sebab manusia dapat mengetahui kondisi yang dapat menjadi peluang bermanfaat bagi dirinya dan sesuatu yang mengancam dirinya. Komunikasi dilakukan dalam rangka hal tersebut. 2. Correlation of the part of society in responding to the environment. Komunikasi berfungsi sebagai penghubung antara bagian dalam masyarakat sebagai respons terhadap lingkungannya.

Komunikasi sebagai katalisator (pencetus) terbentuknya perkumpulan, asosiasi, majelis taklim, dan lain-lain. 3. Transmission of the social heritage. Komunikasi berfungsi menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya. 2. Episteme Unsur taksonomi berikutnya adalah episteme, yaitu kaidah-kaidah yang digunakan oleh ilmu pengetahuan untuk menyatakan bahwa dirinya benar.

Berdasarkan kaidah-kaidah itu lah sebuah ilmu disusun. Kaidah-kaidah tersebut antara lain: 1. Ilmu komunikasi memiliki objek kajian. Nurudin (2017: 15) menyebutkan ilmu komunikasi memiliki objek materiel (subject matter) dan objek formal (focus of interest). Kriyanto (2006: 11) menyebutkan bahwa objek materiel Ilmu Komunikasi yang sama dengan ilmu-ilmu Sosial lainnya yaitu mengkaji perilaku manusia (kehidupan sosial). Tetapi untuk membedakan, setiap ilmu memiliki objek formalnya masing-masing.

Objek formal adalah ciri khas yang dimiliki setiap ilmu dan bersifat spesifik. Spesifik adalah yang menjadi fokus kajiannya. Menurut Kriyanto objek formal ilmu komunikasi adalah "Segala produksi, proses, dan pengaruh dari sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses, dan pengaruh dari sistem tanda dan lambang dalam konteks kehidupan manusia." 2. Ilmu Komunikasi memiliki istilah tersendiri dan bersifat khas. Istilah digunakan untuk menandai dan menamai suatu gejala tertentu.

Misalnya, kita mengenal istilah: komunikator, komunikan, pesan (message), umpan balik (feedback), dan lainnya. Ada istilah-istilah yang dipakai sebagaimana makna awalnya disebut etimologis dan ada istilah-istilah yang maknanya sudah berubah dari awalnya karena digunakan pada konteks tertentu yang disebut makna terminologis.

Ilmu komunikasi adalah ilmu yang bersifat multidisipliner, karena itu banyak istilah-istilah yang diadopsi dari gejala non komunikasi. Misalnya, dalam level teori kita mengenal adanya Teori Jarum Suntik serta Teori Peluru. Istilah Jarum Suntik (hypodermic needle) dan Peluru (bullet) jelas berasal dari dunia kedokteran, namun

dalam Teori Komunikasi keduanya digunakan sebagai metafora.

Wiryanto (2000: 21) menjelaskan keberadaan dua istilah tersebut, sebagai berikut: "Peristiwa komunikasi menurut teori Jarum Suntik (hypodermic needle) diibaratkan seperti hubungan S-R yang sederhana mekanistik. Media massa diibaratkan sebagai sebuah jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai pendorong rangsang (Stimulus, R) yang sangat perkasa (kuat) dan menghasilkan tanggapan (Respons, R) yang kuat pula dan bahkan secara spontan, otomatis, serta reflektif.

Teori ini dibandingkan dengan teori Peluru yang memandang pesan-pesan media bagaikan melesatnya peluru senapan yang mampu merobohkan tanpa ampun siapa saja yang terkena peluru." 3. Ilmu Komunikasi memiliki paradigma. Paradigma adalah bagaimana intelektual memandang dunia. Sementara teori merupakan penjelasan yang lebih spesifik terhadap aspek tertentu (Ricard West, 2008: 54).

Beberapa paradigma dalam Ilmu Komunikasi kerap kali disejajarkan dengan pendekatan (approach) yang lebih sering digunakan dalam paradigma teori. Misalnya dikenal dengan istilah; paradigma mekanistik, paradigma interaksi simbolik, paradigma interpretatif, konstruktivisme, kritis, dan banyak lagi. 4. Ilmu Komunikasi memiliki asumsi-asumsi. Asumsi adalah pernyataan yang sangat mendasar.

Digunakan sebagai persyaratan yang menjadi penentu sebuah teori dapat meramal suatu gejala. Misalnya dalam teori Peluru sebagai mana disebut dalam butir (1) di atas, suatu gejala dapat dianalisis dengan teori peluru tergantung pada ada atau tidak asumsi yang relevan. Teori Peluru memiliki keterbatasan dalam memaknai gejala tergantung pada ketersediaan asumsinya.

Media massa memiliki pengaruh yang sangat kuat, spontan, dan selektif, ternyata dipersyaratkan terjadi pada khalayak yang pasif. Khalayak pasif inilah yang dianggap sebagai asumsi teori peluru. Bila asumsi "khalayak pasif" tidak ditemukan pada gejala tersebut, maka sangat mungkin efek komunikasi massa menjadi tidak kuat, bahkan lemah, dan mungkin tidak ada. Sebab khalayak yang aktif (kebalikan dari asumsi khalayak pasif) kemungkinan bersifat selektif dan evaluatif dalam merespons pesan.

Khalayak yang aktif cenderung bersifat kritis terhadap informasi atau pesan, sehingga tidak mudah dipengaruhi media. 5. Ilmu komunikasi memiliki sejumlah teori. Tanpa teori sebuah ilmu pengetahuan dianggap belum sempurna. Teori adalah sejumlah pernyataan yang merupakan hasil generalisasi terhadap gejala-gejala yang konsisten.

Di peroleh melalui hasil penelitian yang menggunakan metode penelitian ilmiah. Teori

yang dihasilkan dari suatu penelitian mengilhami penelitian berikutnya. Dengan demikian, teori mengalami tumbuh kembang karena kegiatan riset atau penelitian. Boleh dikatakan, penelitian merupakan mekanisme verifikasi dari teori. 26 6. Ilmu Komunikasi memiliki metode penelitian yang khas.

Menurut Kriyantono (2006: 2) karakteristik metode ilmiah antara lain: bersifat publik (terbuka dari koreksi dan verifikasi), objektif (berhubungan dengan fakta-fakta dan tidak dipengaruhi interpretasi), empirikal (gejalanya dapat diketahui), sistematis dan kumulatif (konsisten), dan Prediktif (memiliki kemampuan memprediksi fenomena). 7. Ilmu Komunikasi memiliki aksioma. Aksioma adalah suatu pernyataan kebenarannya dianggap umum sehingga tidak lagi membutuhkan pembuktian.

Misalnya, pernyataan bahwa setiap orang melakukan komunikasi. Meskipun ada yang mungkin yang si A tidak bicara selama seharian penuh, tetapi fakta tersebut tidak membuktikan bahwa si A tidak berkomunikasi, sebab banyak cara untuk berkomunikasi. Bahkan dialog dalam pikirannya, sudah merupakan bentuk komunikasi, yaitu komunikasi intrapersonal (intrapersonal communication).

Jadi meskipun si A seharian tidak berkomunikasi, fakta tersebut tidak bisa menggugurkan aksioma bahwa setiap orang melakukan komunikasi. 3. Ontologi Sebagai sebuah Ilmu, Komunikasi memiliki dimensi ontologi, yakni struktur materi dari ilmu pengetahuan tersebut. Dalam konteks sebuah buku misalnya, ontologinya tercermin dari isi yang ada yang terdiri dari banyak Bab, daftar isi, daftar tabel, buku acuan, dan lampiran.

Dalam konteks kurikulum, ontologi tercermin dari struktur Matakuliah yang ditawarkan. Dalam konteks masalah yang dipecahkan, tercermin dari temuan yang diperoleh dari penelitian. Dalam konteks seminar atau konferensi tercermin pada prosiding. Maka, struktur materi dari suatu ilmu tergantung pada upaya-upaya membangun keilmuan.

Semakin banyak diskusi ilmiah, penelitian, kajian, dan kegiatan kontemplatif lainnya, maka cakupan ilmu tersebut semakin banyak (meluas, mendetail, variatif). B. KEMAMPUAN KOMUNIKASI Hampir pasti pernyataan bahwa komunikasi merupakan bakat telah terpatahkan oleh berbagai bukti, bahwa komunikasi dalam bidang, konteks, maupun profesi membutuhkan prasyarat kompetensi (kemampuan berkomunikasi).

Kemampuan berkomunikasi tersebut harus diperoleh melalui proses pendidikan (baik formal maupun nonformal) dan pelatihan yang serius. Bahkan banyak lembaga pelatihan yang menjual paket-paket kemampuan berkomunikasi tersebut dengan harga yang fantastis. Kemampuan dalam bentuk keterampilan (seperti public speaking,

table maner, etiket penampilan, kepribadian, dan lainnya) bisa terjual dengan harga jutaan rupiah.

Julia T. Wood (2010) menyatakan bahwa komunikasi perca kapan sehari-hari membutuhkan "latihan". Mengapa? Karena komunikasi mer u pakan sebuah kemampuan atau tepatnya menuntut kemampuan (kompetensi). Wood memberi alasan demikian: tidak ada satu jenis komu nikasi yang baik untuk semua suasana, dengan semua orang, atau untuk mencapai suatu tujuan.

Karena untuk mendapatkan jenis ko mu nikasi terbaik, kita harus memiliki wawasan yang luas mengenai peri laku komunikasi. Penguasaan berbagai keterampilan ber ko muni kasi dibutuhkan pada situasi yang beragam. Untuk meng hibur teman yang sedih, kita berkata dengan lembut dan bersikap empati. Untuk berne gosiasi dengan penjual mobil kita harus tegas dan yakin.

Untuk mere dakan konflik kita ha rus menjadi pendengar yang baik dan menciptakan iklim kon dusif. Untuk mendukung teman yang sedang tertekan secara psikologis, kita harus menguatkan menunjukkan bahwa kita peduli. Mem bujuk agar ia mau menceritakan masalahnya.....oleh karena tidak ada paket lengkap yang dapat cocok untuk segala situasi, maka kita ha rus mempelajari beragam gaya da lam komunikasi.

Belum lagi kalau merujuk pada level komunikasi dan bi dang komu nikasi, maka pada bidang dan level komunikasi ter sebut menuntut se jumlah kemampuan berkomunikasi yang berbedabeda, agar hasilnya optimal. Pada level dan bidang komunikasi selalu membutuhkan so kongan ilmu. Misalnya: dalam level komunikasi antarpribadi sangat mem butuh kan penjelasan penjelasan Psikologi, Filsafat Etika, dan il mu Bu daya.

Ketika antara seseorang berkomunikasi dan orang lain, se sung guhnya bukan hanya faktor pengiriman pesan (transfer of mas sage, transfer of meaning), namun juga ada fak tor lain yang mem beri andil pada hasil berkomunikasi. Faktor lain tersebut misalnya situasi emosional masingmasing pada saat itu (dijelaskan Psikologi), faktor preferensi, trauma, ste reo tipe, nilai budaya yang dibentuk oleh ling kung an, dan ma sih banyak lagi.

Demikian juga bila kita berbicara pada level kelompok, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kesiapan individu dalam kelompok untuk melakukan dia log atau per tu karan pesan, namun juga ditentukan oleh kemampuan lobbying. Se tuju atau tidak setuju terhadap suatu materi acapkali ditentukan oleh sikap individu yang memiliki karisma, jiwa kepemimpinan, dan di per caya (trust), sehingga untuk mencapai kesepakatan tertentu dalam komunikasi ke lompok dibutuhkan kemampuan

meyakinkan orang 28 orang tertentu terlebih dahulu dan bukan meyakinkan semua anggota ke kelompok. Juga bukan mengandalkan kemampuan debat yang acap kali berujung pada antipati dan permusuhan (konflik).

Kemampuan berkomunikasi dapat dibedakan menjadi tiga jenis: 1. Kemampuan berkomunikasi menggunakan pikiran. 2. Kemampuan berkomunikasi menggunakan alat. 3. Kemampuan berkomunikasi menggunakan tubuh. 1. Menempatkan Pikiran sebagai Pabrik Dalam proses komunikasi bagaimana cara berpikir seseorang sangat menentukan hasil komunikasi.

Orang menggunakan pikiran pada umumnya dibagi dua, yakni: pertama, pikiran digunakan seperti gudang. Digunakan sekadar menyimpan informasi. Apa yang disebut waspada pada konteks ini adalah banyaknya informasi yang berhasil disimpan dengan baik dan dapat dikeluarkan pada saat dibutuhkan. Pola pendidikan di Indonesia umumnya lebih memperhatikan individu berdasarkan kemampuan mengorganisir informasi tersebut.

Siswa atau mahasiswa diminta untuk membaca sebanyak-banyaknya materi atau subjek keilmuan, bab demi bab, pertemuan demi pertemuan, dan seterusnya. Capaian pembelajaran (CP) ditentukan atau diukur dari seberapa banyak informasi yang berhasil diingat atau dihafal. Seseorang dianggap sukses dalam belajar diukur dari nilai yang berhasil ditorehkan pada saat Ujian yang diselenggarakan Negara (ada yang disebut Ujian Nasional, Ujian Nasional Berbasis Komputer, dan sebagainya). Bila diamati, maka jenis soal ujian yang diberikan pada umumnya dalam bentuk soal pilihan (multiple choice).

Soal jenis ini memberi keuntungan pada individu yang banyak menghafal. Para orangtua harus bekerja ekstra untuk mendapatkan penghasilan tambahan saat anak-anak mereka memasuki waktu ujian, karena mereka memandang penting anak-anaknya dilatih menjawab dan membahas soal ujian tak terhitung jumlahnya dengan mengundangkan guru les privat maupun di lembaga bimbingan test.

Hasil menentukan pilihan pada soal pilihan berganda itu kemudian menjadi ukuran seseorang diterima di sekolah favorit atau Perguruan Tinggi ternama. Kemampuan menggunakan otak untuk mengingat memang sebuah kompetensi yang penting, tetapi hanya untuk sebagai tempat penyimpanan. Sebagaimana gudang, maka hanya berguna untuk mengamankan barang, tetapi gudang tidak mampu memproduksi sesuatu.

Apakah model penggunaan otak yang seperti inilah menyebabkan bangsa Indonesia

jauh tertinggal dalam produksi karya ilmiah, baik di tingkat dunia maupun regional? Data tahun 2012 menunjukkan bahwa jumlah terbitan buku di Indonesia tergolong rendah. tidak sampai 18.000 judul buku per tahun. Jumlah ini lebih rendah dibandingkan Jepang yang mencapai 40.000 judul buku per tahun, India 60.000, dan China sekitar 140.000 judul buku per tahun.

Jumlah produksi buku Indonesia hampir sama dengan Vietnam dan Malaysia. "Namun, jika dibandingkan dengan jumlah penduduk masing-masing negara tersebut, produksi Indonesia tergolong rendah," kata Hikmat Kurnia, Ketua Panitia Jakarta Book Fair 2012, se usai acara pembukaan di Istora Senayan, Jakarta, Sabtu (23/6). (Wedhaswari, 2012).

Indikator yang lain rendahnya kreativitas intelektual (pikiran) bangsa kita adalah publikasi ilmiah melalui Jurnal Ilmiah. Saat ini Kementerian Ristekdikti sedang memacu pertumbuhan jurnal di perguruan tinggi Indonesia dalam bentuk OJS (Open Jurnal Sistem). Dalam portal www.sinta2.ristekdikti.go.id telah tercatat 1682 Jurnal OJS yang terbagi berdasarkan kategori; S1 (Sinta satu) umumnya sudah terakreditasi oleh pemerintah dengan nilai A dan terindeks SCOPUS. Kemudian S2, S3, S4, S5 dan S6. Ranking didasarkan pada citasi masing-masing jurnal dan akreditasi. Melalui akun www.arjuna.ristekdikti.go.id banyak informasi saat ini (2018) ke Kementerian Ristekdikti secara periodic menyelenggarakan workshop pengelolaan jurnal OJS.

Melalui kebijakan Negara yang aktif ini diharapkan tradisi ilmiah di Indonesia akan tumbuh subur. Data resmi yang dikeluarkan Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi menunjukkan Indonesia masih tetap di peringkat tiga dalam capaian publikasi terindeks global. Indonesia masih di bawah Malaysia dan Singapura.

Selengkapnya perhatikan tabel di bawah ini: TABEL 1 Data Capaian Publikasi Terindeks Global Tahun 2016 dan 2017 No. Negara Tahun 2016 Tahun 2017 1. Malaysia 29.322 16.172 2. Singapura 20.433 11.130 3. Indonesia 11.865 9.501 4. Thailand 14.436 8.321 5. Vietnam 5.678 3.584 Sumber : SCOPUS 03 Agustus 2017 dimuat pada http://sinta2.ristekdikti.go.id/assets/files/Presentasi_Menristek_Sinta2.pdf Berikut beberapa tulisan penulis tentang kreativitas intelektual dan problem penulisan di jurnal.

30 Ranking Perguruan Tinggi dan Tradisi Penulisan Ilmiah (Dimuat harian KOMPAS, 17 Februari 2017 h. 6) OLEH REDI PANUJU Paling tidak saat ini ada sekitar 18 organisasi yang mengeluarkan informasi global atau Worldwide university ranking. Media massa di Indonesia pada umumnya merealisasikan ranking perguruan tinggi (selanjutnya di singkat PT) dari tiga organisasi dominan yakni: (1) Times Education University Ranking (THE) yang berpusat di Inggris; (2) Academic of University (Arwu) yang bermarkas di Cina; dan (3) QS World Ranking yang bermarkas di Inggris.

Dari ketiga lembaga tersebut menempatkan 10 PT paling hebat di dunia 6 di antaranya berasal dari Amerika Serikat dan 4 di Inggris. Bagaimana PT di tanah air menurut lembaga lembaga riset di atas? PT di Indonesia baru bisa menduduki urutan di bawah 310, yakni diwakili Universitas Indonesia (UI), ITB menempati urutan 461 dunia, dan UGM hanya mampu berada di urutan 551.

Bagaimana konstalasi PT Indonesia di Asia? Berdasarkan data QS Top Universities Asia: 100 PT terbaik di Asia 2016 di dominasi PT asal Singapura, Hongkong, China, Jepang, India, dan Korea Selatan. PT di Indonesia hanya mam pu menempati peringkat 67 diwakili Uni versitas Indonesia (UI), dan peringkat 86 ditempati ITB. Ada satu lagi lembaga yang menjadi rujukan yakni Webometrics. Dasar skoring berdasarkan aktivitas kelembagaan dan akademik yang menggunakan interaksi internet.

Di tingkat dunia Juli 2016, In do nesia baru bisa menempati ranking 761 diwakili UGM, 849 oleh UI, dan 939 oleh ITB. Berdasarkan data tersebut di atas PT di Indonesia memang ma sih sulit unjuk gigi di kawasan regional Asia, apalagi untuk tingkat dunia. Dan kebanyakan yang masuk 1000 besar dunia tersebut ber asal dari perguruan tinggi negeri (PTN). Perguruan Tinggi Swasta (PTS) belum banyak memperlihatkan geliatnya.

Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, Prof. Dr. Moha mad Nasir, kemungkinan besar sudah kehabisan kesabarannya me nanti Pendidikan Tinggi (PT) di Indonesia menjadi mercusuar pe nye mai ilmu pengetahuan di dunia. Jangankan di kawasan Asia, di regional negara negara ASEAN saja Indonesia belum mampu berbi cara banyak, hingga peringkatnya kalah dengan negara tetangga se perti Malaysia, Singapura, Pilipina, ataupun Thailand.

Karena itu, barubaru ini M Nasir menandatangani Peraturan Menteri Riset, Tek nologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia No. 20 Tahun 2017 tentang Pemberian Tunjangan Profesi Dosen dan Tunjangan Ke hor matan Profesi Profesor (27 01 2017). Rendahnya peringkat PT di Indonesia memang berkaitan erat de ngan publikasi ilmiah yang dilakukan para dosen, baik publikasi me lalui jurnal mau pun buku.

Selama ini tujuan pemerintah membe ri kan tunjangan profesi bagi 31 dosen antara lain untuk mamacu krea tivitas penelitian dan penulisan, na mun menteri menengarai hal ter sebut belum memperlihatkan dampak yang sig nifikan, karena itu tun jangan tersebut akan dievaluasi melalui karya ilmiah nya. Pada Pasal (4) berbunyi untuk meningkatkan kualitas dan kuan titas publi kasi ilmiah di Indonesia, bagi dosen yang memiliki jabatan akademik Lektor Ke pala harus menghasilkan paling sedikit tiga kar ya ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional terakreditasi atau paling sedikit satu karya ilmiah yang

diterbitkan dalam jurnal internasional dalam kurun waktu tiga tahun (2015 November 2017).

Di samping karya ilmiah di jurnal, Lektor Kepala juga masih diwajibkan menghasilkan buku atau paten atau karya seni monumental. Adapun bagi Guru Besar (Profesor) dituntut lebih besar lagi. Pada Pasal 8 ayat 1 (g) disebutkan wajib menghasilkan paling sedikit tiga karya ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal internasional atau paling sedikit satu karya ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal internasional bereputasi. Selain itu Guru Besar juga diwajibkan menghasilkan buku atau paten.

Bila syarat-syarat tersebut di atas tidak terpenuhi maka tunjangan profesi dosen dan kehormatan guru besar akan diberhentikan sementara. Tunjangan baru dibayarkan kembali setelah memenuhi syarat. Selama ini kalangan civitas akademika menganggap tunjangan profesi itu hanya sebagai wujud bantuan negara kepada para dosen agar menghasilkan karya bisa melampaui standar upah minimum regional, sehingga tidak mengkaitkannya dengan penulisan karya ilmiah.

Ketika tiba-tiba M Nasir mengkaitkan tunjangan profesi dosen tersebut dengan kewajiban penulisan karya ilmiah, hal tersebut menjadi semacam beban, sehingga ada yang berkomentar negara ini tidak ikhlas menolong rakyatnya. Kesannya menjadi beban yang berat. Sebagian kalangan dosen menilai Permen di atas bersifat diskriminatif, sebab kewajiban tersebut hanya untuk dosen yang ke pangkatan akademiknya Lektor Kepala ke atas, sementara yang ke pangkatan akademiknya Lektor dan Asisten Ahli seolah dibebaskan membuat karya ilmiah.

Sebagian dosen yang pangkatnya Lektor Kepala dan Guru Besar ada yang berseloroh ingin mengajukan permohonan kenaikan pangkat supaya terbebas dari kewajiban menulis karya ilmiah. Demikian juga dosen yang pangkat akademiknya di bawah Lektor Kepala menyatakan mengurungkan niatnya mengurus kenaikan pangkat ke jenjang yang lebih tinggi. Lepas dari kontroversi tersebut, sebetulnya ini sebuah momentum untuk membangkitkan kreativitas penulisan ilmiah di kampus-kampus PT.

Selama ini kegiatan penulisan ilmiah tidak diseriuseri sebagai pengembangan kompetensi yang substansial. Penulisan karya ilmiah sering kali hanya sebuah kegiatan formal belaka. Setelah satu dua kali menulis kemudian berpuas diri. Malah ada yang tidak memperhatikan kualitasnya, sebab yang penting dipublikasikan oleh penerbit yang punya ISBN.

Dengan membiayai sebagian ongkos cetak, buku diproduksi dengan oplag yang sangat terbatas. Kadang (mohon maaf) ada yang 32 hanya dicetak 20 eksemplar saja.

Buku-buku semacam ini memang bisa lolos menjadi kredit poin, tetapi tidak berkontribusi pada diskusi ilmiah ke publik. Tidak ada kesempatan bagi pembaca di luar untuk menjadikannya sebagai rujukan. Akibatnya tidak punya indeks situasi (citation).

Malah bila buku tersebut ditemukan kesannya menjadi sangat memalukan karena di samping tidak memiliki ide abstrak juga terkesan duplikasi dari ide-ide yang sudah ada. Permen ini paling tidak memaksa pada awalnya namun akan menjadi habit untuk selanjutnya. Setiap PT mestinya memberi insentif yang menarik agar kegiatan penelitian dan penerbitan ilmiah menjadi tradisi.

Hal lainnya mengenai jurnal, Menteri M Nasir tidak memahami bahwa tidak semua cabang ilmu telah memiliki cukup penerbitan jurnal, apalagi yang sudah terakreditasi. Kini tahapannya baru sampai pada kegairahan "belajar" menerbitkan jurnal. Mungkin dalam tiga tahun ke depan kegairahan itu sudah bisa dipetik hasilnya, siap untuk diakreditasi.

Sebagai contoh untuk cabang Ilmu Komunikasi (baik nasional maupun internasional) jumlahnya masih bisa dihitungkan dengan jari tangan. PT seperti Universitas Padjadjaran Bandung yang memiliki Fakultas Ilmu Komunikasi saja belum memiliki jurnal internasional maupun nasional yang terakreditasi. Apalagi PT lain yang tergolong lebih muda. Karena itu menurut saya, pemerintah mestinya tidak keburu nafsu untuk mengilmiahkan PT, tapi dibuat tahapan-tahapan.

Sebagian dana hibah penelitian misalnya bisa digeser untuk mensubsidi penerbitan jurnal di setiap PT. Saya yakin dalam waktu tak terlalu lama akan membuat PT di Indonesia peringkatnya menyalip PT di negaranegara ASEAN. ?? Dibutuhkan Jurnal Multidisipliner (Dimuat harian Jawa Pos edisi 13 Januari 2018 h.

4) Oleh Redi Panuju Berdasarkan laporan Kemenristekdikti 2017, secara keseluruhan tren pertumbuhan jurnal Indonesia (terutama yang menggunakan system OJS, open journal system) di Indonesia cukup mengembirakan. Data perkembangan jurnal yang terindeks DOAJ Pada Maret 2016 total jurnal 323 (peringkat 12 ranking dunia), pada Agustus 2016 total jurnal 364 (peringkat 7 dunia), dan pada Juli 2017 total jurnal melonjak 772 (masuk peringkat 3 dunia). Pada portal Sinta2. ristekdikti.go.id total jurnal yang terkoneksi dengan portal ini sudah mencapai 959 jurnal.

Bahkan dikti juga sudah menscore jurnal-jurnal tersebut berdasarkan indeksasi SCOPUS dan citasi google scholar ke dalam ranking tertentu (S1, S2, S3 sampai S6). Bagi pengelola jurnal perhatian pemerintah yang besar terhadap penerbitan jurnal tersebut

membangkitkan kompe tisi untuk ber saing secara ketat. Bahkan 33 bagi pada peng ajar (dosen) sistem ini di pan dang sebagai recording yang ob jek tif terhadap kinerja intelek tualnya.

Apalagi bila penulisan jurnal kemudian di kaitkan dengan mekanisme Gan jaran dan hukuman (reward dan punishment) da lam jen jang ke pang katan/jabatan akademik, insentif penelitian, pe ng ab dian pada masyarakat, dan lainnya, saya yakin dosen dosen di tanah air akan ber gai rah meneliti dan membuat luaran artikel di jurnal nasional maupun inter nasional.

Saat ini Indonesia berada di peringkat tiga Negara Negara ASEAN untuk capaian publikasi terindeks global di bawah Ma laysia dan Singapore. Dengan Ma laysia memang jaraknya cu kup jauh yak ni Malaysia 16.172 dan Indonesia 11.130, namun dengan Singa pore jarak nya relatif dekat terpaut 1.629 publi ka si. Jadi sangat mung kin pada tahun 2018 Indonesia bisa menge jar di peringkat dua.

Apa lagi kini jurnal jurnal nasional mulai diakui pengindeks Global se hing ga sudah ada 37 jurnal yang terakreditasi A dengan terindeks Global. Jurnal jur nal nasional yang scorenya S2 juga menunjukkan kese riusan dengan pe nge lolaan bertaraf internasional (mulai dari pe ma kaian baha sanya, proses peme riksaannya dan penilaiannya hingga cek potensi plagiarismenya) terdapat 262 jurnal. Saat ini sudah ter daftar 32.218 penulis dari 1.424 institusi.

Data ini sesungguhnya dari seluruh dosen dan peneliti baru sekitar 11% yang di Hal menunjukkan un tuk angka masih terbuka lebar. Penulis melihat me ngapa angka yang 89% belum terdaftar, dise bab kan pihak insti tusi perguruan tinggi belum mewajibkan para dosennya untuk ft arkan di sinta, sejak bulan ada pe ngumuman di registrasi sinta untuk sementara ditutup.

Jedah wak tu ini sesungguhnya mem beri kesempatan kepada dosen dosen di perguruan tinggi un tuk membuat akun google scholar terlebih da hulu sebagai syarat registrasi di akun sinta. Penulis memeriksa namanama do sen yang sering menulis buku dan bukunya banyak di ku tip ternyata belum memiliki google scholar ID. Hal ter se but me nye bab kan angka publikasi yang sebenarnya belum tercatat di Sinta.

Karena itu, bila pemerintah konsisten mendorong pertum buhan jurnal di tanah air, tidak menutup kemungkinan akan menyalip Ma laysia pada tahun 2019. Bila cita cita ini tercapai, bukan saja men jadi kebanggan untuk Negara, tetapi juga bagi dunia kelimuan di ta nah air yang selama ini dipandang sebelah mata oleh dunia.

Jurnal Multidisiplin Berdasarkan laporan kemenristek, meskipun perkembangan jurnal nasional cukup tetapi segi keilmuan masalah antara bidang eksakta/ teknologi dan ilmu sosial. Hal itu sangat menjadi kendala dalam inovasi penulisan artikel. Dari 2010 sampai 2017, persebaran artikel berdasarkan subjeknya didominasi oleh bidang Engineering (27,5%), computer Science (19,8%), Agricultural (13,8%), Physics and Astronomy (13,1%), Environmental (10,1%), Medicine (11,5%), dan social sciences hanya 10,5%.

Padahal jumlah dosen 34 dan mahasiswa bidang Ilmu Sosial jauh lebih banyak dari bidang engineering. Bisa berarti karena Perguruan Tinggi lebih fokus mengembangkan jurnal eksakta karena berhubungan dengan sumber dana penelitian yang dapat diakses dari kementerian ristekdikti yang potensinya lebih besar, bisa juga berarti gairah menulis artikel jurnal di kalangan dosen bidang Ilmu Sosial yang lebih rendah, namun bisa juga dibaca bahwa bidang Ilmu Sosial masih memiliki potensi besar untuk memproduksi artikel.

Temanteman di bidang Ilmu Sosial mengaku merasa kesulitan mencari jurnal Ilmu Sosial yang sesuai dengan subjek tulisannya. Sementara faktanya, jurnal ilmu eksakta sudah sangat banyak yang terindeks global. Wajar bila 5 besar penulis yang memiliki score tertinggi di Sinta adalah ilmuwan dari kalangan eksakta, yakni: 1) Suharyo Sumowidagdo, peneliti LIPI bidang Fisika (telah memproduksi 597 artikel yang terindeks SCOPUS dan disitasi oleh 15.515 artikel), 2) Susanto Rahardja, dosen STMIK Rahardja bidang Matematika (telah menerbitkan 320 artikel terindeks SCOPUS dan disitasi 2.498 orang), 3) Tutut Hermawan, dosen Universitas Achmad Dahlan bidang Sistem Informasi (telah mempublikasikan 250 artikel terindeks SCOPUS dan disitasi 1.332), 4) Ferry Iskandar, dosen ITB bidang Physics (publikasi 156 artikel terindeks SCOPUS dan disitasi 3.841).

5) Uryadi Ismadji, dosen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya bidang Chemical (telah mempublikasikan 154 artikel terindeks SCOPUS dan disitasi 955). Dengan demikian, patutlah pemerintah untuk mendorong tumbuh kembangnya jurnal-jurnal bidang non-eksakta seperti Sosial, Ekonomi, Humaniora, Hukum, dan sebagainya. Di sisi yang lain jurnal-jurnal berbasis agama yang ada diperguruan tinggi keagamaan juga banyak yang telah terindeks SCOPUS.

Misalnya: jurnal Studi Islamika dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Journal Indonesia dari UIN Sunan Ampel Surabaya, Al-Jamiah: Journal Islamic Studies dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesian of and Society dari UIN Salatiga, Melihat peta sebaran subjek materi jurnal, saya melihat pentingnya pendekatan multidisipliner dalam pengelolaan jurnal.

Pada kenyataannya persoalan-persoalan yang menjadi problem ri set bi dang apa saja sesungguhnya menyangkut berbagai dimensi (ja mak), karena itu suatu bidang ilmu tidak boleh irisan maupun Dalam teknologi misalnya, tentu ada masalah-masalah yang menyangkut dimensi interaksi manusia, lingkungan, budaya, dan sebagainya. Karena itu, materi teknologi sangat layak di sanding dengan bidang lain non eksakta.

Dalam konteks ini harus diacungi jempol yang diputuskan jurnal "Sosio teknologi" yang diterbitkan Institut Teknologi Bandung (ITB). Meskipun jurnalnya masih masuk kategori S 2 versi Sinta dan berangkat dari masalah teknologi, tetapi menjadi kanal ke sumpekan penelitian sosial yang miskin jurnal. Socioteknologi menerima arti kel masalah teknologi yang berbau sosial (sosiologis, cultural, dan humanistic), 35 misalnya dampak sosial penggunaan teknologi tertentu, masalah agama yang beririsan dengan penggunaan media online, dan sebagainya.

Saya kira apa yang dilakukan ITB tersebut bisa menjadi contoh pengelola jurnal yang lain agar membuka diri dari perspektif ilmu yang berbeda sehingga meluruhkan ego sektoral ke ilmunan. Egosentrisme ke ilmunan membuat ilmu menjauh dari realitas sekelilingnya. ?? Ilustrasi panjang lebar di atas, bahkan dengan contoh artikel yang telah dimuat media massa cetak, maksud penulis untuk menekankan implikasi dari penempatan otak sebagai gudang yang menyebabkan kita kurang kompetitif dalam kreativitas intelektual.

Karena itu, bila kita ingin unggul dalam komunikasi lewat karya ilmiah, harus mengubah kebiasaan kita dari yang semula cenderung sebagai "gudang" kemudian menjadi "pabrik". Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi menggunakan pikiran ini membutuhkan uraian yang panjang maka akan dibahas lebih lanjut pada bagian yang lain. 2. Kemampuan Berkomunikasi Menggunakan Alat Wood (2013: xii) menyatakan bahwa hal yang menonjol pada komunikasi saat ini adalah penggunaan perangkat teknologi.

Internet salah satunya yang penting yang membuat manusia tetap saling berinteraksi meski sedang berjauhan. Dunia internet membuat jarak antarmanusia menjadi semakin sempit. Bukan hanya manusia yang menjadi tergantung kepada internet, tetapi juga pola komunikasi media massa dengan khalayaknya juga berubah.

Kini media massa arus utama tidak bisa lagi mengandalkan satu pola interaksi saja. Televisi misalnya menggunakan teknologi komunikasi internet untuk memaksimalkan khalayaknya. Televisi tidak cukup mengandalkan program-program yang berkualitas, sebab program berkualitas tidak menjamin ditonton, khalayak telah menyun

agendanya bukan berdasarkan ketergantungannya terhadap televisi, sebab agenda khalayak cenderung bergeser dikontrol oleh media sosial, karena itu media televisi juga butuh pintu masuk di media sosial melalui dua cara: pertama, menginformasikan acara-acara unggulannya melalui jaringan media sosial sehingga informasi awal sampai terlebih dahulu kepada khalayak melalui gadgetnya masing-masing.

Kemudian bila informasi tersebut dibagikan (share) kepada anggota jaringannya, maka berpotensi 36 program acaranya ditonton. Kedua, televisi mengunggah sebagian atau seluruhnya rekaman siarannya ke websitenya sendiri dengan harapan khalayak yang tidak sempat menonton siaran onair bisa mengakses melalui webnya. Kemudian rekaman siarannya diunggah di media online seperti Youtube.

Melalui Youtube tersebut dapat diketahui pula berapa banyak khalayak yang mengunjungi. Kini hampir semua media arus utama (media mainstream) menggabungkan produksinya dalam bentuk online atau siber. Juga mengaitkan (menautkan) dengan media sosial seperti Facebook dan Twitter. Perhatikan tautan Balipost.com dengan media sosial seperti Facebook (f) dan Twitter serta Google+ (G+) pada gambar di bawah.

Melalui tautan itulah komunikasi lanjutan yang bersifat interaktif dapat dilanjutkan dalam akun balipost di media sosial tersebut. Sumber:

<http://www.balipost.com/news/2018/03/12/>

39913/Nyepi-Dipastikan-Tanpa-Internet-di...html Internet membuat seolah-olah dunia tidak bersekat, bahkan, bahkan kontur atau sebagaimana disebut Thomas Friedman (2005) sebagai "the world is flat" atau dunia yang datar.

Nasrullah (2014: viii) menyebut semua ini terjadi karena kemajuan teknologi komunikasi, yang memungkinkan siapa pun dapat saling berhubungan tanpa lagi adanya pemisahan terkait faktor geografis. Alih-alih, siapa pun tidak bisa menghindari teknologi dan bisa diibaratkan sebagai komponen penting dalam komunikasi. Faktanya internet telah banyak digunakan secara integratif dalam berbagai kehidupan, mulai dari transportasi, jalan tol, perpajakan, pemasaran, praktik Public Relations, bahkan percintaan. Yang terakhir ini sudah banyak kisah orang mendapatkan jodoh karena pertemanan di media sosial.

Maka, bagaimana siapa yang mengerti, memahami, dan mengoperasikan teknologi komunikasi, maka ia akan lebih unggul dalam kompetisi. Bagi mereka yang kurang atau tidak menguasai perannya akan semakin termarginalisasi dalam kehidupan. Apa yang dimaksud kemampuan berkomunikasi dengan alat meliputi banyak segi seperti kemampuan menggunakan kamera, menggunakan sistem operasi (informations

system), de sain dan program, teknologi ani masi (kombinasi dengan art), dan masih banyak lagi.

Abdul Wahid Maktub (2018) mengilustrasikan hubungan manusia dengan teknologi (machines) sebagai berikut: (1) abad ke18 manusia mem bangun mesin; (2) awal abad ke20 mesin membangun mesin; (3) pertengahan abad ke20 mesin membantu manusia mengambil ke putus an; dan (4) abad ke21 mesinmesin membuat keputusan untuk manusia. 3.

Kemampuan Berkomunikasi Menggunakan Tubuh Keberhasilan komunikasi tidak mesti karena kemampuan menggu na kan pikirannya atau kemampuan mengoperasikan teknologi komu ni kasi, namun bisa juga karena kemampuan menggunakan tubuhnya. Bahasa tubuh dapat menggantikan bahasa katakata (verbal), memper kuat bahasa verbal, bisa ju ga memang dimaksudkan sebagai pesan se cara menyeluruh.

Yang terpenting dari pesan tubuhnya bukan susunan makna, namun kesan yang ditimbulkan. Seorang pekerja di sebuah mi ni market di samping dilatih bagaimana menyambut pe langgan dengan katakata "Selamat datang, selamat berbe lanja. Senang melayani Anda!" namun juga dilatih bagaimana menggunakan senyuman sebagai pela yanan prima.

Senyum yang tulus, berangkat dari ikhlasan hati, dapat dirasakan aura nya oleh orang yang menerimanya. Mata yang teduh, te nung, tidak jelalatan, mengundang kesan sopan. Cara berjalan yang wa jar, tidak dibuat sengaja untuk menarik perhatian, bisa me nimbulkan kesan ke sederhanaan.

Betapa pentingnya bahasa tubuh itu, sehingga Tubbs (2005: 113) sampai berani berpen dapat bahwa 93% dari semua mak na sosial dalam ko mu nikasi tatap muka diperoleh dari isyarat isyarat nonverbal. Karena itu, seluruh bagian dari tubuh kita memiliki po tensi menjadi penyebab keberhasilan atau sebaliknya kega galan dalam komunikasi. Bagian dari tubuh kita harus ter kontrol gerakannya supaya tidak me nafikan bahasa verbal yang kita lancarkan.

Kemampuan mengontrol itu 38 merupakan keterampilan berkomunikasi yang dihasilkan dari latihan te rusmenerus. Ada seorang marketer yang memprospek calon pe lang gannya dengan bahasa verbal yang jernih, suara yang merdu, dan su sunan katakata yang rapih. Hampir saja calon pelanggan setuju, namun karena tanpa disadari si marketer sering mengedipkan mata dan tertawa lepas, membuat calon pelanggan kehilangan respek, dan akhirnya me mutuskan me nolak. Seorang mahasiswa sedang bimbingan skripsi pa da do sen pembimbingnya.

Tanpa sengaja si mahasiswa berkali-kali mengetuk ujung sepatunya ke lantai karena grogi dan membuat tidak nyaman dosen pembimbing. Bahkan ada cerita seorang mahasiswa S3 yang tanpa sengaja menutup pintu dengan keras membuat promonya marah karena hal itu dianggap tidak sopan. Sejak itu, si mahasiswa mengalami kesulitan minta waktu untuk bimbingan.

Wood (2013: 144) menegaskan bahwa komunikasi nonverbal kita tidak hanya merefleksikan bagaimana melihat diri sendiri dan bagaimana perasaan kita. Hal itu juga merefleksikan keadaan kita. Mulyana (2005: 315) menyatakan tingkah laku lebih berbicara daripada sekadar kata-kata dan itu berlaku bukan hanya dalam percintaan, namun juga dalam bidang kehidupan lainnya; politik, bisnis, pendidikan, hukum, dan sebagainya. BAB 3 PROSES KOMUNIKASI A.

ELEMEN KOMUNIKASI Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikasi. Komunikasi merupakan proses sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Joseph DeVito (1996) komunikasi adalah transaksi. Hal tersebut dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan proses di mana komponen-komponen saling terkait.

Para peserta komunikasi saling beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan (Tommy Supranto, 2009: 7). Proses komunikasi dapat diterangkan dengan berbagai cara. Cara yang paling banyak digunakan dalam buku komunikasi adalah dengan menyajikan elemen-elemen komunikasi.

Ada beberapa elemen komunikasi yang selalu terlibat dalam komunikasi, yakni: 1. Komunikator. Komunikator adalah mengirim atau menyampaikan. 2. Pesan (Message). Merupakan sesuatu, entah dalam bentuk ide, abstraksi realitas atau bahkan hal yang bersifat ekspektasi (harapan) yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima. 3. Saluran (Source). Merupakan sarana atau media yang digunakan oleh komunikator kepada komunikan. 4. Komunikan (penerima).

Merupakan penerima pesan, baik bersifat individual, kelompok, massa, maupun organisasi. 5. Hambatan atau gangguan. Dalam setiap komunikasi pasti ada faktor yang menyebabkan proses komunikasi tidak berjalan efektif, tidak seperti yang diinginkan, dan bahkan acap kali menimbulkan salah pengertian. Gangguan bisa berasal dari komunikator, isi pesan, media yang digunakan, maupun pada penerimanya. 6. Umpan balik (feedback).

Merupakan respons, tanggapan, ataupun reaksi atas suatu pesan. Umpan balik bisa

dalam bentuk yang netral, ada yang mendukung (positif), dan ada yang menolak (negatif). 7. Efek. Merupakan akibat yang timbul dari komunikasi, baik berupa emosi, pikiran maupun perilaku. 8. Situasi. Merupakan keadaan yang ada atau terjadi pada saat berlangsung komunikasi.

Situasi ini bisa berupa suhu, cuaca, tata ruang, sikap peserta komunikasi, dan tujuan tujuan berkomunikasi. 9. Selektivitas. Merupakan filter yang digunakan peserta komunikasi untuk menyaring pesan. Baik berupa nilai-nilai budaya, mitos, prasangka, dan lainnya. 10. Lingkungan. Merupakan pihak lain yang ikut campur atau intervensi dalam komunikasi.

Dalam aplikasinya elemen-elemen komunikasi tersebut bekerja melalui alur seperti proses komunikasi, sebagai berikut: Ide Encoding Pengiriman Decoding Balikan Sumber: Suprpto (2009: 8) Penjelasannya sebagai berikut: 1. Langkah pertama, ide/gagasan diciptakan oleh sumber/komunikator 2. Ide dialihwujudkan dalam bentuk lambang-lambang yang mempunyai makna (encode) dan dapat dikirimkan. 3.

Pesan yang telah diencode tersebut selanjutnya dikirimkan melalui saluran atau media yang sesuai dengan karakteristik lambang-lambang komunikasi. 4. Penerima menafsirkan isi pesan sesuai dengan persepsinya untuk mengartikan arti isi pesan tersebut. 5. Apabila isi pesan tersebut telah berhasil di decoding, Khalayak akan mengirim kembali isi pesan tersebut ke komunikator. 41 B.

MODEL KOMUNIKASI Selanjutnya, proses komunikasi sering dijelaskan melalui model model komunikasi. Setiap model memiliki keunikan tersendiri. 1. Model Shannon & Weaver setelah tahun 1949. Digambarkan dengan model, sebagai berikut: Information source Transmitter Channel Receiver Destination Noise source Message Message signal Received signal Sumber: Seillah Steinberg, 2007: 54. Model Shannon & Weaver ini menurut Mulyana (2005: 138) menyoroiti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya.

Di dalamnya ada konsep gangguan (noise), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini bisa merupakan interferensi yang selalu ada bersama saluran bersama tersebut yang diterima oleh penerima. Contohnya ketika orang sedang bercakap-cakap tiba-tiba ada lam waktu yang bersamaan muncul bunyi sirine dari luar rumah, tiba-tiba ada panggilan telepon, atau bahkan ada Kucing yang berlalu di depan peserta komunikasi. Berbeda dengan model yang dibuat oleh Wilbur Schramm, sumber dan encoder adalah satu orang.

Adapun decoder dan sasaran adalah se orang lainnya, dan sinyalnya adalah bahasa. Sumber dapat menyandi dan sasaran dapat menyandi pesan. Keduanya terjadi berdasarkan pengalaman masing-masing (field of experience). Semakin besar wilayah bersama yang dimiliki semakin mudah mengirim pesan kepada orang lain.

Secara keseluruhan Model Schramm digambarkan sebagai berikut: Interpretor Decoder Encoder Interpretor Encoder Decoder Message Message COMMUNICATOR RECIPIENT Sumber: Steinberg, 2007: 56 Berbeda lagi gambaran proses komunikasi yang digambarkan dengan model transaksional (transaction model). Model ini dikembangkan oleh para ahli berdasarkan adaptasi dari model Verderber (1990).

Dalam model ini, makna digambarkan sebagai sebuah negosiasi atau kesepakatan di antara pihak yang berkomunikasi. Bahkan juga ditentukan oleh negosiasi (negotiation of meaning). Dalam level kelompok, pesan yang dimaknai bersama hingga sampai pada simbol-simbol interaksi (symbolic interactionism).

Model ini banyak dikembangkan dalam teori-teori Sosial dan Realitas Budaya (cultural reality), Fenomenologi, Hermeneutik, bahkan juga teori-teori Kritis (critical theory), Cultural Studies, dan studi-studi feminisme. Model Verderber tergambar sebagai berikut: Figure 3.6 A Transactional Model Of Communication (Adapted from Verderber 1990; Verderber & Verderber 2002).

Culture Background Occupation Sex Feelings Values Encoding Attitudes Decoding Knowledge Message COMMUNICATOR CONTEXT NOISE NOISE Sending Channel Feedback Channel Sex RECIPIENT NOISE Feelings Knowledge Occupation Experiences Background Attitudes Encoding Decoding Values Culture Message Sumber : Steinberg, 2007: 57. 43 C. ESENSI KOMUNIKASI Deddy Mulyana menegaskan bahwa esensi atau inti komunikasi adalah persepsi (2005: 167230).

Siapa pun setuju dengan pendapat tersebut, sebab berdasarkan kajian yang ada dan dukungan teori yang memadai mendukung pendapat tersebut. Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh ketepatan peserta komunikasi dalam mempersepsi objek yang dikomunikasikan. Persoalannya adalah bahwa ketika seseorang melakukan persepsi terhadap objek ternyata sering keliru.

Deddy Mulyana mencontohkan bagaimana keterbatasan mata dalam melihat objek kerap kali menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Seorang pemain bulu tangkis mengajukan protes atas bola yang dinyatakan keluar oleh hakim garis. Itu semata-mata karena keterbatasan mata telanjang dalam mengindra objek.

Untungnya sekarang sudah ada teknologi video yang dapat diputar ulang secara lambat (slow motions) untuk membuktikan apakah kok yang jatuh masuk dalam garis atau ke luar (out). Demikian juga mata kita acap kali tertipu oleh fatamorgana, seolah-olah ada air di suatu gunung, padahal itu bukan air melainkan efek panas terik yang membuat gambaran air di atas tanah.

Kalau terhadap objek fisik saja ke rap kali kita sudah dalam mempersepsi, bagaimana dengan objek sosial, budaya, politik, dan hal abstrak lainnya? Persepsi merupakan pengetahuan yang tampak di luar sana. Mengutip William W. Wilmot, Mulyana menegaskan persepsi sebagai cara orang/nisme memberi makna. Makna yang diciptakan individu dalam menginterpretasi objek tergantung faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal misalnya suasana batin individu, berupa rasa senang, benci, bahagia, dan sejenisnya. Adapun faktor eksternal yang disebut Mulyana meliputi organisasi sosial (Mulyana, 2005: 204). Organisasi/organisasi yang kita masuki, apakah formal atau informal memengaruhi individu dalam mempersepsinya dan kehidupan ini, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku kita.

Selanjutnya, Bimo Walgito (1990: 5657) menyebutkan persepsi sosial ditentukan oleh harapan/harapan (ekspektasi), pengalaman tertentu, kepentingan tertentu, dan sebagainya. Menurut Walgito, ada beberapa hal yang dapat ikut berperan dan dapat berpengaruh dalam mempersepsi manusia, yaitu: (1) keadaan stimulus, dalam hal ini wujud manusia yang akan dipersepsi; (2) situasi atau keadaan sosial yang melatarbelakangi stimulus; dan (3) keadaan orang yang mempersepsi.

Hasan Shadily (1984: 86) dalam Fauzi (2014: 20) menyatakan persepsi adalah proses mental yang menghasilkan bayangan pada individu, sehingga dapat mengenal suatu objek dengan alokasi ingatan tertentu sesuai dengan stimulus yang ditangkap oleh indra penglihatan, indra pendengaran, dan sebagainya, sehingga bayangan itu disadari. Interpretasi tentang yang dilihat, dialami dan dirasakan, akan memengaruhi pikiran dan perubahan perilaku di masa berikutnya.

Selain faktor internal sebagaimana ditekankan Hasan Shadily, Fauzi menambahkan hal yang tidak kalah penting dalam proses persepsi adalah faktor eksternal individu. Persepsi adalah pengindraan suatu kesan yang timbul dalam lingkungan pengindraan itu dan dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan, dan kebutuhan (Fauzi, 2014: 20) Hasil persepsi adalah makna (meaning) yang tak terlepas dari konteks individual maupun sosial.

secara invidual, hasil persepsi sangat ditentukan oleh penerimaan stimuli. Manusia adalah sebagai manusia, disadari memiliki banyak keterbatasan berhubungan dengan lingkungannya. Menurut perspektif Psikologis tentang komunikasi (Fisher, 1978: 193) apa yang membuat objek sebagai stimulus bukanlah ia berada di lingkungan manusia akan tetapi karena ia diterima sebagai satuan yang dapat ditetapkan oleh satu atau lebih indraw manusia.

Jadi, makna sebenarnya bukanlah hasil pemotretan indraw manusia terhadap objek sehingga makna menjadi representasi dari objek. Dalam konteks ini, Fisher hendak menegaskan bahwa makna dari stimulus yang dimaknai oleh indraw justru ditentukan bagaimana pikiran manusia memaknai stimulus. Objek secangkir kopi misalnya, bila indraw hanya memotret stimulus itu, maka makna yang muncul hanyalah secangkir kopi yang tersaji di meja makan, namun realitasnya objek stimulus secangkir kopi tersebut dapat dimaknai oleh alat pikir manusia bermacam-macam, misalnya bisa berarti bermakna sebagai teman sarapan pagi yang paling menyenangkan, sarana bertemu dan berkomunikasi dengan kolega di sebuah cafe, bisa juga bermakna sebagai komoditas ekspor yang memberikan kontribusi terhadap GDP sekian persen. Juga sangat mungkin maknanya sesuai dengan pengalamannya.

Bagi mereka yang pernah mengalami sakit mag karena banyak minum kopi, maka kopi dapat bermakna sebagai benda cair yang membahayakan dan karena itu harus dihindari. Pada dasarnya stimulus itu merupakan konsep fisiologis penangkapan objek-objek lingkungan oleh alat indraw, karena itu stimulus adalah objek yang diubah menjadi sensasi, yakni ragam atau pola tertentu yang memiliki sifat visual, pendengaran, bau, rabaan atau rasa.

Selanjutnya Fisher (1990: 194), menyatakan bahwa pengamatan dan pemahaman tidak dapat dipisahkan. Ketika seseorang melihat objek (mengamati) menghasilkan pemahaman seperti apa, tergantung apakah ketika "melihat" objek itu hanya fokus pada objek itu atau ada fokus lain pada objek lain yang berbeda yang tidak ada di sana.

Karena itu barangkali yang ingin dijelaskan oleh Berger & Lambert (1968: 97) dalam Fisher (1990: 200) tentang pentingnya intervensi faktor O (objek) dalam teori SR (Stimulus-Response). Sehingga formula teori persepsi SR menjadi SOR. Respons akan ditentukan sejauh mana intervensi "objek" dalam proses persepsi. Objek merupakan konsep yang diproduksi oleh pikiran ketika indraw berhubungan dengan stimulus.

Mulyana (2005: 175) mengemukakan persepsi sosial adalah proses penangkapan arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaiannya terhadap mereka mengandung risiko. Setiap

orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial yang menjadi pembenaran atas perbedaan ini, sebagai berikut (Mulyana: 1976:229). 1. Persepsi berdasarkan pengalaman.

Polapola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas sosial yang telah dipelajari. 2. Persepsi bersifat selektif. Setiap saat kita diberondong dengan jutaan rangsangan indrawi. Bila kita harus menafsirkan setiap rangsangan tersebut, kita bisa gila. Kita bisa belajar mengatasi kerumitan ini dengan memperhatikan sedikit saja rangsangan tersebut.

Atensi (perhatian) pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas kita atas rangsangan tersebut. 3. Persepsi bersifat dugaan. Data yang kita peroleh mengenai objek lewat indraan tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan oleh karena informasi yang diperoleh individu tidak pernah lengkap, maka dibutuhkan dugaan untuk memaknainya. 4. Persepsi bersifat kontekstual.

Tidak ada makna yang bisa didapat tanpa menempatkan objek dalam suatu konteks. Konteks dalam persepsi mengikuti prinsip-prinsip: (a) struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan: (b) kita cenderung mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian yang terdiri dari objek dan latar belakangnya. 5.

Persepsi berhubungan dengan faktor budaya, antara lain: kepercayaan (beliefs), pandangan dunia (worldview), organisasi sosial (social organization), tabiat manusia (human nature), orientasi kegiatan (activity orientation), persepsi tentang diri dan orang lain (perception of self and others). 46 Sekarang bagaimana menjelaskan secara teoretis makna yang diproduksi persepsi berhubungan dengan perilaku manusia.

Dalam perspektif psikologis perilaku dibentuk oleh sikap dan sikap dibangun oleh kerangka referensi (frame of references) dan kerangka pengalaman (field of experiences). Dua hal tersebut merupakan hal-hal yang ada di dalam diri. Djamiluddin Ancok (1992: 98) menyebutkan dengan "hal-hal yang ada di lingkungan". Secara garis besar perwujudan perilaku ditentukan oleh faktor sebagaimana dinyatakan dalam rumus, sebagai berikut: $P = f(O, L)$ Keterangan P = Perilaku. F = Fungsi.

O = Hal-hal yang ada di dalam diri. L = Hal-hal yang ada di lingkungan. Berdasarkan jabaran dari rumus di atas, maka penyebab terjadinya perilaku dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yakni: (1) penyebab dalam diri (faktor O); (2) penyebab yang ada di luar diri yang ada di lingkungan (Faktor L); dan (3) faktor penyebab interaksi antara O

dan L, merupakan perpaduan h antara O dan L.

Ancok (1992: 99) selanjutnya menjabarkan faktor O yang memengaruhi manusia, yaitu: kepribadian, sistem nilai, motivasi, serta sikap terhadap sesuatu yang ada di sekitarnya. Kepribadian adalah sifat-sifat diri yang relatif menetap dalam diri. Misalnya, sifat introvert dan ekstrovert, pesimis/optimis, agresif dan nonagresif, dan lain-lain.

Selanjutnya, perilaku sangat ditentukan oleh nilai (values) yang dominan dalam kehidupan individu. Menurut Ancok yang mengutip Edward Spranger, sistem nilai dapat dikategorikan ke dalam enam jenis, yaitu: 1. Nilai ekonomis, yaitu perilaku manusia didasarkan pada perhitungan untung rugi.

Individu tidak tertarik untuk membentuk **hubungan dengan orang lain** tanpa ada kepentingan ekonomi. 2. Nilai sosial, perilaku manusia yang didasarkan tujuan sosial, seperti keinginan untuk membantu kelompok miskin dengan berbagai cara. 3. Nilai religius, yakni perilaku kehidupan yang semata-mata mengabdikan diri kepada Tuhan.

Seseorang akan bekerja keras misalnya, karena semata-mata keyakinannya bahwa Tuhan akan senang dengan orang yang bekerja keras. Semua perilakunya ditujukan sebagai pengabdian kepada Tuhan. 4. Nilai estetika, perilaku individu yang lebih didasari oleh keindahan, seperti kesenian. 5. Nilai intelektual, yakni faktor yang menyebabkan orang ingin menambah pengetahuan. 6.

Nilai kekuasaan, yakni perilaku individu yang dilandasi nilai kekuasaan, seperti ingin memerintah, mengatur, mengontrol, dan menguasai orang lain. Bila dicermati lebih jauh, teori ini sangat relevan untuk menjelaskan mengapa kontestasi penyiaran terjadi, antara lain karena di dalam interaksi yang melibatkan lembaga penyiaran dan regulator penyiaran terdapat faktor O berupa nilai ekonomis, nilai estetika, nilai sosial, nilai religius, nilai intelektual, maupun nilai kekuasaan.

Mengapa posisi lembaga penyiaran komunitas sejak awal sudah mengalami marginalisasi, tak lain karena ketidakmampuannya bertarung memengaruhi pembuatan undang-undang untuk mengakomodasi kepentingannya, sehingga undang-undang penyiaran lebih menguntungkan industri penyiaran yang dilaksanakan oleh Lembaga Penyiaran Swasta.

Sebaliknya, mengapa meskipun dalam situasi marginal, lembaga penyiaran komunitas tetap menjaga dan mengembangkan eksistensinya, jawabannya karena di dalam interaksi sosialnya mereka retakan nilai religius, intelektual, sosial, dan tentu saja banyak nilai ekonomisnya. Selanjutnya, Ancok (1992: 103-105) menguraikan **faktor di**

luar diri manusia atau faktor (L) yang memengaruhi perilaku manusia, yakni: sistem nilai yang hidup dalam masyarakat, kondisi lingkungan alam, kondisi tata ruang, dan kondisi ekologis.

Hal ini dikuatkan oleh BF Skinner dalam Ritzer (2005: 82) bahwa tingkah laku individu yang berlangsung dalam hubungannya dengan lingkungannya akan menghasilkan akibat atau perubahan dalam faktor lingkungan yang menimbulkan perubahan tingkah laku. Zamroni (1992: 62) menyebutkan dalam hubungannya perilaku dengan lingkungan dilatarbelakangi ide dan asumsi, sebagai berikut: 1.

Masyarakat pada dasarnya tidak mencari keuntungan maksimum, tetapi mereka senantiasa ingin mendapatkan keuntungan dari adanya interaksi yang mereka lakukan dengan manusia lain. 2. Manusia tidak memiliki informasi yang mencakup semua hal sebagai dasar untuk membangun, akan tetapi mereka tetap memiliki informasi walau sedikit atau terbatas dalam rangka memperhitungkan untung rugi. 3.

Manusia tidak bertindak secara rasional sepenuhnya, akan tetapi dalam hubungan dengan manusia lainnya mereka selalu berpikir untung ruginya. 4. Manusia senantiasa berada pada keterbatasan akan tetapi mereka selalu melakukan kompetisi guna mendapatkan keuntungannya. 5. Walaupun untuk mendapatkan keuntungan menggunakan kompetisi, namun tetap saja mereka dibatasi oleh sumber-sumber yang tersedia. 6.

Manusia selalu berusaha memperoleh hasil dalam wujud materi seperti emosi, perasaan suka, dan sentiment. D. KOMPETENSI MEMAKNAI Kemampuan mempersepsi sesuatu merupakan kecerdasan bawaan ataukah sebuah keterampilan atas hasil kerja keras dan latihan yang terus menerus. Bentuk persepsi yang sangat nyata adalah kegiatan memaknai sesuatu. Selanjutnya kita sebut kemampuan merespons objek yang diformulasikan dalam susunan makna.

Itulah sesungguhnya yang sering orang menyebutnya sebagai kemampuan responsif. Suatu ketika sekelompok mahasiswa berjalan menuju ke kampusnya melalui jalan yang padat lalu lintas. Mereka berjalan bukan berbaris di tepi jalan, namun memenuhi badan jalan.

Sebuah mobil menyerempetnya dan membuat salah seorang di antaranya jatuh berguling dalam keadaan terluka. Bagaimana kita menjelaskan peristiwa itu dari perspektif komunikasi? Salah satunya yang relevan adalah bahwa mereka dalam keadaan tidak memahami apa yang sedang dilakukan. Ketidapahaman disebabkan ketiadaan memaknai lingkungannya pada saat itu.

Ketiadaan makna gejala yang terjadi pada diri dan lingkungannya kerap terjadi karena tidak ada kesengajaan menempatkan intelektual dalam keadaan siap memaknai. Makna dianggap tidak penting karena kebanyakan orang menganggap berpikir hanyalah pekerjaan yang hanya dilakukan pada saat sedang belajar (membaca, mendengarkan pidato, menulis, dan seterusnya).

Padahal bila pada saat itu, para mahasiswa yang sedang berjalan tersebut menyempatkan diri memikirkan fenomena yang sedang di alaminya, sangat mungkin mendapatkan kesadaran seperti: jalan ramai dilalui kendaraan, bila berjalan berjajar ke tengah sangat mungkin ada sebuah mobil yang menabraknya dan bila tertabrak bisa menyebabkan kecelakaan. Ilustrasi di atas menunjukkan bahwa memaknai sesuatu merupakan kegiatan komunikasi yang sangat penting.

Melalui makna tersebutlah yang menyebabkan individu menyadari keberadaannya. Dalam level empirik sering kali sesuatu tidak dianggap penting. Banyak hal yang menyebabkan. Mungkin karena dianggap sudah biasa dilihatnya, mungkin karena belum menyadari urgensinya, dan mungkin dianggap tidak menarik. Namun, dalam level representasi makna, sesuatu tersebut menjadi bernilai. Saya pernah katakan kepada mahasiswa saya, coba kalian lihat ke luar lewat jendela.

Lihat daun-daun yang bergoyang itu! Menurut kalian, pentingkah daun-daun itu? Siapa yang mau berpengetahuan, silakan angkat tangan! Tidak ada seorang pun dari mereka yang menyatakan bahwa daun-daun tersebut penting. Setelah itu saya jawab sendiri, daun-daun itu memang kelihatannya tidak penting, namun sadarkah kalian...ada ratusan buku di perpustakaan Fakultas Pertanian yang membahas tentang daun. Di Fakultas Pertanian pelajaran tentang daun bisa beberapa semester.

Belum tentu semua mahasiswa lulus dalam matakuliah tersebut. Kemudian saya katakan lagi, coba jawab dengan jujur, adakah dari kalian yang pernah menghitung ada berapa banyak jumlah gigi dalam mulut kalian? Mahasiswa tertawa...saya bilang, saya sedang serius tolong jangan tertawa. Kita tidak pernah memaknai gigi kita karena menganggap gigi tidak penting.

Padahal di Fakultas Kedokteran Gigi (FKG) mahasiswa harus membaca puluhan buku tentang gigi agar lulus menjadi dokter gigi. Saya tegaskan bahwa "makna" dari realitas itulah yang penting, melampaui objeknya. Di sini telah keluar komunikasi dalam hidup ini, menyadarkan bahwa sesuatu itu penting setelah dikomunikasikan. Sesuatu itu dianggap penting setelah dikomunikasikan.

Di daerah Kalimantan Selatan saya pernah melihat rumahrumah yang dibangun di atas telaga dari kayu ulin (kayu besi). Kayu ini semakin terendam air semakin kuat, seperti besi. Keras. Di tempat itulah penduduk mengambil ikan untuk lauk pauk. Bila ingin buang hajat besar tinggal pergi ke belakang. Kotoran manusia dimakan ikan, ikan menjadi besar, ke mudian dimakan manusia.

Rantai makan memakan terjadi puluhan tahun di sana. Mereka hidup tentram, bahagia, seolah tak ada masalah. Barulah kondisinya berubah resah setelah beberapa dosen sebuah PTN di sana memublikasikan hasil penelitiannya yang menyimpulkan bahwa air telaga yang dikonsumsi masyarakat di sana tidak layak, karena mengandung zat-zat kimia yang berbahaya.

Komunikasi telah menyebabkan orang menyadari sesuatu yang lebih esensial dari yang dialaminya. Transformasi realitas menjadi pesan-pesan itulah yang menjadi bagian orang mempersepsi sebagai sesuatu yang mendasar ataupun penting. Soal Kumpul Kebo tidak menjadi masalah bagi masyarakat Yogyakarta 50 tahun lalu, namun ketika seorang anak muda bernama Lip Wijayanto menuliskannya dalam sebuah buku, masalah Kumpul Kebo menjadi subjek diskusi di televisi ataupun seminar-seminar.

Lip Wijayanto menuliskan fenomena Kumpul Kebo di Yogyakarta tersebut dalam dua judul; (1) *Sex in The Kost: Realitas dan Moralitas Kaum Terpelajar* (2003), dan (2) *Campus "Fresh Chicken": Menelanjangi Praktik Pelacuran Kaum Terpelajar* (2003). Keberadaan tempat-tempat hiburan malam di Jakarta Pusat sudah dianggap biasa oleh masyarakat.

Selama bertahun-tahun seorang wartawan bernama Moamar Emka menulis tentang tempat-tempat tersebut, mengabadikan dengan tulisan-tulisannya, wawancara pelaku dan mengungkap secara mendalam, kemudian menerbitkan hasil pemaknaannya itu dalam sebuah buku berjudul *Jakarta Undecover: Sex in The City* (2005). Tempat-tempat hiburan tersebut menjadi perbincangan di media massa.

Moamar dianggap sebagai seorang ahli tentang hiburan yang menyebabkan dirinya sering diundang dalam seminar maupun talk show di televisi. Buku tersebut mengalami cetak ulang hingga lima puluhan kali lebih dan sudah terjual sebanyak 200.000 eksemplar, membuat penulisnya kaya raya. Setelah itu muncul banyak versi tentang Jakarta Undecover. Buku ini juga diterbitkan dalam versi bahasa Inggris oleh penerbit Mosoon Book (2005).

Pada tahun 2007, Moamar Emka menerbitkan karyanya lagi dengan judul *Jakarta Undercover: Forbidden City*. Pemaknaan hiburan malam diteruskan sampai detik hingga

terbit versi Jakarta Undercover: 4 in 1 (2015). Proses kreatif yang lebih serius dan cenderung aka demik adalah apa yang dilakukan oleh Clifford Geertz, se orang antropologi asal Amerika yang banyak meneliti kehi dupan ber agama di Mojokuto (nama samara daerah Pare).

Ber dasarkan pengamatan dan wawancara mendalamnya, Geertz berhasil mengindentifikasi dan mengklasifikasi perilaku ma sya rakat da lam ber agama, yakni para Santri, Priayi dan Abang an. Buku Geertz tersebut ber judul The Relegion of Java (1960) diterbitkan The University of Chicago Press. Buku tersebut menjadi sangat ter kenal baik di Indonesia maupun mancanegara.

Orang seperti lip Wijayanto dan Moamar Emka tidak per nah kuliah formal di Fakultas Ilmu Komunikasi, tetapi profesi nya telah menye bab kan mereka terlatih dalam memaknai ge jala. Setiap manusia dibekali dengan kemampuan berpikir dan memaknai sesuatu. Kerangka berpikir ini diasah dan dipertajam dengan sensitivitas dalam mencermati fenomena lingkungan.

Kepekaan ini dapat diperoleh melalui pengalaman belajar baik lewat bangku pendidikan formal mau 51 pun nonformal. Dalam kemampuan inilah setiap pribadi menjalani alur kehidup an nya. Dengan kemampuan berpikir itulah manusia dibekali de ngan kemampuan dalam melangkah, mengurai, dan menye le saikan masalah (E. Raharjo, 2010: 142). 1.

Kecepatan Memaknai Kompetensi memaknai yang pertama adalah kecepatan merajut makna dari fenomena yang dilihat, didengar, dirasa kan, dan dipikirkan. Kita sering menikmati perjalanan dengan melihat pemandangan yang indah melalui jendela kereta. Sa wah yang menghijau, gunung yang men julang, dan laut yang membiru, namun aktivitas "melihat" kita itu berhenti hanya sampai pada gambaran keindahannya, belum terko nekting de ngan ide abstrak yang ada dalam pemikiran kita.

Padahal ti dak ada salahnya ketika melihat sawah yang menghijau itu pikiran kita mengembara pada realitas lain yakni impor beras. Seharusnya mun cul pertanyaan: "Mengapa Indonesia yang ta nahnya subur seperti itu, masih mengimpor beras? Ada apa ini?". Tentu saja jawaban yang baik tidak terdapat pada apa yang dilihat, namun akan lebih tajam bila di Contoh buku yang merupakan hasil pemaknaan terhadap fenomena, menyadarkan masya rakat bahwa sesuatu yang ditulis itu menjadi penting. Kiri karya Moamar Emka, kanan karya lip Wijayanto.

52 kaitkan dengan sumber sumber referensi bacaan. Ketika kita melihat seharusnya ada sambungannya dengan mencatat. Ketika mencatat ada ide ab strak yang masuk di

dalamnya. Tanpa disadari input sawah yang menghiijau telah dikonversi (diubah) dalam kognitif kita menjadi hal yang lain, misalnya soal kebijakan pangan, daya saing petani kita yang rendah, dan cara bertani kita yang kurang efisien, dan lain lain. Pada tahap awal, cukuplah seseorang melatih kecepatan dalam memaknai.

Setiap hari sediakan waktu untuk memaknai sesuatu. Apa saja...yang dilihat maknai. Salah tak masalah karena yang penting otak kita memproduksi makna. Bila perlu pembantu kita yang sebelumnya setiap bangun pagi kemudian membersihkan diri dan menanak nasi, mulai sekarang diberi tugas untuk membangunkan kita dan begitu kita bangun, si pembantu diminta memberi pertanyaan. Pada saat kita terjaga dan mendengarkan sebuah pertanyaan, usahakan untuk menjawab dengan cepat.

Salah tak jadi soal, karena yang penting saraf sensorik kita dilatih bekerja dengan cepat. Pada kasus di atas, hubungan kita dengan pembantu adalah soal pendengaran. Malamnya mungkin si pembantu menyusun pertanyaan, namun maknanya baru kita identifikasi ketika telinga kita menangkap pertanyaan pembantu. Ini artinya, mendengarkan merupakan sarana yang penting dalam berkomunikasi, terutama dalam memaknai sesuatu.

Dalam konteks Public Relations misalnya, Colin Haynes (1989: 2) menyatakan bahwa public relations yang baik adalah harus mampu melakukan komunikasi dalam bentuk penginderaan ke dalam maupun keluar. Penginderaan yang paling utama adalah mendengar untuk belajar/mempelajari dan mendapatkan titik perhatian (listen to learn and get focused).

Mempelajari masalah dengan cara mendengar mempunyai konteks yang luas (Panuju, 2002: 51) Ketika kecepatan memaknai sudah terbentuk maka berimplikasi pada sistem respons kita. Begitu ada fenomena, secara otomatis panca indra akan memaknai dengan cepat sesuatu yang dianggap penting, krusial, esensial, dan sebagainya. Dalam jurnalistik, kecepatan memaknai gejala merupakan keterampilan dalam pengumpulan informasi (news gathering).

Seorang wartawan yang sudah terlatih memilih apa yang disebut sense of news. Secara otomatis pola pikir seorang jurnalis yang terlatih akan cepat memaknai sesuatu berdasarkan pemilihan; apakah memiliki nilai berita atau seberapa signifikan (Panuju, 2005: 59). Keterlambatan dalam memaknai akan kalah dalam kompetisi merebut aktualitas berita. 53 2.

Ketepatan Memaknai Kecepatan memaknai memang penting, namun cepat saja tidak cukup. Adakalanya mengejar kecepatan menghasilkan kesalahan. Mengapa? Karena

mengejar asal cepat akan dapat menyebabkan mengabaikan ketelitian dan kecermatan. Untuk memastikan bahwa kecepatan memaknai sudah menghasilkan makna yang tepat dibutuhkan; (1) konfirmasi dengan pemakna ketiga, keempat, kelima, dan seterusnya.

Dari sana makna dapat dibandingkan untuk ditemukan yang paling tepat. Dalam metode penelitian dikenal dengan istilah triangulasi dalam realibilitas. Salah satunya adalah triangulasi dokumen. Makna dikonfirmasi dengan buku teks, kamus, data sekunder, dan lainnya. Bisa juga makna yang sudah dibuat dikonfirmasi dengan makna sumber lain; dan (2) makna dikonfirmasi dengan makna dari sumber yang sama.

Dalam jurnalistik dikenal dengan mekanisme "check and recheck". 3. Variasi Memaknai Kemampuan memaknai berikutnya adalah variasi dalam memaknai. Pengertiannya bisa dalam konteks menyajikan pesan maupun jenis tulisan. Kemampuan seseorang menyajikan pesan secara variatif memberi efek pada daya tarik pesan dan sebaliknya mengurangi efek kejenuhan.

Seorang direktur yang hanya punya satu gaya dalam pidato lebih cepat mengesankan monoton, sehingga cepat membosankan. Kejenuhan informasi dapat menyebabkan (Panuju, 2000: 89): 1. Informasi tidak tertangkap. 2. Membuat kesalahan dalam memaknai pesan. 3. Menunda atau menumpuk pekerjaan. 4. Hanya menangkap sebagian kecil (filtering). 5. Atau sebaliknya hanya menangkap garis besarnya. 6. Melemparkan tugas pada orang lain. 7. Menghindari informasi.

Dalam membangun variasi makna dianjurkan untuk banyak mengoleksi katakata, peribahasa, frasa, dan kosakata yang sedang populer (yang tren, banyak dipakai dalam percakapan sehari-hari). Dengan demikian seseorang memiliki kesempatan untuk memilih katakata yang lebih tepat, lebih indah, dan atau lebih menarik. Variasi pesan dapat dibangun melalui fokus perhatian. Panuju (2008: 104110) memaparkan delapan fokus penyajian makna, khususnya dalam penulisan: 1.

Fokus pada detail pesan. Model ini berusaha menyajikan pesan pada 54 fragmentasi unsurunsur terkait. Ibaratnya ingin menggambarkan pohon, maka gambarnya adalah ada batang pohon utama, yang kemudian dihiasi dengan ranting, daun, kembang, buah, dan seterusnya. Ada daun yang masih tugas, daun muda yang warnanya hijau muda, daun yang warnanya hijau menguning, dan ada daun yang mengering.

Semakin detail fokus penyajian semakin baik. 2. Model fungsional. Fokusnya menitikberatkan pada apa yang dikerjakan, apa yang dilakukan, manfaat/faedah, dan sejenisnya. Bila diibaratkan menggambarkan pohon, maka ceritanya akan menjadi; apa

fungsi akar pohon, daun, kem bang, dan seterusnya. 3. Model " negatif thinking ".

Model ini berusaha mencari ce lah dari sua tu keadaan, sehingga membutuhkan per baikan. Jika ingin men ce ritakan tentang pohon dengan mo del fokus ini, maka pesan nya menjadi; bagaimana bila akarnya rapuh, pohonnya tumbang, baha ya zat asam di waktu malam, dan seterusnya. 4. Model urutanurutan (kronologi). Menggambarkan pesan berdasar kan urutannya.

Disusun urutannya berdasarkan dimensi waktu, di men si tempat, dan awal hingga akhir. 5. Model kausalitas. Fokus penyajiannya berusaha menam pil kan hu bu ngan sebab akibat. 6. Model perbandingan (komparatif). Membandingkan anta ra satu ob jek yang satu dan objek yang lain. 7. Model simbolik.

Fokus pemaknaannya pada simbolsimbol yang da pat dihadirkan untuk menjelaskan atau mene rangkan suatu fakta. Dalam model ini membutuhkan re presentasi filosofis, teori, mitos, dan sebagainya. Mochtar Lubis ketika memaknai karakteristik ma nusia Indonesia, ia menggunakan istilah "hipokrit" alias munafik.

Kata itu merefleksikan kontradiktif antara kata dan perbuatan. 8. Model campuran. Penyajiannya dari berbagai fokus se hing ga meng ha silkan kombinasi di antara model sebelum nya. BAB 4 LEVEL KOMUNIKASI (1) A. KOMUNIKASI DI DALAM PRIBADI (INTRAPERSONAL COMMUNICATION) Beberapa pakar membagi komunikasi pribadi di bagi dua, yaitu: (1) komunikasi yang dilakukan seseorang tanpa orang lain atau komuni kasi dengan dirinya sendiri; dan (2) komunikasi yang dilakukan dengan orang lain.

secara bergantian bila yang satu memosisikan diri sebagai pengirim pesan (komuni ka tor), maka yang satu menjadi penerima pe san (komunikan). Keduanya saling berinteraksi untuk mencapai saling penger tian (mutual of understanding). Komunikasi intrapribadi disebut komunikasi dengan di ri nya sendiri, karena manusia dianggap sebagai makhluk roha niah yang memiliki kemampuan merefleksikan diri sendiri. Ki ta dapat membuat pemisahan antara kita sebagai subjek dan objek (Hardjana, 2003: 47).

Hardjana melihat komunikasi intrapribadi disebabkan ma nusia sebagai makhluk rohani diberi kemampuan untuk me ngenali diri sendiri melalui refleksi diri. Kita dapat mem bu at diri menjadi objek yang dapat kita lihat, pandang, dan pi kirkan atau renungkan. Jika kita melihat sesuatu, maka kita sadar bahwa kita melihat diri kita yang bisa melihat se suatu. Kita dapat melihat analisis tentang diri kita yang me lihat.

Kita dapat merenungkan apa arti melihat. Kita dapat me ne mu kan motivasi yang mendorong kita untuk melihat. Kita da pat men catat sudut pandang dari mana kita

melihat. Dan, kita dapat menyelidiki sesuatu yang kita lihat, baik secara keseluruhan maupun dari yang kita minati saja. Proses komunikasi intrapersonal membutuhkan persyaratannya "kejujuran" dalam memaknai gejala yang terjadi di dalam dirinya.

Ketika pikiran tidak mampu menerima makna objektif terhadap gejala yang ada di dalam dirinya, maka makna yang terbangun menjadi distorsi. Bisa melampaui realitasnya bisa juga sebaliknya menurunkan derajat realitasnya. Orang yang terlalu optimis dalam melihat segala sesuatu punya kecenderungan mengukur dirinya sendiri melebihi realitasnya.

56 Sebaliknya orang yang pesimis, cenderung menilai rendah apa yang ada pada dirinya. Karena itu bila seseorang mengindikasi sesuatu melalui komunikasi intrapersonal, ia harus sudah siap dengan kejujuran. Mengenal diri sendiri (who am I ?) merupakan kegiatan paling penting dalam komunikasi intrapersonal.

Apabila seseorang mampu memotret diri sendiri secara proporsional, ia memiliki pengetahuan yang berguna untuk dirinya sendiri maupun orang lain. mengenali diri sendiri misalnya menjawab pertanyaan: sesungguhnya dalam hal apa saja saya bisa bahagia? Dan sebaliknya dalam hal apa cepat sensitif kemudian jatuh ke perasaan gundah gulana? Bakat apa yang sesungguhnya ada pada diri saya? Hobi apa saja yang bermanfaat buat saya? Apakah hobi yang saya jalani selama ini merupakan perbuatan yang sia-sia, hanya menghabiskan waktu saja ataukah memiliki nilai tambah buat diri sendiri maupun orang lain? John C Maxwell (2001) membantu menjawab pertanyaan who am i secara objektif, yakni dengan cara mengisi daftar item 20 hal yang layak menjadi andalan dan 20 item hal-hal yang merupakan kelemahan.

Yuk, kita coba isi form berikut ini: Hal-hal yang layak saya andalkan? 1. Membuat kopi; 2. Menanak nasi; 3. Merebus mie; 4. Lari pagi; 5. Mancing; 6. Memotret; 7. Mengendarai mobil; 8. Melukis; 9. Dan seterusnya. Mungkin sembilan item hal yang layak diandalkan tersebut dengan cepat dapat kita torehkan di selembar kertas. Pertanyaan berikutnya yang muncul dalam diri sendiri adalah tentang kualitas yang diandalkan tersebut.

Mengeleдах kualitas kompetensi dapat melalui indikasi, apakah yang kita lakukan itu memiliki dampak bagi kehidupan? Kalau hanya membuat kopi kiranya semua orang bisa melakukan. Tinggal merebus air, menuangkan gula dan kopi ke dalam secangkir kopi, lalu diaduk. Selesai? Berbeda misalnya kemahiran dalam membuat kopi diperoleh melalui belajar tentang jenis-jenis kopi, komposisi yang bagus antara air, kopi, dan gula.

Juga bagaimana menyeduh kopi yang bisa menimbulkan dampak kesehatan. Pengetahuan tentang kopi tersebut kemudian diaplikasikan dalam membuka kedai

kopi. Demikian juga, dengan menanak nasi. Kalau sekadar memasak (yang betul memasak beras), siapa pun bisa melakukan. Namun, jarang yang bisa memasak nasi gaya Vietnam, Thailand, atau Jepang? Begitu lah cara kita mendapatkan makna yang penting melalui komunikasi intrapribadi.

Bila komunikasi intrapribadi tidak mendapatkan makna yang penting, sama dengan komunikasi pribadi dengan orang lain (interpersonal) namun hanya sekadar basa-basi. Komunikasi yang hanya "numpang lewat" dalam diri sendiri sering disebut orang kebanyakan sebagai "melamun". Berbeda dengan merenung. Merenung sering disebut kontemplasi bisa menghasilkan pemaknaan yang dalam tentang diri sendiri. Orang sering menyebutnya sebagai "introspeksi diri" atau "mujaahadah".

1. Pengertian Komunikasi Intrapribadi (intrapersonal communication) Berikut beberapa pengertian (definisi) tentang komunikasi intrapribadi yang telah dirumuskan para ahli (dikutip dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasiintrapersonal> 11 September 2017): a.

Jalaludin Rakhmat (2001) menyatakan bahwa jika dilihat dari segi psikologi komunikasi maka yang dimaksud dengan komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. b. Armawati Arbi (2012) berpendapat bahwa komunikasi intrapersonal merupakan akar dari komunikasi Islam atau komunikasi fitrah terkait dengan peran komunikasi ke keluarga dalam menciptakan komunikasi fitrah guna membangun keluarga yang sakinah sesuai dengan ajaran Islam.

Terkait dengan hal ini, orangtua berperan menanamkan nilai-nilai ajaran Islam kepada anaknya melalui komunikasi dakwah dalam keluarga. Komunikasi intrapersonal terjadi manakala dakwah menjadi sebuah panggilan kepada diri sendiri untuk menjalankan ajaran Islam sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadis. c. Judy Pearson dan Paul Nelson (2011) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam diri. d.

Ronald B. Adler dan George Rodman (2006) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi dengan diri sendiri. e. Dictionary of Mass Communication and Media Research (2005) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Dalam hal ini, pengirim pesan dan penerima pesan adalah orang yang sama. 58 f.

Dictionary of Media (2009) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai dialog internal atau berbicara dengan diri sendiri. g. Jurgen Ruesch dan Gregory

Bateson berpendapat bahwa komunikasi intrapersonal adalah bentuk khusus dari komunikasi interpersonal dan dialog adalah dasar dari semua wacana.

Komunikasi intrapersonal mencakup berbicara kepada diri sendiri, membaca dalam hati, mengulangi apa yang didengar, berbagai kegiatan tambahan dalam hal berbicara dan mendengar apa yang dipikirkan, membaca dan mendengar dapat meningkatkan konsentrasi dan retensi. h. Charles V. Roberts (1983) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai semua penguraian, pemrosesan, penyimpanan, dan pengkodean pesan fisiologis dan psikologis yang muncul di dalam individu pada tingkat sadar dan tidak sadar kapan pun mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri atau orang lain untuk tujuan mendefinisikan, mempertahankan, dan/atau mengembangkan salah satu aspek sosial, psikologis, dan/atau fisik. 2.

Komunikasi Intrapersonal sebagai Soft Skill Agar komunikasi intrapersonal menghasilkan makna makna yang bermutu, maka proses konstruksi makna dari stimulus harus dapat dikontrol dengan baik. Kemampuan mengontrol mengkonstruksi pesan itulah yang disebut keterampilan komunikasi (skill). Keterampilan dalam berkomunikasi ada yang disebut hard skill dan soft skill. Hard skill merupakan keterampilan yang cenderung bersifat teknis.

Dalam komunikasi misalnya, kemampuan berbicara di muka umum (public speaking), keterampilan menggunakan kamera, kemampuan menggunakan media pembelajaran, dan sebagainya. Ada pun soft skill cenderung ke keterampilan yang cenderung berupa karakter individu dualistik dalam menghadapi masalah. Karena itu, soft skill dalam komunikasi dikaitkan dengan kompetensi kepribadian.

Secara umum soft skills dimaknai sebagai keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (interpersonal skills) dan keterampilan dalam mengatur dirinya sendiri (intrapersonal skills) yang mampu mengembangkan unjuk kerja secara maksimal. Dikaitkan dengan kompetensi guru, kompetensi kepribadian merupakan bentuk dari intrapersonal skills, sementara kompetensi sosial merupakan wujud dari interpersonal skills.

Di antara contoh intrapersonal skills adalah jujur, tanggung jawab, toleransi, menghargai orang lain, kemampuan bekerja sama, bersikap adil, kemampuan mengambil keputusan, kemampuan memecahkan masalah, mengelola perubahan, mengelola stres, mengatur waktu, melakukan transformasi diri, dan toleransi. Sementara itu, di antara wujud interpersonal skills adalah keterampilan bernegosiasi, presentasi, melakukan mediasi, kepemimpinan, berkomunikasi dengan pihak lain, dan berempati dengan pihak lain (Aldhofir, 2012: Bab 5) Jujur dimasukkan sebagai

keterampilan komunikasi intrapribadi, karena dihasilkan dari upaya yang keras dalam mengatasi perang batin (kontradiksi) di dalam pikiran maupun perasaan seseorang.

Sampai akhirnya kesadaran individu memilih bahwa kejujuran lebih bernilai ketimbang kebohongan, maka individu tersebut dapat disebut telah memiliki soft skill komunikasi intrapribadi. Dengan demikian juga dengan tanggung jawab, merupakan kesimpulan subjektif yang diperoleh setelah melalui banyak kasus. Seorang anak tak pernah menurut pada orangtuanya untuk merapikan tempat tidurnya sendiri sebelum berangkat ke sekolah.

Anak ini tidak pernah memedulikan hal itu, karena tidak pernah menyalahkan masalah kerapian tempat tidur di dalam pikirannya. Sampai suatu ketika ada temannya datang berkunjung dan mendapati tempat tidurnya berantakan. Lalu temannya itu bertanya: "Masak kamu bisa tidur di ruangan yang mirip kapal pecah!" kata-kata temannya itu menjadi bahan dialog dalam dirinya selama sehari-hari.

Sampai akhirnya ia menyadari bahwa kerapian itu penting. Dan si anak menyadarinya bahwa merapikan tempat tidur merupakan salah satu tanggung jawabnya. Demikian seterusnya dengan skill komunikasi intrapribadi lainnya, selalu berhubungan dengan hasil dari latihan yang terus menerus. Namun dari paparan di atas, Donna R. Vocate membedakan antara keterampilan komunikasi intrapribadi yang disebut bicara sendiri (self talk) dan bicara batin (inner speech). Seseorang acap kali terlihat bicara sendiri.

Ada dua kemungkinan orang berbicara sendiri; pertama, hanya sebagai katarsis atas kesumpekan yang menyumbat ekspresinya. Mungkin banyak hal yang bertentangan dengan hati nurani yang namun tidak ada orang yang mau mendengarkan, jika pun mau mendengarkan cenderung tidak menerima, maka sebagai bentuk katarsisnya adalah dikeluarkan dari mulutnya tanpa maksud untuk didengar orang lain.

Kedua, berbicara sendiri dengan maksud untuk didengar telinganya sendiri. Ia meminjam telinganya untuk menangkap pesan dari mulutnya. Selanjutnya saraf pendengaran mengirimkan pesan ke saraf sensorik untuk decoding (dirumuskan) lebih lanjut. Atas perintah pendengaran telinga, seseorang mencoba menyalakan sesuatu di dalam pikirannya.

Sementara itu, yang dimaksud dengan bicara batin, memang sengaja menemukannya kesadaran dirinya dalam situasi yang teraliansi dari lingkungan. Ia membatasi intervensi lingkungan untuk mendapatkan makna yang lebih jernih (1994: 3). Kesadaran tertentu acap kali hanya bisa diperoleh melalui dialog batin di tempat

tempat yang sunyi. Di kalangan umat Hindu di India ada tradisi bertapa atau bersemedi.

Konon Nabi Muhammad SAW sebelum memperoleh wahyu juga se ring berada di gua Ghira. Ada beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan komunikasi intrapersonal. Hardjana (2003: 5177) menyebutkan beberapa cara: 1. Bermeditasi; 2. Mendengarkan hati nurani; 3. Mendayagunakan kehendak bebas; 4. Mendayagunakan daya imajinasi kreatif; dan 5. Mendayagunakan buku harian. Komunikasi intrapersonal sebagai skill membutuhkan latihan yang terarah.

Hubungan antara subjek dan objek dalam satu pribadi membutuhkan kepiawaian dalam mengelola. Apa yang direkomendasi oleh Hardjana untuk meningkatkan kemampuan interpersonal di atas cenderung dalam konteks membayangkan objek untuk dimainkan dalam pikiran. Meditasi dan imajinasi kreatif misalnya merupakan kegiatan mereduksi pengaruh stimulus dari luar dan mengandalkan pikiran untuk menciptakan stimulus artifisial.

Namun demikian, stimulus artifisial tersebut tidaklah semata-mata tercipta dari ruang hampa atau kosong. Seseorang dapat membayangkan sesuatu tidak akan optimal menghasilkan bayangan objek bila sebelumnya belum pernah dikenalkan objek faktual atau empirisnya. Menciptakan objek artifisial dapat diartikan sebagai memanggil kembali stimulus yang pernah terekam dalam sel kognitifnya atau tersimpan dalam ranah kognitifnya.

Bisa saja seseorang membayangkan seekor Kerbau tanpa terlebih dahulu mengenal binatang tersebut, namun hasilnya bisa lain. Mungkin mendekati Anjing atau Sapi. Berbeda bila seseorang pernah berinteraksi langsung dengan Kerbau atau mungkin membaca literatur tentang Kerbau, maka hasil objek artifisialnya dalam benak akan lebih mendekati objek empirisnya. Karena itu meningkatkan kemampuan intrapersonal dalam membangun isi pesan berkaitan dengan pengalaman dan acuan.

Itu sebabnya, model komunikasi linier yang dibuat Wilbur Schramm (1954) menunjukkan wilayah pengalaman (field of experience) dan kerangka referensi (frame of reference). Seorang hanya bisa mengencode pesan bila sebelumnya pernah berhubungan secara langsung dengan objek empiriknya. Semakin empiris objek dikenali semakin lebih representatif dalam penggambarannya.

Mungkin saja pengalaman tersebut diperoleh melalui tangan kedua, berupa citra. Stimulus objek dari deskripsi orang lain termasuk bidang pengalaman, namun akan lebih tepat (presisi) bila pengalaman tersebut dialami langsung oleh yang bersangkutan. Dalam komunikasi intrapribadi, objek empiris hanyalah penguatan dalam

proses mengadirkan objek. Tanpa objek pun personal mampu men ciptakan objek.

Ketika pikiran menciptakan ob jek, yang ber sakutan statusnya sebagai subjek atau komuni kator. Proses decode juga terjadi dalam satu diri. Dalam wak tu yang sangat berhimpitan pikiran mengubah posisinya se bagai subjek ke dua. Selanjutnya melakukan pro ses decode ber dasarkan sti mu lus yang dikirimkan oleh subjek per tama.

Belum tentu sub jek kedua memaknai stimulus sama dengan yang diki rim kan oleh subjek pertama, sebab sangat mungkin pada saat itu sub jek kedua menggunakan kerangka pengalaman dan ke rangka referensi yang berbeda. Bila kita mendengar sese orang menyatakan: ...aku bingung sama maksudmu... sa ngat mungkin maksudnya subjek per tama dan kedua serta sangat mungkin ada subjek ketiga mengguna kan kerangka pe nga lam an dan referensinya untuk memaknai stimulus atau pesan yang sama.

Apa yang dimaksud “perang batin” oleh se se orang, sesungguhnya tidak selalu bermakna pertentangan antara naf su dan hati nurani, namun pertentangan antara pe maknaan subjek yang satu dan lainnya dalam pikiran seseorang. Model Komunikasi yang dibuat oleh Wilbur Schraamm di bawah ini memperlihatkan proses pengolahan sumber (sour ce) menjadi tanda (signal).

Pada gambar berikut Schramm cenderung mengilustrasikan komunikasi interpersonal pada tahap yang sudah berkelanjutan, karena itu terjadi subjek satu dan dua melakukan kegiatan interprestatif dan menghasilkan pesan (message) yang diinteraksikan. Sumber: <https://sites.google.com/site/eng3group4> 62 Pesanpesan yang diproduksi dalam komunikasi intra per sonal su dah seha rusnya ditingkatkan kualitasnya supaya menjadi outcome.

Tidak sekadar sebuah pesan yang menga wangawing, tidak jelas. Atau se ba liknya, proses produksi pe san yang tidak terarah acap kali menjadi ob jek yang cende rung membuat individu menjadi resah dan gelisah, se dih, marah, dan sebagainya. Bagaimana caranya membuat komunikasi intrapersonal bermanfaat? 1.

Subjeksubjek dalam komunikasi intrapersonal ha rus be rani menge luarkan stimulus yang cenderung me ng ajak pikiran ber pra sangka buruk. Prasangka buruk men ja dikan komunikasi ke luar dari tujuan komunikasi un tuk membuat orang bahagia. 2. Subjek-subjek dalam komunikasi intrapersonal ha rus berani menuju ruang kompromi dalam memaknai sti mulus.

Sehingga mak na yang disepakati adalah makna yang bergerak dari titik ekstrem kiri

dan kanan menuju ke tengah. Itulah wilayah yang disebut wilayah saling pengertian (mutual of understanding). 3. Maknanya yang terajut perlu didokumentasikan supaya bisa dicek kembali pada waktu yang berbeda. 4.

Dokumentasi hasil komunikasi intrapersonal bisa menjadi karya yang berguna bagi orang lain, misalnya ditulis dalam bentuk catatan ataupun puisi. Banyak pengalaman seseorang yang ditulis dalam catatan harian kemudian menjadi sebuah cerita yang menarik, sehingga menjadi buku ataupun film. Buku "Habis Gelap Terbitlah Terang" yang ditulis RA Kartini merupakan contoh, sebuah catatan yang kemudian membuat pemiliknya termashur di seluruh dunia. B.

KOMUNIKASI ANTARPRIBADI (INTERPERSONAL COMMUNICATION) 1. Pergeseran Pengertian Para pakar umumnya sepakat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi yang dilakukan antara dua orang secara tatap muka.

Variasinya; masing masing menangkap reaksinya secara langsung (Mulyana, 2000), bisa dilakukan secara verbal maupun nonverbal (Joseph A DeVito, 2011), yang melibatkan unsurunsur pribadi (G.R Miller, 1975), dalam suasana yang memungkinkan di antara keduanya berbicara secara langsung (Pearson, 2011), bisa terjadi komunikasi antar dua orang atau di dalam dan bisa juga dalam kelompok kecil (Nurudin, 2017). 63 Dari pengertian di atas dapat ditarik esensinya, komunikasi interpersonal bila dilakukan oleh dua orang.

Satu orang menjadi komunikator dan satunya menjadi komunikan. Tugas komunikator adalah mengirim pesan dan komunikan menerima pesan. Posisi tersebut bisa bergantian manakala terjadi komunikasi timbal balik atau interaktif. Pesan yang disampaikan komunikator diinterpretasikan oleh komunikan, selanjutnya timbul respons.

Kadang respons tidak bisa tersampaikan karena adanya hambatan, entah berupa hambatan teknis (mungkin suasana yang tidak kondusif), hambatan psikologis (tidak enak bila langsung merespons), atau pun karena komunikator bersikap dominan sehingga percakapan terjadi hanya satu arah. Bila komunikasi terjadi seperti itu (hanya satu arah) tidak layak disebut komunikasi antarpribadi, sebab tidak terjadi hubungan yang masing masing mengaitkan dengan faktor pribadi. Komunikasi semacam itu lebih tepat disebut komunikasi tatap muka (face to face communication).

Tautan unsur pribadi, merujuk Miller, menunjukkan adanya tekanan emosional dan empati. Ketertarikannya terhadap pesan yang disampaikan lawan bicara menyeret keduanya berbicara secara terbuka. Seorang pendengar yang baik akan sabar

menunggu sampai lawan bicara nya memberi tanda membutuhkan umpan balik (feedback).

Misalnya dengan adanya jeda atau dengan kata kata "menurutmu bagaimana?". Bila pendengar masuk ke wilayah pribadi, akan mengabaikan permintaan komunikasinya itu dengan sabar. Dan biasanya untuk menghargai lawan bicara, komunikasi akan memulai umpan baliknya dengan kata kata "maaf".

Bila komunikasi merasa kurang senang dengan pembicaraan tersebut, maka akan memberi tanda verbal yang menunjukkan ingin mengakhiri pembicaraannya. Misalnya, "Maaf ya, aku sedang sibuk nih...atau Aku sedang sumpek nih....". Si tuasi percakapan semacam itu berakhir dengan terhentinya komunikasi antarpribadi. Karena itu, syarat mutlak terjadinya komunikasi antarpribadi bila keduanya memang menghendaki komunikasi tersebut. Keduanya sama-sama menghendaki.

Jadi benar apa yang ditulis oleh Mulyana (2005: viii) tentang beberapa kekeliruan dalam komunikasi, **satu di antaranya adalah** "komunikasi terjadi hanya jika saya menghendaki". Jika pun komunikasi berjalan hanya salah satu pihak yang menghendaki, sangat mungkin tidak disertai dengan umpan balik yang tulis, salah satu pihak menunjukkan ekspresi senang tetapi hanya pura-pura atau basabasi, dan diakhir percakapan salah satu pihak akan menunjukkan ekspresi kejengkelannya dengan katakata umpatan.

Dalam situasi tertentu, komunikasi antarpribadi yang gagal itu, beberapa kali berlanjut melalui saluran telepon atau pun media sosial. Dalam era digital seperti sekarang, penggunaan perangkat komunikasi justru lebih banyak dilakukan disebabkan makin terbatasnya waktu yang dimiliki untuk melakukan komunikasi tatap muka secara langsung.

Bahkan dengan teknologi video yang dihubungkan dengan internet, seseorang bisa melakukan komunikasi tatap muka dan personal dari jarak jauh. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anggi Maya sari Violeta Utami dkk (2015), terjadi pergeseran dalam pola komunikasi di masyarakat, yakni dari komunikasi langsung ke komunikasi tidak langsung.

Meskipun komunikasi tidak langsung yang dimediasi media ini menyebabkan masing-masing tidak bertemu secara langsung, namun cara kerja teknologi ini bisa menduplikasi komunikasi langsung. Utami meneliti media Line sebagai unit analisisnya dan menemukan beberapa gambaran, sebagai berikut: 1. Dalam melakukan proses komunikasi kita mengenal beberapa cara, bisa berupa komunikasi secara tatap muka, melalui tulisan pada surat, melalui telepon dan yang paling sering digunakan sekarang

yaitu melalui komputer.

Dalam komunikasi melalui komputer atau computer mediated communication, kegiatan komunikasi dilakukan dengan berbagai cara seperti email, instant messaging, sosial media, yang terpenting dapat saling terhubung melalui jaringan internet. Cara berkomunikasi yang dibangun karena penerapan teknologi dalam penelitian ini Line akan mengonstruksi sebuah budaya pada generasi melek teknologi.

Line merupakan media baru yang masuk dalam kategori media sosial, namun fungsi utama dalam Line yakni sebagai pengirim pesan instan atau instant messenger. Bagi digital natives, Line lebih tepat digunakan sebagai komunikasi yang bersifat personal yang menjadi sebuah sarana untuk menjaga **hubungan dengan orang lain** serta sebagai sebuah sumber informasi. Teori medium dari McLuhan dan Innis (Littlejohn dan Foss, 2009: 648) 2.

mengemukakan hubungan antara indra manusia yang diperlukan untuk menggunakan media dan struktur dari media itu sendiri. Media tersebut akan menjadi perpanjangan indra manusia untuk membentuk dunianya. Dalam teori medium penekanan tidak ada dalam isi media (misalnya jenis kelamin, kekerasan, hiburan), tetapi pada sifat dan struktur media dan ini mengubah cara berpikir yang memiliki pengaruh sosial dan psikologi. Jika dikaitkan dalam penelitian ini, penggunaan Line oleh digital natives telah membangun budaya berkomunikasi.

Budaya ini didasari oleh nilai-nilai yang dianut dalam diri digital natives mengenai cara mereka bertindak dalam penggunaan media komunikasi. Nilai yang dibangun oleh digital natives pada penggunaan Line yaitu kedekatan. Kepada mereka yang dekat secara emosional, digital natives cenderung memilih media yang paling mendekati komunikasi tatap muka, dan itu dapat terjadi di Line, di mana bagi mereka Line merupakan sebuah media komunikasi yang dapat menggantikan komunikasi langsung.

Fitur chat, voice call atau video call, serta komentar pada timeline Line merupakan sebuah fitur yang dapat menggambarkan kedekatan personal antara satu orang dan yang lainnya atau antara satu orang dan grupnya. Mereka membahas topik atau isu tertentu yang hanya diketahui oleh para pelaku komunikasi tersebut. Sehingga para digital natives meyakini bahwa Line merupakan media komunikasi kekinian yang tepat untuk berkomunikasi secara personal, seperti keluarga, kerabat, dan teman-teman dekat. 3. Line merupakan salah satu teknologi komunikasi yang sangat populer di era media baru.

Line digunakan oleh digital natives sebagai sebuah media komunikasi yang mem beri kemudahan untuk berinteraksi saat jarak dan waktu sedang tak berpihak. Sebagai generasi yang cang gih, digital natives dalam penelitian ini mengalami perge seran cara-cara berkomunikasi dari era sebelumnya ke era sekarang yakni pada era media baru.

Dalam konteks komunikasi antarpribadi, ke lompok dan komunikasi orga nisasi yang dilakukan oleh digital na tives, sebelum adanya media baru mereka berkomunikasi secara lang sung atau face to face . Setelah kemunculan telepon seluler un tuk tetap menjalin hubungan sosial antara satu dan yang lain nya, mereka menggunakan SMS dan telepon.

Dalam ko munikasi orga nisasi yang dijalaninya, mereka mengutus seseorang untuk me nyebar luaskan informasi melalui pe san teks yang dikirim kepada anggota organisasinya, untuk kemudian bertemu langsung mem ba has halhal tertentu. Namun sekarang pada era media baru di mana dapat saling terhubung melalui jaringan internet, digital natives memanfaatkan media komunikasi tersebut untuk proses inter aksi sosialnya, cara mereka berkomunikasi melalui in ternet ini disebut computer mediated communication.

Mereka menggunakan Line untuk dapat menjalin hu bungan sosial dan berbagi informasi baik dalam komuni kasi antarpribadi, kelompok, dan komunikasi orga ni sasi (Utami, 2015: 4042) Dari uraian di atas tampaknya adanya pergeseran pengerti an komu nikasi antarpribadi, yang semula hanya menekankan pada komunikasi 66 tatap muka, kini telah bergeser ke konteks ko munikasi antarpribadi yang termediasi oleh media. 2. Tujuan Komunikasi Antarpribadi 1.

Komunikasi antarpribadi bertujuan meningkatkan kualitas dari per kenalan menjadi pertemanan dan kemudian men jadi persaha batan. Ketika pertama kali orang bertemu bia sanya saling memper kenalkan dengan menyebut nama ma singmasing. Kemudian bila pembicaraan berlangsung keduanya terlibat dalam berbagai topik.

Bila salah seorang tertarik untuk lebih dalam mengenal biasanya menanya kan tenggang sosio demografisnya: tempat tinggal, pen didik an, pekerjaan, dan sejenisnya. Bila keduanya saling tertarik bia sanya berlanjut menanyakan halhal yang bersifat pri badi seperti; hoby, status, kesukaan, dan seterusnya (bia sa nya jauh dari halhal yang formal). Pada pertemuan berikutnya mereka meningkatkan derajat komunikasinya menjadi teman.

Bila sudah merasa menjadi teman, mereka biasa nya berbincangbincang dengan santai, me nyapa de ngan sapaan nama (tanpa embelembel Mas, Mbak, Pak, dan lainnya).

Status pertemanan ini merupakan wilayah ter buka, yang memungkinkan keduanya berbicara tentang apa saja. Dan bi la sudah meningkat menjadi sahabat, ke duanya sudah mulai ter gantung.

Bila lama tidak ko mu ni kasi salah satunya akan menda hului meski hanya se kadar menyapa “apa kabar”, say hallo...dalam bing kai persahabatan ada rasa empati —ikut merasakan keadaan ma singmasing, simpati (peduli), dan tergerak untuk me no long, dan sa ling memberi sesuatu sebagai tanda per ha tian. 2. Komunikasi antarpribadi bertujuan mencari orang yang bersedia men dengarkan keluhannya.

Kelanjutan dari per sa habatan itu adalah keduanya terlibat dalam kanalisasi perasaan dan pikiran. Setiap orang sesungguhnya membu tuhkan teman bukan untuk menyelesaikan ma salahnya, namun sekadar mau menjadi pendengar yang baik. De ngan mengeluarkan halhal yang menggantal di pikiran dan hati, pikiran bisa jernih kembali. Batin tidak sumpek lagi.

Itulah yang se ring disebut sebagai fungsi katarsis. Ka rena itu hubungan timbal ba lik dalam komunikasi an tarpribadi menjadi sangat penting. Suatu ketika kita dibu tuhkan teman untuk menjadi teman curhat, kali lain siapa tahu kita yang membutuhkan. 3. Komunikasi antarpribadi bertujuan untuk memecahkan masalah pribadi ataupun masalah pribadi yang disebab kan orang lain. Orang lain yang dimaksud di sini “orang ketiga”.

Pemecahan masalah yang 67 objektif dan kompre hensif tergantung pada sejauh mana hubungan personal keduanya terhadap orang ketiga tersebut. 4. Komunikasi antarpribadi bertujuan untuk kepentingan bis nis. Da lam bisnis (bahasan lebih lanjut pada bab yang lain) kesepakatan antara pelaku sangat penting. Ko mu ni kasi formal, melalui surat me nyurat, brosur, profil per usa haan, dan lainlain, acap kali kurang diperhatikan.

Sa lah satu cara untuk memuluskan jalan itu adalah loby. Ko muni kasi antarpribadi memberi peluang menjelaskan le bih luas dan detail kepada pihak yang berkepentingan. Dan dengan pe so na pribadinya, acap kali seorang komuni ka tor lebih mam pu memengaruhi keputusan. 5. Komunikasi antarpribadi bertujuan untuk membangun jaringan (networking).

Bisnis model multi level marketing (MLM) sangat mem butuhkan jaringan yang hanya efektif bila sistem bisnisnya di je laskan secara tatap muka. Di se buah instansi kepolisian, ada ko man dannya yang me wa jibkan anggota untuk mencari relasi de ngan bukti mi ni mal menunjukkan kartu nama dan atau nomor HP. Tu juan nya agar

anggota polisi lebih mengenal wilayah kerjanya dengan mendekatkan diri pada masyarakat secara individual. 3.

Faktor-faktor yang Mendukung Keberhasilan Komunikasi Antarpribadi 1. Faktor bahasa. Semakin homogen bahasa yang digunakan masing-masing semakin mudah membentuk saling pengertian (mutual understanding). Gangguan komunikasi yang disebabkan kesulitan bahasa sering disebut gangguan semantik (semantic noise). 2. Faktor fisik.

Komunikasi antarpribadi cenderung berjalan baik bila masing-masing dalam kondisi sehat. Gerakan tubuh (gesture), gerak mata, dan para linguistik yang disebabkan keadaan tidak sehat cenderung membuat lawan bicara merasa tidak nyaman. Komunikasi pun berjalan tidak lepas. 3. Faktor Psikis. Komunikasi antarpribadi cenderung berjalan baik bila masing-masing memiliki gairah yang positif.

Misalnya tidak ada kecurigaan (praduga), kebencian, dendam, ataupun predisposisi negatif (misalnya menyimpulkan lawan bicara yang bersumber dari keyakinan pada mitos, stereotipe). 4. Faktor lingkungan Komunikasi antarpribadi akan berjalan baik bila lingkungan tempat berkomunikasi dalam suasana yang kondusif. Misalnya, tidak ada gangguan dari suara bising keramaian, suasana ramai dari percakapan orang lain, suara pelera suara, musik yang keras, dan lain-lain.

Bahkan juga bau-bauan yang tersebar dari selokan depan rumah yang menyengat akan mengganggu proses komunikasi antarpribadi. Demikian juga bau-bauan yang harum, dalam kadar yang wajar, hal itu bisa menciptakan suasana yang menyenangkan, namun bila dosisnya berlebihan bisa membuat hidung tersengat hingga bersin bersin. 4.

Distorsi dalam Komunikasi Antarpribadi Menurut A Setyo Wibowo (2009: 61) membedakan antara distorsi yang bersifat normal dan distorsi komunikasi yang memang sengaja didesain secara sistematis. Distorsi yang normal disebabkan faktor-faktor biasa, sedangkan distorsi yang sistematis disebabkan rekayasa yang bersifat tidak alamiah, melainkan sengaja diinstal dalam bawah sadar sehingga tidak disadari sepenuhnya oleh peserta komunikasi. Tujuan lainnya tidak lain untuk menggagalkan atau mengibuli komunikasi.

Mengutip Harbomas, Wibowo juga menunjukkan adanya distorsi komunikasi yang disebabkan faktor manipulasi ideologis, yang menghasilkan apa yang disebut pseudocommunication (komunikasi semu). Adapun distorsi komunikasi dalam keadaan normal diukur dari efektivitas komunikasi yang terjadi. Menurut John R Schermerhorn Jr (2009:

276).

Efektivitas komunikasi dapat diukur dari persepsi yang dilakukannya komunikasi yang nyaris sama dengan makna atau maksud yang dirumuskan oleh penerima pesan. Distorsi komunikasi yang dibahaskan persepsi tersebut digambarkan oleh Schermerhorn sebagai berikut: Sender's Perceptions SENDER Receiver's Perceptions RECEIVER Message Feedback Perceptual Distortions • Stereotypes • Halo effects • Selective perceptions • Projection Sumber : Schermerhorn (2009: 276) 69 Dari diagram tersebut, tampak disebutkan beberapa faktor yang menyebabkan distorsi persepsi, yakni; 1. Stereotypes.

Mulyana (2005: 218) mengemukakan kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan (stereotyping), yakni menggeneralisasi orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi orang-orang berdasarkan keanggotaannya dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, proses penempatan orang-orang dan objek-objek ke dalam kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategorikategori yang dianggap sesuai.

Mulyana memberi contoh stereotipe seperti; laki-laki berpikir logis, wanita bersikap emosional, orang berkulit hitam pencuri, orang Yahudi cerdas, orang Jawa halus pembawaan, orang berjenggot fun dan mentalis. 2. Halo Effect. Mulyana (2005: 2016) mengemukakan efek halo merujuk pada fakta bahwa begitu kita membentuk kesan menyeluruh mengenai seseorang, kesan menyeluruh tersebut membentuk efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat-sifat yang spesifik.

Kesan menyeluruh tersebut sering timbul pada kesan pertama yang biasanya berkesan kuat dan sulit digoyangkan. Bentuk efek Halo ini misalnya, begitu kita melihat dari kejauhan sebuah rumah yang modern, spanyolan dan warnanya gemerlap langsung menyimpulkan pasti rumahnya ideal (padahal toiletnya belum ada, dapurnya belum dibangun). 3. Selective Perception.

Mulyana (2005: 211) menggunakan istilah kesalahan atribusi, yaitu proses internal dalam diri kita dalam upaya memahami orang lain misalnya dengan mengamati penampilan fisik dan digunakan untuk menyimpulkan sifat-sifat yang spesifik. Kesalahan atribusi cenderung disebabkan kita menyimpulkan sesuatu dari atribut yang ada. Contoh kesalahan atribusi ini adalah begitu melihat orang berdasi dan berpakaian rapi langsung menyimpulkan dia seorang eksekutif (padahal sopir seorang pejabat) atau hanya melihat kepalanya yang botak langsung disimpulkan dia orang yang cerdas. 4. Projection.

Mulyana (2005: 223) lebih senang menggunakan istilah pra sangka (prejudice). Prasangka itu merupakan kompo nen dari stereotip yang lebih teramati. Prasangka ini umum nya bersifat negatif. Ketika pra sangka ini menjadi alat untuk mempersepsi pesan, makna yang mun cul bisa ter balik balil. Misalnya, ada orang dengan niat baik datang ke 70 rumah kita membawa oleholeh sekeranjang buahbu ah an.

Maksud si tamu hanya ingin menjalin pertemanan le bih baik, namun bila kita berprasangka maka makna yang dibentuk bisa berupa dugaan pasti ada udang di balik batu nih, maka kita harus waspada. Nilam Widyarini (2013: 107) mempertegas faktor perepsi sebagai se suatu yang menyebabkan terjadinya distorsi komu ni kasi. Distorsi ada lah terjadinya makna pesan dari yang di mak sudkan pengirim pesan. Beberapa hal yang dapat men dis torsi pesan dalam Psikologi Komunikasi disebut noise.

Gang guan tersebut bisa berasal dari semua elemen yang terlibat dalam komunikasi, antara lain sumber pesan (komunikator), pe ne rima pesan (komunikan), pesan itu sendiri, media, dan umpan balik (feedback). C. KOMUNIKASI KELOMPOK Manusia adalah makhluk sosial. Makhluk yang cenderung hidup dalam kelompok. Dia tidak bisa hidup sen diri. Kodratnya membutuhkan orang lain sebagai tem pat meng identifikasikan diri.

Kecuali orang yang sedang meng alami stres atau depresi karena suatu hal, biasanya ingin me nyen diri. Namun, hal itu tidak bisa dilakukan secara terusmenerus. Ia akan meng ala mi kesunyian. Justru dengan hidup berkelompoklah ia me ra sakan memiliki makna hidup. Ketika ia tercerabut dari akar ke lompoknya ia merasa hidup tidak ada gunanya lagi.

Karena itu, orang yang cenderung mengisolasi diri dari keramaian akan merasakan hidup menjadi semakin tak berguna dan ingin mengakhirinya. Melalui komunikasilah seseorang memung kinkan menemukan maknamakna hidup. Dan dengan ko mu nikasi di dalam kelompoknya seseorang men dapatkan mi tra yang relatif permanen dalam interaksi, se hingga proses memberi dan menerima terjadi.

Burhan Bungin (2006: 255) menyatakan bahwa komunikasi dalam kelompok **merupakan bagian dari kegiatan** keseharian orang. Sejak la hir orang sudah mulai bergabung dengan ke lom pok primer yang paling dekat, yaitu keluarga. Kemudian seiring dengan perkembangan usia dan kemampuan intelek tual kita masuk dan terlibat dalam kelompok kelompok se kunder seperti sekolah, lembaga agama, tempat bekerja, dan kelompok sekunder lainnya sesuai dengan minat dan keterta rikan kita.

Ringkasnya, kelompok merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita,

karena melalui kelompok me mungkinkan kita ber bagi informasi, pengalaman, dan penge tahuan dengan anggota kelom pok lainnya. 71 1. Pengertian Kelompok dan Macam Kelompok Para ahli umumnya sepakat mengartikan kelompok seba gai interaksi tatap muka antara individu dengan mak sud dan atau tujuan yang di inginkan. Jumlah individu yang dimaksud disepakati minimal tiga orang.

Kelompok dengan jumlah tiga orang masuk kategori kelompok ke cil, selebihnya bisa masuk kategori sedang dan besar. Kategori besar dan kecil suatu ke lompok menurut Muhamad Mufid (2012: 158) tidak se lalu me ru juk pada jumlahnya, namun juga tergantung pada faktor psi ko lo gis yang mengikat mereka. Mungkin suatu kelompok hanya terdiri dari lima orang, na mun me nguasai usaha bisnis di banyak bidang yang om setnya triliunan rupiah.

Maka kelompok ini dapat dipastikan merasakan bahwa dirinya adalah kelompok besar, sebab mam pu mengendalikan dinamika kelompok kelompok kecil yang ba nyak jumlah dan variasinya. Adapun Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok pri mer dan se kunder berdasarkan karakteristiknya (Mufid, 2012: 157) sebagai berikut: TABEL 2 Perbedaan Kelompok Primer dan Sekunder No. Kelompok Primer Kelompok sekunder 1. Komunikasi bersifat mendalam Komunikasi bersifat dangkal dan terbatas 2.

Lebih bersifat personal Bersifat non personal 3. Lebih menekankan pada aspek hubungan ketimbang aspek isi Lebih menekankan aspek isi ketimbang aspek hubungan 4. Lebih ekspresif Cenderung instrumental 5. Informal Formal Sumber : diolah Mufid (2012: 157) oleh penulis Markus Utomo Sukendar (2017: 6365) mengeksplorasi ra gam ke lom pok berdasarkan pengaruh perilaku komunikasi.

Selain membagi kelompok berdasarkan persepsi individu se hingga muncul kategori ke lom pok primer dan sekunder, Su kendar juga membagi jenis kelompok berda sarkan batasan an tarkelompok. Misalnya kelompok berdasarkan geografis (ja waluar jawa), suku (SundaBatak), dan seterusnya. Berda sar kan kategori ini kelompok dibagi dua, yakni " ingroup" dan " out group". Kelompok ingroup memperlihatkan hubung an yang lebih erat.

Ting kat kohesivitasnya tinggi. Adapun ke lom pok outgroup sebaliknya, ting kat kohesivitasnya lebih rendah. Selanjutnya Sukendar membagi kelompok berdasarkan sistem 72 hu bung an yang diciptakan, sehingga muncul kelompok formal dan kelompok informal. Kelompok formal adalah ke lom pok yang dibentuk se cara resmi untuk mendukung tu juan atau fungsi organisasi.

Kelompok infor mal adalah kelom pok yang sifat hubungannya pribadi, bersifat erat, dan

intim. Adapun berdasarkan sifat keanggotaannya, Sukendar menyebutkan ke kelompok membership dan Reference group. Kelompok yang pertama terdiri dari individu-individu yang secara fisik menjadi anggota kelompok.

Adapun kelompok kedua terdiri dari individu-individu yang bukan anggota tetapi menjadi rujukan. Satu lagi jenis kelompok yang jarang dibahas adalah kelompok berdasarkan tujuannya berkelompok. Terdiri dari: (1) kelompok bermain (play group). Kelompok ini diikat oleh jenis permainan atau kesenangan yang sama seperti hobi.

Misalnya ada kelompok pencinta Motor gede (motor gede), kelompok pencinta alam, pencinta burung, dan sebagainya; (2) kelompok kepening (interest group). Kelompok ini diikat oleh tujuan memperjuangkan kepentingan yang sama. Seperti kelompok pengajian ibu-ibu yang kepengingannya untuk dakwah, kelompok pemerhati media yang kepengingannya mengawasi isi media, kelompok pemberdayaan perempuan yang kepeningannya membela kepening kaum perempuan; dan (3) kelompok penekan (pressure group).

Kelompok ini diikat oleh idealisasi yang sama memperjuangkan sesuatu dengan cara cara politis. Kegiatannya mulai berkiriman surat ke instansi terkait sampai unjuk rasa. Bentuk-bentuk komunikasi kelompok sebagaimana dikonsepsikan oleh para ahli di atas masih bertumpu pada asumsi-asumsi komunikasi tatap muka dan secara langsung.

Padahal kini banyak kelompok-kelompok yang dibentuk melalui media siber. Misalnya group WhatsApp (WA) yang meliputi kelompok kecil maupun besar dengan berbagai minat. Juga kelompok-kelompok yang dibentuk media sosial, seperti Facebook dan Twitter. Kelompok-kelompok ini jumlahnya sangat banyak.

Memerika mengenal satu sama lain berdasarkan interaksinya di dunia maya, tetapi belum tentu mengenal secara fisik. Kelompok yang dibentuk oleh media siber ini bersifat lentur, keanggotaannya dinamis, pergantiannya dari kelompok dalam (in group ke outgroup) bisa sangat cepat, pergeseran dari kelompok bermain ke kelompok kepentingan dan kelompok penekan juga terjadi sangat cepat.

Pergantian yang cepat itu ditentukan oleh keseriusan deringan perhatian anggota dalam menyikapi isu-isu tertentu. Bila isunya menarik dan menyengat kepentingan umum, kelompok-kelompok dalam dunia maya ini cepat melakukan mobilisasi sehingga menjadi tindakan yang meluas. Dan setelah itu, ada yang tetap mengukuhkan sebagai kelompok namun ada yang kemudian keluar dari kelompok.

Setiap orang memiliki keanggotaan bisa lebih dari satu. 2. Karakteristik Komunikasi

Kelompok Daryanto (2014: 91) menyebut ada dua karakteristik yang melekat pada suatu kelompok, yakni norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu dengan lainnya.

Ada tiga kategori kelompok, yakni; norma sosial, prosedural, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan antara anggota kelompok. Norma prosedural menguraikan secara lebih terperinci bagaimana kelompok harus beroperasi. Dan norma tugas memusatkan perhatian bagaimana suatu tugas harus dilaksanakan.

Tentang perbedaan ekspektasi dari tiga jenis norma (sosial, prosedural, dan tugas), Daryanto (2014: 92) menjabarkan, sebagai berikut: TABEL 3 Perbedaan Ekspektasi Tiga Jenis Norma

Jenis Norma	Sosial	Prosedural	Tugas
Mengkritik ide, bukan orangnya	Memperkenalkan para anggota kelompok	Mengkritik ide, bukan orangnya	Mengkritik ide, bukan orangnya
Menceritakan gurauan yang lucu	Menceritakan gurauan yang lucu	Membuat agenda pertemuan	Mendukung gagasan yang terbaik
Menceritakan kebenaran yang tidak dapat dibantah	Menceritakan kebenaran yang tidak dapat dibantah	Duduk saling bertatap muka	Memiliki kepedulian untuk pemecahan persoalan
Jangan merokok (kalau dimungkinkan)	Jangan merokok (kalau dimungkinkan)	Memantapkan tujuan kelompok	Berbagai beban pekerjaan
Jangan datang terlambat	Jangan datang terlambat	Jangan meninggalkan pertemuan tanpa sebab	Jangan melaksanakan gagasan kita dalam kelompok
Tidak hadir tanpa alasan yang jelas	Tidak hadir tanpa alasan yang jelas	Jangan memonopoli percakapan	Jangan berkata kasar jika tidak setuju

Sumber : Daryanto (2014: 92) Dalam konteks kelompok formal dan cenderung didesain dari sebuah institusi atau organisasi, maka tekanannya adalah pada prosedur dan tugas. Kelompok-kelompok ini lazimnya dibentuk oleh organisasi tertentu untuk membantu kinerja struktur organisasi yang mengalami penurunan kinerja.

Penurunan kinerja bisa disebabkan rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia ataupun minimnya jumlah SDM, atau ada ketimpangan antara volume pekerjaan dengan SDM. Karena itu, sebuah organisasi mengambil inisiatif membentuk tim yang bisa diambil anggotanya dari luar (outsourcing) maupun dari dalam. Tugas tim (team) bisa hanya untuk mempersiapkan desain, data, atau materi untuk dijadikan bahan pekerjaan organisasi maupun untuk melaksanakan pekerjaan itu sendiri.

Suatu ketika tim bisa juga dikembangkan dari kelompok-kelompok yang ada ketika masing-masing kelompok mengetahui tujuan yang hendak dicapai oleh tim. Ini terjadi misalnya ketika Indonesia ingin membentuk tim kesebelasan nasional yang direkrut dari berbagai kelompok sepakbola. Masing-masing anggota mengetahui bahwa sifat tim hanya sementara untuk menjalani kejuaraan tertentu, setelah itu kembali ke kelompoknya masing-masing.

Dapat dimaknai di sini, ketika anggota kelompok masuk dalam tim maka disebut

kelompok sendiri, sementara ketika kembali ke kelompok semula masing-masing masuk dalam kelompok primer. Robert B Maddux (2009: 17) menyatakan sebuah tim yang efektif apabila semua anggota menjalankan peran khusus sesuai dengan bakat terbaik mereka.

Manakala sebuah tim menfokuskan diri pada pencapaian tujuan dengan kerja sama (team work) yang baik di dalam tim umumnya tim akan sukses. Di sisi yang lain, ketika anggota tim bermain secara individual, mereka biasanya gagal. Dalam dunia kerja, banyak pemimpin tidak memahami cara mengubah kelompok mereka menjadi tim yang produktif.

Hal ini mungkin disebabkan karena yang dihasilkan tidak bisa dinilai secepat atau sedramatis pada olahraga. Masalah dapat muncul tanpa diketahui dan tindakan perbaikan biasanya terlambat diambil. Dengan kata lain, kerja kelompok tergantung pada kesediaan masing-masing anggota untuk menutupi kelemahan masing-masing dan kesadaran untuk menahan diri agar tidak egosentrisme yang menimbulkan perilaku ingin menonjolkan diri (one man show).

Memang acap kali kualitas anggota tim tidak sama, karena tidak ada satu diagnosis awal yang bisa valid seratus persen. Kelemahan acap kali disembunyi kan oleh calon anggota tim dengan tujuan agar bisa masuk dalam tim. Kelemahan itu baru muncul dan diketahui manakala tim telah berjalan beberapa lama.

Salah seorang atau lebih biasanya merasa tidak sabar dengan ketimpangan tim dan cenderung mengambil alih peran yang dilakukan anggota lain. Maksud baik itu, untuk kesuksesan tim, acap kali menimbulkan perasaan tidak nyaman dan mendorong tindakan tindakan yang tidak produktif dan bahkan destruktif. Anggota tim yang merasa dipermalukan itu akan membuat supaya tujuan tim gagal.

Dan bila bertemu dengan orang yang bernasib sama bisa menggalang kelompok informal yang disebut "Barisan Sakit Hati" (BSH). Karena itu, manakala sebuah tim akan direkrut, manajer tim harus hati-hati, cer mat, dan teliti. Adapun kelompok yang terbentuk atas inisiatif dari sejumlah orang, biasanya lebih solid. Mereka bekerja atas keinginan dan kebutuhan untuk berbagi.

Karena itu bila ada perbedaan atau konflik biasanya lebih mudah diatasi, sebab mereka memiliki kesadaran untuk melakukan penyesuaian dan adaptasi. Sifat kekeluargaan dalam kelompok norma sosial ini membuat mereka mementingkan pendekatan musyawarah dan mufakat. Karakteristik komunikasi kelompok yang lain adalah di dalamnya terjadi pembagian peran sesuai dengan kesepakatan.

Ada individu yang berperan sebagai inisiator (stars), biasanya individu yang paling antusias, menganggap kelompok sebagai keluarga kedua, dan memandang penting hubungan (relations). Selanjutnya ada individu-individu yang berperan sebagai penghubung (liaison/bridge), biasanya mereka yang tidak suka atau tidak berani memimpin dan lebih senang kegiatan di luar. Dan ada individu-individu yang lebih senang diam, menyerahkan keputusan pada anggota lain, dan menjalani aktivitas kelompok ala kadarnya.

Model ini yang digolongkan sebagai pemencil (isolate). Bila orang luar ingin memanfaatkan kelompok untuk kepentingan pemasaran atau penerimaan suatu ide/produk, maka akan lebih efektif bila mendahulukan pendekatan terhadap individu yang tergolong stars, sebab dalam kelompok individu ini lebih memiliki pengaruh ketimbang yang lain.

Dengan demikian, bila kepalanya sudah terpegang, buntutnya akan mengikuti. Apalagi bila kelompok ini berada pada habitat sosial yang cenderung mengembangkan nilai-nilai tradisional, maka pemimpin akan menjadi rujukan bagi anggota. Pemimpin dalam kelompok tradisional masih menjadi model peniruan sikap dan perilaku. Pemimpin adalah pionir, sedangkan anggota adalah pengikut (follower).

Dalam tradisi pesantren misalnya, apa yang diperintah Kiai terhadap para santrinya sama dengan hukum yang harus dijalani. BAB 5 LEVEL KOMUNIKASI (2) A. KOMUNIKASI ORGANISASI 1. Fenomena Komunikasi dan Keorganisasian Mengapa komunikasi sebagai sebuah gejala kerap dihubungkan dengan gejala keorganisasian? Pertanyaan ini kerap dimunculkan oleh mereka yang " concerned " terhadap keduanya, karena sebagai praktisi komunikasi maupun praktisi organisasi dan ilmuwan yang melihat bahwa keduanya memiliki kaitan yang erat. Faktanya, masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi.

Boleh dikatakan, organisasi tanpa komunikasi ibarat sebuah mobil yang di dalamnya terdapat rangkaian alat-alat otomotif yang terpaksa tidak berfungsi karena tidak adanya aliran fungsi antara satu bagian dan bagian yang lain. Komunikasi merupakan sistem koneksi dalam aliran fungsi dalam organisasi, yang menghubungkan dan membangun kaitan kerja antarbagian organisasi sehingga menghasilkan sinergi (Panuju, 2001: 2).

Barry Cushway dan Derek Lodge (1999: 25) menggambarkan fungsi komunikasi dalam organisasi sebagai bentuk organisasi climate, yakni iklim organisasi yang menggambarkan suasana kerja organisasi atau sejumlah suasana batin dan sikap orang-orang yang bekerja di dalamnya. Komunikasi mempunyai andil dalam organisasi, juga

berdampak pada membangun budaya organisasi, yakni nilai dan kepercayaan yang menja di titik pusat organisasi.

Budaya organisasi dibangun berdasarkan kepercayaan dan nilai yang dipegang teguh secara mendalam tentang bagaimana organisasi seharusnya dijalankan atau beroperasi. Budaya merupakan sistem nilai dan akan memengaruhi bagaimana pekerjaan dilakukan dan cara pegawai berperilaku. Selanjutnya iklim organisasi itu akan memengaruhi efisiensi dan produktivitas.

Bukankah efisiensi dan produktivitas merupakan tujuan akhir (the end of the goal) dari suatu organisasi? Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain dan rangka 78 membentuk saling pengertian (mutual understanding). Dengan komunikasi ini kasi ranah acuan (frame of reference) dan kerangka pengalaman (field of experience) dapat dihomogenkan.

Bagi manajemen tugas utamanya akan dua hal di atas disebut proses induksi atau sering disebut juga sosialisasi. Homogenitas dalam acuan dan pengalaman mempermudah manajemen dalam mengendalikan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Itu sebabnya di kalangan militer para prajurit (apalagi yang baru) dilatih fisiknya secara bersama-sama, diperlakukan sama, berolahraga dengan nyanyian yang sama serta dengan nada yang sama pula.

Salah satu tujuan mengapa gathering kerap dilakukan di alam terbuka, tak lain supaya anggota organisasi dari pucuk pimpinan sampai bagian yang paling bawah samasama merasakan atmosfer yang sama. Sekali lagi, tujuan proses organisasi adalah menyamakan "frekuensi" terhadap tujuan organisasi sehingga tercipta saling pengertian di setiap lini.

Ketidakmengertian (misunderstanding) kerap kali menjadi sumber konflik karena ketidakmengertian merupakan rangsangan (stimulus) yang bisa membangkitkan prasangka (prejudice). Berbagai aksi unjuk rasa yang dilakukan karyawan tidak selalu disebabkan ketidakpuasannya terhadap gaji atau imbalan yang diterima, tetapi lebih banyak bersumber dari ketidakmengertian mereka terhadap keberadaan (eksistensi) organisasinya.

Demikianlah, tugas komunikasi adalah membuat mereka yang ada dalam organisasi maupun yang ada diluarnya saling mengenal satu sama lain. Khomsahrial Romli (2014: 2) membuat korelasi antara komunikasi dan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus pada manusiamanusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu.

Ilmu Komunikasi mempertanyakan ben tuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang digunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Bahan-bahan dari pertanyaan tersebut dijadikan sebagai bahan telaah. Dari sana dapat dirumuskan konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, dan lingkup organisasi, dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi dilaksanakan.

Gejala komunikasi dalam lingkup organisasi tidak hanya dalam konteks keorganisasian, namun di dalamnya terjadi bermacam-macam jenis komunikasi. Ketika seorang direktur memanggil manajer sumber daya manusia untuk membahas aksi demo karyawan yang baru saja dilakukan, di sana secara fisik terjadi komunikasi antarpribadi, yaitu antara direktur dan manajer SDM, namun ketika sang direktur mengingatkan bahwa 79 warganya tentang pentingnya langkah-langkah yang harus dilakukan demi menstabilkan situasi organisasi, maka sudah terjadi komunikasi organisasi.

Dan ketika membahas kelompok-kelompok yang aktif dalam demo tersebut, secara otomatis membahas komunikasi kelompok. Bagaimana mendefinisikan kelompok-kelompok ini supaya bisa diajak kerja sama. Karena itu Johnson Alvonsi (2014: 16) mengartikan komunikasi organisasi sebagai komunikasi yang terjadi di dalam organisasi, baik yang dilakukan antarindividu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok, baik yang formal maupun informal.

Arah yang terjadi bisa dari atas ke bawah, dari bawah ke atas, maupun antarlevel yang sama. 2. Unsur-unsur yang Menentukan Perilaku Komunikasi Organisasi Setiap organisasi memiliki karakteristik yang khas (spesifik), namun demikian tentu ada hal-hal yang sama, yakni dalam hal: 1. Suatu rumusan yang mendeskripsikan tujuan bersama.

Indonesia sebagai organisasi besar misalnya, mempunyai tujuan melindungi segenap tumpah darah Indonesia, menegakkan kehidupan bangsa dan seterusnya. Sebuah organisasi bisnis merumuskan tujuan bersamanya "meningkatkan pangsa pasar 60% dari produk sejenis." 2. Suatu struktur. Setiap organisasi membuat struktur organisasinya sesuai dengan gaya organisasi itu menjalankan tugas.

Ada yang menginginkan struktur kaya fungsi dan yang sebaliknya gemuk struktur miskin fungsi. Struktur organisasi akan menunjukkan alur instruksional, arus koordinasi, dan arus supervisi. Juga menjelaskan tugas pokok dan fungsi serta wewenangnya. Dalam hal ini ada struktur yang dibuat kaku seperti birokrasi dan ada yang fleksibel seperti di perbankan atau rumah makan.

Berdasarkan lalu lintas kewenangan, Max Weber (1964) membagi organisasi menjadi tiga, yaitu (1) organisasi tradisional. Wewenang ditentukan oleh kebiasaan, serta kepercayaan yang telah lama ada dan tidak perlu dipertanyakan; (2) organisasi karisma. Wewenang diambil dari mutu pribadi pemimpinnya; dan (3) organisasi birokrasi.

Wewenang didasarkan pada pengakuan atas aturanaturan dan prosedurprosedur (Panuju, 2001: 2425). 3. Proses untuk mengkoordinasikan kegiatan. 4. Orang-orang yang melaksanakan peran-peran yang berbeda. 5. Organisasi yang baik memiliki visi, misi, nilai, iklim organisasi, motivasi, norma-norma kelompok, dan sebagainya.

80 Unsur-unsur di atas sangat menentukan komunikasi yang terjadi dalam organisasi. Misalnya unsur tujuan bersama, komunikasi harus dilakukan secara terus-menerus dalam berbagai cara; mulai dari rapat formal, informal, kegiatan human interest, sampai dikonkretkan dalam jargon, bahasa, poster, dan sebagainya.

Demikian juga dengan struktur organisasi, organisasi yang strukturnya cenderung flat maka komunikasi lebih cocok dengan nonformal, sedangkan yang cenderung hierarki lebih cocok dengan cara-cara yang resmi. 3. Tujuan Komunikasi Organisasi Tujuan komunikasi organisasi tidak lain untuk membangun iklim komunikasi yang kondusif.

Iklim yang kondusif bila proses komunikasi dalam organisasi tidak mengalami hambatan atau sumbatan. Karena itu manajemen harus menjamin aliran komunikasi berjalan dengan baik. Di sebuah perusahaan yang baik, sudah diberlakukan prosedur operasi komunikasi yang distandarkan.

Misalnya, begitu masuk kantor pemimpin wajib menyapa bawahannya dengan tekanan yang tulus dan empati. "Selamat Pagi atau Assalamualaikum. Bagaimana kabarnya Pak Taryo? Sehat Pak? Gimana anaknya yang sakit? Apa sudah baik?...dst." Bentuk keterbukaan organisasi bisa diwujudkan pada survei yang dilakukan oleh bagian Humas untuk mendeteksi suasana kebatinan di bawah.

Humas bisa menyediakan kotak saran untuk menampung sumbang saran dari bawah. Jika perlu untuk menggalang partisipasi organisasi menyelenggarakan lomba sumbang saran terbaik dengan hadiah yang pantas. Semua keterbukaan itu untuk membangun suasana atau iklim organisasi.

Sebaliknya, suatu organisasi yang menutup diri dari aspirasi atau masukkan anggotanya, suatu ketika akan menimbulkan ketidakpuasan di kalangan anggotanya. Ujung dari ketersumbatan komunikasi melahirkan desas-desus, rumor, yang bila

dimanfaatkan pihak tertentu bisa menjadi unjuk rasa. Inti dari iklim organisasi itu adalah terciptanya organisasi yang sehat. Iklim organisasi yang kondusif meliputi: 1.

Adanya dukungan (support) dari semua lini terhadap program dan cara yang dilakukan manajemen dalam meningkatkan kinerja organisasi. Indikasi dukungan dapat diukur dari keikutsertaan mereka dalam acara-acara yang diselenggarakan oleh organisasi. Bila tingkat partisipasinya rendah, itu suatu pertanda anggota sudah mulai kehilangan kepercayaan (distrust).

Bila partisipasinya di titik nadir (sangat rendah), itu tandatanda anggota organisasi mulai apatis. 2. Manajemen mengikutsertakan anggota organisasi dalam proses pengambilan keputusan. 3. Adanya kejujuran, percaya diri, dan keandalan. 4. Di semua lini ada keterbukaan dan ketulusan. 5. Di semua lini berorientasi dan bergairah meningkatkan kinerja yang tinggi.

Komunikasi organisasi yang tepat dapat menimbulkan organisasi yang sehat dan sebaliknya organisasi yang sehat mampu menciptakan komunikasi organisasi yang sehat pula. Richard Beckhard (1997: 393) menyebutkan karakteristik organisasi yang sehat, sebagai berikut: 1. Mendefinisikan (membatasi) dirinya sebagai sistem. Organisasi didesain berdasarkan norma-norma yang jelas, baik mengenai aturan tugas, wewenang, fungsi, maupun keberadaan struktur organisasi.

Sistem ini harus dijamin berlaku untuk siapa pun dalam organisasi. Namun, yang terjadi acap kali norma-norma yang semula dimaksudkan sebagai sistem, justru dilanggar sendiri oleh si pembuat sistem. Karena itu manajer haruslah bertanggung jawab terhadap apa yang sudah ditetapkan.

Acapkali manajemen tidak tahan ujian atau godaan untuk mengubah sistem karena kepentingan-kepentingan tertentu. 2. Mempunyai sistem pengendalian yang kuat untuk menerima informasi terbaru. Manajemen mesti memiliki kepekaan terhadap perkembangan baru di luar yang sangat berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

Sebab bila tidak menyesuaikan diri dengan perkembangan yang up to date, organisasi akan digilas dalam persaingan. 3. Mempunyai rasa tujuan yang kuat. Rasa berarti sudah masuk ke dalam aliran darah, tidak hanya sekadar berhenti di pikiran. 4. Berorientasi pada "model" mengikuti fungsi. 5. Menggunakan manajemen tim sebagai mode yang dominan. Harus dicatat, dalam pembentukan tim harus dengan prinsip objektifitas dan profesionalitas.

Bila penyusunan tim hanya untuk memperjuangkan kepentingan individu (manajer)

dan kriterianya sub jektif —hanya berda sarkan prinsip like or dislike maka tim justru akan menghancurkan kinerja struktur yang formal. 6. Menghormati pelayanan konsumen atau user. 7. Manajemen digerakkan oleh informasi. 8. Keputusan dibuat di tingkat yang paling dekat dengan pelanggan atau user. 9. Mempertahankan komunikasi yang relatif terbuka di seluruh sistem. 82 10.

Para manajer dan tim kerja dinilai dari kinerja dan kemampuan yang dihasilkan. 11. Organisasi beroperasi berdasarkan mode pembelajaran. 12. Toleransi yang tinggi dalam hal hal yang berbeda, tetapi menghargai inovasi dan kreativitas. 13. Memperhatikan kesejahteraan dan tuntutan keluarga. 14. Mempunyai agenda sosial yang eksplisit. 15. Memberi perhatian pada pekerjaan yang efisien.

Berikut ilustrasi dampak dari organisasi dan pribadi yang tidak menantisipasi “zaman now” (era baru yang sarat dengan teknologi tinggi), yang berkaitan dengan butir (2) karakteristik organisasi yang sehat: Turbulensi “Zaman Now” Oleh Redi Panuju Dosen Fikom Unitomo Jean Baudrillard (1929-2007), seorang Filsuf Kontemporer asal Perancis pernah membuat pernyataan yang mengejutkan, bahwa kini semua yang ada telah menjadi simulasi (all that is real becomes simulation).

Kini pernyataan tersebut sudah tidak mengejutkan lagi karena telah menjadi kenyataan. Dengan kata lain, terjadi transformasi tentang apa yang disebut realitas. Objek empiris yang menjadi tanda realitas di era strukturalisme tidak lagi sebagai realitas. Yang dipercaya sebagai realitas adalah simulasinya. Kata lainnya, objek yang dianggap valid sebagai kenyataan adalah representasinya. Bukan realitas yang sesungguhnya.

Karena itu konsepsi Baudrillard itu sering disebut sebagai hiper realitas (hyper reality). Orang disebut kaya bukan dari tumpukan uang kertas yang ada di meja makan, namun dari angka-angka yang direcord dalam akun bank. Sebuah produk dianggap bagus bukan berdasarkan manfaat dari substansinya, tetapi dilihat dari simulasinya melalui iklan-iklan di media.

Akhirnya, orang dianggap pandai bukan diukur dari karya yang nyata, melainkan dari ijazah dan atau sertifikat-sertifikat yang dimiliki. Image (citra) menjadi domain dari segala sesuatu. Jadi, realitas adalah apa yang dikesankan orang lain, bukan apa yang ditunjukkan oleh dirinya sendiri. Itulah karakteristik kehidupan yang menyertai “zaman now”, zaman yang ditandai reproduksi tanda simbol yang berlipat ganda melampaui realitasnya.

Bahkan pada akhirnya orang meninggalkan realitas empiris untuk masuk ke dalam realitas semu, sebab realitas semu itulah yang diyakini sebagai sebuah kebenaran.

Dahulu, bila orang hendak punya hajat mengawinkan anak, bersu - sah payah me ng antar undangan resepsi ke handai tolan langsung ke alamatnya. Komunikasi tatap muka dianggap sebuah keharusan etis. Sekarang, mengirim 83 undangan cukup melalui WA. Demikian juga ketika Idul Fitri.

Orang sibuk men - cari kartu lebaran yang bagus, kemudian dikirim lewat pos jauh sebelum hari H. Lewat kartu lebaran itulah masyarakat bermaaf-maafan melalui media kartu. Kini itu sudah tidak berlaku lagi. Kantor pos sudah tidak penting. Kantor posnya sudah pindah ke gadget di tangan setiap orang. Cukup dengan SMS, orang me- rasa sudah mewakili ucapan maaf tersebut.

Di era **teknologi informasi dan komunikasi**, pola interaksi dan bahkan pola sistem berubah sangat radikal. Dahulu, teknologi di cip ta kan untuk membantu hidup manusia lebih mudah dalam menggapai tujuannya, kini teknologi disadari atau tidak disadari te lah berbalik mengendalikan hidup manusia, menyusun agenda, dan menciptakan ketergantungan yang luar biasa. Itulah awal mula terjadinya turbulensi (kegoncangan) dalam kehidupan manusia.

Marsall Mc Luhan (1911-1980) dari Toronto University Kanada menya takan bahwa ketika tek nologi memperbudak manusia tanpa disadari mengakibatkan hancurnya tra disi, rusaknya kebudayaan, dan de humanisasi mengemuka di mana-mana. Joseph R. Dominick (1996) dari University of Illinois menggambarkan rusaknya struktur dalam masyarakat dilihat dari model interaksi sosialnya.

Dominick melihat media berbasis teknologi itu menyebabkan terjadi parasocial rela ti on ship. Interaksi antarmanusia didominasi melalui media jauh melampaui interaksi sesama. Akibatnya orang menjadi lebih menge nal **apa yang ada di** me- dia ketimbang orang di sekitarnya.

Isu isu besar yang mengalir di media lebih dikenalnya ketimbang **apa yang terjadi pada** tetangganya. Dan akhirnya orang lebih memandang penting **apa yang ada di dalam** gadgetnya ketimbang orang yang duduk di sebelahnya. Perhatikan gejala ini: sebuah keluarga yang sedang makan bersama.

Mereka tidak menggunakan waktu ber har ganya itu untuk bin - cang-bincang, tetapi masing-masing asyik berin **teraksi dengan orang lain** me- lalui HP yang ada di genggamannya. Rumah fisik menjadi tidak penting, karena diganti dengan rumah cyber, rumah digital, dan istilah lainnya yang kemudian disebut rumah server. Banyak orang yang tergoncang-goncang karena harga server ternyata bisa lebih mahal ketimbang rumah tempat tinggal. Lalu banyak orang yang enggan membe likan- nya.

Ketika kita tak mau bermigrasi dari rumah semen ke rumah server, siap-siaplah untuk hidup di rumah simulasi. Siap-siaplah untuk ditinggal peradaban. Perubahan radikal yang disertai turbulensi terjadi juga dalam kehidupan bernegara. Semua layanan administrasi publik dirancang serba online. Tujuan - nya untuk menghindari korupsi.

Komunikasi langsung antar manusia (interpersonal communication) yang dahulu dianggap mulia (sopan, dan menghargai sesama), kini dicurigai sebagai kejahatan. Maka, transaksi didesain tanpa melibatkan manusia. Mulai membayar pajak, bayar tol, blended learning, mengurus Akreditasi Perguruan Tinggi, Mengurus Kepangkatan, mengundang rapat, dan sebagainya...

semua cukup melalui komunikasi digital. Dalam beberapa hal terjadi turbulensi karena Negara membebankan pe - nyiapan datanya kepada rakyat. Data-data (dokumen Negara) yang diproduksi sendiri oleh dibebankan kepada rakyat untuk mengunggahnya. Rakyat menjadi resah, karena dokumen-dokumen itu belum tentu ada. Belum lagi waktu yang disita Negara untuk mengurus beban teknologi itu relatif banyak.

Dalam satu instansi kadang membutuhkan upload data berkali-kali terhadap dokumen yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa sistem berteknologi ini tidak berdasarkan prinsip efisiensi, tetapi lebih berdasarkan proyek. Padahal, sekali lagi dokumen itu yang memproduksi ya Negara sendiri.

Di setiap dokumen tersebut pasti ada tulisan di samping ditujukan kepada yang menerima juga "arsip". Kelak, ini akan menjadi masalah pidana, sebab Negara atau instansi tersebut telah merusak atau menghilangkan dokumen Negara. Menurut UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, barangsiapa yang menghilangkan dan/ atau merusak dokumen tasi Negara dapat dikenakan sanksi pidana.

Sebetulnya Negara bisa mentransferkan dokumen berdasarkan arsip yang ada. Mengapa tidak dilakukan? Itu karena dengan turbulensi di masyarakat, Negara punya alasan untuk mengontrol, membina, mensupervisi, mengendalikan dan sejenisnya....yang semua itu merupakan karakteristik birokrasi di zaman Orde Baru. Nyatanya, sekarang justru lebih turbulensi di bandingkan zaman Orde Baru.

Kalau begitu, apa bedanya Orde Baru dengan Orde Now. Hanya bajunya yang berganti.....dahulu dengan nilai tradisi, kini dengan teknologi. ?? 4. Model Kepemimpinan Manipulatif dalam Komunikasi Organisasi Dalam sejarah keorganisasian,

tumbuh dua model besar berdasarkan kepemimpinan yang ada. Pertama, model otoriter dan model demo kras. Model otoriter banyak dijelaskan akibat struktur organisasi yang mengadopsi teori Max Weber tentang organisasi birokrasi.

Organisasi ibarat sebuah mesin harus didesain dengan sangat ketat, baik strukturnya maupun fungsinya. Secara struktur organisasi didesain dalam bentuk hierarkis, yang merepresentasikan perbedaan kewenangan antara satu level dan level yang lain. Dalam setiap level selangit memperlihatkan hak-hak dan fasilitas yang diperoleh.

Makin ke atas level yang ditempati seseorang, makin besar kewenangan yang dimiliki dan makin besar hak-hak yang diperoleh. Pada level atas bertugas merumuskan norma-norma dan sistem yang kemudian menjadi rangkaian tugas pokok dan fungsi. Pada level tengah bertugas mengalirkan tujuan-tujuan organisasi ke tingkat bawahnya dan di bagian bawah inilah implementasi tujuan-tujuan organisasi dicurahkan.

Kelebihan model mesin adalah organisasi diharapkan berjalan efektif, karena masing-masing bagian sudah memiliki tugas yang ketat. Namun demikian kelemahan juga di sana, bila penangan tugas berhalangan, organisasi menjadi macet. Sebaliknyanya, bila salah satu bagian mengalami kerusakan sangat memungkinkan membuat seluruh bagian tidak berfungsi, sebab bagian yang lain tidak bisa serta-merta menggantikan tugas bagian yang lain. Oleh karena itu dalam mesin tidak bisa mengganti fungsi bagian.

Kelebihan yang lain, output organisasi bisa terukur dengan baik dengan satuan-satuan kinerja yang dirumuskan. Namun di sana pula kelemahan terdapat. Dalam dimensi komunikasi kasusnya arus pesan komunikasi cenderung bersifat formal, kaku, dan tidak menyentuh aspek kemanusiaan (humanistic). Pimpinan tidak memiliki fungsi motivasi ke bawahnya.

Model mesin ala Max Weber mungkin memang hanya cocok diberlakukan dalam organisasi birokrasi, dengan tujuan agar organisasi berjalan secara objektif, meritokratis (bagian tertentu hanya bisa ditempati oleh individu yang memiliki spesifikasi kompetensi tertentu), dan menghindari subjektivitas. Dan bisa juga diberlakukan pada organisasi yang tuntutan kerjanya bersifat numerik, seperti buruh di Pabrik rokok yang ditarget setiap hari harus menyelesaikan sekian batang rokok.

Bagaimana dengan organisasi yang lebih menuntut dimensi kualitatif seperti di lembaga pendidikan, lembaga agama, dan lain-lain? Tentu saja model-model mesin masih banyak diterapkan di berbagai lembaga pendidikan, misalnya pesantren. Pada pesantren tradisional, pusat komando masih dipegang oleh puncak pimpinan lembaga, khususnya

yang dilebeling sebagai Kiai.

Santri sebagai anggota organisasi harus mengikuti apa yang diperintahkan Kiai, sebab apa yang dikatakan Kiai sama dengan hukum. Di sana ada mekanisme ganjaran dan hukuman. Namun, kelemahannya komunikasi organisasi dalam kepemimpinan seperti ini menutup tumbuhnya kreativitas berpikir sesuai dengan potensi intelektualitas individu.

Kepatuhan terhadap etik mengalahkan potensi kreatif. Sama juga ketika pendidikan tinggi didesain seperti itu, maka kinerja seorang pengajar (dosen) hanya dilihat dari kepatuhannya masuk kerja (yang diperiksa dari mesin finger print).

Dalam konteks ini, dosen-dosen yang memiliki gairah keilmuan (misalnya menulis buku, menulis di jurnal, dan kegiatan ilmiah) termarginalisasi oleh sistem dalam organisasi tersebut. Alternatif yang diharapkan dalam organisasi yang outcome-nya cenderung kualitatif adalah menggunakan kepemimpinan yang bersifat demokratis. Pemimpin bertugas menangkap aspirasi atau artikulasi kepentingan yang selanjutnya dirumuskan dalam formulasi kebijakan.

Model kepemimpinan demokratis cenderung memotivasi bawahan untuk berkarya sesuai dengan potensi yang dimiliki. Distorsi yang kerap kali terjadi adalah dalam bentuk komunikasi organisasi yang bersifat manipulatif. Pimpinan tampil seolah-olah demokratis, tetapi sebetulnya hanya kulitnya saja, sekadar sebagai bunga bibir member harapan palsu.

Pada hal semua desain keputusan diambil berdasarkan ambisi pribadi alias one man show. Di hadapan khalayak selalu bilang sistem. Semua pekerja harus bekerja secara sistem atau berdasarkan sistem, namun dia sendiri yang sering melanggar sistem. Sering membuat keputusan yang belum diatur dalam sistem atau bahkan acap kali bertentangan dengan sistem yang ada. B.

KOMUNIKASI PUBLIK (PUBLICCOMMUNICATION) Komunikasi publik adalah **penyampaian pesan** yang dilakukakan kepada orang banyak (public). Isi pesan bisa berupa informasi, fakta, data, atau lainnya yang tujuannya untuk memengaruhi publik untuk suatu urusan yang menyangkut kepentingan umum. Menurut Harsono Sudjana (2002), komunikasi publik bisa siapa saja, yang dibicarakan juga bisa berbagai macam (politik, sosial, ekonomi, budaya, dan lainlain), yang akhirnya akan melahirkan kebijakan tertentu.

Meskipun komunikatornya bisa siapa saja, namun bila menginginkan komunikasinya

efektif lebih ideal bila dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan keterampilan dalam menyusun pesan dan **berbicara di muka umum** (public speaking). Mereka itu misalnya: juru kampanye, penyuluh, penyiar, reporter, MC, PRO (public relations officer), dan lain-lain.

Orang-orang yang memiliki performa fisik ideal, wajah tampan, dan berkuasa biasanya menarik perhatian publik. Juga orang-orang yang dikenal luas di masyarakat (public figure) seperti pejabat atau artis memiliki magnitudo yang tinggi. Masyarakat kita acap kali memperhatikan komunikasi bukan dari "apa yang dikatakan" tetapi "siapa yang mengatakan."

Komunikasi publik **dapat dilakukan secara langsung maupun** pun dengan menggunakan media. Media digunakan sebagai sarana komunikasi agar bisa menjangkau publik yang lebih luas. Komunikasi publik yang dilakukan secara langsung, contohnya pidato yang dilakukan oleh seorang kandidat di hadapan konstituennya dalam rangka persuasi (memengaruhi) agar memilihnya saat pesta demokrasi berlangsung.

Pada awalnya, studi tentang komunikasi publik memang terbatas pada public speaking tersebut yang dikenal dengan ilmu Retorika. 87 Sarana komunikasi publik yang sering digunakan adalah; media massa, orasi pada rapat umum, aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, email, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk (<http://www.romelteamedia.com/2014/06/komunikasi-publik-pengertian-dan-ruang.html>) Pada situasi yang normal, tujuan komunikasi publik dapat dibedakan antara apa yang dilakukan pimpinan dan bawahan.

Bagi pimpinan, berbicara di hadapan bawahan dalam rangka meningkatkan kohesivitas, loyalitas, dan capaian kinerja yang tinggi. Bisa juga dalam rangka sosialisasi atas kebijakan-kebijakan baru yang harus dilaksanakan anggota publik pada kurun waktu tertentu. Adapun bagi bawahan, komunikasi publik bisa dalam rangka menggalang dukungan (support) terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil pimpinan atau sebaliknya menggalang penolakan dan tuntutan (demands). C. KOMUNIKASI PUBLIK DAN OPINI PUBLIK Komunikasi publik banyak digunakan dalam kerangka politik.

Terutama dalam menggalang dukungan publik untuk kepentingan pesta demokrasi (misalnya Pemilihan umum, pilpres, maupun Pilkada). Nurudin (2017: 89) menyatakan bila kita kesulitan memahami komunikasi publik, perhatikan saja saat kampanye pemilihan umum. Seorang kandidat biasanya berpidato di muka masyarakat untuk memilihnya (persuasif).

Itulah yang disebut komunikasi publik, yang juga sering disebut komunikasi pidato,

komunikasi retorika, public speaking, ataupun komunikasi khalayak. Namun, pidato hanyalah salah satu cara saja dalam komunikasi publik. Dalam rangka meyakinkan masyarakat banyak hal dilakukan sebelum maupun sesudah pidato. Sebelum melakukan pidato sudah barang tentu seseorang mengumpulkan bahan-bahan yang relevan untuk isi pidatonya, memilih leksi-kalimat yang menarik dan penting bagi masyarakat, selanjutnya dirumuskan pilihan kata atau bahasanya.

Ada pun sesudah pidato diupayakan supaya memiliki efek disisi (pendengarannya melalui media massa maupun media lainnya). Sebagai contoh Pidato ketua Partai Gerindra Prabowo Subianto yang menyebut Indonesia akan bubar pada tahun 2030 bila kita memandang remeh soal penguasaan aset oleh asing, kesenjangan ekonomi, dan kemiskinan (<http://www.tribunnews.com/nasional/2018/03/25/banyakkontrapi-daprabowoiindonesiabubar2030titokarnaviangatotnurmantyo-tang-gapipositif>).

Pidato tersebut menimbulkan prokontra baik di media massa cetak, radio, televisi, maupun media sosial. Tentu tim pendukung Prabowo sudah siap dengan konsep-konsep, argumentasi, dan fakta-fakta untuk menanggapi polemik di ruang publik tersebut. Dalam komunikasi publik dalam konteks politik yang ditandingkan bukan menang atau kalah berdebat, tetapi bagaimana masyarakat menjadi percaya dan mendukung.

Dukungan tersebut bisa diukur melalui opini publik yang terbentuk. Karena itu, opini publiklah yang diolah agar menjadi dasar muara popularitas menjadi elektabilitas. Buat apa populer tetapi tidak dipilih rakyat. Dalam menggali opini publik, komunikasi publik harus didukung dengan komunikasi massa dan komunikasi siber.

Opini Publik dan Media Massa Selama ini terdapat hipotesis yang sulit dipatahkan, bahwa semakin subur kultur politik demokratis di suatu negara, maka semakin tinggi asupan opini publik dibutuhkan masyarakat. Mengapa? Pertama, sistem demokrasi membutuhkan masukan sebagai input dalam menentukan sikap kebijaksanaan. Kebijakan inilah yang kelak menjadi sumber legitimasi politik.

Sikap kebijaksanaan merupakan outcome (yang mempunyai nilai, bobot, dan numerik tertentu) yang menentukan kepada siapa sebuah mandat diberikan untuk mengelola kekuasaan politik. Kedua, dalam masyarakat yang sistem demokrasinya tidak mutlak mengadopsi sistem demokrasi liberal, numerik sebagai konversi suatu dukungan mungkin tidak selalu menentukan legitimasi, sebab legitimasi diambil alih oleh suatu representasi elite masyarakat.

Dengan pelbagai cara elite masyarakat ini mencitrakan diri sebagai sebuah kekuatan

yang memiliki moral baik, kapabel, dan feasible menjalankan aspirasi masyarakat. Bahkan menciptakan kesan merekalah yang di ang gap pa ling layak melakukan fungsi artikulasi kepentingan serta agre gasi dan kemudian mengkonversinya menjadi keputusan ke pu tusan. Pada kon teks inilah opini publik mengalir dari atas ke bawah. Merekalah yang dominan membentuk opini publik dengan "teknologi" rekayasa so sial nya.

Opini publik dibu tuh kan bagi elite politik ini untuk menjus tifikasi rumusan ru mus an yang telah dan akan dibuatnya. Ketiga, dalam masyarakat yang sistem demokrasinya me ning galkan representasi (perwakilan), opini publik diben tuk oleh media massa (dan bersinergi dengan media sosial). Par tisi pasi politik mutlak ada di tangan in dividuindi vidu masya rakat, karena itu penguatan opini publik juga me nginduksi hingga ke tingkat individu.

Dalam fenomena demokrasi lang sung ini, peran media dalam mendefinisikan isuisu strategis dan me ng a rahkan ke arah mana partisipasi diberikan, menjadi sangat pen 89 ting. Berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan akibat pola pembentuk an opini publik oleh media massa tersebut minimal ada dua: Pertama, ketika media massa mampu bersikap netral ter hadap isu isu publik, maka sangat membentuk masyarakat berpikir kritis dalam mengambil keputusan.

Masyarakat akan mendapatkan informasi yang objektif dan berimbang, sehing ga mampu melakukan evaluasi secara kritis terhadap isuisu tersebut, dan menentukan pilihan politiknya ber dasarkan ke mam puan menyerap informasi dari media. Keadaan seperti ini sesungguhnya yang sangat diharapkan dalam ma syarakat de mo kratis, media mampu berposisi sebagai penye im bang, pe nengah, jem batan (mediasi) antara kepen tingan politik dan kepentingan rakyat.

Kedua, ketika media massa cenderung berpihak pada go longan ter tentu saja, maka media menjadi bersifat partisan, informasi yang di sampaikan menjadi tidak seimbang. Kerap justru berisi stigma terhadap pihak lawan dan informasi ti dak lagi berdasarkan fakta, namun sudah cenderung penuh pra sangka. Pada momen Pilpres 2014 di mana para pemilik media masuk dalam kumparan dukungmendukung pasangan Ca pres, maka media pun menjadi terbelah secara ekstrem.

Dalam situasi seperti itu, media tidak lagi berfungsi sebagai re flektif bagi masyarakat, sebab informasi yang diproduksi su dah tidak lagi berdasarkan fakta yang dominan, melainkan ber dasarkan pertimbangan menguntungkan atau tidak bagi ke partisannya. Buku ini sesungguhnya sarat dengan persoalanpersoalan bagai mana media membentuk opini publik dan dilanjutkan bagaimana opini publik menentukan tingkah

laku kebijakan publik.

Selanjutnya berdasar kan temuan temuannya di masa lalu, saya mengelaborasi persoalan persoalan yang melingkupi tiga kata kunci pokok (key word), yakni Partisipasi Masyarakat, Stabilitas Politik, dan Demokratis. Tiga kata kunci yang berat untuk dikupas secara mendalam dalam satu buku saja, sebab bahasan seperti itu dalam ranah akademik sudah sangat banyak dari teks yang diproduksi, sudah sangat bervariasi dari aspek perspektifnya (sudut pandang), dan sudah sangat kompleks permasalahannya sehingga terkesan menjadi absurd.

Sebagai pengantar untuk buku ini saya coba sajikan beberapa kerangka pikir untuk lebih mendekatkan apa yang di kaji oleh penulis buku ini dengan lingkup yang luas di luar sana. Saya coba meninjau dari aspek yang fungsional saja, sehingga tiga kata kunci tersebut direduksi sebagai penyederhanaan yang baik. Pengertian Partisipasi Masyarakat (social participation) oleh Daniel 90 Lerner dalam bukunya *The Passing Traditional Society* digunakan untuk menjelaskan keikutsertaan masyarakat dalam program-program pembangunan, yakni dalam konteks bergesernya masyarakat dari tradisional menjadi modern.

Teori yang dikemukakan oleh Lerner sering disebut "Teori Literasi". Ditemukan fakta bahwa masyarakat yang partisipasi sosialnya tinggi (dalam program-program pembangunan) antara lain akibat terpapar informasi oleh media massa. Melalui informasi yang di tangkap, masyarakat menyusun pengetahuan untuk merespons segala sesuatu.

Lerner menemukan bukti bahwa masyarakat yang mobilitas literasi informasi nya tinggi lebih mampu membayangkan pekerjaan orang lain (empati). Misalnya mampu menjawab dengan baik ketika di tanya "seandainya saudara menjadi Lurah, apa yang akan dilakukan", maka dapat menjawab dengan rinci rencanarencana apa yang akan dilakukan. Dalam bahasa masyarakatnya barang kali memiliki "visi ke depan".

Mereka bisa merinci akan membuat infrastruktur sosial seperti jalan, pasar, listrik, jaringan air minum, dan sebagainya. Adapun yang kurang memiliki empati, tidak bisa menjawab dengan rinci, malah ada yang menjawab "boroboro jadi lurah, jadi ketua RT saja saya tidak mampu!". Apa yang ditemukan Lerner itu seolah menempatkan media massa sebagai pengkonstruksi sosial. Media massa yang mendorong masyarakat meningkatkan partisipasinya.

Media massa memberi tempat untuk meningkatkan wawasan, pandangan, dan komparasi (membandingkan) dengan dunia luar. Apakah skema perubahan sosial

seperti yang digambarkan Ler ner masih berlaku? Apakah benar media massa mem beri kontribusi yang besar dalam mengkontruksikan partisipasi ma syarakat? Banyak penelitian yang menemukan bukti bahwa me dia massa mulai diragukan peranan sentralnya.

Memang, me dia massa memberi andil dalam kapasitas intelektual, tetapi ti dak menentukan arah partisipasi. Partisipasi masyarakat ter nyata lebih banyak ditentukan oleh keberadaannya dalam ja ringan sosial. Dalam konteks ini, peran pe mimpin nonfor mal (nonformal leader) lebih mengemuka, disusul de ngan pe muka pendapat seperti Kiai, Ustaz/Ustazah, LSM, Parpol, bi rokrasi, dan sebagainya. Karena itu, mari kita diskusikan ke mungkinan skenario partisipasi tersebut. Demikian juga tentang stabilitas politik.

Stabilitas politik yang diing inkan oleh pemangku jabatan dengan rakyat biasa sering berbeda. Hal tersebut disebabkan latar belakang kepen tingan yang berbeda. Bagi pe mangku jabatan, stabilitas sa ngat mungkin diartikan sebagai keadaan yang aman, tanpa per be daan, apalagi konflik. Alasannya dengan stabi 91 litas seperti itu, pemerintah memiliki kesempatan yang lebih luas untuk me la kukan pembangunan, sehingga masyarakat bisa sejah te ra.

Ki ta bisa mengambil hikmah atas sejarah sepanjang peme rin tahan Orba, sta bi litas diletakkan sebagai asas yang paling uta ma dalam konsep "trilogi pembangunan", yakni: sta bi litas po litik, pertumbuhan ekonomi, dan pe merataan pem ba ngun an. Untuk mewujudkan visi pembangunan seperti itu, peme rintah Orba perlahan-lahan menggunakan pendekatan ke aman an (security ap proach).

Keamanan memang tercapai da lam waktu yang singkat, te tapi ada implikasi atau akses so sial yang harus dibayar mahal. Akibat pende katan keaman an ini, masyarakat ditempatkan sebagai objek yang terusme ne rus dicurigai. Intel masuk kampus, penyebar agama ha rus melaporkan bahannya ke Koramil terdekat sebelum mem be rikannya kepada umat, organisasi tidak dibolehkan meng gunakan asas lain selain asas Pancasila. Infrastruktur po litik dibentuk dari pusat kekuasaan di Jakarta sampai ke desa desa.

Di Pusat namanya Bakortanas, di daerah nama nya Bakor ta nasda sampai ke desa menjadi Babinsa. Begitu pa ra- noide-nya dengan angan stabilitas mekanistik itu, sam pai perbedaan pen dapat menjadi tabu. Bila perbedaan penda pat sudah me nyentuh ideologi, langsung berhadapan dengan litsus (pene li tian khusus), hasil nya bisa mendapat stempel hitam (stig ma) berupa makar, subversif, ti dak bersih lingkung an, dan seba gai nya.

Implikasinya: stabilitas tercapai tetapi kebebasan (terutama ekspresi pendapat dan berserikat berkumpul) terbungkam. Ahli politik dari luar negeri menyatakan sepanjang Orde Baru merupakan massa pemerintahan yang otoritarian, sentralistik, dan koersif. Karena itu, pun cakupan sebagian rakyat sudah mencapai fase kemukaannya, sehingga bersama-sama dengan mahasiswa (atau bisa juga dibalik: mahasiswa bersama-sama dengan masyarakat) menumbangkan regim Soeharto pada akhir tahun 1998.

Stabilitas yang kita inginkan adalah stabilitas yang dinamis, artinya kesatuan dan persatuan bangsa tetap terajut dalam semangat “meski berbeda-beda tetap satu” (Bhinneka Tunggal Ika). Perbedaan bukanlah variabel ancaman. Bahkan dalam bahasa agama, sering kali diyakini bahwa perbedaan adalah berkah. Dengan perbedaan justru dimungkinkan satu sama lain saling mengisi kekurangan. Bahwa perbedaan yang fungsional adalah ada dalam jalinan perbedaan.

Kuncinya adalah bagaimana perbedaan itu dapat disinergikan. Yang paling sulit adalah mencari konsep “demokrasi” yang ideal. Kita pernah mengalami masa-masa sulit di zaman Orde Baru dengan model 92 demokrasi terpimpin, hasilnya polarisasi dan perpecahan menjadi-jadi. Kita pernah mengenal dan menjalani demokrasi representasi (perwakilan) selama bertahun-tahun, tetapi hasilnya mengecewakan, tidak menelorkan pemimpin yang berkualitas.

Kemudian di masa reformasi, kita memutuskan beralih ke demokrasi langsung dengan harapan aspirasi rakyat terwadahi dalam lembaga-lembaga politik, tetapi hasilnya lebih mengecewakan; korupsi merajalela —di pusat maupun di daerah. 2. Membangun Budaya Politik Konsep tentang budaya politik diperkenalkan oleh Gabriel A Almond untuk mengidentifikasi orientasi dari tingkah laku politik masyarakat.

Almond bersama Verba yang menulis buku The Civic Culture (1963) itu mengatakan bahwa masyarakat mengidentifikasikan dirinya terhadap simbol-simbol dan lembaga-lembaga kenegaraan berdasarkan orientasi yang dimilikinya. Dengan orientasi itu pula anggota-anggota masyarakat menilai dan mempertanyakan tempat dan peranan mereka di dalam sistem politik (Syamsuddin, 1989: 30) Dalam budaya politik, menurut Almond ada tiga komponen dalam pandangan seorang individu terhadap objek politik, yakni: (1) komponen kognitif; (2) komponen afektif; dan (3) komponen evaluatif. Komponen kognitif berhubungan dengan pengetahuan seseorang terhadap objek politik.

Komponen afektif berhubungan dengan perasaan tertentu terhadap objek,

sedangkan komponen evaluatif berhubungan dengan penilaian terhadap objek berdasarkan norma-norma yang dianut. Almond mencatat aspek lain yang menentukan orientasi politik seseorang, yakni hal-hal yang berkaitan dengan "rasa percaya" (trust) dan permusuhan (Syamsuddin, 1989: 30). Apa pun muatan budaya politik, bentuk, intensitas, maupun kemasannya, sangat erat kaitannya dengan pengalaman komunikasi politik yang diterimanya.

Eksresi budaya politik ditentukan oleh interaksinya dengan praktik-praktik politik lingkungannya. Budaya politik merupakan sikap yang bertujuan, yang terbentuk sesuai dengan medan pengalaman (field of experiences) dan kerangka acuan (frame of references) yang dimilikinya.

Dewasa ini ketika saluran komunikasi (terutama komunikasi massa) telah berkembang secara pesat, tak khayal lagi orientasi politik warga negara sangat tergantung pada peranan komunikasi massa. Bukan saja media massa mengarahkan orientasi, menguatkan kecenderungan, dan memobilisasi, tetapi juga menyebabkan warga negara bebas menentukan pilihannya.

Ragam media massa dalam menyampaikan informasi serta kemampuan media massa dalam merumuskan hal-hal yang dianggap penting oleh masyarakat, membuat masyarakat mempunyai perspektif yang plural dalam memahami realitas politik. Media massa memberi kecenderungan warga negara dalam menentukan keberpihakannya (Panuju, 2009: 52). Tak dapat diragukan lagi, media massa merupakan faktor yang sangat dominan dalam menentukan partisipasi massa dalam kegiatan politik.

Media massa juga melansir secara lebih cepat dan meluas, sehingga perannya dalam sosialisasi dan mobilisasi acap kali melampaui kemampuan institusi sosial lainnya. Bahkan dengan kehadirannya yang konstituen, membuat media massa berfungsi mengkondisikan nilai-nilai menjadi sistem orientasi. Media massa mempunyai kemampuan menstrukturkan preferensi politik.

Persoalan budaya politik menurut Yahya Muhaimin adalah bahwa negara memerlukan sikap yang menunjukkan dukungan serta kesetiaan warganya terhadap sistem politik dan kepala negara yang ada. Sikap ini dilandasi oleh nilai-nilai yang telah berkembang dalam diri masyarakat, baik sebagai individual maupun sebagai kelompok. (Alfian, 1991: 51) Jelaslah bahwa inti budaya politik adalah nilai-nilai.

Bagaimana wujud budaya politik suatu masyarakat pada akhirnya merupakan sebuah proses yang sulit ditentukan kapan berakhir. Dia mengikuti perubahan nilai yang ada di masyarakat. Berarti pula ditentukan perubahan dalam sistem persepsi masyarakat

terhadap suatu objek. Ada baiknya kita kutip pendapat Murdiono (yang kala itu menjabat Mensesneg) yang memilah enam masalah pokok yang berkaitan dengan budaya politik, yakni: (1) sosialisasi, internalisasi; (2) persepsi tentang kekuasaan; (3) posisi agama, masyarakat dan kebudayaan daerah; (4) integrasi elite-elit massa; serta (5) masalah pemerataan dan keadilan. 3. Fungsi Pengetahuan Budaya politik sangat ditentukan oleh entitas ilmu pengetahuan **yang dimiliki oleh para** pelaku politik.

Pengetahuan (knowledge) merupakan hasil pengendapan pengalaman empiris (melihat, mendengar, membau) yang disusun secara sistematis, substantif, dan dapat dipelajari kembali oleh orang lain. Pengalaman saja tidaklah cukup untuk menghasilkan pengetahuan. Kalau ada orang hanya mengandalkan jam terbang, misalnya dengan membanggakan prinsip "Saya ini sudah kenyang makan asam garam" sesungguhnya tidak menjamin bahwa dirinya mampu mengetahui secara tepat makna yang dialami atau dilakukan atau di kerjakan.

Pengalaman sekadar kemampuan mengoperasikan sesuatu berubah sebuah keterampilan (skill) yang fungsinya lebih ke arah performansi (doing). Sebuah perbuatan berubah menjadi pengetahuan bila pemilik berhasil memaknainya secara tepat dan sistematis. Keterampilan bisa diperoleh melalui proses kebiasaan atau pelatihan terus menerus. Kemampuannya mengoperasikan suatu sistem sangat tergantung kepada kebiasaannya.

Keterampilan juga bisa ditularkan atau diajarkan kepada orang lain, tetapi dengan cara mendekatkan subjek dengan objek sedekatnya. Sebagaimana orang mempelajari teknik membuat almari, maka ia bisa belajar dari tukang yang sudah mahir dengan cara mencobacoba. Berbeda dengan orang mempelajari sesuatu dengan berbasis pada pengetahuan, maka ia mempunyai sistem untuk menjelaskan secara lebih rinci dan mendalam mengenai suatu objek, bahkan melampaui keadaan faktual objek itu sendiri.

Dengan pengetahuan yang baik tentang transgenetika, maka seorang anggota DPR yang tengah mengadakan studi banding budidaya Durian Bangkok di Thailand misalnya, pasti akan mampu secara lebih baik menuturkan hasil studi bandingnya, dibandingkan misalnya dengan anggota DPR yang hanya mengandalkan penglihatannya belaka. Individu yang mengamati sesuatu yang sebelumnya telah dibekali dengan pengetahuan yang relevan akan mampu melakukan perbandingan (comparative) yang sesungguhnya, misalnya akan dapat menjelaskan bedanya dengan durian dalam negeri, mulai dari cara penyiapaannya, cara merawatnya, masa tanamnya, cara menjualnya, bagaimana kebijakan politiknya, dan seterusnya.

Adapun me reka yang hanya mengandalkan penglihatan mata, maksimal hanya memperoleh kesan (impresif), sehingga ia hanya mampu menjelaskan apa yang dilihatnya secara garis besarnya saja, misalnya; durian mon tong bentuknya lebih be sar ketimbang durian lokal, bijinya lebih kecil, harganya lebih mahal, dan seterusnya. Saya hanya ingin mengatakan bahwa pengetahuan diper oleh me lalui pembelajaran yang memiliki metode tertentu.

Misalnya, tradisi mencatat segala sesuatu, merupakan hal yang bagi kita sering dianggap remeh. Inilah yang menyebabkan banyak peristiwa besar terjadi tidak tercatat dalam sejarah. Pencatat sejarah justru berasal dari luar negeri. Maka menjadi ironi, kita yang punya pengalaman tetapi orang lain yang men dapat pengetahuannya.

Kita yang mengalami, namun harus belajar sejarah tentang kita dari orang lain. Orang luar yang pu nya pengetahuan tentang kita (sering disebut Indonesia nis) banyak sekali jumlahnya. Ada yang berasal dari Amerika se perti William Liddle, tak sedikit yang berasal dari Australia, bahkan juga Jepang.

Penulis buku tentang Nahdlatul Ula ma (NU) yang sangat baik adalah Prof. Nakamura yang berasal 95 dari Jepang. Ahli tentang mitos Jawa justru berasal dari Be lan da, sebut misalnya Niels Mulder. Ahli tentang santri abang an justru dari Amerika, Clifford Geertz. Ahli tentang peta pemi kir an politik Indonesia justru dari Amerika, Lucyan Pey. Masyarakat kita dalam belajar sangat mengandalkan daya ingat.

Padahal kita semua menyadari bahwa kemampuan ra nah kognitif kita menyimpan memori sangatlah terbatas. Ja ngankan dalam hitungan minggu atau bulan, peristiwa yang terjadi kemarin saja kita sering tidak mampu mengingatnya de ngan baik. Istilah ketelinsut (bahasa Jawa) yang artinya ada miliknya yang tak dapat ditemukan karena lupa di ma na me letakkan, adalah bukti betapa lemahnya daya ingat ma nu sia.

Maka dengan sistem pencatatan yang baik, peris tiwa yang terjadi dapat dihimpun dalam dokumen yang baik, se hingga bila suatu ketika fakta itu dibutuhkan kita dapat meng hadirkannya kembali dalam bentuk catatan sejarah. Catatan sejarah kita sering tidak dapat ditemukan, contoh do kumen surat perintah 11 Maret 1966, yang konon memberi ke we nang an besar kepada Jendral Soeharto (dari Ir. Soekarno) un tuk mengambil tindakan pemulihan keamanan, ternyata ti dak dapat ditemukan naskah autentiknya.

Tidak adanya do ku men yang autentik itu menyebabkan sejarah menjadi per debatan, sebab orang merekuntriaksi peristiwa masa lalu de ngan kesaksian pelaku (padahal si pelaku sangat mungkin ti dak mampu mengingat kembali seluruh peristiwa penting

yang di ala minya). Perubahan budaya politik suatu bangsa, ke mana arah nya, bagi mana perangnya, sangatlah ditentukan oleh pengetahuan yang di him punnya.

Jenis pengetahuan dan bagaimana menyunnya (epistem) sangat menentukan tabiat masyarakat dalam berpolitik (merespons, mem persepsi, maupun parti sipasi). Karena itu, kecenderungan publisitas pemikiran tertentu dalam suatu massa, akan berdampak pada kesadaran yang signifikan. Karena itu, ketika bukubuku yang laris di toko buku cenderung bukubuku seks (fenomena seks, cerita seks), maka dalam kurun waktu berikutnya akan lahir generasi yang pola pikirnya atau fokusnya lebih banyak kearah seks. Penetrasi informasi seks (merupakan stimulus) yang sangat berpengaruh terhadap respons.

Maka ketika stimulus "mesum" yang lebih banyak masuk dan tersimpan dalam memori, maka memori itulah yang akan menjadi sistem respons. Jadi, pengetahuan "mesum" yang masuk dalam ranah kognitif meniscipkan sistem respons yang "mesum" pula. Karena itu sesungguhnya, Negara perlu mengkonstruksikan kecenderungan pembelajaran masyarakat, agar budaya yang tercipta (termasuk budaya politik) sesuai dengan visi dan misi bangsa ini. Harus ada intervensi dalam pengadaan, distribusi, maupun pengawasannya.

Dalam dunia penyiaran, pemerintah sudah cukup peka dan mengambil langkah yang tepat guna mengurangi eksek negatif penyiaran (siaran televisi dan radio). Dalam beberapa tahun terakhir ini telah diberlakukan undangundang yang mengatur (regulasi) penyiaran di tanah air. Bukan saja pemerintah telah memberi peluang tumbuhnya lembaga dan jenis siaran publik, komunitas, maupun komersial, namun yang lebih penting dari regulasi penyiaran tersebut adalah dengan dibentuknya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang kebaradaannya tersedia dari pusat maupun daerah (KPID).

Komisi inilah yang diberi tugas untuk membenarkan standar prosedur operasional penyiaran Indonesia beserta mekanisme pengawasan dan perizinannya. Namun, tampaknya implementasinya belum berjalan dengan baik, karena kurang mendapat dukungan infrastruktur dari pemerintah (pendanaan dan fasilitas lainnya). Akibatnya fungsi KPI dan KPID yang idealnya mampu mereduksi siaran siaran yang dikhawatirkan merusak budaya masyarakat menjadi tidak berjalan.

Malahan, KPID Jatim mengalami konflik internal sangat parah, yang memaksa ketuanya (Sirikit Syah) memundurkan mundur dari KPID. Di banyak Negara juga sudah ikut campur tangan dalam memberikan arah pembelajaran masyarakat. Jika pun tidak menggunakan ram buramblarangan, setidaknya memberikan support bagi aktivitas pembelajaran yang dianggap sesuai dengan visi misi kehidupan bangsa.

Di Malaysia se ba gai misal, para pengajar perguruan tinggi (dosen) yang ingin me nulis Novel atau Puisi tentang Bali bisa mengajukan ang gar an melalui instansi yang ditunjuk. Di Indonesia sangat ber to lak belakang, dosen yang ingin mengurus kepangkatan ti dak mungkin membuat pe nelitian yang bagus atau mem buat buku yang berkualitas, sebab tidak ada bantuan pembiayaan untuk ke giatan tersebut.

Akhirnya untuk me me nuhi persyaratan, ter paksalah para dosen mengambil jalan pintas dengan men daur ulang penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa bim bi ngannya. Iklim pembelajaran sungguh sebuah problem berat bagi bangsa ini. Bukan saja Negara kurang memberi iklim yang kon dusif, namun juga penghargaan atas proses pembelajaran masih sangat kurang.

Ti dak ja rang individu yang punya etos pembelajaran yang bagus justru diku cilkan, didiskriditkan, dan dituduh "sok pintar", "sok intelektual", dan sebagainya. Mereka yang tidak atau jarang melakukan kegiatan kon tem platif, te tapi memiliki kemampuan relationship (hubungan sosial) yang baik, sopan santun, pintar mengaji, mampu membuat in trik, jus tru mendapat prioritas mewarnai kebijakan pem bel ajaran.

Akhirnya ba 97 nyak pengajar yang justru enggan belajar karena tak ada penghargaan yang relevan. Alhasil, kita tak sem pat menghimpun pengetahuan khas tentang kita dan seki tar nya. Ilmu pengetahuan yang dipublikasikan di negeri ini dan diajarkan di sekolahsekolah atau perguruan tinggi ada lah buah dari saduran, terjemahan, dan kompilasi dari kar ya intelektual dari luar negeri. Kini kita mulai merasakan bah wa kita kehilangan pe ngetahuan kita sendiri.

Alhasil, orang ingin belajar Wayang harus pergi ke Amerika, orang ingin tahu se jarak dan bukti sejarah Singosari harus terbang ke Belanda, dan jangan heran Amien Rais dan Nurcholish Madjid belajar islam di Chicago University. Jangan heran juga bila tiba tiba Departemen Pendidikan Nasional Indonesia menjadi resah gelisah karena bahasa Indonesia mulai diambang kepunahan dan bila pun masih dipakai, cara memakainya kacau balau, tak sesuai dengan kaidah kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Maka, pada awal tahun 2006 Departemen ini meng aju kan rancangan undangundang tentang perlindungan bahasa Indonesia. Sungguh sangat memilukan. Saya hanya hendak mengatakan bahwa kurangnya peng har gaan terhadap miliki sendiri, termasuk di dalamnya ku rang nya keterbukaan untuk mengakui kelebihan orang lain di sekitar, menyebabkan kita me nyianyikan potensi yang ada di sekitar.

Ibaratnya pepatah Anak di pangkuan di lepaskan, Beruk di hutan belantara diangkat

menjadi anak. Orang asing yang bekerja di Indonesia, entah sebagai folunter, sebagai konsultan, ataupun pimpinan sebuah anak perusahaan multi nasional, kebanyakan akan menjadi ahli tentang Indonesia. Mereka bukan hanya menyatu dengan kehidupan setempat, namun juga mencoba menghayati dan kemudian menuliskannya se cara bagus.

Tulisan mereka itu kemudian dibukukan di negaranya dan membuat mereka mendapat keuntungan popularitas maupun materi. Bila kita hendak bepergian ke luar kota menggunakan jasa penerbangan, cobalah singgah di toko buku yang ada di bandara setempat (Books Store), coba lah baca bahwa buku buku tentang Seni Tari di Bali, Lombok, kebudayaan Jogja, mistisme Jawa, hamper semuanya ditulis oleh orang asing yang pernah bermukim di Indonesia.

Apa artinya dalam konteks besar? Artinya, fakta budaya, nilai budaya, dan fenomena sosial yang kita miliki, mereka jadikan bahan baku yang selanjutnya dikemas menjadi komoditas yang memiliki nilai tambah (added values). Mungkin sama konteksnya dengan kecenderungan kita mengeksport kayu gelondongan atau rotan ke luar negeri. Di sana bahan baku tersebut diolah dengan ilmu pengetahuan dan kecanggihan teknologi yang mereka miliki, lantas dikirim kembali ke Indonesia dengan harga yang jauh lebih mahal.

Mungkin juga sama dengan ekspor "pura pura" hasil kerajinan rakyat ke Singapura, yang tujuannya hanya sekadar memperoleh stempel atau legalisasi sebagai produk luar negeri. Barang-barang kerajinan yang telah dilegalisasi sebagai milik orang luar itu, kemudian dengan tanpa tanggung lagi masuk ke pasar Indonesia, yang ternyata mendapat antusiasme yang tinggi dari konsumen domestik di tanah air.

Andaikan konsumen kita tahu, bahwa produk-produk tersebut sesungguhnya buatan orang Indonesia, misalnya mereknya diganti dengan kata-kata yang dikenal dalam kosakata bahasa Indonesia, apakah barang-barang itu akan dibelinya juga? Saya berani bertaruh tidak seperti itu perangnya. Mungkin mereka akan tetap membeli tetapi dengan nilai nominal yang lebih rendah.

Artinya, barang lokal harus lebih rendah harganya (nilainya) dari produk luar (meski kenyataannya itu hanyalah soal merek). Saya kira fenomena ini adalah fenomena inferioritas kebudayaan yang membekam rasa kebanggaan diri sebagai bangsa. Mungkin sebagai bangsa yang terlalu lama dijajah oleh bangsa lain, membuat kita berkecil hati, membuat kita minder, sehingga memengaruhi psikologi individu maupun kolektif sebagai bangsa. Ya, bangsa ini menjadi bangsa yang terlalu memandang rendah dirinya sendiri dan sebaliknya mengagungkan apa saja yang datang dari luar.

Jadi, meskipun secara formal negeri ini telah merdeka lebih dari setengah abad, tetapi jiwa, mental, dan mungkin selera masyarakat masih dalam belenggu penjajahan. Mulai dari hulu hingga hilir terdapat penyakit kemunduran mental (disorder mental). Orang lebih suka membeli garam beryodium merek tertentu bukan karena mengerti kandungan atau kualitas barang tersebut, namun karena mengerti bahwa garam merek tersebut pernah diujikan oleh Roger Moore, bintang film yang sangat populer karena perannya yang berhasil dalam film James Bond (007).

Orang membeli James Bond (citra orang asing), bukan membeli kebutuhan akan garam beryodium. Seorang Sosiolog asal Amerika, Herbert Gans, pernah menjelaskan tentang "budaya selera", yang memandang bahwa selera tertentu terhadap sesuatu mengidentifikasikan pemiliknya kepada sebuah kelas sosial tertentu (Lull, 1989: 80).

Konsep Gans di atas kiranya dapat menjelaskan kecenderungan "budaya selera" masyarakat saat ini. Semua kecenderungan yang menuju ke satu titik, yakni preferensi yang tinggi terhadap segala sesuatu yang berasal dari luar (mulai dari cara berbahasa, menempuh pendidikan formal, membeli barang-barang, sampai seleksi pemain sinetron di televisi yang lebih memberi prioritas pada pemain yang berwajah Indo), menurut Gans sama dengan budaya selera, yang 99% kita namakan eliminasi terhadap identitas diri.

Gaya hidup yang "luar negeri oriented" ini semakin mendapat tempat penyemaian yang subur manakala tak ada resistensi sedikit pun dari elite masyarakat. Para pemimpin kita tak ada yang berani memberi teladan sebagaimana Mahatma Gandhi melaksanakan prinsip Swadeshi (memprioritaskan produk dalam negeri) di India pada dekade 30-an abad 20. Tidak ada keberanian untuk menolak masuknya produk luar jauh sebelum ada regulasi perdagangan internasional seperti AFTA ataupun WTO.

Jadi, pertahanan produk lokal kita jauh sebelum ada regulasi perdagangan bebas sudah sangat rapuh. Apalagi setelah Indonesia ikut menandatangani regulasi baru tersebut, semakin lemah posisi pertahanannya. Maka petani Indonesia tak mampu berketuk dari serbuan beras dari Thailand dan Vietnam.

Meskipun beras kita tidak kalah enak dari beras luar, namun karena "budaya selera" yang luar negeri oriented itu, maka pilihan mengonsumsi beras jatuh pada beras impor. Bahkan para pemimpin kita justru memberi teladan yang sebaliknya. Untuk memperoleh pencitraan sebagai berkalas sosial yang berselera "tinggi", maka para pemimpin kita lebih condong mengonsumsi segala sesuatu yang berasal dari luar. Bahkan Presiden SBY sendiri memberi contoh yang kurang baik dalam hal berbahasa

sebagai alat komunikasi.

Me mang beliau mempunyai keterampilan berbahasa Inggris yang baik, namun sangat disayangkan beliau demonstrasikan ke terampilannya itu (berbahasa Inggris) di hadapan undangan resepsi pernikahan putranya di penghujung tahun 2005. pa da hal mayoritas undangan resepsi perni kahan putranya itu adalah kalangan kita sendiri. Bangsa Indonesia.

Mungkin Pre si den SBY bermaksud sedang memberi penghormatan ke pa da tamu asingnya, sehingga tuan rumah harus mengalah un tuk tidak mengerti makna yang sedang dikomunikasikan SBY. Kesan yang muncul di kalangan undangan domestik ada lah bahwa SBY memang hebat, punya kelas tersendiri ka rena mahir berbahasa asing. Di sini komponen asing telah menggusur komponen lokal. Hanya karena alasan “meng hor mati” maka milik sendiri direndahkan.

Di Negara asing jus tru sebaliknya, sang tamu diharuskan bisa berbahasa se tempat. Maka tidak heran, bila para funding dari luar negeri **yang datang ke Indonesia** dengan se karung dolar mampu me maksa rakyat Indonesia membuat proposal mengajukan ban tuan (mengemis) dalam bahasa Inggris. Dalam konteks ini modal atau capital telah mampu menggusur eksistensi sebuah identitas (yak ni bahasa).

Jadi, jangan heran bila para pemilik modal yang meng in ves tasikan dolarnya ke Indonesia bersikeras mempertahankan merek da gangnya, karena dipan dang lebih punya nilai jual. 10 0 Mentalitas yang merasuk dalam budaya selera ini seperti bola salju yang menggelinding semakin besar, merambah ke banyak medan dan sektor. Seolah **tak ada pilihan lain** kecuali mengikuti kecenderungan umum ini. Seolah bila tak meng iku ti kecenderungan budaya selera bangsa ini akan luluh lan tah.

Dalam pandangan Sosiolog asal Perancis Pierre Bourdieu (1984) relasi problematik antara selera budaya dan struktur sosial ini menghidupkan fenomena apa yang disebutnya se bagai habitus (Lull, 1989: 80), yakni suatu sistem predisposisi dan aktivitas budaya yang dipelajari dalam masyarakat yang mem bedakan orang orang menurut gaya hidupnya. Habitus men cakup segala jenis aktivitas budaya—produksi, persepsi, dan eva luasi terhadap praktik sehari-hari.

Habitus menyusup da lam tubuh maupun pikiran kita. Ya, luar negeri oriented sudah menjadi persoalan gengsi (gaya hidup), yang menurut Bourdieu menyusup dalam pi kiran. Inilah ironisnya, orang-orang kita yang belajar ke luar negeri —karena takjimnya kepada pengetahuan di sana, ma ka de ngan sertamerta menganggap apa yang didapatnya di sana meru pakan pengetahuan yang paling sahih, paling be nar, dan

paling memungkinkan untuk dijadikan referensi baru dalam menciptakan habitus itu.

Jika dalam pikiran me reka yang belajar ke luar negeri ini memiliki benteng pertahanan (seleksi, filter), maka apa yang diperolehnya dari luar hanyalah digunakan sebagai pembandingan saja, bahkan sebagai instrumen epistemologis untuk menyusun pengetahuan nya sendiri. Namun, hal itu tidak pernah terjadi, karena inferior mental tersebut, mengakibatkan putraputra bangsa yang mengenyam pendidikan di luar negeri ini sama jalan pikirannya dengan para elite bangsa ini yang lebih silau dengan "made in luar negeri".

Jadilah putra putra terbaik bangsa ini hanya sekadar sebagai agen perubahan bangsa lain. Tanpa disadari mereka justru menjadi alat penjajahan baru dengan basis pengetahuan. Sayangnya, Mohammad Hatta telah lama tiada, Dr. Soetomo meninggalkan kita, Ki Hadjar Dewantoro ber pulang ke hadirat Nya, Soedjatmoko pun demikian.

Andai kan para intelektual pejuang kita itu masih hidup mungkin ada wacana lain di luar sikap mental yang pasrah bongkolan terhadap "imperialisme modern" yang sangat halus dan sistematis. Tak terkecuali budaya selera ini pun menyusup dalam medan politik. Sehingga memengaruhi cara pandang, idiom yang dipakai, strategi, serta nilai-nilai yang menjadi pijakan.

Di sinilah akhirnya kita ketahui terjadinya benturan antara nilai lokal dengan semangat preferensi luar itu. Terjadi tabrakan antara kearifan lokal yang bersumber dari ajaran tolong menolong, kekeluargaan, musyawarah mufakat, kolektivitas, dan lain sebagainya dengan semangat baru yang dibawa dari luar seperti kompetisi, konflik, semangat untuk maju (need for Achievement) dan sebagainya.

Gagasan Takdir (Sutan Takdir Alisjahbana) Angkat Saub Meninggal kan Tradisi diterjemahkan mentahmentah sebagai westernisasi. Pada hal Sutan Takdir membatasi gagasan modernitasnya itu hanya pada konteks ilmu pengetahuan, teknologi, dan kapital. Takdir tidak pernah menganjurkan untuk meng ganti selera budaya dan gaya hidup kita dengan selera dan gaya hidup Barat.

Takdir hanya menggagas apa yang dibutuhkan sebagai kebudayaan progresif. Clifford Geertz seakan sedang memperingatkan kita, bahwa impian untuk menjadi western hanyalah indah dalam impian, tetapi merupakan sumber problem sosial yang sulit diselesaikan.

Geertz menyebutkan bahwa dalam masyarakat dunia ketiga akan mengalami apa yang

dina makan pembukuan ganda (moral double book keeping), kehidupan tradisional telah retak, sementara ada desakan yang terus menerus dari kehidupan modern. Goenawan Mohamad mengilustrasikan, **di satu sisi orang** menyimpan rencana dan larut ke dalam apa yang disebut modernisasi, namun sisi lain ia memperlihatkan lambing lambing dari segala yang justru terancam lenyap.

Di **satu sisi orang** asyik dengan teknologi dan gairah dalam kekayaan memiliki benda muktahir —dengan semacam ketakutan kalau modernisasi semesta meninggalkannya —tetapi **serentak dengan itu**, ada kegandrungan untuk mengukuhkan kembali sesuatu yang khas dalam diri, dengan semacam rasa takut akan sebuah **keterasingan dari dunia yang ia kenal** (Harris, 1989: 30) Di luar keharusan yang ditawarkan budaya selesa dan habitus di atas, tampaknya kita harus berani menyelata atau se kadar mensisipi, bahwa meskipun pengetahuan tentang dunia eksternal kita penting, namun janganlah melupakan pengetahuan yang ada di sekitar kita.

Sebab hanya dengan kemampuan menghayati apa yang hidup di sekitar kita itulah, kita akan dapat menjadi lebih arif sebagai manusia. 4. Budaya Politik (Indonesia) Adalah sangat jelas bahwa karena bangsa kita berdasarkan prinsip Bhinneka Tunggal Ika, maka semua bentuk subbudayapolitik yang ada di tanah air ini adalah budayapolitik Indonesia.

Ini berarti bahwa budaya politik nasional kita masih merupakan kombinasi dan semua sub budayapolitik, baik dalam arti hasil pengelompokan sosio kultural seperti dikemukakan oleh Fith dan Hildern geertz maupun dalam arti "Budaya Politik Daerah" yang diangkat ke tingkat nasional oleh pelaku politik (Mohamad, 2001: 51) Indikasi yang paling menarik dari budaya politik kita untuk dibicarakan adalah mengenai bentuk ekspresinya dan unsurunsurnya.

Boleh jadi bentuk ekspresi juga dipengaruhi unsurunsur yang membentuknya. Pemikiran dan tingkah laku politik masyarakat Indonesia yang multi entis ini sebenarnya bukan dipengaruhi oleh campuran nilai budaya berbagai suku bangsa yang banyak tersebut, melainkan yang benar benar memengaruhi hanyalah nilai nilai suku bangsa tertentu yang menjadi dominan.

Bolehlah kita menyebutnya unsur yang dominan memengaruhi budaya politik Indonesia adalah cara berpikir dan berperilaku hidup suku Jawa. Ciri ciri cara berpikir dan pola hidup orang Jawa adalah **berkaitan erat dengan konsep "halus"** (alus). **Konsep ini telah ditanamkan secara intensif dalam masyarakat Jawa sejak masa kanak kanak.**

Ia **bertujuan membentuk pola "tindakan yang wajar", yang perwujudannya berupa**

pengekangan emosi dan pembatasan antusiasme serta ambisi. Nilai-nilai seperti di atas menyebabkan ekspresi politik bangsa Indonesia sulit dibaca secara harfiah, sebab ekspresinya memang dituntut oleh nilai budayanya untuk "samarasamara". Sering kali yang tampak secara lahiriah bukanlah esensi yang sebenarnya.

Mochtar Lubis dalam bukunya *Manusia Indonesia Sebuah Pertanggungjawaban* (1976), lebih tegas mengatakan bahwa salah satu karakter bangsa Indonesia yang meluas adalah "hipokrit" (munafik). Sering kita jumpai seorang pemimpin yang berambisi merengkuh jabatan tertentu tidak mau berbicara terus terang. Ia cenderung mengajukan berbagai argumentasi apogia yang maksudnya untuk mengesankan bahwa dirinya tidak ambisius.

Misalnya muncul statemen demikian, "Ah, saya ini sudah tua, sudah letih. Se benarnya saya ingin istirahat saja. Apalagi sekarang ini kan sudah muncul generasi penerus yang lebih pandai, lebih fresh, sebenarnya saya menjadi malu. Tetapi.... jika masyarakat memang menghendaki maka amanah tersebut akan saya jalankan sepenuh hati dan lillahi ta'ala."

Adapun elemen-elemen budaya politik Indonesia terbentuk dari sistem kultural (adat-istiadat) dan sistem kepercayaan (agama). Di beberapa daerah tertentu dapat kita jumpai praktik-praktik sinkretis, sintesa antara agama dan adat-istiadat. Kiranya isi budaya politik suatu masyarakat juga tergantung oleh sifat-sifat situasional.

Misalnya, ketika Indonesia diadapkan oleh perjuangan merebut kemerdekaan, ekspresinya adalah nasionalisme universal yang meliputi seluruh nilai-nilai multietnik, nasionalisme yang mengalahkan nilai primordial. Kemudian, ketika pembangunan ekonomi menjadi tanggung jawab politik, maka pragmatisme bisa mengalahkan kepentingan ideologi.

Bahkan ideologi bisa dipakai untuk memperoleh kepentingan ekonomi. 5. Sentuhan Komunikasi Kesadaran para ilmuwan yang mengaitkan komunikasi dengan budaya (termasuk budaya politik) meyakinkan bahwa komunikasi dan budaya merupakan variabel penting yang sangat berpengaruh dalam perubahan masyarakat (social change).

Kegagalan program pembangunan di suatu daerah ternyata tidak semata-mata disebabkan oleh besar kecilnya kapital (modal) yang tersedia, keterampilan (skill), ataupun manajemen. Kegagalan pembangunan, misalnya tidak diterimanya suatu gagasan baru (inovasi) oleh masyarakat atau kegagalan penyebaran ide-ide baru (diffuse), konflik sosial, disintegrasi, dan banyak lagi, ternyata banyak disebabkan oleh faktor komunikasi, terutama komunikasi yang kurang memperhatikan dimensi sosial

budaya.

Selo Sumardjan mengatakan pada dasarnya suatu pembangunan adalah suatu pembaruan. Suatu hal yang baru biasanya akan selalu menimbulkan reaksi dari masyarakat, baik reaksi yang positif (memakai atau menerima) maupun reaksi yang negatif (menolak atau meragukan).

Hal tersebut disebabkan suatu program pembangunan, secara langsung maupun tidak langsung akan selalu berhadapan dengan suatu masyarakat yang antara lain mempunyai tata nilai yang berbeda dengan unsur baru —yang ingin disampaikan (Sumardjan, 1985). Kesadaran bahwa penyebaran ide-ide baru tidak selalu berhasil, maka mendorong lahirnya komitmen menyusun pesan-pesan memperhatikan hal berikut; (1) social value yang ada pada penerima informasi; (2) dalam menyusun strategi komunikasi yang menyangkut pemanfaatan jaringan sosial komunikasi maupun menentukan tahapan-tahapan arus informasi (step flow information) perlu mempertimbangkan pesan-pesan spesifik dari stratifikasi dalam masyarakat yang berbeda-beda, sesuai dengan nilai-nilai budaya yang berkembang.

Misalnya, di suatu daerah alim ulama berperan sebagai pemuka pendapat (opinion leader), tetapi di daerah lain belum tentu demikian; (3) dalam komunikasi pembangunan, kesenian, ritualisasi keagamaan, adat istiadat, etika, dan sejenisnya, ternyata dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang sangat efektif untuk menyebarluaskan ide-ide pembangunan.

Secara konseptual, komitmen tersebut bersumber dari pandangan bahwa ilmu komunikasi telah menyediakan asumsi-asumsi, konsep-teoritis, dan metodologi yang boleh saja dimanfaatkan sebagai kerangka berpikir (frame of thinking). Implementasinya dalam proses sosial adalah memberikan deskripsi yang lebih jelas mengenai sikap ontologis dari objek dan memberikan identifikasi yang rasional mengenai kaitan masing-masing salah satu objek yang sama.

Sehingga hasilnya merupakan input bagi individu maupun kelompok sosial yang dapat dipakai sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan (decision making). Komunikasi memang sering kali dilihat sebagai instrumen untuk mencapai tujuan tertentu. Di sisi yang lain, ilmu komunikasi dianggap telah menyediakan konsep-konsep baku yang dapat digunakan secara operasional untuk mencapai tujuan-tujuan interaksi sosial maupun profesi komunikasi.

Banyak studi komunikasi antarbudaya yang mempunyai latar belakang pemikiran bahwa suatu kebudayaan tidak mungkin secara terus menerus menutup diri dari

perubahan lingkungan eksternalnya. Apalagi dalam era globalisasi seperti sekarang ini, kecenderungan masyarakat memilih mengambil pola introvert dalam mereaksi, sesungguhnya mengandung risiko yang tidak sedikit, antara lain masyarakat cenderung menjadi statis.

Transformasi diri yang tengah dialami masyarakat maju dewasa ini dengan masuknya revolusi komunikasi ke dalam berbagai lapis dan segi kehidupannya, merupakan peradaban baru yang sangat sulit dihindari, apalagi dibendung. Peradaban baru ini memengaruhi gaya hidup, cara hidup berkeluarga, sistem kerja, konflik politik, dan juga kesadaran mental baru.

Dengan kata lain, revolusi komunikasi merayu, menggelitik, menantang barangkali juga memaksa masyarakat untuk mentransformasikan dirinya ke dalam alam peradaban baru yang diibaratkan (Alfian, 1987: 48) Teknologi informasi sendiri semakin pesat berkembang, karena dalam dirinya sekaligus mengandung peluang sebagai industri kapitalistik. Adapun masyarakat di Negara berkembang sangat lambat dalam mengantisipasinya. Menurut M. Alwi Dahlan, hal tersebut dikarenakan: 1.

Kesadaran informasi masih belum memadai. Ini tercermin dari perencanaan informasi serta perilaku komunikasi. 2. Sikap terhadap teknologi belum menunjang, masyarakat kat mungkin telah membicarakan teknologi tetapi pada umumnya belum diikuti penerimaan sepenuh hati. 3. Penggunaan teknologi informasi belum meluas, apalagi mengakar dalam masyarakat. 4.

Pelembagaan budaya informasi belum didorong oleh pemerintah atau kebijaksanaan nasional (Dahlan, 1993). 5. Sentuhan Budaya Kekuatan pembaruan yang selama ini menjadi momok masyarakat, tetapi tidak mungkin dihindari ialah sentuhan budaya (cultural encounter). Pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya di bidang transportasi dan komunikasi, telah memperlancar mobilitas penduduk dan proses komunikasi.

Pada gilirannya mendorong peningkatan intensitas kontak budaya secara langsung maupun tidak langsung. Boleh dikatakan, sejak berakhirnya perang dunia yang lalu, tidak ada bangsa di dunia yang tidak terjangkau oleh sentuhan budaya global (Budhisantoso, 1993). Sementara itu, media komunikasi massa yang perkembangannya didukung oleh teknologi canggih, tampaknya makin memperpendek jarak (contoh cetak jarak jauh), dan mempersingkat waktu (dalam teknologi grafika produktivitas cetak semakin cepat).

Namun demikian, kecepatan dan reproduksi informasi yang cepat dan tak terhingga

tidak dibarengi dengan kemampuan intelektual masyarakat untuk menganti si pasinya. Sehingga sering kali informasi berujung pada keresahan dan merusak keseimbangan sosial. Kepanikan sosial, semakin meningkat karena sebab antara lain: 1.

Dalam masyarakat yang tingkat keterbukaannya masih rendah, biasanya memberikan respons yang negatif terhadap hadirnya hal-hal baru, sehingga setiap bentuk inovasi terlebih dahulu disikapi secara skeptis. 2. Kecemasan timbul karena kesalahan pengertian (misunderstanding) dalam memaknai informasi. Tidak terpenuhinya prasyarat kesamaan referensi (frame of reference) dan belum tercapainya kesetaraan pengalaman (field of experiences) menyebabkan kesalahan dalam menyikapi makna pesan. Hal ini menyebabkan terjadinya kesalahan dalam implementasi motorik.

Dikenal juga dengan istilah disfungsi sinyal dalam memberi perlakuan terhadap objek. Misalnya, membeli pakaian musim dingin di Paris yang terbuat dari bulu binatang, ternyata dikenakan untuk belanja di pasar ikan, pada terik matahari pula. Perilaku yang muncul menjadi tidak selaras dengan nilai rasa estetis, nilai budaya setempat, maupun etika, karena itu mengesankan over-acting. 3.

Informasi yang masuk dalam sistem budaya akan berhadapan dengan nilai rasa yang cenderung mempertahankan keaslian (orisinalitas). Meskipun yang dimaksud orisinalitas hanya sebatas tataran psikologis (karena tidak ada satu kebudayaan yang benar-benar asli, tidak dipengaruhi oleh budaya sebelumnya atau budaya lain), namun mempertahankan orisinalitas diyakini sebagai sebuah keharusan, maka upaya membendung pengaruh luar menjadi kegiatan yang menyedot energi dan waktu. 4. Suatu informasi akan menimbulkan pro dan kontra (polemik) apabila dalam masyarakat penerima informasi memiliki kepentingan yang berbeda.

Misalnya, suatu informasi yang mendukung dan memperkuat status sosial, maka informasi tersebut cenderung diberi pembenaran. Sebaliknya, jika informasi tersebut mengancam keberadaannya (eksisistensi), maka informasi cenderung ditolak, bila perlu diblokir. 5. Kepanikan dapat terjadi karena informasi yang sama dikemas berbeda oleh media massa, cenderung menempatkan informasi dalam perspektif yang bervariasi.

Tidak semua orang dapat memahami cara pandang yang berbeda. Meningkatnya intensitas arus informasi komunikasi itu menimbulkan pertanyaan sampai seberapa jauh pengaruhnya terhadap masyarakat? Prof. Dr. S Budhisantoso (1993) mengaitkan dengan dampak peringgungan kebudayaan yang disebabkan arus informasi dengan lima prinsip yang berlaku umum dalam proses akulturasi: Pertama, prinsip pendidikan dini (early learning).

Besar kecilnya informasi (transnasional) tergantung pada kuat atau lemahnya pendidikan dini yang diselenggarakan masyarakat bersangkutan. Semakin mantap pendidikan budaya yang diselenggarakan keluarga dan masyarakat, semakin kuat daya saing penduduk dalam menyerap unsur-unsur kebudayaan asing yang diperlukan.

Unsur kebudayaan yang berupa pemikiran, nilai-nilai budaya ataupun norma-norma sosial. Kedua, prinsip kekonkretan (lebih sulit diterima daripada unsur-unsur kebudayaan materiil. Ketiga, prinsip kegunaan (utility). Masyarakat cenderung menerima unsur kebudayaan asing yang benar-benar diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan menghadapi tantangan dalam hidup mereka.

Unsur kebudayaan baru tersebut tidak sebatas kebudayaan materiil, melainkan juga dapat berupa pemikiran, nilai-nilai, simbol-simbol, dan gaya hidup yang relevan. Keempat, prinsip keterkaitan (social function). Pengaruh kebudayaan luar akan mudah diterima kalau ia dapat dikaitkan dengan unsur-unsur kebudayaan yang telah ada. Kelima, prinsip keterpaduan (integrations).

Besar kecilnya penerimaan unsur budaya asing itu tergantung pada kemungkinan keterpaduannya dengan sistem budaya setempat. 10.7. Muatan Nilai Komunikasi Paradigma ilmu Komunikasi terlalu serius memperhatikan dan memperhitungkan dimensi penyampaian pesan (komunikator) dan isi pesan sebagai prioritas dalam proses komunikasi.

Dalam teori peluru (bullet theory) sangat menempatkan komunikator beserta pesannya mempunyai kekuatan yang sangat perkasa dalam memengaruhi tata nilai, tata rasa, tata pikir, dan bahkan menstrukturkan perilaku individu dalam masyarakat. Sementara itu penerima informasi (komunikan) diasumsikan sebagai individu yang pasif dalam menerima informasi.

Individu yang dengan sertamerta, tanpa reserve membenarkan semua informasi yang menghardiknya. Mirip sapi yang telah dicucuk hidungnya, mengikuti ke mana kendali bergerak (kendali=informasi). Juga diibaratkan seorang pasien yang sedang berobat ke dokter, maka hanya bisa meringis tak berdaya ketika sebuah jarum suntik di tangan sang dokter menusuk bagian pahanya.

Dalam hal ini kita melupakan satu hal, bahwa dalam proses komunikasi, penyampaian informasi bukanlah seorang dokter, dan penerima informasi bukan pula orang yang sedang sakit (berobat ke dokter). Penerima informasi adalah manusia yang didalamnya terdapat motivasi, intelektualitas, nilai rasa, minat, dan sebagainya. Maka paradigma satu arah yang linier itu telah banyak mendapat kritik sehingga lahirlah

teoriteori komunikasi yang lebih moderat (moderate effect theory).

Dalam realitas komunikasi politik misalnya, pendekatan linier itu mendapat lahan penyemaian yang subur berupa warisan tradisi komunikasi pada masyarakat yang berciri feodalistik, yaitu pola komunikasi yang cenderung bersifat **dari atas ke bawah** (top down). Meskipun acap kali secara kasat mata, pola komunikasi ini memperlihatkan hasil yang positif, seperti menimbulkan efek kepatuhan, tetapi sesungguhnya sifatnya sangat artifisial. Demikian juga dalam hal penyebaran informasi kepada masyarakat di pedesaan, kecenderungan arus top down lebih dominan ketimbang sebaliknya.

Hal ini sering dianggap wajar karena informasi — terutama masalah pembangunan — umumnya dikendalikan oleh pemerintah. J. W. Schoorl menyebutkan pemerintah itu sebagai promotor atau Bikuwata merupakan pemerintah sebagai promotor. Beberapa implikasi atau risiko yang telah diketahui atas penerapan pola komunikasi linier itu, antara lain: 1.

Identifikasi mengenai jenis, bentuk, dan besarnya kebutuhan masyarakat atas dasar persepsi atau sudut pandang komunikator, sehingga informasi yang masuk tidak menargetkan sasaran. 2. Pemilihan simbol, cara menyampaikan (metode), maupun seleksi pesan, tidak memperhitungkan umpan balik (feedback), sehingga sulit mencapai saling pengertian.

Sebaliknya bisa terjadi distorsi dalam memahami pesan. 3. kepentingan komunikator sering bertolak belakang dengan kepentingan komunikan, sehingga proses komunikasi sering dalam situasi konflik. 4. komunikan terkondisi dalam posisi yang statis sehingga sulit diharapkan tumbuhnya inisiatif, apalagi mengharapkan inovasi dari mereka. 5.

bila nilai-nilai dari luar dipaksakan lebih lanjut menjadi standard, padahal bertolak belakang dengan nilai-nilai yang sudah mapan, maka pola komunikasi yang linier tersebut lambat laun akan menyeret masyarakat dalam dilema. Pada akhirnya banyak terjadi praktik standar ganda. Efek mental yang paling kecil dari standar ganda adalah membiarkan masyarakat menyenangi kemunafikan (hipokrisi).

Adapun efek sosial yang paling merisaukan adalah tidak terdapatnya kepastian nilai, norma, maupun hukum. Situasi seperti ini berlaku hukum rimba; **siapa yang kuat dialah yang** menang. Memperhatikan risiko yang tidak menguntungkan (desertifikat) dari pola komunikasi linier satu arah tersebut, maka Bikuwata (1992) menawarkan pendekatan antropologis, yang intinya terlebih dahulu diketahui cara dan pola pikir

masyarakat, barulah diberi informasi.

Agaknya akan lebih afdol juga jika caracara menyampaikan informasi dengan menggunakan cara dan pola komunikasi yang dimiliki oleh komunikan, sehingga komunikasi tidak me rusak sistem nilai sosio budaya yang sudah ada. Pendekatan ini barangkali lebih tepat disebut pendekatan kultural, karena sangat mempertimbangkan dan memperhatikan muatan nilai masyarakat sasaran komunikasi.

8. Membangun Indonesia dengan Oposisi Konstruktif Istilah "oposisi" kembali mengemuka setelah Mantan Presiden Indonesia, Megawati Soekarno Putri, selaku ketua Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menyatakan bahwa partai yang dipimpinnya memilih posisi sebagai "partai oposisi" pada tahun 2004.

Sikap Politik Megawati dan partai nya itu tentu disambut dengan suka cita oleh pendukung nya —yang dikenal sangat loyal terhadap putri Proklamator Ir. Soekarno itu, namun sebaliknya ditanggapi "waswas" oleh lawan politiknya, terutama yang sedang menggenggam kekuasaan kala itu. Dengan adanya tradisi "oposisi", berarti pemerintah tidak bisa lagi "semau 10 9 gue" dalam mengambil keputusan politik, sebab akan selalu diawasi, dinilai, dikritisi, dan sangat mungkin mendapat perlawanan.

Meskipun beberapa partai politik sudah dapat "dijinakkan" oleh pemerintahan SBY Kalla, seperti Partai Golkar yang sepakat menjadi "partai pemerintah", tetapi dengan adanya oposisi dalam politik dapat menimbulkan masalah dalam sistem pengambilan keputusan, sebab Partai Golkar sendiri tidak dapat menjamin manuver elite politiknya secara individual selalu sejalan dengan kebijakan partainya.

Ini terbukti misalnya dalam kasus pengajuan hak angket dan interpelasi soal impor beras, yang memperlihatkan kekalahan wakil "pemerintah" di parlemen (lihat bab sebelumnya, bagian keempat). Belum lagi ada kecenderungan partai-partai yang semula komitmen mendukung pemerintah, perlahan-lahan menunjukkan perubahan sikapnya menjadi "abu-abu".

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) misalnya, meskipun di pemerintahan wakilnya mendukung pemerintahan SBY, namun di parlemen acap kali bersikap kritis. Kekritisan dalam menyikapi kebijakan pemerintah inilah yang sering disebut sebagai salah satu praksis politik oposisi. Karena itu, dalam waktu yang tak terlampau lama, ketua Partai Golkar Jusuf Kalla merespons bernadagasar, bahwa PDIP diharapkan menjadi oposisi konstruktif.

Emblembel "konstruktif" di belakang kata "oposisi" menyiratkan adanya perasaan

waswas, jangan sampai sikap oposisi PDIP menjadi destruktif. a. Parameter Oposisi Pada suatu kesempatan Megawati Soekarno Putri menyatakan bahwa PDIP bukan mesin politik untuk ambisi perorangan, tetapi merupakan partai yang berideologi strategis, bertindak secara disiplin guna mewujudkan cita-cita pendiri bangsa ini.

Pernyataan Megawati itu, sangatlah jelas maknanya, paling tidak untuk menepis anggapan sebagian orang selama ini bahwa PDIP hanyalah partai tunggangan pribadinya atau keluarganya. Ia ingin meyakinkan massanya bahwa PDIP adalah partai terbuka yang modern, memiliki manajemen, dan cara bertindak yang strategis. Salah satu cara untuk menunjukkan kemoderan suatu partai itu adalah salah reposisioning.

Menurut bahasa politiknya Megawati, reposisioning PDIP adalah berdiri di belakang kepentingan rakyat banyak. Istilahnya "membela wong cilik", karena itu tak sungkan-sungkan mengidentifikasikan dirinya sebagai "partainya Wong Cilik". Hal yang mirip ditegaskan oleh salah seorang fungsionaris PDIP, Tjahjo Kumolo, bahwa oposisi yang dipraktikkan PDIP adalah oposisi yang efektif, mengkritisi kebijakan pemerintah yang tidak memihak kepada rakyat. Sikap oposisi Megawati dicatat oleh kolonis Denny JA, ketika Megawati Soekarno Putri membacakan pidato panjangnya dalam Kongres PDIP di Bali, Oktober 1998.

ada dua hal yang terasa waktu itu, yakni Megawati mewakili visi ekonomi reformasi dan membawa perubahan yang mendasar dalam kelompoknya yang populistik. Kedua, ia membawa tradisi baru yang sudah berkembang di Amerika Latin, yaitu The New Populisme, Populisme Baru. Namun di bidang politik, Megawati masih terasa setengah hati. Selanjutnya, dijelaskan oleh Denny JA

bahwa pendukung populisme ini adalah elite politik yang berorientasi ke rakyat kecil dan sektor populer yang berbasis massa seperti buruh, petani, rakyat pedesaan, dan aneka Wong Cilik lainnya. Dalam Situs milik CSIS (16 Januari 2006), Indra J. Piliang merespons langkah Megawati itu dengan menulis "Membumikan Posisi Oposisi". Menurut kolonis produktif ini, apa yang dilakukan oleh Megawati itu adalah sesuatu yang sangat mudah dikatakan tetapi sulit memaknainya.

Hal tersebut, menurut Piliang, karena perangkat ketatanegaraan kita didesain bukan untuk membentuk pemerintahan koalisi, sebaliknya juga sulit menghadirkan pemerintahan oposisi. Alasannya, dalam sistem kabinet Presidensial dan undang-undang mengenai sistem perencanaan (pembangunan) nasional telah meminggirkan pengaruh kelompok kelompok penekan (pressure group) dan kelompok kepentingan (interest group) dalam setiap perumusan alternatif kebijakan.

Praktis hanya sistem kabinet Parlemen Pasca pemilu tahun 1955, yang pernah memunculkan kekuatan oposisi. Setelah itu politik dimonopoli oleh sistem Kabinet Presidensial yang hanya tanpa kritik, sekalipun banyak cacat. Namun, demikian bila PDIP telah memilih menggunakan labeling "oposisi" untuk menunjukkan posisi partainya dalam konstalasi politik Indonesia, menurut Piliang, yang perlu ditanyakan adalah "oposisi di tingkat mana?". Menurutnya, oposisi yang efektif saat ini adalah oposisi daerah terhadap pusat.

Artinya, dalam praksis politik, akan jauh lebih efektif apa bila kader kader PDIP di pemerintahan daerah, terutama Kepala Daerah, mempraktikkan "platform" kerakyatan PDIP, tanpa harus menyebutnya platform oposisi. Peluang oposisi daerah terhadap pusat yang cukup besar meliputi bidang keamanan, pertahanan, moneter, politik luar negeri, fiskal nasional, dan agama.

Alasan Perlunya Oposisi Andi A Mallarangeng, sebagaimana dikutip situs Jaringan Islam Li 111 berhal (21 Januari 2006), menyatakan meskipun hakikat oposisi tak bisa dilepaskan dari perbedaan, tetapi oposisi bukan sekadar berbeda. Oposisi diperlukan karena manusia bukan malaikat yang dikenal tak pernah berbuat salah. Maka manusia itu perlu kontrol.

Alasan berikutnya, karena oposisi pada dasarnya adalah perbedaan pendapat, selalu ada perbedaan pendapat dalam proses merumuskan kebijakan pemerintahan. Lalu, alasan bahwa sebuah kekuasaan, sesuai pendapat Lord Acton, akan cenderung merusak, absolut, dan korup. Karena itu harus dikontrol melalui parlemen. Tetapi parlemen harus dikontrol juga, maka di beberapa negara menggunakan model Bikameral (dua kamar). Ada kamar atas dan ada kamar bawah. Antara kamar saling mengontrol.

Jadi tidak mesti ke dua belah pihak harus saling setuju. Lain lagi dengan M. Fadjroel Rachman, pakar filsafat hukum dari Universitas Gadjah Mada. Dia mengatakan bahwa secara empirik oposisi politik itu sudah dimulai dengan oposisi sosial. Dalam tulisannya di harian Kompas, ia mengaitkan dengan kelas menengah. Dimulai dengan formulasi masalah: Ahmad Dani, pentolan Group Musik Dewa, mendukung Golput, apakah pencinta fanatik Dewa juga Golput? Sulit memang dijawab secara pasti, kecuali bahwa kelas menengah semacam Ahmad Dani, mempunyai logika yang sama dalam berpolitik atau dalam partisipasi politiknya.

Apa yang dilakukan Dani itu merupakan salah satu bentuk oposisi sosial, yakni politik menentang kediktatoran fasis Orde Baru dengan segala reproduksi sosial, politik, ekonomi, dan budayanya. Fadjroel Rachman semacam ingin menggaris, bahwa dibalik alasan sikap Dani yang terang terangan menyatakan kepada publik bahwa dirinya

memilih Gol put, sebenarnya ben tuk dari protes yang skeptis terhadap pelaksa naan demokra tisasi di Indonesia.

Demokrasi apa yang dapat diharapkan dari rakyat yang sebagian besar miskin, bukankah sangat mudah bagi koruptor untuk memprak tikkan politik yang. Nah, jika kelas menengah semacam Dani bertanya tentang hal yang sama, maka posisi oposisi sosial ini menjadi besar. Fa djroel menghitung bahwa berdasarkan sensus Pemilu 2004, individu yang tamat SMU, yang sedang kuliah di perguruan tinggi, atau yang su dah tamat S1, S2, dan S3, jumlahnya mencapai 6.461.572.

Lebih menukik dan dalam pendapat Ignas Kleden yang justru dike mukakannya delapan tahun silam, bahwa oposisi dibutuhkan bukan hanya untuk mengawasi kekuasaan. Opo sisi diperlukan karena apa yang baik dan benar dalam politik haruslah diperjuangkan melalui kontak politik dan diuji da lam wacana politik yang terbuka. Adalah naif sekali bila percaya bahwa pemerintah bersama pembantu dan penasihatnya 112 da pat merumuskan sendiri apa yang perlu dan tepat untuk se gera dila kukan dalam politik, ekonomi, hukum, pendidikan, dan kebudayaan.

Di sanalah oposisi dibutuhkan sebagai semacam advo catus atau Devil's advocate, yang memainkan peranan Setan yang menyelamatkan kita, justru dengan mengganggu kita te rusmenerus. Dalam peran ter sebut, oposisi berkewajiban me ngemukakan titiktitik lemah dari suatu kebijakan, sehingga apabila kebijakan itu diterapkan, segala sesuatu yang dapat me rupakan efek sampingan yang merugikan sudah lebih da hu lu ditekan sampai minimal.

Manfaat lain, dengan oposisi maka accountability atau per tanggung jawaban pemerintah akan lebih dipertanggung jawabkan. Namun, per lu tidaknya oposisi tergantung bagai mana kekuasaan memandang tentang kekuasaan. Kalau ke kua saan dianggap berasal dari sumber su prana tural berupa pulung, wangsit, dan seterusnya.

Maka oposisi sama sekali ti dak diper lukan, sebab pertanggungjawaban kekuasaan lebih bersifat keyakinan dan abstrak. Berbeda dengan bila kekuasaan ber asal dari rakyat, dan kalau rakyat kemudian tunduk kepada penguasa yang telah menerima kekuasaan dari mereka, maka adalah kewajiban penguasa untuk membuktikan bahwa dia layak mendapat kepercayaan rakyatnya. Legitimasi adalah ke la yakan sebuah orde politik untuk mendapatkan pengakuan dari rakyat.

Persoalan tentang bagaimana oposisi dapat dija lankan dengan efektif tanpa terlalu banyak menimbulkan ke gun cangan politik haruslah dibahas dalam uraian tersendiri. c. Kendala-kendala Oposisi Kendala yang paling besar dari politik oposisi berasal dari

pemerintahan yang kekuasaannya sedang dioposisi. Dalam era pemerintahan Orde Baru untuk menekan munculnya oposisi dan sebaliknya sekaligus untuk meratakan opini sehingga menghasilkan legitimasi mayoritas tunggal, maka tegim Soeharto melancarkan politik bahasa dan ideologi.

Menurut Eriyanto dalam buku "Dari Otoritarian ke Hegemony" (2000) terdapat lima tema penting dari pidato Kenegaraan yang juga menjadi titik kunci ideologi Orde Baru; (1) Orde Baru adalah Orde Pancasila. Lewat pidato kenegaraan ditekankan bahwa Orde Baru adalah Orde yang akan melaksanakan Pancasila secara murni dan konsekuen; (2) Orde Baru adalah orde pembangunan.

Citra ini ditekankan dengan mengetengahkan prestasi pembangunan, yang disajikan dengan data kemajuan dan perubahan ekonomi; (3) lewat pidato kenegaraan itu, Soeharto juga menekankan pentingnya stabilitas nasional. Ditekankan bahwa pembangunan baru dapat dilakukakan apabila stabilitas nasional dapat dijamin dan keamanan nasional dapat dijaga; (4) pembangunan juga membutuhkan suasana tertib dan selaras.

Konflik dan pertentangan yang ada dalam masyarakat harus dikendalikan sehingga tidak berkembang menjadi anarkis; dan (5) ketertiban masyarakat itu juga membutuhkan konstitusionalisme dan institusionalisme. Aspirasi dan pendapat masyarakat harus disalurkan kepada lembaga yang dibangun untuk itu. Dengan lima pendekatan ideologis di atas, menurut Herman Sulistyono —yang memberi pengantar buku Eriyanto tersebut, sejak memasuki dekade 1990an, praktis tidak ada lagi kekuatan politik oposisi, baik dari kalangan mahasiswa, LSM, partai politik, maupun intelektual, yang berarti dan serius dapat mengancam kekuasaan Soeharto.

Tetapi, bagaimanapun suatu sistem yang berkembang kuat hampir tanpa kontrol sama sekali, bangunan kekuasaan Soeharto sesungguhnya semakin lama semakin rapuh, bagaikan rumah kertas. Suatu kondisi yang di bawah permukaan menyimpan bom waktu yang dapat meledak setiap saat. Kekuasaan yang otoriter tanpa fungsi oposisi menyebabkan hegemoni dalam banyak aspek kehidupan.

Pendekatan keamanan (security approach) yang diterapkan Soeharto menyebabkan kreativitas intelektual mahasiswa terganggu, kritik dibelenggu, sedangkan yang terang terangan menyatakan berbeda pendapat, akan berhadapan dengan aparat keamanan dengan tuduhan mengganggu ketertiban umum dan mengancam stabilitas nasional. Media massa yang mencoba kritis akan berhadapan dengan mesin pembredelan melalui mekanisme pencahutan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang dikeluarkan oleh Departemen Penerangan. Adapun keterbukaan menjadi tinggal

impian.

Bila pun ada konsepsi yang menyatakan menerima keterbukaan sudah dapat dipas-tikan dengan emblema “tetapi” di sana sini. Persis seperti yang dikemukakan oleh tokoh Orde Baru Cosmas Batubara: **Komunikasi Politik di Indonesia** bersifat terbuka, meskipun ini tidak berarti kebebasan mutlak, melainkan keterbukaan yang tertata dan teratur. Karena keterbukaan mutlak akan menimbulkan anarkisme, sedangkan tatanan saja justru akan mengakibatkan kebekuan.

Oleh karena itu keterbukaan membutuhkan tatanan, dan sebaliknya tatanan tidak mungkin dipisahkan dari keterbukaan. Keduanya saling membatasi, namun juga saling melengkapi dan mendorong pengembangan secara aktif. Pemerintahan Orde Baru memainkan dua muka dalam memberangus kekuatan oposisi, yakni satu muka bercitra sangat baik secara bahasa, namun bersifat represif dalam praktik politiknya. Maka munculnya dua situasi kontras.

Satu sisi secara kebahasaan selalu muncul katakata yang berlabel “bernilai luhur” seperti pembangunan, persatuan, demi kepentingan umum, tepasalira, toleransi, dan seterusnya, namun **di sisi yang lain** makin banyak saja aktivis yang diintrograsi, “di-aman-kan” di kantor polisi atau Kodim. Karena itu, meskipun kini zaman telah berubah, demokrasi telah digulirkan, namun pola pikir “hipokrisi” seperti itu belum hilang sama sekali.

Kenyataannya kekuatan Orde Baru tetap eksis dan menguasai panggung politik nasional. Meskipun nama mereka telah berubah, visi dan misi partai telah diperbarui, dan naekodanya telah banyak diisi dari kalangan muda, tetapi platform mereka tetaplah tidak mungkin dimusnahkan begitu saja.

Kultur “hipokrisi” itu menyebabkan oposisi sulit dijalankan secara terbuka, sebab orang justru cenderung menyembunyikan perbedaan, karena perbedaan dianggap kurang baik dalam kultur lokal, terutama di pulau Jawa. Perbedaan cenderung menyulut konflik, sedangkan konflik dalam persepsi budaya Jawa kurang mendapat tempat di hati. Yahyah Muhaemin, salah satu pola umum perilaku masyarakat Jawa adalah bahwa mereka cenderung untuk tidak berada pada situasi konflik dengan pihak lain dan bersamaan dengan itu mereka juga cenderung selalu mudah tersinggung.

Dualisme kultur Jawa itu—tak mau berbeda sekaligus sudah tersinggung, membuat orang sangat berhati-hati dalam mengungkapkan pendapat. Selain itu mendorong tradisi “basabasi”, komunikasi yang melingkar, sehingga menjadi tidak efisien dalam komunikasi politik. Akibatnya orang lebih suka berpura-pura sekadar

untuk menutupi sikapnya sendiri agar tidak bertubrukan secara langsung dengan orang lain.

Namun secara umum, bukan hanya di Jawa saya kira yang menganut pola duplikasi nilai dalam proses regenerasi bangsa. Umumnya individu di Negara agraris yang sedang berkembang, regenerasi selalu dimaknai sebagai duplikasi atas sejumlah nilai dari generasi sebelumnya kepada generasi penerusnya.

Bila ada sesuatu yang berbeda di kalangan generasi muda dari apa yang ada atau dimiliki oleh generasi sebelumnya, maka akan menimbulkan ketidakharmonisan. Cita-cita anak, memilih jodoh, melakukan kegiatan mesti harus mendapat izin atau restu dari orangtua. Dalam term agama, malahan ditekankan bahwa anak yang melawan ke mauan orangtuanya termasuk perbuatan durhaka, yang kelak mengakibatkan dirinya masuk neraka.

Jadi jangan heran bila orangtua penyanyi anaknya menuruni orangtuanya sebagai penyanyi pula. Anak bintang film melahirkan bintang film, anak dokter menjadi dokter, 115 anak seorang Kiai menjadi Kiai, anak seorang politisi menjadi politisi juga. Jadi secara kultural, praktik oposisi justru bisa mendatangkan citra yang kurang baik di masyarakat kita.

Karena itu tokoh yang terlalu vokal di masa Orde Baru justru tidak mendapat dukungan yang signifikan ketika yang bersangkutan mencoba mengadu nasib dalam pemilu. Contoh untuk ini misalnya Sri Bintang Pamungkas. Salah satu kegagalan Amien Rais dalam Pilpres 2004 yang lalu, menurut banyak pakar, karena Amien Rais yang berdarah Solo itu tidak seperti orang Solo.

Amien Rais yang orang Jawa itu terlalu asertif (mungkin karena beliau terlalu lama studi di Amerika Serikat), sehingga dipandang tidak Jawa (seperti orang Jawa). Dalam bingkai budaya Jawa, kritik yang pedas dan langsung menohok ke sasaran, dianggap tidak etis, karena dianggap ambisius. **Orang yang ambisius cenderung** dinilai negatif.

Maka, oposisi politik pun bisa menjadi boomerang bila diungkapkan secara terbuka, sebab akan dianggap vulgar, dinilai tidak etis. Dan semua itu menyebabkan orang menarik dukungannya. Inilah paradoks dari politik oposisi dalam kultur yang hipokrit seperti itu, yakni sering kali kekritisan justru menjadi boomerang, yang bisa menyerang balik peminatnya. Kekritisan justru membuahkan antipati dan resistensi. d.

Kendala Internal Menjadi oposisi bagi sebuah partai politik tidak sekadar persoalan bagaimana selalu melihat kebijakan pemerintah dengan paradigma Struktural

fungsional konflik. Sebab bila etosnya “yang penting me ne mukan kelemahan pemerintah” suatu ketika justru menimbulkan kesan oposisi hanya pandai mencari kesalahan. Bagi PDIP yang meng usung etos oposisi sebagai kerja politiknya haruslah ekstra hati-hati, sebab bila Megawati yang maju sendiri sebagai corong oposisi, maka Boomerang itu akan lebih potensial.

Sebab Megawati sendiri pernah menjadi orang nomor satu di pemerintahan, dan orang akan dapat dengan mudah memanfaatkan fakta historis tersebut untuk menyerang balik dengan mengatakan “Dia itu pandai bicara, padahal ketika menjabat presiden tidak pernah melaksanakan apa yang digagasnya itu!” Karena itu menurut saya, PDIP tinggal butuh strategi komunikasi yang benar. Kelemahan yang paling mencolok dari partai ini adalah lemahnya di sektor komunikasi politik.

Okey lah, dilihat dari sudut ja ringan organisasi, mungkin masih dapat dikata relatif masih tertata rapi, tetapi berbicara soal membangun citra positif, sering kali tampak kedodoran. Misalnya, ketika Megawati mencanangkan reposisi partainya menjadi partai oposisi, tidak dengan segera ditindak lanjuti oleh jajaran di bawahnya menggunakan etos kekritisannya terhadap kebijakan pemerintahan.

Bila pun berhasil membangun citra kekritisan, seperti inisiatif hak angket dan interpelasi impor beras, citra kepionirannya di media berhasil direbut oleh politisi lain, misalnya dari PAN atau PKS. Jadi kelihatan dalam lomba lari, startnya paling duluan, tetapi sampai di garis finish paling belakangan. Seperti juga dilansir oleh Indra J.

Piliang, konsep posisi oposisi itu tidak langsung ditangkap oleh kader partai itu yang kebetulan sedang memegang kekuasaan (seperti kepala daerah). Akibatnya, jalur struktural ini tidak melakukan fungsi oposisi yang konstruktif terhadap pemerintahan pusat. Jadi, persoalan posisi oposisi bukan se kadar persoalan bagaimana menverbalisasikan perlawanan.

Oposisi bukan sekadar persoalan kebahasaan, namun yang lebih penting dari itu membutuhkan kesiapan SDM di tingkat eksekutor di lapis bawah hingga akar rumput. Masalah yang belum dilakukan partai-partai politik di Indonesia adalah belum tersedianya data yang valid mengenai karakteristik pendukungnya, yang meliputi data demografis pengurus dan simpatisan fanatik partai, donor partai, maupun networkingnya.

Dalam banyak hal, acap kali informasi yang dijadikan rujukan pengambilan keputusan (decision making)—akibat tidak tersedianya data terukur untuk melatari kebijakan, sekadar informasi yang bersifat kualitatif. Sangat mungkin informasi itu hanya berasal

dari seseorang belaka, seseorang dianggap dekat dan dipercaya. Padahal belum tentu orang yang ditanyai ini tahu betul apa yang ditanyakan, namun karena kecenderungan AIS (Asal Ibu Senang), akhirnya orang yang ditanya ini menjawab dengan imajinasinya. Pokok bagaimana bisa membual yang membuat atasan senang.

Apalagi bila orang yang ditanya ini punya tabiat relasi sosial yang buruk (misal mengandalkan “menjilat” atasan untuk mengontrol karier atau mendapat posisi tertentu, sangat mungkin orang ini akan menjual “fitnah” temannya sendiri. Menurut saya, data based tentang kekuatan diri sendiri sangat penting bagi sebuah partai. Partai harus mempunyai data yang akurat tentang sumber daya manusia yang dimilikinya.

Dengan demikian, partai juga mempunyai “orang” yang dapat diandalkan untuk mengerjakan tugas tertentu, tugas yang membutuhkan penguasaan kompetensi tertentu, keterampilan tertentu, dan keluwesan dalam relasi sosial. Bila pun kemampuan itu belum mengristal hingga petanya masih “buram”, maka perlu ada strategi peningkatan mutu SDM.

Selama ini memang sudah dilakukan penataran, pelatihan, dan pembelajaran oleh badan Litbang masing-masing, namun kalau kita mau jujur, maka muatannya 117 masih cenderung bersifat indoktrinasi. Karena itu, ke depan materi rinya harus lebih variatif, sesuai dengan perkembangan tuntutan dunia eksternalnya. 8. Strategi Multi Bidang dan Konteks Semua lini dalam kehidupan sosial merupakan sumber legitimasi yang dapat digunakan untuk memenangkan pertarungan opini publik.

Di level terdepan, aspek sosiologis memang yang paling utama, tetapi ujungujungnya kemenangan sebuah gerakan —seperti gerakan partai oposisi ini, sangat ditentukan oleh akumulasi kesan yang membangun opini publik. Opini publik akan mengarahkan keberpihakan dalam partisipasi politik. Mendukung atau menolak sebuah partai politik tidak semata ditentukan oleh banyaknya dan seringnya sebuah gerakan muncul, namun sangat ditentukan oleh bagaimana masyarakat merespons gerakan itu. Karena itu, sebuah gerakan tidak boleh dibiarkan sendiri.

Sebab, sebuah gerakan yang meluncur sendiri hanya akan menghabiskan energi, dan cenderung dimaknai tak jauh dari gerakan itu sendiri. Padahal, dalam politik tidak boleh ada yang siasia. Sebuah kebaikan adalah investasi untuk membangun kepercayaan. Sebuah kebaikan yang ditujukan hanya sebatas mendapat pahala dari Allah di akhirat memang luhur, tetapi tempatnya bukan di jalur politik.

Dalam jalur politik selalu berkaitan antara orang memberi apa dan apa imbalan yang dapat diterima dan bagaimana efeknya di masyarakat. Saya coba hadirkan satu ilustrasi

untuk memperkuat asumsi di atas. Indra J. Piliang pada bagian awal telah menunjukkan sebuah pendekatan struktural sebagai arena "bermain" posisi oposisi, maksudnya ini merupakan strategi yang menggunakan kekuasaan formal.

Seorang Gubernur, misalnya, dalam pendekatan ini pastilah mempunyai kesempatan memainkan pendekatan struktural ini, sebab ia mempunyai kewenangan untuk memanfaatkannya. Memang ada adagium, bahwa seorang pejabat (publik) ketika berhasil menduduki jabatannya, ia sudah bukan lagi milik partai. Ia adalah aset bangsa. Itu memang betul. Dalam etika politik, memang harus dipisahkan antara pejabat publik dan pejabat partai.

Namun, bila seorang kader partai yang telah mendapat kedudukan dengan jasa partai kemudian melupakan jasa partai begitu saja, bukankah itu juga tidak baik? Itu identik dengan seorang anak yang sejak kecil diasuh oleh ibunya, namun setelah besar dan mendapatkan kesuksesan dalam hidup, lantas menelantarkan ibunya begitu saja. Itu namanya anak yang tak tahu balas budi.

Dalam mitos masyarakat kita, anak yang rakus tahu diri semacam itu digambarkan seperti Malin Kundang, yang akhirnya dikutuk oleh sang Ibu menjadi batu. Karena itu benang merah historis semacam itu harus tetap dipelihara, meskipun caranya tidak harus vulgar. Caranya tentu harus sangat halus, hingga masyarakat tidak menyadari terbawa dalam format yang dikehendaki sang kader ini.

Katakanlah kader partai oposisi ini sebagai walikota. Dalam tugas keseharian sang walikota memang diwajibkan untuk melayani semua warga negara tanpa memperhatikan asal-usul partai. Memang tanpa harus menyebut dirinya sebagai kader partai oposisi pun masyarakat akan tahu.

Jadi keberhasilan sang walikota dalam menjalankan tugasnya otomatis berdampak pada citra positif partainya, sebab walikota ini berfungsi sebagai etalase partai yang paling depan. Walikota identik dengan citra partainya namun, bila pendekatan struktural itu dibiarkan jalan sendiri, maka percepatan opini publiknya menjadi berkurang.

Pencitraannya menjadi kurang fokus, karena itu perlu didampingi dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan ini berusaha menciptakan kesamaan tertentu dengan objek atau subjek yang dominan. Praksisnya begini, pendekatan ini merekomendasikan agar partai oposisi membuat program duplikasi atas program yang dicanangkan sang etalase dalam skala yang lebih kecil dan dalam bentuk kegiatan aksi strategis yang berbeda. Program sang etalase dan program partai dibuat jalan beriring.

Dua hal yang nyaris sama ini dalam pencitraan akan bersifat saling menguatkan, karena di dalamnya terdapat akumulasi kesan. Dua pendekatan (struktural dan asosiatif) ini saja sudah jauh lebih baik, karena akan dapat menguatkan generalisasi bahwa sang walikota dan partai politiknya mempunyai irama yang sama dalam visi membangun kotanya. Anda bisa bayangkan bila program sang walikota berbeda dengan partainya. Pastilah kesan yang mencuat menjadi buruk.

Sang walikota membuat program unggulan pemberdayaan pesantren, sementara partainya menguatkan program pelegalan perjudian. Itu sama dengan antar air dengan minyak yang muskil dapat disatukan. Jadi, ketika sang pejabat tertinggi di daerahnya berasal dari partai oposisi, maka partai tidak perlu menonjolkan sikap oposisi.

Partai justru memperkuat pencitraan kekuasaan formal, dan oposisinya seperti disarankan Indra J. Piliang, adalah oposisi daerah terhadap pusat. Contoh keberanian gubernur menolak kebijakan pemerintah pusat mengimpor beras dengan alasan untuk melindungi petani adalah praksis oposisi yang sangat menarik, namun sayangnya tidak banyak tokoh lokal PDIP yang mengambil isu itu untuk kepentingan pembangunan opini publik, sehingga momentum itu justru di "ramok" oleh kader partai lain. 119 Karena itu dua strategi itu pun masih perlu dikuatkan dengan strategi tambahan, yakni strategi "relasi media" (media relations).

Bila dalam contoh sang walikota dalam menjalankan tugasnya didukung dengan personil kehumasan (public relations) yang baik, dan sang walikota mempunyai hubungan yang "baik" dengan media, maka semua aktivitas itu menjadi investasi nama baik secara politis. Dan bila personil kehumasan **itu tahu apa yang** dibutuhkan oleh sang walikota, maka ada kesempatan dan bahkan selalu menfokuskan keberhasilan sang walikota dengan keberadaannya sebagai kader partai oposisi.

Ekspose sang walikota akan selalu bersifat paradoks, satu sisi menonjolkan fungsi pemerintahannya, namun **di sisi yang lain** diselingi dengan sisi kemanusiaan (human interest) sebagai politisi. Dengan demikian, pencitraan sang tokoh yang menjadi etalase partai ini menjadi semakin kuat dan terfokus. Pada hakikatnya, semua pendekatan harus dicoba dan dipadukan untuk menarik simpati rakyat. Semua bidang dan konteks harus dikuatkan (diberdayakan).

Misalnya kader partai yang mempunyai hobi berkesenian, perlu didukung kegiatannya agar mencapai tingkat institusionalisasi tertentu. Dengan demikian, sumbangsih sang kader di bidang kesenian mempunyai investasi ganda bagi partai. Satu sisi menjaring komunitas kesenian (pemain, meminat, dan relasi lainnya), dan sisi yang lain

menunjukkan bahwa kader partai mempunyai kualitas tertentu di bidang kesenian. Bila strategi media partai itu jalan, pastilah si kader yang mampu berkesenian ini merupakan sumber "kampanye" partai yang efektif.

Demikian juga, bila ada kader yang tekun mengabdikan waktunya untuk memperbaiki ekonomi kerakyatan, itu adalah aset. Apa pun kegiatan sang kader, asal punya kemanfaatan sosial, haruslah diapresiasi oleh partai, harus didukung agar menjadi sumber krida bilitas partai. Dengan demikian, bila wahana partai itu diidentikkan dengan bidang dan konteks, maka partai bermain di semua bidang dan konteks itu.

Karena itu pengurus partai haruslah punya sense of social yang juga multi pendekatan. Selama ini pendekatan pengurus partai terhadap pendukungnya sangat bersifat subjektif. Bila pengurusnya kebetulan suka sepakbola, maka yang diurus melalui soal sepak bola.

Bila pengurusnya suka musik, yang diperhatikan cuma musik melalui, begitu seterusnya, sehingga mengesankan partai tidak mempunyai kemampuan mengakomodasi semua bidang dan konteks yang menjadi tuntutan masyarakat. Pada prinsipnya semua bidang dan konteks itu adalah sah dijadikan pendekatan, sepanjang berakibat pada timbulnya simpati masyarakat.

BAB 6 LEVEL KOMUNIKASI (3) A. KOMUNIKASI MASSA 1. Definisi Komunikasi Massa
Secara empiris sulit untuk membahas masalah komunikasi massa hanya berdasarkan pengertian-pengertian yang telah ditulis oleh para ahli sebelum tahun 2000.

Sebab pada era tersebut komunikasi massa masih memperlihatkan keperkasaannya sebagai entitas tunggal yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. **Televisi, radio, dan surat** kabar dianggap sebagai media yang mempunyai efek sangat besar pada masyarakat luas. Beberapa generalisasi penelitian penelitian pada era sebelum abad ke-21 menunjukkan kedigdayaan tersebut, sehingga teori-teori efek media yang kuat (the powerful effect theory) seperti teori Peluru dan Jarum suntik menjadi daya tarik para pembuat kebijakan publik yang berkaitan dengan komunikasi massa. Joseph R.

Dominick membuat definisi "Komunikasi Massa" pada tahun 1970-an dalam bukunya *The Dynamic of Mass Communication: Media in Transition* : Komunikasi massa merupakan proses pengiriman informasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Pengiriman tersebut dilakukan dengan bantuan mesin-mesin tertentu. Kata kunci yang ditekankan, yaitu: ada organisasi, khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar.

Saat ini fakta empiris nya telah mengalami pergeseran bahwa media massa mengalami reduksi khlayak karena berpindah ke media online dan media sosial (social media), demikian juga dengan karakteristik media massa yang heterogen sudah mengalami transformasi menjadi homogeni akibat persaingan yang ketat memaksa mereka melakukan positioning yang sangat ketat. Implikasinya institusi media massa harus memilih khlayak nya yang semakin tersegmentasi.

Definisi "tersebar" juga mu lai dikoreksi, karena banyak media terutama televisi yang menunjukkan khlayaknya semakin terpusat. Pemusatan khlayak didasarkan karakteristik tayangan media itu sendiri. Misalnya, pemusatan berdasarkan peruntukan (anak-anak, remaja, dewasa), segmentasi berdasarkan preferensi program acara (olahraga, sinetron, berita, dan seterusnya).

Bila sebelum abad ke-21 khlayak diasumsikan pasif, apa pun yang ditawarkan media langsung dikonsumsi, kini khlayaklah yang lebih menentukan menonton apa sesuai kebutuhan, kesukaan (preferensi), dan kepentingan. Stanley J. Baran & Dennis K. Davis (2006: 8) menyatakan "the world is now populated by people formerly known as the audience".

Seolah Baran hendak mengatakan bahwa media massa sebelum abad ke-21 memegang kendali atas khlayak, tetapi kini khlayaklah yang menentukan; memilih media mana, informasi apa yang dibutuhkan, dan kapan mengonsumsinya. Bila pada masa itu media massa dikenal juga sebagai media sekilas dengar atau sekilas lihat. Begitu orang berhalangan mengonsumsi maka tertinggal.

Namun sekarang dengan adanya konektivitas antara media massa dan web yang berbasis internet, media siaran televisi ataupun radio dapat tersimpan dengan baik dalam website yang dimiliki dan khlayak dapat mengakses kapan pun, menonton dan melihat sesuai waktu yang dikehendaki. Namun demikian, untuk membedakan komunikasi massa dengan jenis komunikasi yang lain.

John Vivian (2008: 6) dari Winona State University membatasi komunikasi massa, sebagai berikut: Mass communication is the sending of message to great number of people at widely separated points, mass communication is possible only through technology, whether it be a printing press, a broadcast transmitter or an internet server. the massiveness of the audience is a defining characteristic of mass communication.

(Komunikasi massa adalah pengiriman pesan ke sejumlah besar orang di titik-titik yang terpisah secara luas, komunikasi massa hanya mungkin menggunakan teknologi,

apakah itu mesin cetak, pemancar siaran atau server internet. (kebesaran khalayak adalah karakteristik komunikasi massa yang menentukan.) Vivian seolah hendak menegaskan, meskipun media massa kini telah terkoneksi dengan teknologi informasi yang sedang membangun genre komunikasi tersendiri (komunikasi siber, online, dan komunikasi sosial), namun media massa tetap eksis dalam batasannya yang lama yakni media yang jumlah khalayaknya massif dan komunikasi massa hanya mungkin terjadi atas bantuan teknologi. Vivian memasukkan satu aspek yang sebelumnya tidak dicatat, yaitu teknologi server internet. 1232.

Ruang Lingkup Kajian John Vivian membagi studi Komunikasi Massa berdasarkan penggunaan media massa menjadi empat bagian, yaitu: 1. Media Massa Fundamental, yang berisi teknologi media dan ekonomi media (media economics). 2. Media Massa sebagai Industri (Mass Media industries), meliputi media cetak, media auditif, media gambar bergerak (motion media), dan Media baru (new media).

3. Isi Media Massa (mass media content) meliputi berita (news), hiburan (entertainment), hubungan masyarakat (public relations), dan periklanan (advertising). 4. Isu-isu Media Massa (mass media issues), meliputi khalayak luas (mass audiences), efek media massa (mass media effects), Pemerintahan dan media massa (governance and mass media), Media global (mass media globalization), Hukum media (media law), dan Etika (ethics). 3.

Teknologi Media Vivian (2008: 28) evolusi media dibagi menjadi empat tahap: (1) teknologi cetak (printing technology) menghasilkan produk buku, surat kabar, dan majalah; (2) teknologi kimia (chemical technology), fotografi dan film (movie) pada awalnya dikembangkan melalui teknologi kimia, seiring waktu bergeser ke teknologi digital; (3) teknologi Kelistrikan (electronic technology), berkembang pada tahun 1990 ditandai dengan kebutuhan listrik untuk siaran televisi (pemancaran dan penerimaan membutuhkan listrik), pemancaran frekuensi radio juga membutuhkan listrik (semakin besar daya yang dipancarkan oleh gelombang radio semakin jernih suaranya dan semakin jauh sinyal dapat ditangkap); (4) teknologi digital (digital technology).

Media massa tradisional melakukan adaptasi terhadap teknologi digital. Dimulai pada awal abad ke-21. Semua media nyaris tak bisa menghindari penggunaan media. Selanjutnya Vivian (2008: 7) menegaskan, bahwa komunikasi abad ke-21 dominasi penggunaan media sosial (social media). Perang besar tidak lagi dipicu oleh media massa konvensional, Vivian (2008: 26) menyebut siber sebagai alat untuk perang (A Cyber—War Tool).

Dapat dibayangkan bila semua kendali senjata nuklir yang dapat melesat melampaui

benua di bawah operasi komputer yang dihubungkan dengan internet, sementara internet sendiri masih memungkinkan untuk ditembus dan dikacaukan sistemnya. Vivian menggunakan istilah hacking. Pelakunya disebut hacker. Teknologi di tangan manusia bisa berdampak negatif ketika digunakan untuk tujuan-tujuan yang salah.

12.4 Pembobolan bank, penipuan, peredaran gelap, dan sebagainya menunjukkan kemudahan manusia dalam berkomunikasi melalui teknologi yang canggih. Mengingat teknologi berbasis digital ini memiliki dampak yang massif, mulai dari level individu hingga negara, maka dibutuhkan sikap yang bijak (wisdom). Nurudin, pakar Teknologi Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), memberi wawasan kepada masyarakat yang ingin mempelajari teknologi komunikasi.

Ada tiga pendekatan dalam merespons teknologi komunikasi. Mengutip Anthony G. Wilhelm (2000), Nurudin mendeskripsikan: (1) Distopian (Dystopian), yaitu pengikut aliran yang sangat hati-hati dan ber sikap hati-hati terhadap teknologi. Kelompok ini beranggapan bahwa dampak yang ditimbulkan oleh teknologi bisa nyata mengacaukan kehidupan sosial dan politik.

Makanya, aliran ini mengkritik habis dampak negatif teknologi; (2) Neo-Futurisme, yaitu mereka yang menganggap bahwa manusia tidak bisa melepaskan diri dari teknologi. Teknologi adalah fenomena yang membuat manusia harus mengikutinya, diatur, dan bahkan diarahkan ke mana masa depan manusia. Aliran ini memandang bahwa yang paling penting dilakukan oleh manusia adalah mengantisipasinya; dan (3) Tekno-Realisme, yaitu pengikut pandangan yang berada di tengah-tengah antara Distopia dan Neo Futurisme. Aliran ini mencoba realistis, tetapi juga tidak mengingkari adanya harapan baru di masa datang.

Aliran ini bersikap tidak perlu menghindari teknologi tetapi juga tidak perlu mendewakan (Nurudin, 2017: 20-24). 4. Dampak Penggunaan Internet di Masyarakat Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Republik Indonesia mengemukakan data pengguna internet di Indonesia meningkat tajam tiga tahun terakhir (sejak 2014). Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014.

Pada 2017, e-Marketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. (http://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-no-mor-enam-dunia/0/sorotan_media). Data yang lain menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia sudah lebih dari itu.

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung keinternet. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang (<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta.>)

Perkembangan pengguna yang sangat cepat ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informatika yang semakin canggih sehingga dapat digunakan untuk sarana komunikasi antarwarga masyarakat, menggantikan komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi tatap muka lainnya. Di samping itu, produksi perangkat teknologi mulai dari server hingga pesawat penerimapesan seperti cellular phone dilakukan secara massif, sehingga harga jualnya menjadi rendah. Dengan demikian, menjangkau masyarakat yang berpenghasilan rendah sekalipun.

Bila sepuluh tahun yang silam hanya kalangan tertentu saja (kelas sosial ekonomi menengah ke atas) yang dapat membeli cellular phone (dalam masyarakat Indonesia lebih dikenal dengan istilah hand phone atau HP), maka sekarang pemilikan HP sudah mencakup semua segmen masyarakat, mulai dari pembantu rumah tangga, pemulung sampah, tukang becak, dan bakul sayur. Bahkan di pasar-pasar tradisional, jual beli barang kerap kali sudah menggunakan perangkat ini.

Tak terkecuali kalangan anak-anak sekolah dasar sudah memiliki HP sendiri lengkap dengan status akunnya di media sosial. Kemajuan teknologi akhirnya mendorong perubahan dalam pola perilaku sosial. Bila pada masa sebelumnya individu dalam membentuk komunitas berdasarkan interaksi yang bersifat langsung, bertemu satu sama lain dan mengetahui keberadaan masing-masing, kini kelompok-kelompok tersebut bertemu di dunia maya (cyber) yang satu sama lain tidak mengetahui keberadaannya.

Bahkan ketika masing-masing bertemu pun, interaksi mereka tidak terhadap individu yang ada di dekatnya, tetapi berinteraksi dengan orang lain melalui HP yang berada entah di mana. Bagi Dominick (1996: 52) karakteristik seperti itu disebut sebagai parasocial relationship, interaksi sosial semu di mana individu merasa lebih tertarik, lebih akrab dengan orang yang ada di dalam media.

Bahkan pengetahuannya terhadap siapa yang ada di dalam media tersebut jauh lebih intensif ketimbang orang yang ada di sekitarnya. Gejala "parasocial relationship" itu tampaknya tidak terelakkan di masa depan dan akan menimbulkan beberapa efek yang perlu diperhatikan secara serius. Apalagi pada skala nasional, banyak kebijakan

yang mulai menggunakan media cyber sebagai cara interaksi yang dianggap lebih efektif, efisien, dan mengurangi pertemuan secara langsung. Kebijakan tersebut misalnya pembayaran pajak, ujian akhir nasional, transaksi elektronik, pemasaran online, dan sebagainya.

Perubahan pola komunikasi ini diperkirakan akan menguatkan gejala parasocial relationship tersebut. Dengan demikian terjadi transformasi penggunaan media, dari media massa menjadi media online (Panuju, 1997: 95-97). Parasosial relationship juga menghingapi kalangan anak-anak remaja.

Para orangtua yang sibuk tidak mau direpotkan oleh anak-anak mereka, maka untuk memberi kesibukan kepada anak-anaknya, diberikan perangkat elektronik yang bisa digunakan untuk mengakses internet dan bermain game. Bahkan acap kali, bermain gamenya melalui saluran internet. Itu yang disebut "game online". Sejalan dengan itu anak-anak menjadi fokus pada benda di gembagamannya itu, yang kita sebut "gadget" (baca gejet).

Mereka larut dalam pengkonsumsi dua listik dan sudah barang tentu meluruhkan kebutuhan interaksi sosialnya. Ikatan solidaritas merenggang diikuti luruhnya kepedulian dan semangat berbagi atau gotong royong. Gejala yang paling penting dari parasocial relationship di kalangan anak-anak adalah membuat dirinya terasingkan dari lingkungannya sendiri.

Di perumahan elite misalnya, banyak ditemukan fakta anak-anak tidak saling mengenal dalam radius lima rumah ke depan, ke belakang, ke samping kanan dan kiri. Keadaan tersebut merupakan bukti lain bahwa teknologi komunikasi yang awalnya untuk mendekatkan diri antar-individu justru semakin menjauhkan satu sama lain. Yang dekat jadi jauh dan yang jauh jadi dekat (Panuju, 2017: 55) Teknologi informasi bagaikan pisau bermata dua.

Di satu sisi membuat hidup manusia menjadi mudah, namun di sisi yang lain menimbulkan efek negatif. Ada dua kandungan cyber yang mengkhawatirkan berdampak buruk bagi anak-anak dan remaja, yakni muatan pornografi dan game online. Penelitian Euis Supriati dan Sandra Fikawati (2009: 48-56) menunjukkan terpaan atau paparan pornografi di kalangan anak-anak Sekolah Menengah Pertama (SMP) telah menyebabkan efek imitasi, eskalasi, dan desensitasi, dan adiksi.

Anak-anak yang sering mengonsumsi menunjukkan kecenderungan meniru, ke mudian cenderung meluaskan paparan yakni yang semula fokus pada perhatian lawan jenis meluas ke sama jenis, dan selanjutnya terjadi perubahan sikap yang semula

menganggap pornografi sebagai hal yang tabu, melanggar moral dan agama, lama-kelamaan menjadi dianggap hal yang biasa. Efek terakhir yang terjadi adalah kecanduan (adiksi), yakni akan berusaha selalu mencari materi pornografi tersebut.

Pada tataran perilaku sudah barang tentu remaja yang sudah ke-12 canduan pornografi akan mengalami masalah dalam konsentrasi belajarnya, berkurangnya kepekaan sosialnya, dan tereduksi sensitivitas terhadap tantangan masa depannya. Berdasarkan dari hasil analisis survei yang dirilis tahun 2016 menyatakan bahwa 12 persen situs yang ada di dunia maya masuk dalam kategori situs porno (konten khusus untuk dewasa) dan jumlah situs porno tersebut lumayan besar, yaitu 24.644.172 situs.

Majalah terkemuka asal Kanada, One Minute, pernah melaporkan jumlah video porno yang beredar di dunia saat ini mencapai 14,9 juta (Panuju, 2017: 59). Pornografi merupakan bagian dari industri berkala besar, yang menghasilkan keuntungan tidak kurang dari Rp 44 Triliun. Setiap detik ada 28.258 orang yang mengakses situs porno. Tercatat setiap harinya 68 juta orang yang mengetik kata kunci "seks" di situs mesin pencari.

Konon di Amerika Serikat, 12% dari seluruh situs internet adalah situs berbau pornografi (Panuju, 2017: 59). Selama ini pemerintah Indonesia melalui kementerian Kominfo telah melakukan pemblokiran terhadap situs yang bermuatan pornografi, tetapi hasilnya masih jauh dari ideal.

Menurut pengakuan kementerian Kominfo, dari 28-30 juta web yang mengandung pornografi, yang bias diblokir baru 700 ribu saja atau kurang lebih 2% dari yang ada. Hal tersebut karena puluhan juta web pornografi bersembunyi di balik miliaran nama domain alias. Adapun target kominfo pada tahun 2018 hanya bisa meretas 50% dari 30 juta web porno (https://kominfo.go.id/content/detail/10914/kominfo-baru-blokir-2-persen-dari-30-juta-situs-pornografi/0/sorotan_media).

Dengan demikian sampai tahun 2018 dipastikan masih ada 15 juta web pornografi yang bergentayangan di dunia maya. Dari 15 juta web pornografi tersebut sudah barang tentu potensinya untuk sampai kepada anak-anak dan remaja masih sangat besar. Bukan saja disebabkan faktor usia mereka yang masih memiliki minat yang besar terhadap hal-hal yang berbau seks, tetapi juga karena semua jenis operator punya potensi menjadi penghubung kepada anak-anak.

Bila sebelumnya pornografi menyebar melalui akun web dan medsos seperti Facebook dan Twitter, belum lama ini pornografi bisa masuk melalui penyedia layanan pesan

instans WhatsApp berupa GIF (Graphics Interchange Format). Umumnya masyarakat sepakat bahwa konten pornografi tak layak untuk anak. Pornografi sejatinya adalah hiburan untuk orang dewasa.

Menurut Taufiq Pasiak, Kepala Pusat Studi Otak dan Perilaku Sosial Universitas Sam Ratulangi Manado, bisa mengakibatkan kemampuan nalar 12-18 tidak berfungsi baik (<https://www.pressreader.com/indonesia/kompas/20171109/281809989173523>). Mengapa anak-anak dan remaja yang diperkirakan paling rentan dari dampak negatif pornografi? Anak-anak dan remaja dalam pandangan Psikologi merupakan usia yang masih labil, yang potensial berubah-ubah sikap dan pandangannya.

Paparan pornografi merupakan lingkungan yang sangat berpengaruh terhadap pembentukan kepribadian remaja. Menurut Deddy Mulyana (2005: 8), konsep diri individu yang paling dini pada umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan orang-orang dekat lainnya di sekitar. Itulah yang disebut significant others, namun bila orang tua sibuk dan kurang memperhatikan pendidikan anak, sementara anak lebih intens berkomunikasi melalui media, sangat mungkin media dan isi media itulah yang memengaruhi konsep diri (who am I) individu.

Sebagai industri, kodrat pornografi tidak mau mati, tidak mau diblokir atau dilarang. Umumnya komoditas, maka ia ingin mendekat ke pada konsumen dengan sedekat-dekatnya. Dengan demikian, komoditas pornografi akan berusaha mengembangkan pasarnya tidak peduli siapa segmennya.

Sebagai stimulus pesan, pornografi menyerang bagian otak manusia. Parakriti T. Simbolon dalam Lull (1998: xvii) melukiskan bagaimana stimulus berkembang biak dalam otak manusia, lalu menyebar kepada orang lain serta memengaruhi sikap/tindakan manusia secara sosial maupun budaya, yakni berusaha sekuat-kuatnya untuk berkembang seluas-luasnya, hidup selama lamanya, dan muncul seseli-aslinya.

Sudah banyak fakta terungkap bahwa anak-anak menjadi korban paparan pornografi. Ketua Harian Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) Samarinda Adji Suwignya, menyatakan sebagai berikut: dan penyalahgunaan obat-obatan adalah hal negatif yang marak mengintai remaja. Maka jangan heran, dalam riset yang dilakukan Adji 90 persen siswa SMP dan SMA terpapar pornografi dan menjadi korban pornografi. Akses pornografi yang dilakukan anak, ucap dia, tentu tak diketahui orangtua. Namun, Adji menyebut mereka sudah jadi korban tanpa disadari.

"Kecanduan pornografi salah satunya. Melakukan transaksi pornografi juga dianggap biasa," imbuhnya. Maka perhatian orangtua adalah yang paling utama. Banyak orang

tua yang sukses, tetapi ternyata anaknya nakal. Alasannya, kurang perhatian. Padahal, anak ini sangat butuh perhatian. Apa lagi, mereka yang menginjak remaja.”
(<https://www.jawapos.com>).

porno grafi) Keresahan orangtua/keluarga pada fenomena pornografi tersebut 12 9 menyebabkan sekolah dan keluarga melakukan patroli yang ketat. Pada jam pelajaran HP milik anak didik wajib dikumpulkan di suatu tempat. Kemudian di rumah orangtua mengawasi perilaku anak dalam mengoperasikan gadgetnya. Pertanyaannya adalah sejauh mana orangtua dan sekolah memiliki waktu penuh untuk mengontrol anak-anak? Faktanya sekarang banyak tumbuh warung kopi di jalan-jalan yang diberi fasilitas akses wifi dan kabel listrik yang digunakan untuk mengambil listrik, yang berdasarkan observasi awal banyak dikunjungi anak-anak dan remaja pada hari Jumat sore, Sabtu dan Minggu. Pada momen ini orangtua dan sekolah tidak memiliki kuasa untuk mengontrol apa yang dilakukan anak-anak di tempat tersebut.

Kehadiran media siber dipandang sebagai bentuk cara berkomunikasi baru. Gillmor (2004) dalam Nasrullah (2014: 23) menyatakan bahwa jika selama ini pola komunikasi terdiri dari one to many atau dari satu sumber ke banyak audiens (seperti buku, radio, dan TV) dan pola satu sumber ke satu audiens atau one to one (seperti telepon dan surat), maka pola komunikasi yang ada di media siber bisa menjadi many-to-many dan few-to-few. Komunikasi yang terjadi ini karena ada perangkat koneksi perangkat komputer dengan perangkat komputer yang lain.

Perkembangan teknologi siber saat ini memungkinkan orang bisa dan bebas menyusun pesan dan mengirimkan ke pada siapa pun, tak ada batasan usia, jenis kelamin, tingkat sosial ekonomi dan maupun batasan geografis. Kondisi semacam ini menyebabkan kegunaan media kembali kepada masing-masing. Masalahnya adalah ada kesenjangan antara perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dengan proses edukasi di masyarakat.

Meskipun negara telah memiliki undang-undang yang mengatur transaksi elektronik (UU No. 11 Tahun 2008), yang memungkinkan membatasi penggunaan internet untuk tujuan-tujuan yang merusak (destruktif), namun dalam tingkat penegakkan hukum, masih jauh dari yang diharapkan, hal tersebut disebabkan sumber daya manusia (SDM) yang bertugas melaksanakan tugas tersebut masih sangat terbatas, sehingga jumlah pelanggaran yang ada bisa tumbuh ratusan kali lipat ketimbang prestasi pendakannya terhadap para pelanggar.

Selain itu, perkembangan teknologi siber yang semakin canggih tidak berbanding lurus dengan literasi siber yang ada di masyarakat. Dapat dikatakan terjadi apa yang disebut

cultural lag dalam masyarakat. Sebagai teori William F. Ogburn (1957) mendefinisikan menggambarkan cultural lag sebagai situasi sosial yang terdapat dua jenis kebudayaan, satu kebudayaan maju dengan pesat, sementara kebudayaan yang lain lambat.

Rajendra Kumar Sharma (2007: 293) menegaskan bentuk cultural lag yang sering muncul dalam masyarakat adalah adanya kesenjangan antara aspek materiil dan nonmateriil. Fenomena di mana masyarakat kita, yang di satu sisi menunjukkan massifikasi penggunaan alat komunikasi dan terhubung dengan dunia siber tanpa canggung, sementara **di sisi yang lain** belum memiliki pengetahuan, skill, dan kesadaran tentang dunia siber itu sendiri.

Dampaknya adalah terjadi disfungsi dari penggunaan teknologi. Kalangan yang memiliki potensi disfungsi berinternet ini adalah kelompok usia anak-anak dan remaja. Sebagaimana penelitian Supriati (2008) menunjukkan bahwa kalangan remaja yang masih duduk di bangku **Sekolah Menengah Pertama (SMP)** banyak mengalami paparan pornografi dan mengalami kegagalan fokus dalam belajar. Hal tersebut menunjukkan bahwa kalangan ini berpotensi menghadapi situasi cultural lag.

Anak-anak dan remaja memiliki ketertarikan yang besar terhadap seks. Hal ini terbukti dengan penemuan bahwa anak-anak di usia 7 tahunan menjadikan konten pornografi sebagai salah satu yang paling dicari di internet (Sulianta, 2010: 89). Yang dimaksud dengan pornografi adalah gambar-gambar perilaku pencabulan yang lebih banyak menonjolkan tubuh dan alat kelamin manusia.

Sifatnya yang seronok, jorok, vulgar, membuat orang yang melihatnya terangsang secara seksual (Bungin, 2006: 336). B. FUNGSI KOMUNIKASI MASSA Menurut Dominick (2013) komunikasi massa memiliki fungsi utama sebagai: (1) fungsi pengawasan (surveillance). Media massa sering dijadikan media peringatan kemungkinan terjadinya bencana (early warning system).

Ketika terjadi gempa bumi misalnya, otoritas pengawas gempa bumi mengirimkan rilis ke media televisi tentang kemungkinan disusul dengan gelombang tsunami. Maka Stasiun televisi segera menginformasikan dengan segera. Dapat juga yang dimaksud dengan fungsi pengawasan adalah menjaga tertib sosial dan harmoni sosial dengan pesan-pesan yang disampaikan.

Misalnya, media massa membantu masyarakat dengan memberitakan sesuatu yang dapat bermanfaat dalam kehidupannya atau dapat menolong kesulitan dan mengantisipasi kesulitan. Ada sebuah radio di Surabaya (Suara Surabaya FM) yang didengar masyarakat karena siarannya banyak menginformasikan situasi di jalan raya di kota

Surabaya, bahkan sampai ke Malang dan Ngawi. Informasi didapat melalui laporan pendengar yang kebetulan mengikuti siaran dari mobilnya; (2) fungsi ini terpretasi.

131 Media massa memiliki standar siaran, kebijakan siaran/liputan, dan basis ideologi. Penelitian analisis bingkai (framing analysis) merupakan contoh metode yang digunakan untuk mencari tahu bagaimana media massa mengepung sebuah peristiwa atau fenomena dengan ide-ide atau ideologi yang ada di baliknya.

Dengan kata lain, media massa memiliki tradisi untuk membantu masyarakat memberi makna pada fakta dan atau peristiwa. Apa yang dianggap penting oleh media diasumsikan penting bagi masyarakat. Dalam teori "Agenda setting" diasumsikan bahwa media merupakan refleksi masyarakat. Apa yang dianggap penting oleh masyarakat dapat diperoleh di media massa dan demikian sebaliknya apa yang dianggap penting media ada di masyarakat; (3) fungsi media atau hubungan (mediated and linkage).

Media massa merupakan institusi yang menjembatani komunikasi antar berbagai kelompok dalam masyarakat, seperti antara produsen dan konsumen, antara pemerintah dan rakyat, antara elite politik dan konstituennya; (4) fungsi penyebaran nilai-nilai (transmission of values). Media massa memberikan model bagaimana sebuah tayangan dapat menjadi tuntunan (referensi) untuk ditiru (diadopsi) masyarakat.

Tanpa disadari kata-kata yang populer di media massa direproduksi oleh masyarakat dalam percakapan sehari-hari. Sebagai contoh; dalam sinetron bersambung Orang Ketiga (ditayangkan SCTV setiap malam hari Pkl. 09.30 pada awal tahun 2018. Ketika naskah ini diketik sinetron tersebut masih tayang pada episode 84).

Yang menarik dari sinetron tersebut ada tokoh yang dilabeling sebagai Pelakor (Perebut Laki Orang). Nah, istilah tersebut sering muncul dalam percakapan sehari-hari. Demikian juga dengan istilah Pebinor (Perebut Bini Orang) yang populer di media massa kemudian ngetren dalam percakapan sehari-hari. Hal ini membuat media massa seperti sebuah pisau yang memiliki dua sisi sama tajam.

Bila isinya positif, maka nilai-nilai yang ditularkan juga positif, dan demikian sebaliknya. Kita bersyukur di Indonesia ada norma-norma yang mengatur media agar tidak berdampak merusak (destruktif). Di kalangan jurnalis ada Kode Etik Jurnalistik yang berisi rambu-rambu etis ketika seorang wartawan meliput berita.

Di kalangan penyiaran ada yang disebut P3 & SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran & Standar Program Siaran). Keduanya merupakan norma-norma yang harus dipatuhi oleh lembaga penyiaran (Radio dan Televisi). P3 & SPS merupakan amanat Undang-Undang

penyiaran (UU No. 32 Tahun 2002) yang digunakan oleh **Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)** sebagai pedoman dalam melakukan fungsi pengawasan terhadap lembaga penyiaran; (5) fungsi hiburan (entertainment). Ini merupakan fungsi yang paling dominan bagi media massa. Terutama radio dan televisi, acara hiburan merupakan andalan untuk meraup iklan.

Bukti bahwa fungsi hiburan dari media massa sangat dominan, Mulyana (2008: 61) mencontohkan tayangan infotainment yang disiarkan TV Swasta kita, yang disukai banyak orang. Hampir semua stasiun Televisi Swasta memiliki program siaran infotainment dengan judul acara yang berbeda-beda. Menurut Mulyana, hal itu disebabkan tayangan tersebut **memenuhi naluri primitif manusia**, yakni **untuk tertarik pada misteri, drama, konflik, dan sensualitas**.

Gossip tentang kaum selebritas yang ditayangkan TV Swasta tersebut sering mengandung dua atau bahkan tiga unsur tersebut. Sebenarnya gossip itu ada di mana pun, namun di Indonesia gossip di media massa punya keunikan tersendiri karena intensitasnya yang tinggi dan sumber yang digosipkan adalah kaum selebritas. Mulyana menilai TV Swasta di Indonesia tampaknya telah menjadi "kerajaan selebritas".

Namun demikian ada gejala yang menarik pada perilaku penonton TV pada tahun 2016. Kementerian Kominfo memiliki data berdasarkan hasil surveinya bahwa acara yang paling disukai penonton TV adalah berita, disusul Drama, Musik, dan olahraga. Selengkapnya data Kominfo tersebut tersaji pada grafik berikut ini: TABEL 4 Jenis Acara yang Disukai Penonton Sumber: Kementerian Kominfo, diambil dari: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jenis-acara-yang-disukai-penonton-televisi-2016-1511335424> , pada 03/04/2018 pukul 14: 06.

133 Pada di atas memberi harapan bahwa pada tahun-tahun berikutnya media TV cenderung menyampaikan fungsi penyampaian nilai-nilai ketimbang hiburan. Dengan demikian, media massa memiliki potensi ikut mencerdaskan kehidupan bangsa. C. KOMUNIKASI MASSA DAN PEMBERDAYAAN SOSIAL 1. Media sebagai Sarana Komunikasi Pembangunan Peranan kuat media massa dalam pembangunan diperlihatkan dalam penelitian Lerner dan Rao dan studi-studi lain pada tahun 1950-an dan 1960-an. Studi-studi ini melengkapi hipotesis paradigma pembangunan dominan.

Media massa merupakan alat untuk mentransfer gagasan dan model model baru dari negara-negara berkembang ke negara-negara Dunia Ketiga dan dari daerah-daerah. Schramm menjelaskan bahwa desa-desa tidak menyadari pola-pola tradisional mereka, tuntutan untuk berkembang secara ekonomis dan sosial biasanya berasal dari melihat bagaimana negara-negara berkembang atau orang-orang yang lebih beruntung. Media

massa kemudian menjadi jembatan ke dunia yang lebih luas.

Mereka diberi tanggung jawab untuk mempersiapkan individu-individu untuk perubahan yang lebih cepat di negara-negara berkembang dengan menetapkan "iklim organisasi". Demikian pendapat Everett M. Rogers (1991) sebagaimana dikutip oleh Rochajat Harun & Elvinaro Ardianto (2011: 130). Wilbur Schramm menambahkan bahwa ada beberapa tugas yang dapat dilakukan media massa, namun ada pula yang tidak.

Schramm menguraikan tugas-tugas tersebut secara rinci tugas-tugas tersebut. Dalam tugasnya menjangkau serta memengaruhi audiens, pengembangan media massa dengan komunikasi antarpribadi merupakan sarana yang paling efektif untuk:

1. Menjangkau masyarakat dalam usaha memperkenalkan ide baru.
2. Membujuk masyarakat agar memanfaatkan inovasi tersebut.

Dalam sejarahnya penggabungan pendekatan tersebut menghasilkan **kan apa yang disebut** dengan "forum media". Forum media untuk pertama kalinya berkembang di Kanada di tengah keluarga petani, kemudian menyebar ke Jepang serta negara-negara sedang berkembang seperti India, Nigeria, Ghana, Malawi, Costa Rica, dan Brazilia.

Forum media berlangsung dengan cara mengumpulkan sekelompok kecil anggota masyarakat, yang bertemu secara teratur dalam waktu-waktu tertentu untuk menangkap siaran media massa, kemudian mendiskusikan isi siaran tersebut. Media massa dihubungkan dengan forum tersebut 134 melalui radio (Depari & MacAndrews, 2006: 29). Dalam uraian di atas mengenai pemanfaatan forum media ternyata media massa seperti radio merupakan saluran utama dalam menyebar luaskan pesan-pesan pembangunan seperti inovasi kepada kelompok-kelompok diskusi.

Tampaknya siaran melalui forum media cukup efektif dalam menambah pengetahuan, pembentukan dan perubahan sikap, serta mendorong perubahan. Pengaruh **komunikasi melalui media massa** di negara-negara berkembang khususnya di masyarakat desa, akan menjadi lebih besar apabila media tersebut digabungkan peranannya dengan saluran komunikasi pribadi melalui forum media (Depari & MacAndrews, 2006: 31). Model-model penggunaan media radio untuk tujuan pembangunan seperti tersebut di atas, tampaknya sesuai dengan peran yang selama ini dilakukan di Indonesia.

Pada masa lalu, forum media seperti yang dimaksudkan oleh Schramm telah diaplikasikan oleh jajaran Departemen Peningkatan dan Departemen Pertanian dengan program Kelompo Cakir (Kelompok Pendengar, pembaca, dan Pemirsat). Program program penyuluhan di bidang pertanian dan peternakan telah terinte-

grasikan dalam siaran radio dan kelompok capir.

Presiden Soeharto bahkan sempat belajar terlebih dahulu mengenai ternak Lele Dumbo dan Lamtoro Gung ketika akan menghadapi forum media dalam acara "Temu Wicara" yang diadakan TVRI dan RRI. Hal senada bahwa program-program pembangunan di pedesaan yang dirancang pemerintah membutuhkan penyuluhan dan efektivitasnya sangat ditentukan oleh penggunaan media massa yang tepat, diungkapkan oleh Leta Rafael Levis (1996: 109) bahwa penyebaran berita, informasi, propaganda serta pertunjukan-pertunjukan dalam rangka melakukan perbaikan atau perubahan-perubahan dalam pembangunan teknologi pertanian, semakin sangat penting dengan perkembangan alat canggih dalam teknologi komunikasi.

Di negara-negara maju, sangat sedikit para petani yang bekerja tanpa penggunaan jasa radio dan televisi. Radio dan televisi sering menyiarkan program-program yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan dengan usaha pertanian, keadaan cuaca, jenis tanaman unggul yang baru dikembangkan serta informasi lain yang berguna bagi usaha pengembangan tani di pedesaan.

Aspek difusi teknologi baru ke dalam masyarakat juga sangat penting dan berguna bagi para petani untuk merangsang mereka mengadakan perubahan-perubahan dalam penggunaan teknologi. Selain menyebarkan berita-berita atau informasi yang berhubungan dengan pertanian, radio dan televisi juga menyebarkan program-program lain yang berguna bagi 135 rumah tangga petani. Levis, L.R

dkk (1994) dalam penelitiannya yang berjudul "Sistem Komunikasi dan Adopsi Inovasi Panca Usaha Tanaman Kedelai (Suatu Studi Kasus di Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang Tahun 1994)" menemukan fakta bahwa rendahnya frekuensi penggunaan media oleh para petani menyebabkan kesadaran yang rendah dalam melaksanakan teknik bercocok tanam yang benar.

Media komunikasi radio di daerah tersebut masih merupakan barang asing, belum merupakan media pilihan yang menguntungkan para petani dalam mengembangkan usaha tani mereka. Para petani di lokasi penelitian tidak dapat menggunakan media radio karena mata acara "Siaran Pedesaan" di RRI dan TVRI dari aspek waktu sangat sulit diikuti oleh para petani sebab waktu penyiaran pukul 05.30 WITA bertepatan dengan waktu tidur dan sebagian petani lainnya sudah keluar rumah untuk mencari makan ternak.

Temuan yang lain, di pedesaan NTT khususnya di lokasi penelitian di atas belum dibentuk FORUM MEDIA sehingga para petani tidak terkoordinasi dan tidak pernah

melakukan "sharing" informasi dalam kelompok secara organisatoris. Ini di mana petani yang jarang menggunakan media lain selain teman tidak memiliki informasi tambahan, di pihak lain petani yang pernah menggunakan media lain tidak pernah memberikan informasi tersebut kepada petani lain (Levis, 1995). Setidaknya penelitian tersebut menunjukkan pentingnya kehadiran informasi pertanian dan sisi-sisi kehidupan sosial di pedesaan dalam mendinamisasikan kelompok-kelompok masyarakat pedesaan.

Sayangnya sebelum tahun 2002 media yang mendapatkan akses dari negara untuk melakukan siaran pedesaan dimonopoli oleh RRI dan TVRI, sedangkan media lokal cenderung (bahkan wajib) melakukan siaran "reley". Dari aspek isi pesan (content) menyebabkan konteks pesan terpusat berdasarkan cara pandang Jakarta, hal tersebut dirasakan mengurangi eksposur konten lokal (local content) dan cara berpikir masyarakat setempat.

Apalagi pada penghujung tahun 1990-an, forum temu cara ini cenderung banyak diarahkan ke ranah politik oleh pemerintah untuk kepentingan status quo. Sehingga ketika reformasi bergulir, model forum media itu ikut terhempas. Peran tersebut menemukan muaranya pada model hubungan media-komunitas pada radio komunitas sesuai UU 32/2002.

Pergeseran pemanfaatan media radio sebagai media komunikasi pembangunan seperti di atas dapat dijelaskan dari sudut pandang politik media. Konsep politik media sebagai kebijakan negara sangat berkaitan dengan horizon **nilai yang terkandung dalam** sebuah penataan media, yang pada akhirnya menentukan orientasi makro kebijakan media. Hermin Indah Wahyuni mengutip Gerhard Vowe merumuskan tiga horizon nilai dominan dalam penataan media (Wahyuni, 2007:16), yaitu: 1.

Nilai keamanan (security) politik media seharusnya mampu menjamin terciptanya rasa aman dalam masyarakat. Melindungi masyarakat dari bahaya yang mengancam akibat keterbukaannya dan kebebasan menyampaikan informasi melalui media massa, banyak dipraktikkan di negara-negara yang menggunakan tradisi etatisme dan korporatisme (contoh: Jerman, Austria). 2.

Nilai kebebasan (freedom) politik media seharusnya menjamin terwujudnya media massa sebagai sebuah arena publik yang dapat digunakan oleh seluruh kelompok-kelompok dalam masyarakat untuk menyampaikan ide dan pemikiran mereka yang terkait dengan kepentingan publik. Banyak dipraktikkan oleh negara-negara Anglo Saxon (Amerika, Kanada, Australia, dan Inggris). 3.

Nilai keadilan (equality) politik media seharusnya dapat dirasakan pengaruhnya oleh seluruh kelompok-kelompok dalam masyarakat secara optimal, media diharapkan memperkecil kesenjangan dalam masyarakat. Banyak di praktikkan di negara-negara skandinavia. Menurut Hermin, dalam kasus Indonesia yang sedang bertransisi dari politik otoritarian menuju demokrasi, media massa akan berusaha mencari format yang tepat untuk menjalankan fungsinya di masyarakat.

Menurut penulis, radio komunitas justru berada di persimpangan jalan antara peran yang diharapkan oleh regulasi menjadi penopang ko-hesivitas sosial dengan kontrol yang kuat dari pemerintah (negara) dalam urusan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) dan kontrol dari Komisi Penyiaran dalam urusan isi siaran (content), sementara dirinya sendiri harus berjuang secara mandiri menghidupi organisasinya dan komunitasnya.

Kehadiran radio komunitas di tengah masyarakat pedesaan dapat menjadi sarana komunikasi antarkomunitas, mau pun dengan kalangan luar, bahkan bisa menjadi medium yang mengintegrasikan kelompok-kelompok masyarakat untuk melakukan kegiatan-kegiatan bersama atau mencapai tujuan-tujuan tertentu. Meskipun radio komunitas memiliki keterbatasan sosial logis mau pun yuridis, namun perkembangan teknologi dewasa ini dapat menutupi kekurangan-kekurangan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi dan komputer memberi kesempatan anggota masyarakat menciptakan model komunikasinya melalui perangkat teknologi yang disinkronkan. Dewasa ini di radio-radio komunitas sudah memadukan antara teknologi audio yang berbasis frekuensi dan teknologi internet yang berbasis cyber optic, yakni memanfaatkan teknologi konvergensi seperti radio streaming.

Sehingga model komunikasi yang tercipta atau diciptakan oleh radio komunitas bisa mewadahi komunikasi antarpribadi (intrapersonal communication) bermedia, komunikasi kelompok (group communication), maupun komunikasi massa (mass communication). Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi di antara satu individu dengan individu lain, merupakan komunikasi tatap muka di antara individu dalam kondisi yang khusus (private setting). Di sanalah terjadi pertukaran makna (John, 1999: 65).

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok "kecil" seperti dalam rapat, pertemuan, seminar, dan sebagainya. Merupakan interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya mengenal atau mengingat karakteristik pribadi anggota-anggotanya yang lain secara tepat (Anawar Arifin, 1984; Nasrullah, 2012)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung antara banyak pihak.

Wright (1959: 15) menyebutkan beberapa karakteristik komunikasi massa, yakni: (1) diarahkan pada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim; (2) pesan-pesan yang sering disebarkan secara umum, dijadwalkan, dan diterima secara serentak oleh khalayaknya; dan (3) komunikatornya berada dalam suatu organisasi yang relatif besar dan memiliki kecukupan modal.

Dalam fenomena penyelenggaraan radio komunitas, di samping memadukan komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa, bahkan memungkinkan dirajut dengan komunikasi menggunakan media sosial (social media), dan melibatkan warga dalam produksi pesan serta penyebarluasannya. Pada fenomena media sosial, saat ini bukan hal sulit lagi, sebab dengan perangkat telepon genggam (cellular phone) saja sudah dapat memproduksi pesan dan menyebarkannya ke seluruh anggota komunitas.

Adapun fenomena keterlibatan warga masyarakat dalam mencari informasi (news gathering), menyusun pesan (news writing), dan sekaligus exposing sering disebut dengan "jurnalisme warga" (citizen journalism). Term citizen journalism dipakai untuk menjelaskan keterlibatan warga (audiensi) dalam memproduksi dan mendistribusikan berita.

Beberapa literatur menyebutkan bahwa aktivitas warga dalam memublikasikan informasi tersebut bisa diwakili oleh term seperti public journalism, civic journalism, grassroots journalism, participatory journalism, street journalism hingga audience journalism. Keterlibatan warga ini tak terlepas dari kemajuan teknologi komunikasi yang memungkinkan siapa pun terlibat di dalam produksi, konsumsi berita, didukung pula dengan munculnya beberapa fasilitas dalam internet seperti mailing list, weblog, social networking sites atau website itu sendiri (Nasrullah, 2012: 148-149).

Kegiatan jurnalisme warga tak terlepas dari fungsi-fungsi media massa pada umumnya (Nasrullah, 2012: 149). Ruang kegiatan mereka bisa menjalankan atau memainkan peran menghibur (Rolnick, et al, 2008), memberikan informasi (McQuail, 1987), propaganda (Baran & Davis, 2009), menentukan agenda setting (Severin & Tankard), gerakan sosial politik (Vivian, 2008), dan sangat potensial mengubah budaya (Bourdieu, 1993).

Media sebagai Penyadaran: Kasus Pemberitaan Pengungsi Rohingya (Dimuat Harian KOMPAS, 6 September 2017, h. 7) Pembantaian terhadap etnis minoritas Rohingya mendapat perhatian yang sangat luas, baik dilihat dari frekuensi pemberitaan maupun intensitasnya, oleh media massa Indonesia. Dari segi karakteristik etnis

Rohingya yang pada umumnya menganut agama Islam, membuat fenomena tersebut memiliki nilai proximity yang tinggi.

Apalagi belakangan politik pencitraan media cenderung menempatkan umat Islam sebagai umat yang berpotensi intoleransi dan radikalisme. Setidaknya tragedi Rohingya ini merevisi keyakinan publik, bahwa Islam identik dengan intoleransi dan radikalisme. Tragedi Rohingya membuktikan bahwa radikalisme dapat terjadi dan dilakukan oleh siapa pun, tak pandang bulu apa agamanya.

Media massa di Indonesia sudah sepantasnya memberiitakan tragedi Rohingya sedetail detailnya bukan karena ingin berpihak pada salah satu kubu opini publik yang terbelah (Islam yang dilebali intoleransi dan pluralisme yang dipuji-puji sebagai Pancasila sejati yang penuh toleransi), tetapi semata-mata karena media massa memiliki fungsi pertanggungjawaban sosial (social responsibility) atas nama jurnalistik.

Karena jurnalistik tidak boleh berpihak pada salah satu kubu dalam masyarakat, sehingga peliputannya tidak ditentukan oleh pertimbangan "suka atau tidak suka" (like or dislike), apalagi hanya atas dasar asumsi-asumsi stereotip belaka. Jurnalistik harus netral dan berimbang serta lepas dari opini. Bukankah dalam rumusan semua Kode Etik Jurnalistik 139 yang ada menempatkan larangan mencampuradukkan antara opini dan fakta.

Pencampuradukkan antara opini dan fakta dalam pemberitaan cenderung memberi peluang "penumpang gelap" untuk mengarahkan pemberitaan kepada sudut pandang tertentu, sehingga publik tidak memiliki kesempatan untuk mencerna, membandingkan, memilih, memilah, dan menilai sebuah berita. Kecenderungan untuk mengarahkan pada perspektif tertentu itulah yang mengantarkan institusi berita jatuh ke dalam bingkai (frame) yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain.

Siapa yang dirugikan dan diuntungkan oleh pemberitaan tragedi Rohingya? Sepintas umat Islam Indonesia mendapat untung atas pemberitaan ini. Setidaknya hendak menjawab tuduhan sementara pihak yang cenderung menggeneralisasi secara serampangan bahwa agama Islam adalah agama yang intoleran dan berpotensi mendorong radikalisme. Umat Islam juga memanfaatkan momentum ini untuk menunjukkan bahwa radikalisme terhadap umat Islam tidak harus dibalas dengan hal sama.

Karena itu kita patut bersyukur, bahwa peristiwa Rohingya tidak diikuti dengan mobilisasi massa turun ke jalan sebagaimana gerakan Aksi Damai 212. Reaksi umat Islam cenderung disampaikan melalui media sosial, namun narasinya masih tergolong

wajar, masih terbatas kecaman terhadap regim yang membiarkan tragedi tersebut berlangsung. 2.

Menghindari Generalisasi Sempit Kalaupun kemudian pemberitaan cenderung mengarah pada sosok tertentu atau kelompok tertentu sebagai pelaku kejahatan, hal tersebut semata-mata karena kecenderungan fakta yang terungkap. Bila akhirnya nama **Aung San Suu Kyi** menjadi bahan caci maki publik, hal tersebut semata-mata sebagai respons atas empati kemanusiaan bangsa Indonesia, yang di dalamnya berisi harapan agar pemimpin de facto **Myanmar Aung San Suu Kyi** mengambil tindakan pencegahan meluasnya tragedi kemanusiaan tersebut.

Pemberitaan di media massa sementara ini cenderung mengerucutkan pada tiga pihak yang dianggap biang keladi, yakni: (1) junta militer yang belum sepenuhnya menerima **Suu Kyi sebagai pemimpin** mereka. Meskipun Suu Kyi berhasil mengambil alih kekuasaan lewat pemilu yang demokratis tahun 2015, partainya Liga Nasional untuk Demokrasi (LND) berhasil mengalahkan Junta militer di sana.

Masalahnya, konstitusi yang dibuat oleh regim militer sebelumnya melarang perempuan 140 menjadi pemimpin; (2) Biksu Wiratu, pemimpin kelompok kontroversial 969 yang pernyataannya menyebarkan kebencian terhadap Umat Islam di Myanmar, (3) sosok Suu Kyi sendiri, yang menjadi ironi. Tragedi kemanusiaan justru terjadi ketika Suu Kyi telah menggenggam kekuasaan politiknya.

Padahal ketika masih berstatus sebagai pejuang perdamaian, pengaruh Suu Kyi sangat kuat di Myanmar. Tahun 1991 Suu Kyi **menerima Hadiah Nobel Perdamaian atas perjuangannya memajukan demokrasi dan HAM meski dia di bawah penindasan junta militer**. Fakta adalah stimulus, yang maknanya bisa berbeda-beda antara respons satu individu dan lainnya, juga antara satu kelompok dan lainnya.

Fakta tersebut bisa diseret ke dalam generalisasi yang seolah-olah berlaku di tempat lain secara universal. Misalnya muncul generalisasi bahwa militer itu kejam, semua biksu benci terhadap umat Islam, dan pemimpin perempuan cenderung lemah tak berdaya. Andaikan generalisasi yang sempit tersebut kemudian diolah oleh mesin opini publik ala "Saracen", maka betapa banyak sentimen kebencian saling silang.

Sipil versus militer, pria versus wanita, dan Biksu versus Ulama Islam. Karenanya jurnalistik mempunyai tanggung jawab untuk menguraikan fakta-fakta menjadi stimulus yang menutup peluang dijadikan bahan hoak di media sosial. Caranya pemberitaan dibuat tidak mengerucut pada satu perspektif saja. Jurnalistik harus mampu menyuplai informasi yang sevariatif mungkin.

Pemberitaan yang cenderung mengarah pada sosok tertentu atau subjek tertentu mempermudah orang mengolahnya menjadi racun. 3. Jurnalistik Opini Meskipun teknik-teknik presisi dalam jurnalistik sudah lama direvisi sebagai teknik jurnalistik profesional, jurnalistik yang berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui investigasi dan teknik riset, namun tidak dapat dipungkiri masyarakat masih lebih menyukai berita yang bersifat personal, di mana fakta direpresentasikan melalui tokoh-tokoh tertentu.

Dalam konteks ini patut disayangkan respons resmi pemerintah agak terlambat dalam menyikapi tragedi Rohingya. Komentar-komentar yang dimunculkan oleh media penyiaran berasal dari tokoh-tokoh informal, seperti dari kalangan pemimpin Ormas dan Parpol. Kesan yang muncul konstruksi framing pemberitaan masih mengikuti dikotomi kekuatan politik yang sekarang sedang berlangsung.

Tokoh-tokoh nasionalis yang mewakili ideologi pluralisme kurang mengemuka. Konstruksi berita seperti ini cenderung dapat dijadikan generalisasi bahwa kalangan nasionalis kita takut mengubah citra opini yang terbelah. Seolah pembelahan opini sengaja hendak dilestarikan demi kepentingan Pilkada tahun 2018 dan Pemilu dan Pilpres tahun 2019.

Hingga tulisan ini dibuat belum ada pernyataan resmi Presiden Jokowi soal tragedi Rohingya, kecuali berita Presiden telah memerintahkan Menteri Luar Negerinya untuk terbang ke Myanmar. Mungkin Presiden Jokowi lebih mementingkan langkah konkret ketimbang komunikasi publiknya, namun dari segi empati sosial pernyataan Presiden secara resmi sesungguhnya ditunggu-tunggu oleh rakyat.

Saya tidak tahu persis, keterlambatan pernyataan pemerintah ini sebagai sebuah desain politik atau kekurangpekaan tim medianya di Istana Presiden, sehingga pernyataan diaduh oleh mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ataukah ada desain dari kalangan media sendiri yang melihat Presiden sebagai penutup yang manis dari jurnalisme tragedi...entahlah.. BAB 7 A.

LINGKUP BIDANG KOMUNIKASI Yang dimaksud dengan bidang komunikasi dalam tinjauan ini adalah ranah kajian komunikasi yang tumbuh mengikuti minat masyarakat dalam kegiatan berkomunikasi. Kegiatan komunikasi ada dalam berbagai ranah kehidupan manusia sepanjang melibatkan interaksi simbolik maupun interaksi sosial. Komunikasi kerap menjadi domain yang melibatkan ranah yang lain, namun bisa juga gejala komunikasi dipakai mengikuti gejala yang lain.

ini persoalan mana yang lebih dominan. Komunikasi bisa menjadi tujuan dalam interaksi, dapat juga komunikasi hanya sebagai tools untuk tujuan interaksi. Semua itu membentuk gejala Bidang Komunikasi. Batasan ini sekaligus untuk membedakan level komunikasi yang dilihat dari keterlibatan peserta dalam komunikasi. Tentu tidak semua bidang komunikasi diberi nama yang spesifik karena mungkin gejala yang masih lemah, intensitas, dan frekuensinya masih belum tinggi, sehingga dilihat sebagai kasus belaka.

B. PUBLIC RELATIONS 1.

Pengertian Public Relations Sesuai dengan istilahnya "public relations" memiliki dua kata kunci yakni "public" dan "Relations" yang mengandung pengertian hubungan dengan publik. Pengertian publik bisa bermacam-macam tergantung kepentingan unit organisasi atau institusi yang diwakili. Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan, maka publiknya bisa meliputi pembeli, tempat penjualan (store), maupun masyarakat secara luas yang memungkinkan diedukasi menjadi konsumen. Bila institusinya pemerintahan, maka publiknya bisa masyarakat sipil maupun sumber daya manusia di institusinya.

Pendek kata, yang dimaksud dengan public adalah bagian dari masyarakat yang memiliki hubungan, baik langsung maupun tidak langsung, terhadap institusi. Fungsi public relations adalah menyebarluaskan informasi sehingga publik mengetahui dan memahami sehingga memiliki kesan yang baik terhadap institusi. Kesan adalah persepsi individu yang diperoleh berdasarkan informasi yang diterima. Persepsi publik sangat tergantung pada daya imajinasi yang dimiliki seseorang.

Semakin banyak informasi yang menarik semakin membutuhkan imajinasi untuk memaknai. Dalam konteks ini fungsi hubungan masyarakat adalah mendesain pesan supaya komunikasi terpengaruh sesuai dengan yang diinginkan (persuasi). Gambaran yang terbentuk pada pikiran khalayak itu acap kali disebut sebagai citra (image).

Citra yang diharapkan oleh institusi atau organisasi adalah citra yang positif. Hanya dengan citra yang positif itu lah muncul kepercayaan (trust). Kepercayaan publik akan menjamin kelangsungan hubungan, selanjutnya menjamin kelangsungan institusi. Sebetulnya, setiap individu dalam sebuah organisasi atau institusi memiliki fungsi membangun citra atau menjaga citra positif, namun bila dilakukan secara individual hasilnya berifat sporadis dan efeknya lemah.

Karena itu, fungsi hubungan masyarakat perlu dilembagakan supaya; (1) proses membangun citra positif dilakukan oleh sebuah organ yang didalamnya memiliki kewenangan yang jelas, sehingga memiliki tanggung jawab yang besar; (2) supaya kegiatan hubungan masyarakat dapat direncanakan dengan baik sehingga tahapan,

instrumen, dan hasilnya dapat diukur; dan (3) dengan terpisahnya fungsi humas pada sebuah organ, maka organorgan lain sudah tidak pusing lagi memikirkan tugas tugas komunikasi, sehingga bisa melaksanakan pekerjaannya lebih fokus.

Para pekerja yang menjalankan fungsi humas ini sering disebut PRO (public relations officer) Dilihat dari karakteristik lembaga yang diwakili dan konsentrasi pekerjaannya, maka PRO dapat dibedakan antara: (1) humas perusahaan (corporate public relations) yang tugas utamanya membangun citra positif institusi; (2) humas pemasaran (marketing public relations) yang tugas utamanya mendukung kesuksesan pemasaran; dan (3) humas pemerintahan (government public relation) yang tugas utamanya **menjalin hubungan baik dengan** media dan masyarakat.

Adapun ditilik dari sasaran yang hendak dituju, dapat dibedakan antara: (1) internal public relations yang fokus pekerjaannya cenderung ke dalam organisasi antara lain menciptakan budaya organisasi yang kondusif; dan (2) external public relations yang fokus pekerjaannya cenderung **menjalin hubungan baik dengan** masyarakat luas. 145.

Pekerjaan Humas Berdasarkan peruntukannya, tugas Humas dapat dibagi tiga, yakni: (1) Tugas untuk internal meliputi membantu top manajemen merumuskan visi dan misi organisasi, memberi masukan positif kepada top manajemen, mengadakan acaraacara kebersamaan untuk memperkuat kohesivitas, melakukan penelitian untuk mengetahui situasi dan kondisi internal, membuat media yang ditujukan untuk komunikasi antar-anggota, mencermati isu-isu eksternal melalui media massa maupun online dan merumuskan kemungkinan dampaknya bagi organisasi.

(2) Tugas untuk eksternal meliputi membuat press release kegiatan yang dilakukan organisasi, menjalin hubungan baik dengan media (media relations), merancang iklan dan merancang tahapan waktu (time frame) pemuatan iklan, menjajagi **kerja sama dengan pihak** luar untuk bersinergi dengan organisasi, merancang sponsorship kegiatan yang potensial tingkat eksposenya, mengadakan kegiatan-kegiatan (event) yang melibatkan pihak luar untuk misalnya aktivasi merek (active branding).

(3) Tugas untuk membantu kebijakan organisasi, yakni dengan membuat kajian tentang perubahan perilaku konsumen, penelitian oportunitas media yang potensial untuk dijadikan mitra, dan kajian tentang fenomena yang berpotensi mengganggu eksistensi organisasi. Tugas meneliti bagi PRO tampaknya masih asing di Indonesia karena pengambilan keputusan dalam organisasi acap kali masih menggunakan model tradisional, yakni tergantung pada pandangan subjektif eksekutif di lembaga (top manager), akibatnya langkah yang diambil kerap tidak

signifikan dengan fakta, data, atau realitas yang berkembang. Mark Weiner (2006: 47) menyatakan bahwa saat ini perilaku sosial berubah dengan cepat disebabkan kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi menyebabkan perubahan pada kebiasaan preferensi media. Yang sebelumnya preferensi media pada media cetak, selanjutnya bergeser ke media Televisi, dan kemudian beralih ke media online. Hal yang belum diketahui dari perubahan tersebut adalah siapa mengakses media apa, bagian mana yang diakses, berapa lama, perbedaan perilaku berdasarkan jenis kelamin, agama, tingkat sosioekonomi, dan banyak lagi. Hal-hal seperti itu hanya bisa diketahui melalui riset.

Karena itu Weiner menulis *Using Research to Strengthen Public Relations*. Dengan penelitian fakta dapat diambil lebih presisi (mendekati realitas), sehingga keputusan yang diambil pun lebih realistis. 146 3. *Research Public Relations* Colin Haynes (1989: 2) memberi resep bahwa public relations yang baik adalah yang mampu melakukan penginderaan, baik ke dalam maupun ke luar. Penginderaan yang utama adalah mendengar dan melihat. Robert T.

Reilly (1987: 56) juga menjelaskan bahwa kerja PR di Negara-Negara maju sudah menggunakan dasar hasil penelitian. Reilly merinci penelitian PR ditujukan untuk memeriksa dan membuktikan (verify) dugaan-dugaan yang muncul, mencari fakta untuk memperjelas realitas atau persepsi publik terhadap lembaga (clarify), dan mengidentifikasi (identify) gejala-gejala yang dominan sehingga layal digeneralisasi sebagai sesuatu yang bernilai (values).

Rachmat Kriyantono (2006: 290) membagi riset publik relations menjadi dua, yakni: Riset Informal dan Riset Formal. Riset Informal adalah riset yang dilakukan tanpa dibatasi oleh aturan-aturan baku sebagaimana diatur dalam riset ilmiah. Riset informal ini bisa disebut riset sehari-hari. Beberapa contoh riset informal antara lain: (1) Record keeping.

Peneliti melakukan pencatatan dan merekam segala aktivitas dalam perusahaan. Penelitian ini sangat penting untuk membuat profil perusahaan (company profile); (2) *Managing By Walking Around*. PR melakukan kunjungan kerja secara berkala ke divisi-divisi kerja dalam perusahaan untuk melakukan dialog dengan mereka.

Dari sana akan diperoleh data tentang keluhan, keinginan, dan kebutuhan karyawan; (3) *Kotak Opini*. Menyediakan tempat bagi karyawan yang ingin memberi aspirasi, gagasan, maupun kritik demi kemajuan lembaga; (4) *Unobtrusive Measurement*. Melakukan riset secara sembunyi-sembunyi terhadap objek ataupun subjek; (5) *Publicity*

Analysis.

Yakni menganalisis pemberitaan institusi di media massa maupun online untuk mengetahui isu-isu institusi di media. Adapun riset formal adalah riset yang dilakukan dengan menggunakan prosedur-prosedur ilmiah, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Tradisi riset dalam public relations secara formal, antara lain: (1) wawancara mendalam; (2) analisis isi; (3) survei; (4) Focus Group Discussion (FGD); dan (5) eksperimen. C. KOMUNIKASI KESEHATAN Bidang komunikasi kesehatan dibutuhkan untuk menjelaskan masalah-masalah kesehatan yang disebabkan masalah komunikasi.

Komunikasi dibutuhkan untuk menginformasikan tentang keadaan kesehatan seseorang, kelompok, ataupun lingkungan agar terbentuk kesadaran 147 berperilaku sehat. Gerakan hidup sehat misalnya, membutuhkan sosialisasi bagaimana hidup sehat. Misalnya sebelum makan mesti mencuci tangan terlebih dahulu, makanlah makanan yang masak atau jangan direbus dengan suhu di atas 100 derajat Celsius, buanglah sampah di tempatnya, jangan kencing sembarangan, biasakan mengonsumsi vitamin tertentu agar tubuh punya daya tahan terhadap serangan penyakit.

Itu semua membutuhkan komunikasi atau pesan-pesan tentang hidup sehat mesti ditayangkan di Televisi melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Ada juga persoalan kesehatan disebabkan pelayanan kesehatan yang diduga menyesatkan, karena itu kemudian pemerintah mengaturnya. Namun tetap saja aturan itu dilanggar. Berikut adalah contoh persoalan yang timbul dari iklan layanan kesehatan tradisional di Televisi yang sesungguhnya dilarang oleh undang-undang dan peraturan pemerintah.

Pelanggaran sesungguhnya ada dua, yakni: Pertama, pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku layanan kesehatan tradisional dengan memasang iklan di berbagai media. Kedua, pelanggaran dilakukan oleh media yang tidak mengindahkan larangan iklan melalui media. Persoalannya, adakah cara yang lebih efektif untuk mengatasi hal tersebut? Berikut kajian di seputar pengawasan terhadap lembaga penyiaran yang menyiarkan iklan layanan kesehatan tradisional: 1.

Masalah Pengawasan Siaran Iklan Layanan Pengobatan Tradisional 1 Sebuah harian yang terbit di Jakarta, harian REPUBLIKA (17 April 2016) memuat berita tentang Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Bali yang mengentikan iklan pengobatan tak berizin. Ketua KPID Bali, AA Rai Sahadewa mengatakan pihaknya sudah berulang kali mengingatkan lembaga penyiaran berupa surat imbauan, surat edaran, hingga surat ketentuan penayangan pengobatan alternatif.

"Berdasarkan ketentuan, lembaga penyiaran dilarang menayangkan jasa pengobatan

yang tidak mendapat izin dari lembaga berwenang, yaitu Dinas Kesehatan Kabupaten dan Kota," kata Sa Hadewa di Denpasar. Sekilas ada paradoks, bangsa kita yang sering mengkampanyekan diri menghargai nilai-nilai lokal alias tradisi, tiba-tiba menjadi alergi terhadap pengobatan tradisional.

Mengapa? Kata "pengobatan alternatif, sesungguhnya sulit ditemukan dalam terminologi hukum, sebab yang dikenal dalam perundang-undangan adalah istilah "obat tradisional", "pelayanan kesehatan tradisional", "pengobatan tradisional". Kata "tradisional" kemungkinan besar dimaknai sebagai kebalikan (lawan) dari pengobatan modern. Selengkapnya disajikan oleh penulis pada jurnal Studi Komunikasi volume 1 (2) 2017. 148 modern. Dalam PerMenkes No.

006/2012 sebagai misal, disebutkan yang dimaksud dengan obat tradisional adalah obat yang bahan atau ramuan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sari, atau campurannya dari bahan tersebut yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Pengobatan tradisional berbasis pada tradisi dan ilmu yang tumbuh selama berabad-abad di masyarakat lokal, sementara pengobatan modern berbasis pada ilmu pengetahuan yang dipelajari di pendidikan formal. Karena itu dalam beberapa peraturan yang dikeluarkan oleh otoritas kesehatan yang dipakai adalah istilah "tradisional". Misalnya, dalam SK Menkes No.

386/Menkes/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetik, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan Minuman. Istilah "tradisional" ditemukan pula dalam Peraturan Menteri Kesehatan No. 7 Tahun 2012 tentang Registrasi Obat Tradisional, juga pada Keputusan Kepala Badan POM No. HK. 00.05.41.1348 Tahun 2005 tentang Kriteria dan Tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar dan Fitofarmaka.

Kemudian narasi "tradisional" dapat ditemukan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 103 Tahun 2014 tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional. Dalam PP inilah norma-norma tentang publikasi dan periklanan pelayanan kesehatan tradisional diuraikan sangat jelas. Argumentasi yang dipakai KPID Bali memaknai istilah "pengobatan alternatif" itu barangkali merujuk pada pengobatan yang lebih populer di masyarakat.

Adapun Dinas Kesehatan Provinsi Bali sendiri menggunakan istilah "tradisional" sebagai nomenklatur untuk pengurusan izin Surat Pendaftaran Penyehat Tradisional

(STPT) dan Surat Izin Penyehat Tradisional (SIPT). Dalam PP No. 103 Tahun 2014 diatur ada tiga jenis pelayanan kesehatan tradisional, yaitu: (1) Pelayanan Kesehatan Tradisional Empiris, layanan kesehatan yang manfaat dan keamanannya terbukti secara empiris.

Contohnya: pijat, gu rah, sinshe, tabib, chiropraksi, patah tulang, dan herbal; (2) Pelayanan Kesehatan Komplementer, yaitu pelayanan kesehatan yang memanfaatkan ilmu biomedis dan biokultural dalam penjelasannya serta manfaat dan keamanannya terbukti secara ilmiah. Contohnya akupunktur; dan (3) Pelayanan Kesehatan Tradisional Integrasi, yaitu kombinasi pelayanan kesehatan konvensional dengan pelayanan kesehatan tradisional komplementer, baik bersifat sebagai pelengkap atau pengganti. 149 Dalam PP No.

103/2014 Pasal 67 ayat (2) dinyatakan bahwa penyehat tradisional dan praktisi kesehatan dilarang mempublikasikan dan mengiklankan pelayanan kesehatan Tradisional Empiris yang diberikan. Adapun Tenaga Kesehatan Tradisional dan fasilitas kesehatan tradisional masih dapat melakukan promosi melalui publikasi dan iklan sepanjang bisa dikategorikan sebagai pelayanan kesehatan tradisional komplementer (Pasal 68).

Dari norma ini dapat ditegaskan bahwa pelayanan kesehatan tradisional empiris dilarang melakukan publikasi dan beriklan. Kenyataannya sampai sekarang kita dapat dengan mudah menemukan iklan para pelaku pelayanan kesehatan empiris di radio maupun televisi. Penyedia jasa layanan kesehatan empiris ini menawarkan pelayanan kesehatan mulai dari hulu hingga hilirnya, yakni mulai bagaimana mendiagnosis penyakit layaknya seorang dokter, cara penyehatkannya (umumnya menegasi pengobatan modern, misal pengobatan tanpa operasi, tanpa obat kimia, ditambah dengan sugesti tenaga dalam, jampi jampi, dan sejenisnya), disediakan obat racikan (biasanya menggunakan kata sugestif Ramuan ala Mbak Anu, Kiai X, berasal dari ramuan India, dan lainnya), bahkan ada juga yang menyediakan tempat inap layaknya rumah sakit modern.

Publikasi dan iklan layanan kesehatan tradisional empiris ini awalnya sebatas melalui media cetak lokal saja, namun belakangan radio dan televisi menjadi saluran yang diandalkan dalam memasarkan jasa layanan kesehatan mereka. Mengapa mereka beralih ke televisi? Ada kecenderungan di era digital ini, media cetak mulai berkurang pembacanya, beralih ke media online yang mengandalkan teknologi komunikasi/informasi dan internet. Teknologi ini berhasil mengkonvergensi isi media cetak secara virtual.

Sehingga perlahan-lahan pelanggan media cetak pun beralih cara mengakses

informasinya dari cetak ke virtual. Orang dapat mengakses isi media cetak melalui online. Sekarang dikenal dengan istilah Electronic papers (EPeper). Di media online dapat juga diakses versi cetaknya. Media televisi adalah media massa yang lebih mudah bermigrasi atau bergabung dengan sistem online karena logika operasinya yang samasama mengandalkan visual.

Karena itu, televisi masih tetap diminati masyarakat. Hingga masuk ke abad ke-21, konon rata-rata orang Amerika Serikat melihat lebih dari 3.000 iklan setiap harinya dan menonton iklan televisi selama tiga tahun sepanjang hidup mereka (Danesi, 2010: 221). Sebagian besar televisi dioperasikan secara lokal dan berafiliasi 150 dengan salah satu jaringan nasional utama (Callen, 2010: 193).

Callen meyakini bahwa kelak Televisi akan menjadi media visual yang utama, dan media iklan yang paling hebat karena dapat diproduksi ke satu gambar atau bingkai kunci. Di tanah air tumbuh suburnya televisi baru dimulai tahun 2002, yakni dengan disahkannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Televisi. Dalam undang-undang ini istilah Televisi Nasional dihapus dan diganti dengan model berjaringan.

Sebaliknya industri televisi diarahkan menjadi berbasis wilayah layanan. Mereka yang ingin bersiaran secara nasional harus tetap menempuh jalur izin per wilayah layanan (lokal). Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Swasta memacu tumbuh kembangnya stasiun TV lokal.

Dalam satu provinsi bisa muncul sepuluh hingga lima puluh stasiun TV lokal. Bahkan dengan rencana pemerintah memigrasikan dari sistem analog ke digital peluang untuk mendirikan televisi lokal menjadi semakin besar. Tidak heran bila industri menjadikan televisi sebagai primadona memasarkan jasa/produk mereka, termasuk industri jasa layanan kesehatan tradisional.

Di sisi yang lain masyarakat mulai merasa membutuhkan (demands) layanan kesehatan yang murah, mudah diperoleh tanpa birokrasi yang berbelit, tanpa efek samping, dan sejenisnya. Hal ini menyebabkan hadirnya layanan kesehatan tradisional menjadi alternatif bagi masyarakat. Layanan kesehatan tradisional tampaknya juga telah mempelajari kondisi psikologi sosial semacam itu. Maka bertemulah hukum supply and demand.

Layanan kesehatan tradisional tumbuh menjadi industri yang mempunyai peluang meraup keuntungan finansial. Di beberapa daerah kebutuhan akan media iklan dan publikasi ditangkap oleh lembaga penyiaran radio dan televisi. Pada tahun 2016 ketika penulis melakukan penelitian terhadap "Perilaku Lembaga Penyiaran Komunitas di Kabu

pa ten Tulungagung Jawa Timur” tanpa sengaja menemukan fakta bahwa omset dari kontrak iklan dengan Lembaga Pelayanan Kesehatan Tradisional nilainya bisa tembus satu miliar rupiah per tahunnya.

Kontrak iklan tersebut didis tribusikan melalui jaringan radio komunitas di bawah koordinasi ke kelompok radio Madu FM di Campurdarat yang jumlahnya puluhan radio komunitas ditambah beberapa radio swasta. Akhirakhir ini (awal 2017) jaringan iklan dan publikasinya ditambah dengan televisi swasta (Madu TV). Iklan spot dan pariwara Layanan kesehatan tradisional itu bisa mengenai cara terapinya, ramuannya, dan cara pembayaran, mau pun kelengkapan fasilitasnya.

Juga dengan teknik testimoni yang menunjukkan para “alumni” menyatakan keberhasilannya berobat di dan 151 melalui layanan kesehatan tradisional. Beberapa temuan riset menunjukkan bahwa tidak semua publikasi dan iklan layanan kesehatan tradisional itu sesuai dengan kenyataannya. Bambang Eko Turisno (2012: 2028) memaparkan temuannya bahwa Muatan informasi yang benar, jelas, dan jujur, merupakan hak konsumen yang wajib diberikan pelaku usaha dalam iklannya serta mengatakan apa yang perlu konsumen ketahui agar dapat menentukan pilihan yang tepat.

Sebagian iklan obat isinya menyesatkan membawa pesan yang tidak lengkap dan tidak sesuai dengan kandungan produknya. Iklan obat melalui tahap prereview sebelum dipublikasikan, sanksi terhadap pelanggaran agar memberi efek penjera. Peraturan periklanan obat tumpangtindih, peran Badan POM sebagai pengawas yang membuat peraturan serta melakukan sensor atas iklan.

Iklan sebagai suatu bentuk informasi. Informasi kesehatan yang salah bisa merugikan konsumen. Informasi kesehatan komersial yang salah atau tidak tepat dapat membuat konsumen terlambat mendapatkan pelayanan kesehatan yang benar, mengakibatkan kemubaziran, dan dapat mengancam jiwa konsumen.

Umumnya masyarakat kurang memahami bahwa obat selain menyembuhkan penyakit juga, mempunyai efek samping, yang merugikan kesehatan. Beberapa pengaruh obat meliputi: 1. Pengaruh samping obat. Selain khasiat obat yang berguna menyembuhkan penyakit, obat pun memiliki pengaruh negatif yang selalu timbul bersama pemakaian obat. 2. Keracunan obat.

Dalam arti sempit, keracunan obat adalah gejala-gejala yang ditimbulkan oleh obat apabila dipakai dalam dosis yang terlalu tinggi atau dalam jangka panjang yang terlalu lama atau juga bila minum obat yang salah. 3. Alergi obat. Alergi obat adalah reaksi

timbul terhadap suatu obat karena kepekaan seseorang terhadap obat tersebut. 4.

Pengaruh negatif apabila dua macam obat atau lebih dipakai secara bersamaan (Widjayanti, 2002: 21) Sangat mungkin demi mencapai tujuan iklan, yakni memengaruhi khalayak secara persuasif, maka banyak hal yang berhubungan dengan dampak negatif layanan kesehatan tradisional tidak diinformasikan. Iklan hanya membuat hal-hal yang menyenangkan, memberi harapan, dan optimisme khalayak.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menyatakan mengapa iklan (pengobatan tradisional) harus diawasi, tidak lain untuk melindungi masyarakat dari informasi yang menyesatkan, menghindarkan pelanggan dari bahaya dan dampak buruk serta kerugian materiil akibat pelayanan kesehatan yang tidak aman dan tidak bermutu (Kementerian Kesehatan RI, 2016).

D. HAL-HAL KRUSIAL 1. Model Pengawasan
Pengawasan oleh Negara Model pengawasan tayangan iklan layanan kesehatan sesungguhnya sudah dibuat secara berlapis. Pada tingkatan konseptual materi iklan telah direkomendasikan oleh P3i (Peratuan Perusahaan Periklanan Indonesia). P3i sendiri telah menetapkan 16 butir rambu-rambu yang harus diperhatikan dalam iklan obat tradisional ataupun layanan kesehatan tradisional.

Dari ke-16 butir rambu tersebut di antaranya; dapat diiklankan apabila telah mendapat persetujuan pendaftaran dari Kementerian Kesehatan RI, dapat dimuat/tayang setelah rancangan iklan telah mendapat persetujuan dari Kemenkes RI, tidak boleh dipromosikan oleh tenaga kesehatan, tidak boleh menggunakan kata-kata: super, ultra, istimewa, top, tokcer, cespleng, manjur, dan kata-kata lain yang semakna yang menyatakan khasiat dan kegunaan berlebihan atau memberi janji bahwa obat tradisional tersebut pasti menyembuhkan, Pada setiap awal iklan obat tradisional dicantumkan identitas kata "JAMU" dalam lingkaran.

Kemudian diimplementasikan oleh production house. Materi iklan diperiksa oleh Badan Sensor Film. Setelah itu masuk ke Kementerian Kesehatan/Dinas Kesehatan Provinsi. Iklan baru dibolehkan tayang di lembaga penyiaran (radio dan TV) setelah mendapat rekomendasi. Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia/Daerah mengawasi tayangan iklan pada saat dan setelah ditayangkan, baik atas inisiatif KPI/ KPID sendiri atau atas aduan dari masyarakat.

Dari model ini dapat diambil intinya bahwa pengawasan terhadap Iklan Pelayanan Kesehatan Tradisional dibagi dua, yakni pengawasan sebelum iklan ditayangkan dan pengawasan saat atau setelah iklan ditayangkan. Pada level sebelum ditayangkan, badan yang berwenang menyeleksi adalah Kementerian Kesehatan cq. Badan

Pengawasan Obat dan Makanan (POM) dan setelahnya badan yang berwenang adalah Komisi Penyiaran Indonesia, baik pusat maupun daerah.

Menurut Bambang Eko Turisno peraturan iklan obat masih timpang sehingga menyebabkan pengawasan tidak efektif. 153 Peran **Badan Pengawas Obat dan Makanan** (POM) terlalu besar dari membuat peraturan sampai melakukan sensor iklan sebelum ditayangkan. Di pihak lain, sanksi terhadap langganan yang ada terlalu ringan sehingga tidak memberi efek jera dan justru menjadi celah hukum yang dimanfaatkan oleh pengusaha.

2 Logikanya, meskipun Menteri Kesehatan telah mengeluarkan Peraturan Menteri (Permen) No. 1787 yang menegaskan dalam rangka pembinaan dan pengawasan iklan dan/atau publikasi pelayanan kesehatan, Menteri dapat membentuk Tim Penilaian dan Pengawasan iklan dan publikasi pelayanan kesehatan di lingkungan kementerian Kesehatan (Pasal 11 PermenKes No.

1787/2010), tetap saja tidak berarti karena ketidakjelasan sanksi dan timpang tanggung jawab. b. Pengawasan oleh Media TV Hermin Indah Wahyuni (2007: 124) menyatakan idealnya media massa menggunakan model selfregulatory mechanism, yakni pengaturan diri berbasis nilai-nilai internal organisasi media massa yang sangat spesifik.

Dalam setting ini kondisi ideal yang ingin diwujudkan adalah internal control pada masing-masing organisasi media, sehingga secara otonomi mereka akan memperbaiki kelemahannya sendiri. Andai saja semua media massa mengikuti model pengembangannya seperti yang diidealkan Wahyuni sudah barang tentu tidak akan terjadi pelanggaran etis dalam tayangan iklan di media massa. Setiap organisasi media akan menggunakan sumber nilai etis dan regulasi negara dalam melaksanakan peran publikasinya.

Dalam hal ini, pengawasan internal media menjadi mendasar, karena justru media adalah yang sangat berkepentingan dengan iklan tersebut. Iklan dan publikasi pelayanan kesehatan tradisional menjadi semacam oasis di padang tandus, saat media televisi semakin banyak sementara kue iklan semakin sedikit. Kompetisi untuk mendapatkan iklan semakin ketat yang dampaknya menyebabkan krisis keuangan di media televisi.

Industri televisi adalah industri padat modal yang membutuhkan biaya (operations cost) sangat besar; mulai dari ongkos membayar listrik, membayar karyawan, membayar pajak frekuensi, pajak Izin Penyelenggaraan Penyiaran, dan juga pemeliharaan aset. Income yang paling pasti adalah dari iklan. Bagi stasiun televisi berjejaring (SSJ) yang

sudah kaya modal dan mempunyai jaringan pemasang iklan sangat baik, mas ukan dari tayangan iklan bukan problem utama.

Namun tidak demikian dengan stasiun TV lokal yang mengandalkan sumber modal dari industri lokal. 2 Hal senada disampaikan oleh Hinca panjaitah, Kompas, 22 September 2001. 154 Mencari iklan sama sulitnya dengan mencari jarum yang jatuh di dasar laut.³ Bahkan ada TV di Kediri yang iklannya dibarter dengan properti. Misalnya kerajinan mabeler membayar iklannya dengan meja, kursi, dan properti lainnya.

Ada juga yang iklannya dibayar dengan pro duk yang diiklankan. Bahkan menurut Dr. Prilani, 4 harga spot iklan di TV lokal ada yang sama dengan harga iklan di ra dio komunitas. c. Pengawasan oleh KPI Meskipun Indonesia memasuki era reformasi menuju era demo kras, khusus untuk media penyiaran masih terus meng hadapi godaan godaan di mana negara, industri, dan ma syarakat sipil (civil society) melakukan tarik-menarik untuk mendapatkan pengaruh dan otoritasnya masingmasing.

Sejak UndangUndang Penyiaran disahkan tahun 2002, kontestasi untuk mendapatkan peran yang dominan atas keberadaan penyiaran berlangsung sangat "alot". Henri Subiakto sebagai mi sal, dalam disertasinya menemukan fakta bahwa kontestasi dalam meme ngaruhi kebijakan dalam bidang penyiaran su dah dimulai pada level formulasi kebijakan. Henri Subiakto menulis: "industri dengan kekuatannya dan segala upaya mencoba untuk menyiasati aturan perundangan tersebut.

Walhasil, terjadilah diskrepansi atau gap antara wacana yang ideal dan disuarakan civil society dengan implementasi di lapangan. Adapun da lam aras normatif, Negara tampak lebih akomodatif dengan keadaan industri, karena mereka menganggap bahwa tugas ne |gara salah satunya adalah memajukan iklim industri di dalam negeri, termasuk industri media penyiaran."

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang semula diharap kan mem punyai peran menjadi mediator antara negara, ma sya rakat, dan publik pun ikut termarginalisasi. Menurut Her min Indah Wahyuni Undang Undang Penyiaran baru mem berikan otoritas untuk menghasilkan Code of Conduct, yang me nun jukkan bahwa selfregulation di Indonesia be lum sepe nuhnya dilaksanakan (Wahyuni, 2007). Dewasa ini (2017) pengaturan penyiaran menjadi terbagi bagi an tara KPI dan Pemerintah.

Sebagian proses perizinan melalui KPI dan pemerintah (dalam hal ini secara operasional melalui Kementerian Ko mu nikasi dan Informatika). Sebagian pengawasan isi siaran melalui KPI namun dengan kewenangan yang sangat terbatas. Kondisi ini bukan menjadikan birokrasi penyiaran (termasuk di dalamnya pengasan isi siar an) menjadi

efisien, sebaliknya justru menjadi kacau balau (Panuju, 3 Kata Ali Masjkur, pemilik Madu TV Tulungagung, wawancara 14 Juli 2016. 4 Mantan Anggota Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jatim periode 2013-2016. 155 2017: 101).

Apalagi dengan terbitnya UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pe merin tahan Daerah dan diubah dengan UU No. 9 Tahun 2015, dilanjutkan dengan PP No. 18 Tahun 2016 tentang Pe rangkat Daerah. Telah terjadi penggabungan beberapa SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah). KPID yang semula memiliki SKPD sendiri kemudian dicabut, SKPD dilebur di bawah Dinas Kominfo Provinsi.

Akibatnya dari segi fungsi dan anggaran me ngalami kendala yang luar biasa. Sudah barang tentu akan me me ngaruhi kinerja KPID dalam pengawasan isi siaran. d. Pengawasan oleh Masyarakat Ketika otoritas negara, otoritas penyiaran, dan media mas sa sendiri telah gagal dalam pengawasan isi siaran (dalam hal ini iklan), lantas jalur mana lagi yang dapat diandalkan? Mungkin masyarakat yang sementara ini cenderung men jadi "korban" atas iklan layanan kesehatan tradisional bi sa dibalik menjadi pengawas? Kesadaran masyarakat harus dibangkitkan melalui ber bagi penga laman di antara mereka.

Kini mediasi untuk sharing pengalaman ter sebut sudah masif di tangan mereka. Nyaris tidak ada individu dalam masyarakat yang tidak terhubung m elalui media sosial (medsos). Di tangan masing-masing ter genggam informasi apa saja dan dari mana saja melalui telepon genggam yang dimiliki.

Fakta telah membuktikan mobilisasi sosial dalam kasus tertentu berhasil dirajut melalui media so sial. Contoh yang klasik adalah pengumpulan koin untuk Prita Mulya sari yang "diperlakukan" tidak adil oleh sebuah rumah sakit, kemudian mobilisasi unjuk rasa super damai yang di lakukan oleh umat Muslim yang menuntut diproses hukum ter hadap seseorang yang diduga melakukan penistaan agama, penyebarluasan informasinya melalui media sosial. Bahkan kini berdagangan sudah bergeser cenderung menggunakan me dia online tersebut.

Kiranya model ini adalah potensi yang ba gus untuk penyadaran masyarakat terhadap pentingnya ma salah kesehatan. Menarik sekali artikel yang berjudul "Aku Tau Aku Ter an cam", Mo del Komunikasi Strategis untuk Menyadarkan perem puan Pekerja Seks bandungan terhadap Bahaya HIV/AIDS" (Naryoso, 2015: 67) "Aku Tau" merupakan kunci penya daran.

Manusia sering kali tidak menyadari me miliki persoalan karena dirinya tidak mengetahui bahwa ada per soalan. Informasilah yang menyebabkan individu berpikir

kritis dan selanjutnya mengidentifikasi segala sesuatu secara lebih substansial. Informasilah yang menyebabkan individu merasa berada dalam pengalaman 156 yang sama dengan individu lainnya.

Menurut Deddy Mulyana (2014) menyatakan, semakin mirip suatu bidang pengalaman (field of experience) yang dimiliki kedua belah pihak yang sedang berkomunikasi, maka komunikasi akan semakin dilakukan. Pengawasan oleh masyarakat dapat juga diwakili oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang peduli pada pengawasan media atau isi media.

Kelompok masyarakat peduli media pernah tumbuh di kampus-kampus perguruan tinggi seiring dengan adanya kepedulian negara. Kini negara cenderung meminggirkannya dan lebih concern memperhatikan bidang gender, UMKM, pemberdayaan buruh, pesantren, dan olahraga. Namun sesungguhnya jalur ini masih memiliki peluang.

Selanjutnya, yang tidak kalah penting adalah portal-portal dan Blog yang disediakan oleh media cetak sebagai ruang diskusi publik melalui jalur onlinenya. Sebagai contoh seperti koran Kompas yang membuat ruang KOMPASIANA. Sebagai contoh pada KOMPASIANA 23 Juni 2013 dan diperbarui 20 Juni 2015, salah seorang blogernya yang bernama Faisal Riza menulis "Menyoal Iklan Pengobatan Tradisional".

Ia menguraikan gagasannya sebagai berikut: Menarik akhir-akhir ini kita memperhatikan pada media elektronik - radio, televisi, dan internet maupun surat kabar banyak sekali promosi pengobatan tradisional yang secara berlebihan, dari beberapa kabupaten/kota yang saya perhatikan Iklan pengobatan tradisional hampir sama intinya iklan yang disampaikan, bahwa dapat mengobati penyakit mata rabun, mata katarak, liver, gangguan pria, liver, paru-paru basah, telinga berair, kanker tanpa operasi tanpa injeksi serta menggunakan obat herbal atau metode lainnya yang mengklaim sebagai terbaik se-Indonesia, langsung sembuh, tanpa efek samping, dan lain sebagainya.

Iklan ini terkadang diulang seakan-akan sebagai sponsor iklan tunggal (terbesar) dalam media elektronik maupun media cetak tersebut. Biasanya dalam satu Kabupaten/Kota biasanya ada beberapa pengobatan tradisional yang beriklan seperti tersebut, yang tak jarang disertai Testimoni (kesaksian) seseorang yang pernah menjalankan pengobatan tersebut.

Yang menjadi pertanyaan dalam Iklan Pengobatan tradisional sebagai media promosi, jangan menjadi pem bodohan masyarakat juga menyesatkan karena dalam

penyakit-penyakit tertentu terutama kanker apalagi sudah stadium IV (empat) sulit di sembuhkan dari segi medis/ilmiah, meskipun dalam iklan tersebut di - katakan mengobati bukan menyembuhkan serta dalam kesembuhan manusia hanya berusaha, Tuhanlah yang memberikan kesembuhan.

Ada yang menarik dalam iklan tersebut adalah Testimoni atau pengakuan pasien yang telah disembuhkan seakan akan memang benar mujarab, kalau mereka mau usil banyak juga pasien yang tidak sembuh tetapi tidak di ekspose. 157 Andaikan artikel ini dimanfaatkan oleh kementerian Kesehatan, misalnya didorong untuk menjadi viral, maka bisa menjadi virus pengetahuan yang menyadarkan masyarakat.

Mungkin suatu saat, Kementerian Kesehatan membuat program lomba menulis tentang tema Iklan Pelayanan Kesehatan Tradisional melalui media sosial, blog, online, dan sejenisnya. 2. Penyebab Pengawasan yang Tidak Efektif a. Faktor Ketidaksihinggaan KPI Pada bagian awal artikel ini, telah ditulis tentang aktivitas KPID Bali yang sudah berkali-kali memberi surat peringatan terhadap lembaga penyiaran yang telah menayangkan iklan layanan kesehatan tradisional (KPID Bali menggunakan istilah alternatif), tetapi realitasnya surat teguran tersebut tidak diindahkan. Lembaga Penyiaran tetap menayangkan iklan tersebut. Berikut teguran KPI terhadap tayangan Iklan Layanan Kesehatan Tradisional.

TABEL 5 Daftar Teguran KPI terhadap Lembaga Penyiaran KPI/KPID Nama Lembaga Penyiaran Kasus Pelanggaran (tahun) KPI KPID Jabar KPI RCTI Semua stasiun TV Semua stasiun TV iklan "Shimizu" (2011), (2012) Iklan pengobatan tradisional yang berlebihan. (2012) Iklan "Tong Fang" (2012) Meskipun iklan obat dan layanan kesehatan tradisional telah diingatkan berkali-kali, namun tetap saja masih bisa beriklan.

Akhirakhir ini iklan pelayanan kesehatan tradisional mulai bergeser ke media sosial. Pada bulan Mei 2015, Kementerian Kesehatan telah mengirim surat ke KPI agar mendukung pelaksanaan PP No. 103 Tahun 2014 khususnya dalam pengawasan iklan pelayanan kesehatan tradisional.

Rapat koordinasi antara dua lembaga tersebut sudah berulang dilakukan bahkan hingga ke tingkat provinsi. Masalahnya adalah pada lemahnya otoritas KPI/KPID yang dimiliki. Kewenangan KPI hanya sebatas memberi peringatan dan bila sudah berulang hanya berhak menghentikan tayangan/program untuk beberapa waktu saja (misalnya 1 minggu).

Setelah masa penghentian tayangan selesai, materi yang sama/senada masih bisa tayang lagi dengan nama program yang berbeda. Misalnya dahulu ada acara "Empat

Mata" di sebuah stasiun TV Swasta yang dihentikan 158 tayangannya oleh KPI, tetapi kemudian muncul lagi acara yang sama dengan pembawa acara (host) yang sama dan bahkan waktu tayang yang sama, hanya nama acaranya yang berubah sedikit menjadi "(Bukan) Empat Mata".

Sesungguhnya dalam urusan pengawasan isi siaran, KPI bagai macam ompong, hanya keras mengaum tetapi tidak berbahaya. b. Sikap Ambigu KPI/KPID Dalam menyikapi tayangan iklan layanan kesehatan tradisional, kebanyakan KPI/KPID bersikap ambigu. Artinya, meskipun memberikan teguran tetapi tidak sampai menghentikan iklan secara sporadis.

Hal tersebut karena pertimbangan menyangkut sumber hidup lembaga penyiaran itu sendiri. Sikap ambigu atau ragu-ragu tersebut dapat ditegaskan dari pernyataan anggota KPID Jabar ketika memberi teguran kepada lembaga penyiaran yang menayangkan iklan tersebut, sebagai berikut: Dadan menjelaskan, kriteria pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga televisi terkait dengan iklan dan acara pengobatan ini cukup beragam.

Yakni mulai dari pengakuan pasien (testimoni), blocking time acara pengobatan hingga berjam-jam, mencantumkan harga atau diskon dan lain sebagainya. Padahal, hal seperti ini melanggar Undang-undang Kesehatan, Undang-undang dan juga Undang-undang Perlindungan Konsumen. "Jelas melanggar peraturan, sehingga harus dihentikan tayangan iklan dan acara seperti itu," imbuh Dadan.

Meski demikian, kata Dadan, pihaknya tidak bisa serta-merta melarang tayangan iklan ataupun acara-acara pengobatan tersebut. Terutama di televisi lokal, karena memang untuk TV lokal ini 75 persen pemasukannya justru dari iklan dan acara pengobatan. Perhatikan narasi "75 persen pemasukan justru dari iklan dan acara pengobatan."

Itulah yang menyebabkan pengawasan terhadap iklan layanan kesehatan tradisional tidak efektif. c. Faktor Persepsi Masyarakat Meskipun masyarakat telah mendapat sosialisasi yang memadai melalui penyuluhan maupun media massa, namun bila persepsi masyarakat sebaliknya, tayangan iklan pelayanan kesehatan tradisional, sesungguhnya tidak berarti apaapa.

Ada atau tidak ada iklan, kebiasaan masyarakat mengikuti persepsinya atau sebaliknya kebiasaan masyarakat disebabkan karena persepsinya, yakni bahwa pengobatan tradisional tidak berakibat buruk. Justru sebaliknya, masyarakat akan mempercayainya <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum?start=275>. 159 sepsi larangan terhadap

sosialisasi (iklan dan publikasi) pelayanan kesehatan tradisional didorong oleh adanya persaingan antara industri medis modern dan tradisional.

Permeintah dalam hal ini dipandang memihak kepada industri medis modern, karena berkaitan dengan sistem kedokteran yang dimiliki mulai dari keilmuannya sampai pada praktisnya (rumah sakit, farmasi, perguruan tinggi, dan seterusnya). Mengutip William W. Wilmot, Mulyana menegaskan persepsi sebagai cara organisme memberi makna.

Makna yang diciptakan individu dalam mengindrai objek tergantung faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal misalnya suasana batin individu, berupa rasa senang, benci, bahagia, dan sejenisnya. Adapun faktor eksternal yang disebut Mulyana meliputi organisasi sosial (Mulyana, 2005: 204).

Faktor internal individu merupakan hasil pengalamannya dan hasil pembelajarannya terhadap lingkungan. Mereka yang pernah mendapatkan rasa senang dari layanan pengobatan tradisional cenderung akan mempersepsi positif terhadap stimulus yang sama, dan demikian sebaliknya persepsi masyarakat terhadap pengobatan modern tergantung dari pengalaman perasaannya.

Kalau kemudian masyarakat dapat menerima layanan pengobatan tradisional dengan senang dan sebaliknya menerima pengobatan modern dengan terpaksa, hal itu bisa mencerminkan hubungan rasa masyarakat terhadap stimulus tersebut. Menurut perspektif Psikologis tentang komunikasi apa yang membuat objek sebagai stimulus bukanlah ia berada di lingkungan manusia akan tetapi karena ia diterima sebagai satuan yang dapat ditetapkan oleh satu atau lebih indrawanusia.

Jadi, makna sebetulnya bukanlah hasil pemotretan indrawanusia terhadap objek sehingga makna menjadi representasi dari objek. Dalam konteks ini, Fisher hendak menegaskan bahwa makna dari stimuli yang dimaknai oleh indrawastru ditentukan bagaimana manusia memaknai stimulus (Fisher, 1990: 193). Hubungan **di antara pengobatan alternatif dengan pengobatan modern** bukan hubungan yang bersaing.

Pengobatan keduanya **hidup saling berdampingan dan bersamasama menyediakan pilihan pengobatan untuk bermacam-macam penyakit**. Dalam bidang alternatif ada sifat yang dapat **menyediakan bidang medikal dan sebaliknya**. Walaupun kepercayaan terhadap kesehatan berbeda pengobatan keduanya saling melengkapi kegunaannya.

Oleh karena itu, dalam masyarakat ada kebutuhan untuk pengobatan keduanya yang tersedia (Walcott, 2004: 44). Di kalangan **pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia**

(IDI) sudah mulai menerima pengobatan dan layanan kesehatan tradisional sebagai 160 bagian dari sistem pengobatan di Indonesia.

Pemikiran tentang integrasi antara pengobatan modern dengan tradisional tersebut dapat ditemukan dalam artikel yang ditulis oleh Aldrin Neilwan P, yang waktu itu sebagai Sekretaris Bidang Kajian Tradisional, Alternatif, dan Kompleks Menteri **Pengurus Besar Ikatan Dokter** Indonesia, 6 antara lain menulis: Minat dan pemanfaatan yankestradkom baik di dunia dan di Indonesia tinggi dan cenderung terus meningkat.

Pengembangan pemanfaatan pengobatan tradisional Indonesia merupakan suatu potensi besar dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan bangsa. Hanya saja keberadaan dan keragaman jenis yankestradkom yang dilayankan di Indonesia perlu di tata dalam suatu sistem, sehingga dapat diintegrasikan dalam sistem kesehatan nasional dan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk pengembangan pengobatan herbal di fasyankes diperlukan adanya data ilmiah pendukung yang berdasarkan bukti (Evidence based). 3. Catatan Kritik Peraturan Pemerintah (PP) No. 103/2014 Pasal 67 ayat (2) dengan tegas melarang publikasi dan iklan pelayanan kesehatan tradisional empiris, seperti pijat, gurah, sinthe, tabib, bekam, chiropraksi, patang tulang, dan herbal.

Larangan tersebut dimaksudkan agar masyarakat terlindungi dari informasi yang menyesatkan dan berdampak buruk **Komisi penyiaran Indonesia (KPI)** diharapkan menjadi ujung tombak pengawasan iklan tersebut telah bertindak sesuai dengan kewenangan yang dimiliki, tetapi tidak mampu menghentikan keberadaan tayangan iklan tersebut, sebab di samping memang tidak memiliki kewenangan yang cukup untuk menjatuhkan sanksi terhadap lembaga penyiaran, ternyata pada sebagian anggota KPID ada sikap ambigu untuk bersungguh-sungguh menghentikan iklan dan publikasi pelayanan kesehatan tradisional.

Diketahui saat ini iklan dari produk dan jasa ini merupakan andalan penghasilan televisi lokal, bahkan angkanya bisa mencapai 75% dari pemasukan. Di samping itu regulasi tentang pengawasan iklan pelayanan kesehatan tradisional juga masih tumpang tindih dan belum jelas rumusan sanksi terhadap pelanggaran tayangan iklan, serta siapa yang berhak menjatuhkan sanksi. Hal tersebut justru dianggap sebagai celah yang dapat dimanfaatkan oleh kalangan industri.

6 Jurnal Medika Planta, Volume 1 No. 4 Oktober 2011. 161 4. Rekomendasi 1.

Pemerintah perlu membuat gerakan kontra untuk mereduksi dampak buruk dari iklan pelayanan kesehatan tradisional dengan iklan juga, yakni dalam bentuk iklan layanan

masyarakat (ILM) melalui televisi. ILM tersebut berisi rasionalitas tentang layanan kesehatan tradisional, yang belum bisa dibuktikan secara ilmiah.

Banyak persepsi dan mitos di masyarakat yang justru mendukung berkembangnya pengobatan tradisional yang pada gilirannya menumbuhkan pelayanan kesehatan tradisional. Prinsipnya informasi harus ditandingi dengan informasi. 2. Perlunya sebuah regulasi setingkat undang-undang yang bersifat holistik, yang berani lebih tegas merumuskan bentuk pelayanan dalam iklan pelayanan kesehatan tradisional, serta men-delegasikan secara eksplisit kepada siapa kewenangan men-jatuhkan sanksi pada setiap jenis pelanggaran; BPOM, KPI, P3i, Kementerian Kominfo, dan Kementerian Kesehatan. E.

KOMUNIKASI BENCANA Bencana merupakan fenomena yang memiliki daya tarik untuk di-beritakan, sehingga bagi media merupakan informasi yang bernilai komo-ditas. Namun demikian, sesungguhnya media juga memiliki peluang untuk ikut mengurangi dampak dari bencana itu sendiri, baik sebelum terjadi, ketika terjadi, maupun sesudah kejadian. Selain memiliki daya tarik (keingintahuan) bagi khalayak, jurnalisme bencana juga memiliki fungsi memperingatkan.

Panuju (2005: 8), yakni memproduksi fenomena menjadi informasi yang berguna bagi masyarakat untuk mengingatkan potensi bahaya yang mungkin terjadi, sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat agar selamat dari bencana. Dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, disebutkan bahwa bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan oleh faktor alam maupun nonalam dan manusia, sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda dan dampak psikologisnya.

Dengan adanya pemberitaan media yang komprehensif, maka korban jiwa dan kerugian bisa diminimalisasi, karena warga masyarakat berkat informasi tersebut dapat mengambil sikap dan tindakan yang antisipatif. Susanto (2011: 5) menyebutkan penanganan bencana sesungguhnya bukan semata-mata mengandalkan kemampuan untuk memberikan bantuan materiil saja, tetapi memberikan dukungan moral.

Melalui komunikasi yang berpedoman kepada etika dan substansi komunikasi dalam penyampaian pesan, maka komunikasi menjadi sangat esensial dalam memberikan bantuan terhadap bencana alam. Sebagai contoh, ketika maskapai penerbangan mengubah jadwal penerbangan akibat aktivitas Gunung Agung, banyak calon penumpang yang salah mengantisipasi. Mereka yang tidak mengupdate informasi melalui media langsung datang ke Bandara Ngurah Rai dengan harapan

penerbangannya tidak berubah.

Maskapai sendiri tidak memberi tahu perubahan jadwal penerbangannya. Akibatnya, mereka terlan tar di Ban dara selama 24 jam lebih. Sementara orang yang mengikuti perkembangan aktivitas gunung Agung melalui pemberitaan, bisa me nelpo n biro perwakilan kantor maskapai menanyakan ke pastian jadwal penerbangannya. Berkat informasi tersebut, terhindar dari situasi yang buruk.

Dengan demikian, pemberitaan memiliki fungsi bukan sa ja se ka dar menginformasikan peristiwa, namun bagi khala yak informasi itu me miliki fungsi penyusunan agenda, karena itu fungsi jurnalistik ben cana yang utama adalah mem bantu masyarakat dan pihak lain dalam penang gu langan bencana. Nunung Prajarto (2010: 6) mengemukakan jur nalis mempunyai tanggung jawab mulai menghimpun sampai me nya jikannya me liputi masalah mitigasi, kesiapan, tanggapan, dan per baik an. Sayangnya menurut Prajarto, banyak peliputan jurnalis yang terje bak pada keasyikan membesarkan peristiwa dari banyaknya korban.

Se makin banyak korban, semakin dibesar kan makna kebencanaannya. Korban bencana dilihat hanya sebagai magnitude sebuah berita. Akibatnya peliputan bencana menafikan fakta potensial, yang mung kin bisa berubah menjadi besar pada waktu ber ikutnya. Sebaliknya, memblow up (membesar besarkan) pe ristiwa sebagai sebuah tragedi, yang bisa menguatkan gejala trau matik bagi masyarakat, baik yang men jadi korban maupun yang mene rima informasi. Martam (2009, vol. 14) menyatakan bahwa secara seder ha na, trau ma berarti luka atau kekagetan (syok/ shock).

Penyebab trauma adalah peristiwa yang sangat menekan, terjadi secara tibatiba dan di luar kon trol/kendali seseorang, bahkan sering kali membahayakan kehidupan atau mengancam jiwa. Peris tiwa ini begitu mengagetkan, menyakitkan dan mele bi hi situasi stres yang kita alami sehari-hari. Peristiwa ini di namakan se bagai peristiwa traumatis. Ciriciri peristiwa trau matis ada 163 lah: Terjadi secara tibatiba.

Mengerikan, me nim bulkan pera saan takut yang sangat. Mengancam ke utuhan fisik maupun mental. Dapat me nim bulkan dampak fisik, pi kiran, pe ra saan, dan perilaku yang sangat mem bekas ba gi mereka yang meng alami ataupun yang menyaksikan. Pemberitaan yang kurang akurat, cenderung mengede pankan sen sasi untuk meraih jumlah khalayak, dianggap jur nalisme yang kurang mempertimbangkan dampak psikolo gis yang mungkin terjadi pada kha layak, karena itulah Susanto (2011: ix) menulis tentang "Komunikasi Bencana dan Bencana Komunikasi", artinya komunikasi bencana yang ti dak dilandasi rasa tanggung jawab sosial berpotensi menimbulkan ben cana komunikasi.

Kurangnya tanggung jawab sosial pemberitaan dapat ber asal dari beberapa kemungkinan, Panuju (2002: 43) menyebutkan: Pertama, karena intervensi kekuatan politik dan kekuasaan formal. Kekuatan politik apalagi kali memiliki kepentingan tertentu terhadap informasi berkaitan dengan pencitraan. Mereka bisa mengintervensi reporter dan atau editor untuk mengarahkan pemberitaan ke arah tertentu. Kedua, pelaku bisnis (ekonomi).

Mereka juga memiliki kepentingan untuk memenuhi media agar mengembargo sebuah informasi yang dipandang dapat merugikan bisnisnya dan sebaliknya mereka mengaruhi untuk membuat suatu informasi yang dipandang menguntungkan bisnisnya. Ketiga, kepentingan bisnis media itu sendiri yang memainkan pemberitaan dalam rangka menaikkan jumlah khayalak serta pemasangan iklan.

Keempat, kurangnya pengetahuan dan integritas awak media. Faktor ini dapat berimplikasi pada produksi berita yang berpotensi melanggar kode etik jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik (KEJ), menurut Prof. Dr. Ichlasul Amal, merupakan hasil pergumulan hati nurani wartawan. Pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik, berarti pengkhianatan terhadap hati nurani profesi wartawan dan pelanggaran ini pula adalah perbuatan yang sangat tercela bagi setiap wartawan (Sukardi, 2008: xvi). Di samping faktor di atas, masih ada lagi yang tidak kalah penting, yakni kompetensi wartawan.

Banyak wartawan yang meliput berita tidak dibekali pengetahuan dan keterampilan jurnalistik yang memadai, akibatnya apalagi kali tidak menyadari karya jurnalistiknya mengandung potensi yang bisa membuat masalah di masyarakat. Karena itu, mulai tahun 2004, Dewan Pers menerbitkan "Standar Kompetensi Wartawan" yang digunakan sebagai bahan pelatihan kewartawanan.

Bagir Manan (2010: x) menyatakan, hanya wartawan yang telah memenuhi Standar Kompetensi Wartawan sajalah yang selayaknya dapat menjalankan 164 pekerjaan wartawan, sehingga dengan demikian peran wartawan dalam menjalankan tugasnya bisa berjalan dengan baik. Dalam hal pemberitaan bencana, menjadi menarik untuk mengkaji aspek etika dalam pemberitaan.

Kajian menganalisis teks berita berdasarkan hubungan kandungan berita dengan kaidah-kaidah Jurnalisme Bencana dan nilai-nilai etis yang bersumber dari Kode Etik Jurnalistik. Kajian ini akan menjawab persoalan apakah jurnalisme online di Bali telah memberi kontribusi dalam partisipasi memecahkan masalah yang ditimbulkan oleh bencana.

Kaidah Jurnalisme Bencana, meliputi: 1. Menginformasikan segala sesuatu yang bertujuan mengurangi (mitigasi) bencana. Berdasarkan Undang-Undang No. 24 Tahun 2007, meliputi: (1) tahap awal penanganan bencana untuk mengurangi dan memperkecil dampak bencana; (2) kesiapan siaga respons bencana; (3) respons upaya meminimalkan bahaya yang diakibatkan bencana; dan (4) pemulihan, upaya mengembalikan kondisi masyarakat seperti semula. 2.

Penulisan dan pemuatan berita Bencana berdasarkan Kode Etik Jurnalistik, dalam hal ini kode etik yang ditetapkan oleh Dewan Pers tahun 2006. Aspek yang dijadikan rujukan, yakni; a. Berimbang dan akurat serta tidak berakhlak buruk (Pasal 1). b. Tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi (Pasal 2). c. Tidak membuat berita sensasional (Pasal 4).

Dengan kemajuan yang ada pada media berbasis internet menyebabkan frekuensi dan intensitas pemberitaan bencana semakin tinggi. Transformasi dari media cetak ke online ini diakibatkan oleh kemajuan di bidang **teknologi informasi dan komunikasi**, yang mampu mengintegrasikan berbagai macam media dalam satu pola interaksi komunikasi.

Komunikasi antarmanusia yang dimediasi oleh internet disebut Jan Van Dijk (2012: 49-54) menjadi dasar teknik jaringan sosial yang baru (technical foundations of the network society). Masalahnya adalah pada fenomena pola pemberitaan media cetak dapat diasumsikan sudah relatif baik? Inilah tantangan bagi para peneliti masalah komunikasi bencana untuk mengkaji lebih dalam. BAB 8 A. KOMUNIKASI POLITIK 1.

Pengertian Thomas Takson Pureklolon (2016: 2-3) menghadirkan beberapa definisi Komunikasi Politik yang telah dibuat para ahli sebelumnya, antara lain: 1. Komunikasi Politik adalah kajian Ilmu Politik karena pesan-pesan yang disampaikan bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuatan politik Negara, pemerintahan, dan juga aktivitas komunikator dalam kedudukannya sebagai pelaku kegiatan politik.

Komunikasi politik dapat dilihat dari dua sisi, yakni komunikasi politik sebagai **kegiatan politik dan sebagai kegiatan ilmiah**. Sebagai aktivitas politik merupakan penyampaian pesan dari aktor-aktor politik kepada orang lain. kegiatan tersebut bersifat empiris karena dilaksanakan secara nyata **di dalam kehidupan sosial**.

Sementara komunikasi politik yang berdimensi ilmiah melihat komunikasi politik sebagai salah satu kegiatan politik dalam sistem politik (Maswadi Rauf). 2. Komunikasi politik adalah penghubungan pikiran politik yang hidup di dalam masyarakat, baik itu pikiran internal golongan, asosiasi, instansi, ataupun sektor kehidupan politik

pemerintah (Rusadi Kan- taprawira). 3.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan pada penca- paian suatu pengaruh sedemikian rupa hingga sampai pada masalah yang dibahas mampu mengikat se mua warganya (Astrid S. Susanto). 4. Komunikasi politik adalah politik yang berbicara atau ko munikasi yang menempatkan politik sebagai gagasan uta ma (Roelofs & Barn Lund). 2.

Unsur-unsur Komunikasi Politik 1. Komunikator. Dalam komunikasi politik selalu ada pihak yang ber- fungsi menyampaikan pesan. Syarat menjadi ko mu ni kator yang 166 efektif, antara lain: (a) memiliki perfor mance fisik yang menarik. Ti- dak penting gemuk, kurus, pen dek, atau ting gi. Yang penting baha - sa tubuhnya pro por sional. Gerakan tubuh (gesture), bahasa wajah (mi mic) kelihatan wajar.

De ngan kewajaran tersebut mem beri ke- san jujur, ikhlas, dan me nyenangkan. Tiga hal ter sebut me nim bul- kan kesan dapat dipercaya (trust). Bila ko mu ni kator dipercaya oleh khalayak sudah 60 persen isi pe san menarik perhatian. Sisanya un- tuk sampai menim bul kan partisipasi dikuatkan dengan kerja em- pi rik, terjun lang sung ke lapangan, melakukan sesuatu yang bisa menyatu dengan khalayak; (b) individu yang memi liki rekam je jak yang baik (track record); (c) mempunyai ke ca kap an ber tutur secara dinamis, kadang tinggi, kadang le mah, landa, dan menghentak lagi.

Bung Karno adalah con toh ko mu nikator yang memiliki kemampuan mengatur into na si se hingga mempesona yang mendengarkan; (d) me mi liki eti ka dalam berkomunikasi, seperti mampu meng har gai au di ensi. Salah satu cara untuk mengikat perhatian au di ens adalah meng ungkapkan pujian dari prestasi, kebaik an, jasa, keutama an, dari beberapa peserta, sehingga me nge sankan bahwa komunikator meng hargai audiens se ka ligus menghini dari ke san arogan.

Karena itu, seorang ko muni kator politik yang pro fesional tidak berani ge- ga bah dengan mengandalkan im provisasi. Sebelum naik ke mim- bar sudah ada beberapa ca tatan (entah cari sendiri ataupun hasil masukan staf) yang ber isi hal-hal pres tisius sebagian anggota kha - layak dan pada saat yang tepat catatan itu disampaikan.

Audiens yang disebut nama nya dan dipuja oleh pembicara niscaya akan se- nang, dan sebagai balasannya ia akan balik menghormati komuni- kator dengan cara serius mendengarkannya. 2. Komunikan. Dalam komunikasi politik, komunikan (pene rima pe- san) dapat diklasifikasikan menjadi: (1) orang-orang yang merupa - kan kalangan sendiri (internal); (2) kalangan yang afiliasinya ber - la wan an; (3) kalangan yang afiliasinya ke pada pihak lain tetapi lo ya li tasnya masih rendah, sehingga masih me mung kinkan

untuk mengubah afiliasinya; dan (4) kalangan yang sama sekali belum men-tukan dukungan dan afiliasinya.

Misalnya orang-orang yang menyatakan tidak akan menggunakan hak suaranya pada saat pemilu. 3. Pesan (message). Isi pesan merupakan hal-hal yang menyangkut persoalan orang banyak. Pesan politik yang baik akan disusun secara lugas atau sederhana. Meskipun masalahnya sangat kompleks, namun komunikator menyederhanakannya (simplify) sehingga dapat dipahami dengan baik.

Pesan tersebut diarahkan menjadi masalah pribadi khalayak. Sebagai contoh: seseorang berpidato begini..." Saudara-saudara, Negara kita ini ditengarai memiliki masalah yang serius; utang kita makin banyak, orang miskin makin banyak, sumber daya alam kita sebagian besar dikuasai orang asing....bila hal ini dianggap enteng dan kita tidak peduli...bisa-bisa Indonesia akan ambruk pada tahun 2030.

Apakah saudara-saudara rela bila Republik ini hilang dari peredaran?" Kalimat terakhir menunjukkan cara persuasif mentransformasikan masalah Negara bangsa menjadi masalah pribadi. 4. Saluran (channel). Acap kali suatu komunikasi politik dilaksanakan dengan menggunakan berbagai saluran agar pesan diterima secara maksimal. Bisa menggunakan surat kabar, radio, TV, ataupun media online. 5. Umpan balik (feedback).

Sejauh mana komunikasi politik memiliki efektivitas? Dapat diketahui dari respons atau reaksi yang diberikan oleh khalayak. Umpan balik dapat positif dan dapat pula negatif. Melalui umpan balik itulah seorang aktor melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi politik berikutnya. 3. Komunikasi Politik dalam Konteks Indonesia Prof. Deddy Mulyana, Ph.D. (2014: 1-16) menguraikan konteks komunikasi politik di Indonesia.

Menurut Guru Besar Fikom Universitas Padjadjaran itu gejala komunikasi politik di Indonesia adalah politik paling aneh, paling absurd, paling unik, dan sekaligus paling sulit diramalkan. Itu sebabnya gejala komunikasi politik di Indonesia disebut sebagai "anomali komunikasi politik". Contoh anomali tersebut misalnya, seorang calon presiden pada pemilu 2009 mengarahkan dan mengkonsentrasikan ratusan paranormal untuk memengaruhi rakyat agar memilih partainya.

Tidak dijelaskan di sini bagaimana cara paranormal memengaruhi rakyat; apakah dengan cara terjun langsung berkomunikasi dengan rakyat atau melalui media yang bersifat mistis. Contoh yang lain, seorang politisi kawakan bisa kalah oleh seorang artis yang pendatang baru. Melihat berbagai anomaly komunikasi politik itu, Mulyana (2014: 10) mengemukakan definisi komunikasi politik yang cocok untuk fenomena

Indonesia, yakni dikonseptualisasikan sebagai komunikasi politik yang dinamis, mudah berubah, rumit, dan bahkan sulit diramalkan.

Apalagi komunikasi politik di Indonesia bernuansa konteks tinggi; lebih banyak pesan pesannya yang tersirat daripada yang tersurat, termasuk pesan melalui bahasa tubuh, buasana, dan diam. 168 4. Politik Belah Bambu Media Penyiaran Berikut adalah artikel yang membahas salah satu anomaly komunikasi politik dalam konteks pemanfaatan media TV sebagai saluran komunikasi politik: Jelang pilkada serentak tahun 2018 dan Pileg dan Pilpres setahun berikutnya patut diwaspadai polarisasi kekuatan politik yang cenderung mengerucut menjadi dua kutub (bipolar), baik itu mengerucut berdasarkan pola patahana (incumbent)-penantang (oposisi), maupun berdasarkan isu-isu yang dikembangkan untuk melegitimasi dukungan.

Belajar dari Pilkada DKI Jakarta, kombinasi dasar pengerucutan dukungan tersebut menghasilkan sentimen yang cenderung membelah masyarakat menjadi dua dan potensial mengakibatkan konflik horizontal di akar rumput (masyarakat). Masih belajar dari Pilkada DKI Jakarta, tampaknya pemain politik kita berhasrat menjadikannya sebagai model mobilisasi dukungan untuk pilkada serentak dan Pilpres.

Karakteristiknya terjadi koalisi di tingkat elite politik yang seolah tak ada pilihan lain kecuali mempermanenkan koalisi partai pada Pilkada DKI Jakarta menjadi koalisi untuk pesta demokrasi selanjutnya. Hal itu ditandai dengan membelahnya pro dan kontra saat pembahasan Undang-undang pemilu antara yang setuju dengan batas ambang pemilihan presiden dan yang tidak setuju, yakni 20% dari kursi DPR atau 25% suara sah nasional pemilu legislatif.

Fraksi Gerindra, PKS, Demokrat, dan PAN mengelompok pada kubu yang "kontra", sementara fraksi-fraksi yang mendukung pemerintahan Jokowi-JK (minus PAN) dipihak yang setuju. Kesannya hanya ada dua kubu di elite politik, yakni kubu penguasa dan kubu oposisi. Bila pengelompokan tersebut berjalan normal, dalam arti tidak dikaitkan dengan isu-isu yang sensitif, maka polarisasi semacam itu justru diperlukan sebagai mekanisme check and balances.

Dalam budaya demokrasi selalu diperlukan hadirnya asumsi bahwa kekuasaan harus dikontrol sebab bila dibiarkan melengang akan terjadi penyalahgunaan, sebagaimana dikatakan oleh Lord Acton the power tend to corrupt, corrupt tend to absolute. Di Negara-Negara maju dalam demokrasi, polarisasi kekuasaan menjadi keniscayaan sebab di samping dibutuhkan kekuasaan yang menjalankan mandat pemilu juga diharuskan oposisi yang berkewajiban mengoreksi kekuasaan. Namun berbeda dengan kondisi riil di tanah air kita.

Pem belahan kekuatan politik bukan semata-mata didasarkan pada keinginan untuk mengevaluasi kinerja kekuasaan, namun sebaliknya cenderung digunakan untuk memobilisasi dukungan, bagi patahannya untuk mempertahankan dukungan, sementara bagi 169 oposisi sebagai cara untuk mengambil alih pemerintahan. Sejak digulirkannya undang-undang Pemilu 2019 itu masing-masing pihak menggunakan isu-isu sensitif yang dapat memecahbelah ke sesama-tuan bangsa dan cenderung mengabaikan watak dasar bangsa kita yang toleran. Entah bagaimana mulanya, isu-isu yang dikembangkan oleh para elite politik kita bermuara pada dua kutub.

Satu kutub mem-blow up tentang bahayanya paham religious tertentu sebagai ancaman bagi Pancasila dan NKRI, sedangkan pada kutub yang lain berusaha "diam" dan mengembangkan wacana bahwa yang anti Pancasila dan NKRI sebetulnya mereka yang khawatir terhadap hal itu, sebab yang dituduh anti Pancasila dan NKRI membela diri bahwa dirinya sudah sangat Pancasila dan mencintai NKRI.

Bahkan berbalik, bahwa yang termasuk anti-Pancasila dan NKRI itu sebetulnya para koruptor dan sindikat kapitalis yang menjual aset Negara kepada pihak asing. Paling tidak dua kubu tersebut akhirnya mengerucut lagi ketika ada pidato seolah elite partai politik tertentu yang menuduh partai "se berang" sebagai pendukung Negara kilafah. Menurut hemat saya, kondisi ini sungguh sangat berbahaya. Mem-per taruhkan roh Pancasila dan NKRI hanya untuk merengkuh kekuasaan.

Sebab isu itu sendiri sangat berpotensi menjadi boomerang manakala sebagian besar publik mempersepsi tuduhan itu sesungguhnya dimaksudkan untuk mengkerdilkan umat beragama tertentu di Indonesia dan membawa misi melemahkan kehidupan beragama. Memang saat ini, umat yang dituduh itu memilih diam, tidak turun ke jalan, namun bukan berarti komunikasi mereka berhenti.

Secara sosiologis selalu ada media yang digunakan untuk memelihara kapan dan di mana mobilisasi dilakukan. Belajarlah dari Pilkada DKI Jakarta, meski hampir semua media mainstream membingkai pelaku aksi unjuk rasa secara negatif (misalnya dilihat dari manasik terhadap mereka dengan kata-kata ideologi ekstrem, intoleran, ada kaitan dengan ISIS dan sebagainya), toh pada akhirnya pembungkaman tersebut tidak memengaruhi pilihan mereka terbukti dengan kalahnya pasangan Ahok-Jarot dari Anies-Sandhi.

Propaganda secara verbal itu tidak menyelesaikan persoalan integrasi bangsa, sebaliknya justru sengaja ataupun tidak justru melukai perasaan sebagian umat. Di sisi yang lain, mereproduksi wacana anti-Pancasila dan NKRI terhadap kalangan tertentu,

terutama melalui media penyiaran, justru menimbulkan rasa kejenuhan (overload of information) pada khlayak.

Informasi yang sudah melampaui ambang batas penerimaan khlayak menurut para ahli komunikasi justru menimbulkan resistensi (penolakan), bukan karena tidak menerima substansi makna informasi nya, melainkan karena faktor kebosanannya saja. Ini mirip dengan fenomena para ibu yang setiap hari mereproduksi kata-kata "Ayo Nak belajar....!", suatu ketika anak enggan bertemu dengan sang ibu bukan karena tidak cinta lagi pada sang ibu melainkan hanya karena muak mendengar kata-kata "Belajar dan belajar".

Para elite politik tampaknya belum sadar atau mungkin belum tahu tentang teori kejenuhan informasi itu, sehingga hampir tak ada waktu jeda memproduksi wacana anti-Pancasila dan NKRI di media. Reproduksi anti-Pancasila dan NKRI dapat diamati dengan jelas melalui media penyiaran (radio dan televisi), baik dalam pemberitaan (news) maupun dialog narasumber (talk show).

Entah kebetulan atau ada instruksi dari pemilik (owner), stasiun TV yang pemiliknya elite politik partai pendukung pemerintah, sangat antusias memblow up wacana anti-Pancasila dan NKRI, sehingga sampai tidak mengindahkan lagi rambu-rambu Standar Program Siaran. Tayangannya menjadi tidak berimbang, cenderung seperti membelah bambu.

Dalam peristiwa belah bambu ada bagian bawah yang diinjak dan bagian atas yang ditarik ke atas. Pihak yang dituduh anti-Pancasila dan NKRI distigmatisasi sementara rupa sementara yang mengidentifikasikan diri sebagai pembela Pancasila di puja dan puji sampai melupakan kasus korupsi yang menjerat dirinya. Sejauh ini **Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)** tampaknya tak bergeming.

Dalam peristiwa belah bambu oleh media TV tersebut justru memberikan kesan mereka yang distigma anti-Pancasila sebagai pihak yang sedang dianiaya atau dizalimi, bahkan di sini sangat mungkin menimbulkan empati bagi pelaku yang semula sebenarnya moderat tetapi karena sentimen ke sesama agama, bandulnya menjadi bergeser ke kanan. Sebagai pengamat komunikasi, saya sekadar memperingatkan supaya hati-hati menggunakan media penyiaran karena potensinya sangat besar.

Bahkan sangat mungkin, paradoks tersebut kemudian mencari korbannya tersendiri, yakni di media sosial. Lagi-lagi apa yang dilakukan pemerintah dengan memblokir situs yang dicurahi melansir paham ekstrem bisa dipersepsi bahwa pemerintah sudah dalam situasi yang panik. Menurut saya, framing belah bambu sudah harus diakhiri. Polemik

tentang siapa yang Pancasila sejati cenderung tidak produktif karena sifatnya relatif.

Lebih baik, pemerintah mereproduksi prestasi prestasi yang dihasilkan. Hal itu akan menggeser isu sensitif menjadi produktif, isu primordial menjadi meritokrat. 17 1 5. Ideologi Kesejahteraan untuk Mengobati Trauma Sejarah Maksud hati hendak memberi pelajaran sejarah kepada generasi muda, Panglima TNI Gatot Nurmantyo memerintahkan jajaran TNI untuk menonton (kembali) film G.30 S/PKI besutan Arifin C Noor, alih-alih malah menuai pro-kontra di masyarakat maupun media sosial.

Mereka yang menolak mobilisasi menonton film tersebut beralasan bahwa film tersebut cenderung berisi indoktrinasi politik yang pernah digunakan oleh rezim Orde Baru untuk mempertahankan kekuasaannya, sementara yang setuju ber alasan bahwa masyarakat perlu disadarkan kembali akan bahaya komunisme yang pernah terjadi dalam sejarah bangsa Indonesia. Dua-duanya, baik PKI maupun Orba masih menjadi trauma sejarah bagi sebagian masyarakat kita.

PKI pernah berseteru dengan kalangan religius, terutama dari kalangan pesantren yang khawatir gerakan PKI pada tahun 1965-an itu berujung pada gerakan ateisme. Sementara selama Orde Baru, sebagian masyarakat merasa terlukai akibat pemberlakuan pendekatan keamanan (security approach) yang mengakibatkan terpa- sungnya kebebasan berekspresi dan demokrasi. Diskusi yang muncul ke permukaan seolah sedang terjadi perang opini publik antara anasir PKI dan Orde Baru.

Bila kita mau teliti menyimak fenomena yang terjadi di masyarakat, baik PKI maupun Orba sudah memperlihatkan recoverynya. Simbol- simbol "palu arit" sudah berani muncul secara terang-terangan dalam bentuk umbul-umbul, meme di media sosial, maupun diskusi-diskusi ilmiah di kampus dan tempat lainnya.

Bahkan dengan alasan antara PKI dan Pemerintah sudah tercapai kesepakatan untuk melakukan rekonsiliasi membuat anasir PKI pro-aktif mengkampanyekan bahwa dirinya bersalah, tidak melakukan kudeta, dan sebaliknya hanya sebagai korban pemerintah Orde Baru. Sementara anasir Orde Baru juga sudah mulai percaya diri bahwa karena jasa-jasa mantan Presiden Soeharto dalam membangun bangsa ini sangat besar, maka masyarakat sudah memaafkan.

Di tingkat politik tingkat tinggi sudah muncul wacana mengusulkan Soeharto sebagai pahlawan nasional, sementara di tingkat bawah banyak gambar-gambar di balik mobil truk bergambar Soeharto dan bertuliskan "Enak melu aku toh?" (enak ikut saja kan?) Munculnya perseteruan PKI versus Orde Baru menurut hemat saya tak lepas dari strategi kontestasi jelang Pemilu 2019.

Diksi PKI dan Orba merupakan istilah yang seksi, istilah yang sangat menarik (magnitude) dan mudah menjadi viral, karena itu ibarat bahan makanan sangat merangsang selera makan ketika disajikan menjadi hidangan. Masing-masing mencoba mengemas sebagai isu yang krusial, problem masa depan bangsa, dan akhirnya keduanya menawarkan konsep bagaimana menyelesaikannya.

Mereka sama-sama merancang seolah menjadi paham-lawan. Proses membentuk opini publik dengan pro-kontra menjadikan kepemilikan isu mempunyai kesempatan investasi jangka panjang. Isu ini secara langsung maupun tidak langsung akan meminggirkan isu-isu tentang keberhasilan pemerintahan Jokowi.

Sekarang partai-partai pendukung pemerintahan memang masih bersikap pasif, duduk manis, seolah tak bergeming dengan hiruk-pikuk PKI Versus Orba. Namun nanti ketika opini publik diikuti mobilisasi massa, semua akan merasa memiliki kepentingan untuk masuk dalam diksi tersebut. Ini adalah persoalan legitimasi (dukungan) publik, sebagian akan mendulum ke isu PKI dan sebagian yang lain akan mendulum ke isu Orba.

Polarisasi tidak berhenti sampai di situ. Ketika ada dua pendulum saling berebut isu, perkiraan saya akan ada satu kelompok lagi yang menggunakan isu Orba dan PKI dari sisi kelamnya. Ibarat bola muntah, isu PKI maupun Orba sama-sama dipandang sebagai barang usang.

Mereka ini adalah masyarakat yang merasa sangat traumatis terhadap kejadian September 1966 maupun Mei 1989. Ketidakpercayaan terhadap entitas ini menyebabkan mereka memilih membentuk aliansinya sendiri. Siapa atau partai apa yang akan memanfaatkan bola muntah ini, masih belum dapat dipastikan.

Yang jelas, kontestasi Pemilu 2019 menjadi lebih sengit dan kompetitif. Ketika berlangsung Sarasehan Majelis Alumni Ikatan Pelajar NU di Hotel Marriot (18/8), Dahlan Iskan menyatakan bahwa khusus Jawa Timur tampaknya masyarakat masih lebih menyukai ideologi kesetiaan ketimbang yang lain. Mungkin sudah boleh jadi yang dimaksud adalah ideologi kapitalisme, komunisme, maupun religiusisme.

Pak Dahlan memaparkan konsepnya bagaimana agar pertumbuhan ekonomi yang selama ini menggelembung ke atas tetapi sulit menetes ke bawah, yakni dengan cara memperbanyak tempat-tempat penggelembungan. Dengan demikian, tempat menetesnya juga semakin banyak. Monopoli penyimpanan hasil pertumbuhan ekonomi yang selama ini cenderung hanya terkonsentrasi pada segelincir kelompok bahkan segelincir orang cenderung menimbulkan ketidakadilan sosial. Sayang belum

ada partai politik yang tertarik dengan konsep Pak Dahlan tersebut sehingga terabaikan bentuk praktisnya.

Padahal itulah strategi yang paling bermutu untuk menangkap paham-paham terlarang di masa lalu bangkit kembali, sebab ideologi kesejahteraan steril dari 173 sekat-sekat politik identitas berdasarkan etnis, suku, maupun agama. 6. Membangun Citra Ala Presiden Jokowi **Presiden Joko Widodo (Jokowi)** merupakan Presiden Republik Indonesia yang relatif minim pengalaman jejaring politik.

Ia tidak pernah memimpin partai pada tingkat provinsi, apalagi nasional. Sebelumnya Jokowi lebih dikenal sebagai pedagang (eksportir) furniture. Karier politiknya merangkak naik, setelah berhasil memenangkan Pilkada Kota Solo (2005) yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Kemudian terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 yang juga diusung PDIP.

Pada 2014 Jokowi berpasangan dengan Jusuf Kalla (JK) terpilih menjadi Presiden RI yang juga masih diusung oleh PDIP. Meskipun pengalaman memimpin partai tidak dimiliki Jokowi, namun berkat komunikasi politiknya, Jokowi berhasil mendongkrak popularitas sehingga memenangkan elektabilitas. Naiknya Jokowi ke tampuk pemerintahan Indonesia merupakan bukti bahwa pencitraan merupakan faktor yang sangat penting dalam demokrasi.

Dukungan publik terhadap figur tertentu tidak selalu dilatarbelakangi hal-hal yang rasional, kenyataan (realitas), kapabilitas, dan moralitas. Semua itu bisa dibentuk dalam persepsi publik. Apa yang dipersepsi publik itulah sebagai citra. Bahkan dalam pencitraan (pembentukan citra) acap kali dilakukan dengan berbagai manipulasi, baik dari substansi pesan maupun teknik penggambarannya seperti framing.

Itu sebabnya, Arifin (2014: 19) mengemukakan berdasarkan pandangan Baudrillard, bahwa citra di samping mencerminkan suatu realitas, namun juga bisa dalam bentuk gambaran yang salah akan realitas, juga menggambarkan tidak adanya realitas, bahkan tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apa pun. Jalan Jokowi dengan citranya itu mirip dengan yang terjadi dengan Tri Rismaharini, Walikota Surabaya dua periode.

Risma juga tidak punya pengalaman jejaring politik, karena tidak pernah memimpin partai. Namun sekap terjangnya menarik perhatian media (massa maupun online), sehingga disadari atau tidak disadari, disengaja ataupun tidak disengaja, citra Risma mempengaruhi persepsi masyarakat. Menurut Sahab (2017: 96), citra Risma yang terbentuk dalam benak publik, tidak selamanya sesuai dengan realitas yang sebenarnya.

Karena mungkin hal-hanya sama dengan realitas media atau sama dengan yang dibuat media, yang kerap disebut sebagai realitas tangan kedua (second hand reality). Indonesia telah memilih sistem presidensial dengan banyak partai (multipartai) mengakibatkan pola komunikasi politik membelah dua: 1. Pertama, presiden dipilih langsung oleh rakyat dan setelah terpilih diberi hak prerogatif menyusun kabinet.

Kedua, dengan banyaknya partai mengakibatkan parlemen diisi oleh representasi anggota parlemen (DPR) dari unsur-unsur partai yang memperoleh suara signifikan dalam pemilu. Ketiga, Presiden membutuhkan koalisi dari kekuatan politik yang ada di parlemen setelah terpilih untuk tujuan efektivitas pemerintahan-tahannya. Stabilitas politik dapat dipelihara melalui koalisi di parlemen, yakni dengan cara memberikan kuota jabatan-jabatan menteri di kabinetnya.

Marijan (2015: 105) menyebutkan bahwa dengan model koalisi di belakang (setelah pilpres) memungkinkan terjadinya stabilitas. Bila koalisi dilakukan di depan, sistem presidensial itu lebih rentan mengalami perpecahan kalau dibandingkan dengan sistem parlementer. Dengan demikian, mau tidak mau seorang Presiden yang akan bertarung sebagai incumbent untuk yang kedua ataupun calon presiden yang pertama harus melakukan dua hal untuk sukses dalam Pilpres. Pertama, melakukan politik pencitraan untuk mempertahankan atau mempertahankan popularitas.

Kedua, melakukan pemeliharaan terhadap mitra koalisinya di partai politik. Dalam sistem Pilpres kita, seorang calon presiden hanya bisa dicalonkan oleh partai politik atau gabungan-partai politik yang memiliki 20% kursi di DPR atau memiliki 25% hasil pemilu sebelumnya.

Itu artinya, betapa pun tinggi popularitas seseorang tidak akan bisa menjadi calon presiden tanpa dukungan partai politik atau gabungan partai politik. Jokowi harus bekerja keras untuk melakukan komunikasi politik dua jalur; jalur pencitraan dan jalur memelihara koalisi partai di parlemen. Keduanya sama-sama penting. Meskipun popularitas Jokowi melampaui 50% disandingkan dengan kandidat lain, namun bila partai politik atau gabungan partai politik tidak ada yang mengukung, maka Jokowi pun tidak bisa ikut kontestasi Pilpres 2019.

Dan Sebaliknya, andai popularitas Jokowi terjun payung hingga ke angka 30%, namun gabungan partai politik mengukungnya, juga berisiko akan kalah dalam kontestasi. Maka, mau tidak mau kedua jalur komunikasi politik tersebut harus dijalankan. Bagi penantang, upaya membangun citra relatif lebih sulit ketimbang incumbent, sebab penantang betul-betul harus menggunakan sumber daya secara mandiri untuk membina manajemen komunikasi-sinya. Sementara bagi incumbent, komunikasi politik

dapat dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan tugasnya sebagai Presiden.

Subianto (2012: 220-125) menyebutkan, Presiden memiliki infrastruktur dan supra struktur untuk membangun citra positif; mulai dari Kementerian Komunikasi dan Informatika sampai juru bicara kepresidenan. Public relations 175 pemerintah (Government Public Relations) berusaha menjaga dan membangun reputasinya. Apabila reputasi terbangun, lanjut Subianto, organisasi pemerintahan akan mendapatkan banyak keuntungan, seperti dukungan publik, kepercayaan masyarakat, dan citra positif lainnya.

Tugas perantara public relations pemerintahan adalah membangun citra dengan menghimpun informasi, menyerap informasi dari akar rumput, mengelolanya menjadi rumusan strategi komunikasi politik, dan pada akhirnya mengeksekusi menjadi program-program strategis pencitraan. Citra adalah kesan organisasi yang berkembang dalam benak publik.

Citra positif akan diikuti dengan simpati, dan sebaliknya citra negatif akan diikuti dengan antipati serta apriori (Panuju, 2002, 5). Jokowi tampaknya tahu betul pentingnya menginformasikan semua kegiatan dirinya, baik formal maupun nonformal, terpublikasikan kepada khalayak. Sebab semakin banyak masyarakat mendapat informasi yang positif semakin besar kemungkinannya citra positif dapat dikuatkan dan tidak mudah memudar.

Hubungan Jokowi dengan media relatif baik, kecuali dengan media sosial yang kerap kali membuat Jokowi mengaku "pusing". Jokowi mengakui pentingnya media arus utama (mainstream) seperti kutipan berikut ini: "Sekarang ini kelihatannya akan ada pergeseran dari media arus utama mainstream ke media sosial. Tetapi saya meyakini media mainstream tetap akan mempunyai peran yang sangat penting, terutama bagi pembangunan kita.

Terutama pembangunan SDM lewat informasi-informasi yang diberikan," kata Jokowi usai menghadiri peringatan Hari Pers Nasional di Lapangan - an Polda Maluku, Kota Ambon, Maluku, Kamis (9/2/2017) (Jordan: 2017). Sementara kutipan yang menunjukkan kegalauan Jokowi terhadap media sosial tampak pada kutipan berita berikut: "Presiden Joko Widodo menyatakan, fenomena perkembangan media sosial menambah beban pemerintah. Berbeda dengan media arus utama yang dianggap bisa diajak bekerja sama, media sosial tak bisa diperlakukan sama.

Tak ada yang bisa mengontrol penggunaan media sosial" (Kandi: 2017) Media massa penting bagi pemerintah karena beberapa alasan, antara lain: Pertama, fungsi

mengingatkan (warning function). Pidato Jokowi tentang media sosial yang meresahkan bisa menjadi peringatan bagi pengguna internet agar hati-hati dalam menggunakan media. Kedua, fungsi agenda setting. Pemerintah dapat membuat agenda kepada masyarakat melalui mediasi media.

Misalnya dalam mobilisasi massa, media membantu menginformasikan dan sekaligus acap kali sebagai 176 event organization-nya. Ketiga, fungsi kepuasan (gratification). Melalui bantuan media pemerintah berhasil membangun persepsi tentang kepuasannya terhadap kinerja yang dimiliki. Keempat, fungsi kontrol masyarakat (social control).

Awalnya, media membantu masyarakat menyampaikan aspirasinya untuk mengkritisi kekuasaan, namun pada saat yang sama komunikasi politik pemerintah mengubah aspirasi tersebut menjadi respons kebijakan yang disebar luaskan melalui media. Pada saat tertentu justru masyarakat yang dikontrol pemerintah melalui mediasi media (Panuju, 2005: 8).

Sejauh ini, komunikasi politik yang dilakukan oleh Jokowi tampaknya telah berhasil membentuk citra positif seperti yang diharapkan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa survei yang mengindikasikan tingkat kepuasan publik terhadap kinerja Jokowi yang relatif tinggi. Kompas.com misalnya merilis hasil survei Litbang Kompas menyatakan Mayoritas masyarakat merasa puas dengan kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla selama 3 tahun terakhir. Hal ini setidaknya terlihat dari survei yang dilakukan Litbang Kompas pada 26 September-8 Oktober 2017.

Kepuasan secara umum responden terhadap kinerja pemerintahan Jokowi-JK selama tiga tahun terakhir sebesar 70,8 persen. Hanya 29,2 persen responden yang menyatakan tidak puas. Tingkat kepuasan terhadap pemerintahan Jokowi-JK ini naik jika dibandingkan dengan survei Litbang Kompas periode April 2017.

Saat itu, responden yang menyatakan puas dengan kinerja pemerintah hanya 63,1 persen. (Ihsanuddin, 2017) Sementara itu, komunikasi politik dalam rangka memelihara koalisi partai pendukung Jokowi masih berfokus pada beberapa partai, terutama yang sudah secara eksplisit akan mencalonkan Jokowi sebagai Presiden RI untuk periode yang ke-2, yakni; Partai Golkar, Nasdem, PKB, dan PPP.

Sementara itu, partai politik pengusung utama pada Pilpres 2014, yakni PDI-P secara keorganisasian belum menyatakan secara eksplisit. Hal tersebut memberi kemungkinan terjadinya perubahan-perubahan dukungan partai politik terhadap calon presiden

2019. Fenomena Pilgub Jatim 2018 tampak menjadi indikasi bahwa sangat mungkin PDI-P tidak lagi mendukung Jokowi sebagai Capres 2019.

Dengan menerjunkan Puti Guntur Soekarno (cucu pertama Bung Karno) sebagai Cawagub mendampingi Saifullah Yusuf alias Gus Ipul dapat dibaca sebagai uji coba pengaruh "trah" Soekarno dalam perpolitikan di tanah air. Puti Guntur Soekarno masih relatif belum memiliki pengaruh laman dalam politik praktis, namun dengan adanya pengaruh sang Kakek, diharapkan akan dapat mendulang suara. Bila nanti uji coba ini berhasil, sangat mungkin PDI-P akan memasang Capres dari trah Soekarno yang lain.

Karena itu, sangat wajar bila komunikasi politik jejaring Jokowi menjadi kurang kuat determinismenya. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis berusaha mengkaji komunikasi politik yang dilakukan Jokowi dalam konteks membangun citra dan jejaring koalisi partai politik. a. Metode Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode interpretatif.

Objek yang diteliti adalah apa yang dilakukan dan disampaikan dalam konteks pencitraan dan membangun jejaring partai koalisi yang terekspos di media massa dan online. Teknik analisis dibatasi pada ruang lingkup formula Lasswell: Who says (Jokowi) in which channel to whom with what Effect. Secara referensial menurut Kriyantono (2006: 13) kajian ini masuk lingkup studi pesan (says what).

Apa yang dikatakan dan dilakukan oleh Jokowi dianalisis berdasarkan beberapa teori antara lain: (1) teori public relations yang membahas tentang Citra dari Frank Jefkins khususnya jenis-jenis citra; dan (2) teori relasi opini publik dengan citra dari Kenneth E. Boulding (196). b. Landasan Teori Kontestasi politik mengejar opini publik, sebab menjadi indikator awal persepsi publik terhadap sang tokoh.

Persepsi publik merupakan akumulasi dari kegiatan membangun image atau citra yang dikelola dalam manajemen public relations. Dalam konteks ini Franks Jenkins membagi citra ke dalam beberapa jenis, yakni: (1) citra cermin (mirror image), yaitu citra yang tidak diharapkan dari si pemiliknya, harapan nyata ternyata dikesankan negatif; (2) citra kini (current image), yakni citra yang diperoleh dari aktivitas yang dilakukan maupun statemen yang diluncurkan pada saat terakhir; (3) citra keinginan (wish image), yakni menunjukkan visi yang ingin dicapai pada saat tertentu; (4) citra korporasi (corporation image), yakni citra afiliasinya terhadap partai politik tertentu; (5) citra multi-image, yakni berbagai citra yang mengemuka pada diri seseorang/lembaga; dan (6) citra penampilan (performance image), yakni citra yang dibentuk oleh penampilan diri (Sari, 2017: 9).

Meskipun teori citra dari Jankins ini awalnya dari fenomena perusahaan, namun prinsip-prinsipnya masih relevan untuk membedakan fenomena politik. Dalam hal ini ada analogi antara perusahaan bisnis dengan 178 partai politik, yakni ada sumber daya manusianya, ada nilai-nilai yang dikembangkan, dan ada tujuan **membangun citra positif di masyarakat**. Bila dalam perusahaan menjual produk, maka partai politik menjual kepercayaan.

Bila dalam perusahaan orang membeli dengan uang, dalam partai politik orang mendukung dengan memberikan suaranya saat pemilu dilaksanakan. Kenneth E Boulding (1969) mengaitkan opini publik dengan citra, rencana, dan operasi (action). Ia mengutarakan bahwa citra, rencana, dan aksi menyerupai matrik yang senantiasa berubah.

Dalam situasi itu, orang memulai, dan mengembangkan perilaku dengan cara yang bernilai bagi dirinya. Dalam metrik tersebut perilaku sangat tergantung pada citra, dan citra juga memengaruhi sikap berikutnya dalam perilaku. Dengan kata lain, opini publik sebenarnya memberikan inspirasi bagaimana individu bertindak agar terhindar dari pencitraan yang buruk (Panuju, 2002: 7).

Pembahasan a. Citra Bayangan Citra negatif yang paling sulit diantisipasi Jokowi dan sangat tidak dikehendaki oleh Jokowi adalah tersebar isyu bahwa dirinya dikaitkan dengan ideologi komunisme yang diusung PKI pada tahun 1960-an.

Jokowi distigma bersinggungan dengan gerakan PKI, misalnya oleh Bambang Tri Mulyono yang menulis buku "Jokowi Undercover". Penulisnya sendiri telah divonis penjara 3 tahun oleh Pengadilan Negeri Blora Jawa Tengah (<https://news.detik.com/berita/d-3514323/michael-bimo-terbukti-buku-jokowi-undercover-isinya-fitnah>).

Jokowi sendiri beraksi keras dengan membantah isyu tersebut dan bahkan dengan menggunakan diksi yang mengancam (coercive), yakni dengan kata-kata: "Kalau PKI Nongol, Gebuksaja!" (<http://nasional.kompas.com/read/2017/05/17/16433321/jokowi.kalau.pki.nongol.gebuk.saja>) Pada babakan selanjutnya, Jokowi mereproduksi isyu tersebut dengan isyu tandingan yang sepadan, yakni mewacanakan ancaman disintegrasi bangsa tidak selalu dari partai komunis Indonesia (PKI), tetapi ia mencoba mengalihkan ke pada kekuatan lain yakni yang disebutnya sebagai kekuatan ekstrem radikal dari kalangan Islam. Untuk meyakinkan hal tersebut bahkan Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Penganti Undang-Undang (Perpu) tentang Ormas (Perpu No. 2 Tahun 2017).

Dengan perpu tersebutlah pemerintah membubarkan organisasi tersebut. Perpu disetujui oleh Sidang Paripurna Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada 24 Oktober 2017, sehingga Perpu tersebut sah menjadi Undang-Undang. Korban pertama yang dituduh melakukan gerakan radikal adalah kelompok HTI (Hizbut Tahrir Indonesia).

Pada paruh akhir 2017, isu aktual yang running di media massa dan online adalah isu tentang bahaya paham radikalisme agama. Jokowi memperlakukan paham tersebut dengan mereproduksi wacana "aku Pancasila, aku Bhinneka Tunggal Ika" dan Negara plural. Tentu saja muncul pro dan kontra di masyarakat. Reproduksi wacana ideologi radikalisme dikalangan penistaan agama seolah membelah opini publik menjadi dua.

Citra bayangan seperti ini tampaknya akan terus berlanjut, apalagi dalam Pilpres 2019 ditengarai Jokowi akan maju lagi. Citra bayangan bahwa Jokowi terkait dengan komunisme akan menjadi senjata bagi lawan politiknya untuk menstigma keberadaannya. Bahkan langkah politik yang memusuhi umat Islam (meskipun Jokowi berhasil merangkul kalangan Islam moderat seperti NU dan PKB) tetap saja ada yang menikainya sebagai "Islamofobia". Bahkan oleh Warjio, Ph.D (2015: 55) sebagai politik belah bambu dan sebagai perlawanan Jokowi versus Rakyat (2015: 40). b.

Citra Kini Pada saat tulisan ini diselesaikan (Februari 2018), terdapat Pre-siden Jokowi sedang melakukan lawatan ke beberapa Negara antara lain Pakistan dan Bangladesh pada 27 Januari 2018. Foto yang diunggah detik.com menunjukkan Jokowi berpenampilan resmi, pakai jas full dress, tampak ter senyum mengembang dan berjalan tegap. Sumber : detik.com, 27 Januari 2018 pukul 13.48.

180 Publikasi lawatan Jokowi ke luar negeri ini menciptakan kesan dirinya sebagai pemimpin yang memiliki pengaruh di dunia internasional. Opini publik yang terbentuk mendukung reputasi Jokowi sebagai seorang kepala Negara maupun pemerintahan. c. Citra Keinginan Visi pemerintahan Jokowi menonjolkan pembangunan infrastruktur, terutama pembangunan jalan tol, Bandara, dan pelabuhan.

Beberapa kegiatan yang terekspose media terkait peresmian hasil pembangunan, antara lain: (1) resmikan tol Bakauheni-Terbanggi Besar di provinsi Lampung tanggal 21 Januari 2018; (2) resmikan tol Surabaya-Mojokerto di provinsi Jawa Timur tanggal 19 Desember 2017; (3) resmikan tol Soroja di provinsi Jawa Barat tanggal 4 Desember 2017; (4) Resmikan tol Akses Tanjung Priok Jakarta Utara pada 15 April 2017; (5) resmikan tol Medan-Binjau tanggal 13 Oktober 2017; (6) Res mikan tol Bekasi Cawang Kampung Melayu pada tanggal 3 November 2017; (7) resmikan tol Palembang-Indralaya di Sumatera Selatan pada 13 Oktober 2017; (8) resmikan tol Semarang-Salatiga di

provinsi Jawa Tengah pada 26 September 2017; (9)resmikan Jembatan Merah Putih di Morotai Ambon 4 April 2016, (10) Jokowi resmikan 5 pelabuhan untuk tol laut Pelabuhan Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara, Maluku Utara, Rabu (6/5/2016); dan (11) resmikan angkutan Kereta Api di Bandara Soekarno-Hatta 2 Januari 2018.

Foto di bawah ini memperkuat citra keinginan yang ingin dibentuk, yakni membangun infrastruktur di Indonesia. Sumber : Biro Pers Sekretariat Presiden yang diunggah <https://makassar.terkini.id/presiden-jokowi-resmikan-jalan-tol-akses-tanjung-priok> 181 d. Citra Korporasi Hingga akhir Januari 2018, Jokowi tetap merespresentasikan sebagai kader Partai PDI-P sebab dalam Pilpres tahun 2014 yang dimenangkanya, Jokowi diusung oleh partai Banteng moncong putih tersebut. Namun sejauh ini justru PDI-P belum secara resmi menyatakan dukungannya kepada Jokowi.

Partai yang sudah resmi mengusung Jokowi maju pada Pilpres tahun 2019 adalah Partai Golkar, Partai Nasdem, Partai Persatuan Pembangunan, dan Partai Hanura. Fakta ini setidaknya yang bisa diperoleh dari berita metronews.com berikut ini: Sedikitnya empat partai pendukung pemerintah siap memantangkan strategi untuk Pemilu Presiden 2019.

Setelah Partai Golkar, NasDem, dan PPP, giliran Hanura yang secara resmi mendukung **Presiden Joko Widodo dalam** Pilpres 2019 (Novaria, 6 Agustus 2017) Citra korporasi seperti di atas ada dua kemungkinan, hal tersebut merefleksikan partai PDI-P yang masih menunggu situasi yang tepat untuk menyatakan dukungan terhadap Jokowi ataukah konstalasi politik di internal PDI-P memang sedang berubah, sehingga menimbulkan spekulasi bahwa pada Pilpres 2019 PDI-P akan mengusung tokoh lain. e.

Citra Multi Image Dari komunikasi politik yang dilakukan Jokowi menunjukan beberapa citra yang saling tumpang-tindih, antara lain; (1) citra sebagai pemimpin yang senang bekerja ditunjukkan dengan penampilan pakaiannya yang selalu melipat lengan baju; (2) citra bahwa Jokowi tokoh yang mendunia ditunjukkan dengan beberapa perannya dalam penyelesaian masalah internasional seperti penyelesaian masalah konflik Israel-Palestina, Jokowi sempat berpidato pada sidang KTT OKI di mana Jokowi menyatakan mendukung Negara Palestina pada 13 Desember 2017; (3) citra sebagai pemimpin yang demokratis, misalnya ditunjukkan oleh sisi tematikanya membubarkan HTI dengan tahapan menerbitkan Perpu dan kemudian disetujui DPR; (4) citra sebagai warga Negara yang mencintai tanah airnya dengan mengunggah pernyataannya "Aku Pancasila, Aku NKRI, dan Aku Indonesia"; dan (5) citra sebagai pemimpin keluarga yang baik dan taat pada tradisi seperti yang ditunjukkan dengan ritual pernikahan putrinya baik di Solo maupun di tempat menantunya di Medan. f.

Citra Penampilan Diri Baik sebagai Presiden maupun sebagai kepala rumah tangga, citra yang diinginkan Jokowi adalah tampil sederhana, bersahaja, jauh dari kemewahan. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa fakta yang dimunculkan media. Dalam kunjungan kerjanya Jokowi memilih melonggarkan protokoler untuk bisa menemui langsung rakyat, bersalaman, berdialog langsung, dan tidak menolak ketika diajak foto bersama. Gaya komunikasi Jokowi ini dikenal dengan istilah "blusukan" yang pengertiannya sejajar dengan turba (turun ke bawah).

Bahkan dalam kesempatan pidato pada acara resmi, Jokowi menyempatkan diri berdialog dengan warga sambil membagi-bagikan hadiah, seperti sepeda. Media Kompas.com menuliskan gaya Jokowi tersebut sebagai "gaya ngerjain warga yang ingin diberi sepeda" (Ihsanuddin, 06 Oktober 2017). Adapun sebagai warga Negara biasa, Jokowi menunjukkan hubungan yang baik dengan istri, anak-anaknya, maupun cucunya.

Lewat akun youtube kita dapat mencari video Jokowi dengan mengetik kata kunci "Jokowi sedang bermain dengan cucu", maka akan muncul puluhan videonya yang tampak alamiah, satu di antaranya telah ditonton lebih dari 3.394.941 netizen. B. KOMUNIKASI DAN BUDAYA 1. Pengertian Relasi antara komunikasi dan budaya paling tidak dikaji dengan maksud menghubungkan antara komunikasi dan budaya dalam konteks budaya yang sama.

Ini sering disebut komunikasi budaya (culture communication), namun ada juga fenomena yang menunjukkan komunikasi antar budaya dalam suatu negara. Iris Varner & Linda Beamer (2011) menyebutnya sebagai intercultural communication. Berikutnya, relasi komunikasi dan budaya dalam konteks komunikasi yang dilakukan oleh manusia pada suatu tempat yang melibatkan latar belakang budaya berbeda dari negara yang berbeda. Deddy Mulyana (2011) menyebutnya sebagai Komunikasi Lintas Budaya (cross cultural communication).

Menurut Mulyana, mengutip penelitian Harris, Moran & Moran, dewasa ini hanya 10% negara-negara di dunia secara rasial atau etnik homogen. Budaya asing telah menjadi bagian penting bagi penduduk suatu negeri. Komunikasi efektif harus mereka lancarkan untuk menjalin kerja sama dengan orang lain. Studi yang mengaitkan komunikasi dan budaya memiliki ruang lingkup yang sangat luas.

Komunikasi sendiri sebagai mana telah tersaji pada bagian sebelumnya dalam buku ini variasinya sangat banyak, sementara pengertian budaya sendiri lingkungannya tak kalah besar. Budaya bisa meliputi: ide-ide yang berkembang di masyarakat, mitos-mitos, 183 kebiasaan/tradisi, sistem dan struktur suatu masyarakat, persepsi sosial, karya cipta,

dan banyak lagi.

Dalam konteks pendekatan studi budaya yang selama ini banyak dipraktikkan, Rachmah Ida (2014: 10) mengemukakan ada tiga golongan besar, yakni: (1) Etnografi. Studi yang telah lama menjadi tradisi dalam Antropologi. Sering dihubungkan dengan penelitian kulturalis dan menekankan pada pengalaman hidup; (2) Tekstual. Contohnya tradisi Semiotik, postStrukturalisme, narrative theory, dan Dekonstruksi Derridean; (3) Studi Studi Penerimaan (Reception Studies).

Metodologi yang banyak digunakan dalam tradisi studi-studi budaya, yang dianggap kaya akar teorinya. 2. Komunikasi Budaya dalam Konteks Indonesia Berdasarkan survei geografi dan toponimi pada tahun 2010 yang telah dilaporkan kepada Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tercatat Indonesia memiliki 13.466 pulau (Supriyanti, 2014: 387).

Dari sekian banyak pulau tersebut dihuni oleh penduduk yang memiliki aneka macam bahasa, tradisi, dan norma-norma yang dijunjung tinggi. Kekayaan suku dan bahasa itu disatu sisi menjadi kekuatan bangsa Indonesia dalam merancang perubahan sosial (social change) dengan pendekatan kearifan lokal. Melalui pendekatan lokal ini, masyarakat berubah mengikuti perkembangan zaman tanpa harus tanpa harus mereduksi kebudayaannya.

Namun, di sisi yang lain, pluralisme tersebut menjadi masalah dalam konteks menjaga persatuan dan kesatuan sesuai dengan motto Garuda Pancasila kita yakni " Bhinneka Tunggal Ika" (meskipun beraneka warna pada dasarnya satu juga). Tidak dapat dipungkiri, masing-masing muatan lokal terdapat dalam kompetisi mengakses sumber daya yang ada.

Sering ada bagian suku bangsa dan bahasa yang terpinggirkan penggunaannya, dan ada yang mencuat ke permukaan seolah mendominasi komunikasi budaya. Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi yang bertujuan menyampaikannya maksud dan tujuan tertentu. Tujuan tertentu yang paling dominan dewasa ini adalah dalam konteks ekonomi dan politik.

Banyak kasus yang menunjukkan para pengusaha keturunan China di Indonesia sering menggunakan bahasa asalnya (bahasa Mandarin) untuk tujuan-tujuan mempererat dan melancarkan bisnis. Etnis lain justru kerap kali menyesuaikan dengan bahasa mereka karena dominasi ekonomi yang dimiliki. Bahkan etnis Jawa yang banyak berbisnis dengan etnis China menyempatkan diri untuk kursus bahasa Mandarin.

Di tempat-tempat perbelanjaan (Mall) dan tempat-tempat wisata kita sering mendengar

per cakapan mereka dengan bahasa Mandarin. 184 Ketika komunikasi budaya yang dilakukan oleh individu dari etnis yang berbeda telah sepakat menggunakan bahasa tertentu, tidak ada masalah sosial yang muncul. Persoalan komunikasi antarbudaya bukan hanya disebabkan faktor bahasa, tetapi juga yang lain seperti cara berbicara, etika pergaulan, nilai-nilai, dan sebagainya.

Ketika unsur-unsur budaya dibawa dalam komunikasi yang sebelumnya tidak diperkirakan, konflik bisa muncul, meskipun awalnya dalam bentuk perasaan tidak suka, namun bisa menginduksi pada perilaku. Sebagai contoh ada peristiwa demikian: seorang pelajar asal Medan bersuku Batak pertama kali masuk Yogya karena diterima di Perguruan Tinggi di sana.

Ia mencari tempat indekost di sekitar kampus tersebut. Ia menemukan tempat kos-kosan yang masih memajang papan "Menerima Kost Putra", maka ia pun mendatangi tempat itu. Ibu Kost menerimanya dengan baik sambil menyilakan duduk. Tak lama kemudian Ibu Kost menyuguhkan minuman secangkir The Hangat.

Ibu Kost masuk kamar belakang dengan maksud mengambil kuitansi. Alangkah terkejutnya Ibu Kost ketika melihat minuman yang disuguhkan sudah ludes tanpa sisa. Ibu Kost tidak suka dengan perangai anak Batak tersebut. Ia menganggap anak ini tidak punya unggah-ungguh (etika). Di Yogya dan sekitarnya, tatakramanya orang hanya akan minum suguhan tuan rumah bila sudah dipersilakan dan itu pun bukan ditenggak sekaligus.

Dalam kasus ini, di Medan berkembang nilai untuk menghormati Tuan Rumah, minuman harus dihabiskan dalam sekali tenggak untuk menunjukkan suka citanya terhadap penyambutan tuan rumah. Ibu Kost akhirnya memutuskan membatalkan transaksi dengan mengatakannya, "Oh, maaf ya Nak. Ternyata Ibu lupa kamar itu sudah ada yang mesan sebelumnya..." si anak Batak itu pun mohon diri sambil tak habis pikir dengan pengalamannya itu.

Atribut-atribut budaya antarsuku memang kerap kali menjadi salah akibat ketidaktahuan makna yang menimbulkan salah pengertian. Problem yang lain atribut-atribut itu bersamaan dengan kompetisi ekonomi dan politik kerap dipertemukan dalam kondisi berhadapan, sehingga kesannya timbul arogansi dari salah satu suku tertentu.

Misalnya, ketika pemerintah Orde Baru pada tahun 1970-an melaksanakan program transmigrasi dengan memindahkan penduduk yang padat di pulau Jawa ke luar Jawa kemudian muncul tuduhan Presiden Soeharto kala itu sedang melakukan javanisasi. Hal

itu muncul karena perpindahan penduduk tidak disertai proses adaptasi atribut-atribut bu- dayanya.

Di Lampung Selatan pada tahun 70-an misalnya, orang-orang Jawa tetap berbahasa Jawa ketika di pasar, menanggapi Wayang Kulit 185 ketika resepsi pernikahan, dan seterusnya. Namun pada abad ke-21... orang-orang Jawa di Lampung banyak yang mengadopsi dialek Jakarta. Mungkin sebagai jalan tengah konflik budaya. 3. Eskalasi Konflik Etnis di Media Siber Problem komunikasi budaya kerap kali mengalami eskalasi dengan cepat di media siber (media internet).

Media ini memiliki kecepatan dan reproduksi pesan dan penyebarluasannya. Para pemakai internet yang sudah sangat personal ini acap kali tidak sempat melakukan recheck (memeriksa ulang) dan tidak memiliki waktu untuk merenungkan isi pesan terlebih dahulu (kontemplasi). Seolah-olah di media itu semua orang berlomba-lomba untuk memproduksi pesan dan mereproduksi pesan tanpa menghiraukan implikasinya.

Problem komunikasi budaya yang paling banyak muncul di media internet (syber) adalah masalah ujaran kebencian (hate speech) dan kabar bohong (hoax). Kecenderungan kasus ujaran kebencian di internet makin hari makin naik. Mabes Polri menjelaskan demikian: Selama 2017 Polri Tangani 3.325 Kasus Ujaran Kebencian telah menangani 3.325 kasus kejahatan hate speech atau ujaran kebencian.

Angka tersebut naik 44,99% dari tahun sebelumnya, yang berjumlah 1.829 kasus. 2017, Polri telah menyelesaikan kasus kejahatan hate speech sebanyak 2.018 kasus, ujarnya. 2.108 kasus hate speech selesai tahun ini. Adapun tindak pidana hate speech paling banyak terjadi adalah kasus penghinaan, yaitu 1.657 kasus, atau naik 73,14% dibanding pada 2016. Kemudian, hate speech kasus perbuatan tidak menyenangkan sebanyak 1.224 kasus.

Adapun hate speech kasus pencemaran nama baik sebanyak 444 kasus. (<https://news.detik.com/berita/d-3790973/selama-2017-polri-tangani-3325-kasus-ujaran-kebencian>) BAB 9 KOMUNIKASI SIBER A. KARAKTERISTIK KOMUNIKASI SIBER Nasrullah (2014: 76-79) mengemukakan setidaknya ada juga karakteristik ketika media siber menjadi media komunikasi, artinya digunakan manusia untuk melakukan komunikasi.

Pertama, hubungan atau jejaring tidak hanya bertipe koneksi antar-individu, tetapi juga bisa melibatkan jumlah individu yang bahkan tidak terbatas. Hal tersebut tergantung pada tipe jaringan yang dibentuk. Misalnya menggunakan jaringan LAN (Local Area Networking), menandakan jaringan yang terjadi berada dalam area yang terbatas,

menghubungkan antar komputer yang berada di satu gedung perkantoran atau satu lokasi yang memiliki beberapa gedung perkantoran.

Sementara dalam WAN (wide area network) jaringan yang terdistribusi menghubungkan area yang lebih luas, antartempat, antarnegara, hingga ke dunia secara global. Masing-masing perangkat penghubung memiliki identitas tunggal tersendiri yang disebut dengan protokol. Kedua, menurut Nasrullah karakteristik komunikasi siber kedua adalah "interaksi".

Interaksi atau interactivity merupakan konsep yang sering digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital dan media tradisional yang menggunakan analog. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi pada dasarnya untuk mempermudah bagi siapa pun yang menggunakan teknologi tersebut untuk berinteraksi. Teknologi telah memediasi antar-aktivitas manusia dan telah menggabungkan batasan-batasan fisik dan sosial.

Ketiga, yaitu perangkat (interface), baik perangkat keras seperti komputer maupun perangkat lunak seperti jaringan internet, pada dasarnya beroperasi dengan saling terhubung. Pendek kata, di era teknologi informasi dan komunikasi ini perilaku komunikasi juga telah berubah. Semua bidang kehidupan telah terkoneksi dengan teknologi ini, mulai dari perdagangan, pemerintahan, pendidikan, transportasi (E-toll misalnya), administrasi publik (E-KTP misalnya), bahkan komunikasi dalam komunitas yang kecil pun sudah dimediasi dengan internet.

Undangan rapat antarkelompok arisan di sebuah RW saja sudah cukup dikirim melalui WhatsApp. Teknologi telah mengubah struktur, fungsi, maupun tata nilai dalam kehidupan sosial. Rahma Sugihartati (2014: 84) bahkan menyatakan bahwa di era masyarakat pasca-industri, realitas sosial boleh dibilang telah mati, untuk kemudian diambil alih oleh realitas yang ber sifat virtual, yaitu realitas cyberspace.

Dunia baru yang diciptakan oleh hadirnya teknologi informasi telah melahirkan hal-hal yang serba virtual; kebudayaan virtual dan komunitas virtual.

B. PENGGUNA INTERNET DUNIA DAN INDONESIA

Jumlah pengguna internet dunia hampir menyentuh angka 4 miliar orang dengan penetrasi lebih dari separuh penduduk dunia (51%). Berikut data yang menunjukkan hal tersebut: Jumlah Pengguna Internet Dunia Sentuh 3,8 Miliar Liputan6.com, Jakarta— Jumlah pengguna internet seluruh dunia meningkat Menurut terbaru di rilis We Are Social per Agustus jumlah internet kini angka miliar dengan penetrasi 51 persen dari total populasi di dunia. Peningkatan juga naik persen April Mengutip informasi keterangan We Are Social yang Tekno Liputan6.com, Selasa (8/8/2017), 41 persen dari mereka mengakses internet berasal dari situs we .

Sisanya berasal dari perangkat mobile, seperti smartphone dengan total 54 persen, tablet sebanyak 5 persen, dan perangkat lain 0,14 persen. Tingginya akses internet ternyata juga tak luput dari akses pengguna Face book. jumlah pengguna aktif sosial identik warna itu mencapai 2 di 87 menggunakan perangkat mobile .

Tak cuma itu, laporan juga memuat data di mana 59 persen pengguna Face book setiap 44 di adalah wanita, 56 merupakan pengguna (<https://www.liputlah.com> pengguna internet dunia tuh 38 miliar). ?? Adapun jumlah netter Indonesia diperkirakan mencapai 112 juta orang dan menempati peringkat ke-6 dunia, di bawah China, Amerika, 189 India, Brasil, dan Jepang.

Menurut beberapa penelitian, pertumbuhan pengguna Internet pada tahun 2018 akan melebihi Jepang yang pertumbuhan bukannya cenderung melamban. Berikut data dari hasil riset lembaga penelitian: "Ponsel koneksi broadband mobile mendorong bukannya akses internet di negara-negara yang tidak bisa mengandalkan fixed line, entah masalah atau ujar senior eMarketer, Peart.

menyebutkan negara seperti dan masih ruang jumlah pengguna yang bisa dua setiap Di Indonesia, besar pengguna di negara berurutan saat diduduki Tiongkok, India, Brasil, Jepang. pengguna internet Tiongkok ini mencapai sebanyak 643 juta orang, lebih dari dua kali lipat populasi netter di Amerika Serikat sebesar 300 juta. Artikel telah di Kompas.

com judul na Indonesia Enam pengguna na. Internet. Indonesia.Nomor.Enam.Dunia . Penulis: Oik Yusuf C. PERILAKU PENGGUNA INTERNET Berdasarkan hasil riset yang dipublikasikan oleh portal resmi Kementerian Komunikasi dan informatika, karakteristik perilaku pengguna internet Indonesia pada tahun 2017, sebagai berikut: Sumber : <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo-022018-ten>

tang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers_190 Merespons data tersebut Kementerian Kominfo meluncurkan siaran pers yang isinya menganggap penting data tersebut terutama dapat digunakan bagi pelaku industri dan pada masa berikutnya Pemerintah akan terus melakukan pemerataan akses internet di seluruh Indonesia. Siaran pers selengkapnya, sebagai berikut: SIARAN PERS NO.

53/HM/KOMINFO/02/2018 Tanggal 19 Februari 2018 Tentang Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo akan Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband Jakarta, pengguna tahun telah 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. tersebut kenaikan 10,56

jiwa hasil pada 2016. diumumkan Penyelenggara Inter net (APJII) melakukan penetrasi perilaku internet Indonesia, (19/02/2018), di Jakarta. Menanggapi tersebut, Aptika A.

yang wa kili Kominfo apresiasia nya APJII yang melakukan pengguna ter net. menurut data survei sangat lah untuk Kominfo dalam mengejar tar get pemerataan jaringan internet. "Percepatan pemba ngunan bro ad band akan terus dilakukan" tutur Samuel.

Semuel dapat jumlah in ternet se makin Mengingat Samuel, sediaan di do nesia merata pembangunan Ring segera pung. Selain itu, Samuel juga menyebutkan, data data tersebut dapat bermanfaat bagi pihak membutuhkan, para industri Indonesia. Di sisi lain, Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono mengatakan, kenaikan terjadi pembangunan truktur semakin mempermudah masyarakat mengakses layanan internet. Henri dengan data survei peng guna net APJII, digunakan gambaran pihak membu tuhkan.

Adapun pengguna berdasarkan kela min, dari perempuan sebanyak 48,57 persen, dan lelaki se banyak 51,43 persen. 191 Untuk komposisi berdasarkan usia, angka terbesar ditunjukkan oleh masya rakat 19 34, sebesar persen. mun penetrasi terbesar berada pada umur 13 18, yakni sebesar 75,50 persen.

Adapun penetrasi internet terbesar tingkat yakni turut pada menengah bagian sebesar persen, masyarakat bagian atas sebesar 16,02 persen. Hal tersebut menunjukkan saat ini, manfaat dari internet tidak ha nya dapat diakses oleh kalangan atas saja. Henri mewakili APJII mengatakan, publik mem butuhkan lengkap survei peng guna perilaku internet 2017 dapat diunduh di website resmi APJII.or.id.

BIRO HUMAS KEMENTERIAN KOMINFO ?? 1. Perangkat untuk Mengakses Internet Ada dua perangkat yang dikenal dalam komunikasi siber, yaktu: perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat Keras dan perangkat Lunak dihubungkan oleh jaringan komputer.

Perangkat keras merupakan teknologi fisik yang dibutuh kan agar sebuah informasi dapat ditransfer ke pihak lain, an tara lain: Modem, access point, komputer, kabel jaringan, ser ver, USB, dan Antene Eksternal. Perangkat lunak merupakan program yang digunakan un tuk meng- ope rasikan internet, antara lain: (1) Web Browser (me rupakan perangkat lunak yang digunakan untuk mekulan sur fing di internet; (2) Driver (software yang digunakan untuk menjalankan perangkat keras; (3) Sis- tem operasi (digunakan untuk menginstal berbagai perangkat lunak se- hingga dapat di gunakan untuk mengakses internet). Smartphone dan browser sekarang ini sudah menjadi benda yang sangat umum untuk digunakan.

Sebagian besar orang menjadikan smartphone menjadi barang wajib untuk mempermudah pekerjaan mereka. Begitu juga dengan browser, yang sering sekali dijadikan sebagai software utama untuk mencari tahu informasi yang tersebar di dunia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Opera, sepertiga pengguna internet di Indonesia dapat dikatakan sebagai pengguna yang tidak suka dengan iklan yang ada di internet. Opera merilis 32% pengguna internet Indonesia memasang fitur pencegah iklan atau adblock pada browser mereka.

Selain itu, sebagian besar pengguna memilih untuk menggunakan fitur penghemat data agar kuota internet mereka lebih efisien untuk digunakan. Kini, fitur penghemat data untuk berseluncur di internet tampaknya sudah menjadi fitur wajib yang dimiliki oleh sebuah smartphone, contohnya adalah Samsung Galaxy Prime J5. Smartphone keluaran Korea ini sudah dilengkapi dengan penghemat data, sehingga para pengguna smartphone jenis ini bisa menjelajah internet lebih lama.

Selain itu pengguna juga lebih leluasa dan tidak takut khawatir untuk mengakses situs-situs dengan memori yang berat karena tampilan akan dikompres tetapi tetap nyaman dilihat. Orang Indonesia juga cenderung akan menyimpan laman yang mereka sukai dengan fitur bookmark. Selain akan memudahkan untuk mengakses laman tanpa harus mencari lagi di mesin pencari, bookmark juga bisa dimodifikasi.

Penggunaan nama label bisa diubah agar memudahkan untuk mengingat laman yang ingin dibuka. (<https://daily.oktagon.co.id/perilaku-orang-indonesia-menggunakan-internet-dan-smartphone>). 2. Kelebihan dan Kekurangan a. Bidang ekonomi. Terjadi transformasi perdagangan dari perdagangan langsung ke perdagangan dengan transaksi melalui internet. Itulah yang disebut e-commerce.

Menurut Kementerian Kominfo Pertumbuhan e-commerce sekarang ini tergolong dahsyat. Pertumbuhan yang sangat cepat ini karena masyarakat sudah menempatkan e-commerce sebagai gaya hidup. Bahkan ada yang menganggap, jika tidak ikut berbelanja online dinilai ketinggalan zaman.

Valuasi bisnis e-commerce sebagai bagian dari industri kreatif juga mencapai nilai yang fantastis. Hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi e-commerce Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa tahun 2013, nilai pasar e-commerce Indonesia mencapai 8 miliar dolar AS atau setara 94,5 triliun rupiah. Dan pada 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi 25 miliar dolar AS atau sebesar 295 triliun rupiah.

Potensi ini dibarengi dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30 persen dari total penduduk di Indonesia (https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6707/Jasa+Logistik+Melesat+di+Era+e-Commerce+/0/sorotan_media). Kemajuan ini tak lepas dari besarnya **jumlah pengguna internet di Indonesia** yang membuat Indonesia menjadi salah satu pasar transaksi online terbesar di dunia.

Hingga 2022, jumlah pengguna internet diperkirakan menjadi 139,54 juta dari 104,96 juta di 2017 berdasarkan data statista. Sekitar sepertiga dari jumlah tersebut atau 193 sekitar 43,9 juta merupakan potensi jumlah pembeli online (https://kominfo.go.id/content/detail/11749/bisnis-ritel-offline-lesu-kominfo-genjot-transaksi-e-commerce/0/sorotan_media).

Bagi pelaku bisnis yang tidak mau memanfaatkan teknologi informasi akan mengalami penurunan kinerja. Taxi konvensional sebagai contoh, mengalami penurunan omset akibat kalah bersaing dengan Taxi online. Penjualan ritail yang mengandalkan cara-cara pemasaran konvensional juga mengalami kesulitan akibat pangsa pasarnya digeroği pemasaran online.

Belanja lewat online memiliki kelebihan dalam kecepatan, hantaran (delivery), sehingga memiliki daya tarik. Namun demikian, bisnis online ini rentan dengan penipuan dan ketidakpastian antara barang yang ditawarkan lewat internet dengan kenyataannya. b. Bidang pendidikan.

Dengan adanya teknologi komunikasi pendidikan tidak lagi hanya bisa dilakukan secara klasikal atau tatap muka, namun bisa melalui perantara internet. Pendidikan jarak jauh ini sering disebut distance learning. Seorang pengajar bisa menyampaikan materi dari jarak yang sangat jauh, bahkan melampaui benua. Namun kekurangannya pengajaran seperti itu kurang melibatkan sentuhan rasa, sentuhan empati, sentuhan kemanusiaan. c. Bidang politik.

Media siber telah memberikan kemudahan bagi para politisi untuk berkomunikasi dengan masyarakat, dengan cara yang mudah, dan biaya yang lebih hemat, namun memiliki efektivitas yang tinggi. Banyak cara **yang bisa dilakukan seorang** politisi dalam memasarkan dirinya, bisa melalui akun media sosial, media online, dan konvergensi media massa dengan media sosial. Sepanjang dirinya bisa mengemas pesan dengan baik, dan memainkan isu yang menarik popularitas dapat naik.

Setelah itu tinggal membuat konsep pencitraan yang relevan, maka akan masuk dalam bursa penerimaan khalayak (acceptability) dan pada momen pemilu bisa

menjadi tingkat keterpilihan (electability). Namun, kelemahannya juga banyak. Antara lain ancaman Hoak dari lawan-lawan politiknya. d. Bidang Budaya . Internet telah mengubah masyarakat dan cara memandang sesuatu dan mengekspresikannya.

Internet menciptakan persepsi yang egaliter dalam struktur sosial, seperti hilangnya hierarkis dalam proses komunikasi. Pada masyarakat Jawa misalnya, penggunaan bahasa dan pilihan kata ditentukan oleh dengan siapa orang berbicara. Berbicara kepada orang yang lebih tua usianya atau lebih tinggi derajat statusnya misal, harus menggunakan bahasa kromo (bahasa halus) dan demikian sebaliknya menggunakan bahasa 194 hasa "ngoko" (kasar). Itulah tatakrama atau etika yang disepakati dalam sistem sosial. Namun dalam internet, sistem sosial itu hampir tidak berlaku.

Orang lebih senang menggunakan bahasa yang umum, tidak peduli kepada orangtua atau orang yang berkuasa. Bahkan bila dalam keadaan marah, tak peduli kepada orangtua atau orang berkuasa seluruh penghuni kebun binatang bisa malang melintang di dalamnya. c. Bidang psikologi. Internet menuntut pengguna untuk berkomunikasi secara cepat dan singkat.

Karena secara psikologis bila seseorang merespons informasi secara cepat dianggap peduli ataupun penuh perhatian (attention). Seseorang cenderung akan memberi komentar atau menyebarkan (share) informasi yang menyerbu gadget-nya. Ini bisa dianggap keunggulan bila hal tersebut menyangkut mobilisasi yang penting bagi masyarakat, misalnya informasi untuk memberi peringatan akan adanya bencana tertentu. Makin cepat informasi disebarluaskan makin memberi waktu kepada masyarakat untuk mengantisipasi.

Namun, kebiasaan yang serba cepat merespons dan menyebar luaskan itu tanpa disadari telah membentuk karakter "ketergesa-gesakan". Ada kecenderungan menyimpulkan sesuatu sebelum informasi lengkap dapat diterima. Dan ini berpotensi salah persepsi dalam komunikasi. Sebaliknya, membuat orang tidak terbiasa untuk memiliki jeda berpikir, merenungkan, mengkonfirmasi atau mengecek ulang (recheck) informasi.

Keadaan ini membuat orang cepat panik, cepat gugup, dan mudah dipengaruhi orang lain. D. KOMUNIKASI POLITIK DI MEDIA SIBER Dedy Mulyana (2014: 26) menyatakan bahwa pada masa mendatang komunikasi politik di Indonesia akan semakin menarik, khususnya setelah pemilu tahun 2014.

Dalam Pemilu 2019, tampaknya Indonesia akan dipimpin generasi baru pasca Orde Baru, meskipun sebagian dari para pemimpin yang lahir di Era Reformasi akan tetap

berada di panggung politik. Jumlah masa mengambang terutama kalangan ge- nerasi muda, diduga akan bertambah. Ini berarti politisi perlu mening- katkan kepiawaian mereka untuk memengaruhi rakyat.

Rakyat semakin cerdas, karena pemimpin yang hanya sekadar meng gu nakan pencitraan akan ditinggalkan. Pemimpin yang autentik dan dekat dengan rakyat akan semakin digandrungi. Mulyana tampaknya hendak mengatakan bahwa basis po tensi se- 195 orang pemimpin adalah pada performa pribadinya, seperti integritas, kapabilitas, dan kepribadian (rendah hati, menghormati, setia, saleh, dan terpercaya).

Namun tak dapat dipungkiri bahwa dengan hadirnya generasi politik baru (new comer) yang lebih dekat dengan media siber, khususnya media sosial, membuat para politisi merancang strategi si- bernya untuk memengaruhi rakyat. Di negara-negara maju, setiap kan- didat Presiden membuat situs internet untuk kampanye politiknya. Demikian juga di Indonesia, setiap politisi cende rung menggunakan se mua media yang ada, mulai dari media massa (radio, televisi, media cetak), Baliho, Spanduk, sampai media siber (mulai dengan merancang situs sendiri sampai menggunakan akun-akun media sosial (Twitter, Facebook, dan lainnya).

Perlu dijelaskan terlebih dahulu perbedaan antara Media Online, Website, Media Sosial, dan Jejaring Sosial. Media Online adalah sarana komunikasi yang penyaji annya ter- koneksi melalui internet, contohnya: email, website, blog, dan lain-lain. Secara umum semua media yang koneksinya menggunakan internet da- pat disebut sebagai media online.

Website atau disebut juga Situs (Nasrullah, 2014: 25) ada lah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, dan aplikasi, dan bahkan berisi tautan dari halaman web lain. Media Sosial adalah bagian dari website atau media online yang berfungsi sebagai forum online, sarana interaksi sosial, pergaulan, per - temanan orang orang diselurh dunia. Forum ini juga digunakan se bagai sarana bertukar informasi saling komentar dan sebagainya.

Contoh media sosial: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Flickr (<http://www.baticmedia.com/2015/05/perbedaan-media-online-website-media.html>). Jejaring Sosial adalah konskuensi dari interaksi dalam siber yang tak terbatas sehingga dapat digunakan untuk ber bagai kepentingan, mulai dari kepentingan bisnis, kepentingan pelayanan publik, sampai untuk kepentingan mobilisasi massa seperti demonstrasi.

Siber sesungguhnya adalah hasil akan budi manusia yang diciptakan untuk membantu

manusia mendapatkan apa yang diinginkan. Masa-lahnya keinginan orang berbeda-beda dan bersifat tak terbatas (tanpa batas). Sehingga bisa positif atau negatif, bisa konstruktif atau destruktif, bisa integratif bisa dis-integratif. Pendek kata tergantung pada niat manusia yang menggunakannya.

Di samping untuk tujuan tujuan mulia, siber juga berisi hal-hal yang bisa membuat manusia mengalami degradasi kemuliaannya (dehumanisasi). BAB 10 KOMUNIKASI: MASALAH MANAJEMEN ISU A. ASAL MULA KEGADUHAN Komunikasi merupakan proses penyampaian segala sesuatu kepada orang lain yang bertujuan untuk menginformasikan, memengaruhi, dan menggiring sikap serta perilaku orang lain agar sama dengan yang diinginkan atau minimal mirip.

Dengan demikian, tujuan komunikasi yang paling umum adalah menciptakan kesepahaman atau saling pengertian, harmoni atau keteduhan, dan dukungan atau partisipasi. Namun adakalanya, tujuan tersebut tidak berhasil dicapai. Sebaliknya justru menciptakan kesalahpahaman (misunderstanding), sehingga berbuah bukan saja berhentinya (break down of communication), namun sebaliknya menghasilkan komunikasi yang mengarah pada meruncingnya perbedaan, meningkatkan konflik, dan pada akhirnya masyarakat mengalami polarisasi menjadi beberapa kelompok. Situasi seperti ini cenderung menimbulkan kegaduhan, berupa; saling kata, kontestasi wacana, dan saling menjatuhkan.

Kegaduhan merupakan bentuk komunikasi yang merobekrobek ke harmonisan (disharmoni), pecah belah (disintegrasi), dan sangat mungkin berakibat pada huru-hara (chaos). Dalam situasi yang gaduh, suarasuara cenderung tidak didengar atau tidak didengar oleh pihak lain. Masing-masing pihak berorientasi memproduksi isu dan mereproduksinya. Menyebarnya kepada sebanyak-banyaknya pihak, karena tujuannya hanya mengais dukungan.

Dukungan menjadi tanda eksistensi (keberadaan) suatu kelompok. Semakin banyak pendukung semakin tinggi levelnya dalam struktur kasta politik. Kelompok yang besar ini ibarat pepatah Jawa Asu Gedhe menang Kerahe (Anjing besar menang berkelelahan). Dalam komunikasi, konteks berkelelahan adalah dalam banyak wacana yang diproduksi dan tingginya frekuensi disebarkan.

Karena terlalu banyak tuntutan untuk diidentifikasi akibatnya tidak pernah sempat mengevaluasi diri, apakah pesan yang disampaikan telah dipandang penting oleh masyarakat atau apakah cara yang digunakan dalam penyusunan pesan menarik perhatian, ataukah apakah media yang dipakai sudah terbukti efektif? Tidak sempat berpikir ulang untuk menilai pesan, cara, dan media yang digunakan.

Itulah sebabnya, adakalanya orang yang terlalu banyak berbicara menjadi meyakinkan atau bahkan menjijikkan sehingga cenderung diabaikan orang lain. Resistensi kerap kali muncul bukan karena orang lain tidak lagi menghormatinya atau tidak memercayainya, tetapi karena orang lain sudah kehilangan kemampuannya untuk memperhatikan dirinya. B. PRODUKSI DAN REPRODUKSI ISU Isu komunisme akan selalu dimunculkan untuk berbagai kepentingan.

Mulai dari era Orde Baru hingga kini era Presiden Jokowi selalu muncul di masyarakat. Karena itu, penulis sengaja kepada pembaca sebagai contoh bagaimana sebuah isu dimainkan dalam komunikasi, terutama komunikasi politik. Salah satu wacana yang secara terus-menerus diproduksi dan direproduksi dari masa Orde Baru hingga sekarang adalah wacana tentang PKI atau komunisme.

Isu yang dimunculkan adalah bahwa PKI merupakan bahaya laten bangsa, yang anti-Pancasila, antiNKRI, dan antiPluralisme. Isu Komunisme memiliki nilai yang tinggi dalam komunikasi (information values) karena mengandung makna historis yang traumatik bagi bangsa Indonesia. Terutama dengan peristiwa gerakan PKI pada tanggal 30 September 1965 yang menimbulkan tragedi (pembunuhan) baik korbannya dari kalangan militer (Angkatan Darat), masyarakat sipil, maupun anggota PKI itu sendiri. Wacana bahaya ideologi komunis memiliki nilai informasi yang tinggi.

Nilai komunikasi (information values) merupakan konsep yang menganalogikan dengan nilai berita (news values) dalam jurnalistik, yakni informasi yang mempunyai daya tarik magnitude tinggi, sehingga khalayak menaruh perhatian lebih dibanding dengan isu yang lain. Isu bahaya laten komunis menjadi menarik perhatian di samping karena isunya ber sifat mencekam (traumatik) juga diperkuat oleh gerakan politik status quo pada tahun 2017 yang memperkenalkan "radikalisme" sebagai jargon politik pemerintahan Jokowi untuk melebalkan atau menstigma lawan-lawan politiknya.

Komunisme sendiri sejak awal sudah dilabeling sebagai kelompok radikal atau mengemban paham yang radikal. Ketika menulis tentang sejarah Samoean Pers Bumi Putra dan Radikalisme, Yulianti (2000: 811) mendeskripsikan dengan lugas seorang Samoean, redaktur Sinar Djaya dan Sinar Hindia pada tahun 1914-1917, yang membawa gaya jurnalistik menjadi radikal setelah Samoean bergabung dengan ISDV (Indische Sociaal Democratische Vereeniging) sebuah organisasi pada masa Kolonial yang berbau paham komunisme. Untuk seterusnya gerakan komunisme dianggap radikal oleh pemerintahan Hindia-Belanda.

Dalam konteks wacana "radikalisme", digunakan secara bersamaan di antara dua kubu untuk menstigmatisasi satu sama lain. Kubu Jokowi distigma bersinggungan dengan gerakan PKI, misalnya oleh Bambang Tri Mulyono yang menulis buku "Jokowi Undercover". Penulisnya sendiri telah divonis penjara 3 tahun oleh Pengadilan Negeri Blora Jawa Tengah (<https://news.detik.com/berita/d3514323/michael-bimoterbuktibuku-jokowiundercoverisinyafitnah>).

Jokowi sendiri beraksi keras dengan membantah isu tersebut dan bahkan dengan menggunakan diksi yang mengancam (coercive), yakni dengan katakata: "Kalau PKI Nongol, Gebuk saja!" (<http://nasional.kompas.com/read/2017/05/17/16433321/jokowi.kalau.pki.nongol.gebuk.saja>) Sangat mungkin, pihak Jokowi menengarai yang menyebarkan atau menggunakan isu tersebut dari lawan-lawan politiknya yang secara kategoris masuk dalam kalangan "tersebut", yakni kalangan nasionalis tengah yang berhipotesis dengan Islam Kanan.

Karena itu, isu radikalisme disublimasikan bukan hanya "komunisme" tetapi dengan anti-tesis paham agama transnasional. Salah satunya adalah kelompok HTI (Hizbut Tahrir Indonesia). Untuk meyakinkan hal tersebut bahkan Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang (Perpu) tentang Ormas (Perpu No. 2 Tahun 2017).

Dengan perpu tersebutlah pemerintah membatalkan organisasi tersebut. Perpu disetujui oleh Sidang Paripurna Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada 24 Oktober 2017, sehingga Perpu tersebut sah menjadi Undang-Undang. Mengangkat isu komunisme merupakan sebuah strategi mirip permainan "bola sodok".

Di satu sisi membelah antara yang "pro" dengan alasan sejarah dengan yang "kontra" dengan alasan hak asasi manusia. Namun sebenarnya bola tidak hanya menuju ke kanan atau ke kiri, tetapi bisa liar tidak menuju ke arah keduanya. Bola itu mendulum karena layak yang tidak mengetahui sejarah dan tidak pula bersimpati pada politik aliran (etnis, agama, kedaerahan, dan lainnya).

Siapa pun khalayak yang dibidik, ideologi komunisme masih menarik banyak kalangan, meskipun acap kali bersembunyi pada rumus sosialisme. Tema-tema tentang kesenjangan ekonomi, gap antara kekuasaan dan rakyat, upah buruh, dan sejenisnya menjadi pintu masuk dalam menyebarkan ajaran Marxisme. Sementara itu, sejarah mencatat bahwa komunisme sempat eksis dalam perpolitikan Indonesia.

Meminjam "teori 200 meme" dari Richard Dawkins, seorang guru besar ilmu hewan di Universitas Oxford dan penafsir teori Darwin di luar biologi, maka suatu penggandaan

diri (gene) sertamerta menjalankan evolusinya sendiri se suai kepentingannya. Isu komunisme mengalami pengembangbiakan sesuai kepentingan politik nya pada suatu masa.

Ada tiga hal sukses pe ngembangan diri, yaitu; usia sepanjangpanjangnya, tersebar seluas luasnya, dan berketurunan seasliaslanya (Simbolon, 1998: xvi). Isu ko mu nisme sebagai "meme" akan mencari jalannya sendiri un tuk tetap ada dan berkembang biak. Pada tahun 1955 dalam pemilu anggota konstituante, PKI menempati urutan keempat setelah Partai Nasional Indo ne sia (PNI) dengan jumlah suara 22,3%; Masyumi 20,9%; NU 18,4%; dan PKI 16,4%. Bila dikonversi menjadi suara pe mi lih, maka jumlahnya relatif banyak. (Liddle, 1992: 184).

Itu se bab nya simpatisan komunisme mesikipun dianggap su dah mati secara institusional karena telah dilarang oleh TAP MPRS No. XXV/1966, namun gen komunisme masih tetap berkem bang, maka me reka tetap menarik untuk diperebutkan. Sebagai wacana, komunisme dikonstruksi sebagai pe san tertentu sesuai dengan kepentingan masingmasing.

Meng ikuti pendapat Al thus ser, penyebar luasan wacana mere pre sentasikan kontestasi ke kuat an politik lembaga (sosial dan po litik). Representasi kekuatan politik sekaligus mengo nek si kan media utama (media massa) maupun media alternatif (online). Di Indonesia, media massa (televisi dan cetak) dan internet masih dianggap penting sebagai sarana komunikasi politik.

Deddy Mulyana (2014: 22) meramal pada masa depan televisi, surat kabar, dan internet akan menjadi media utama dalam meningkatkan citra diri politisi, khususnya menjelang pemilihan legislatif dan pemilihan kepala daerah. Maka pada masa mendatang biaya iklan pemilu tampaknya akan lebih besar lagi dari Rp 2,5 triliun pada tahun 2009. Jan Van Dijk (2012: 104105) menyebutkan media internet akan menjadi a tool for democracy, karena jumlah pemakai internet mengalami kelipatan sangat signifikan di masa depan, terutama karena informasi melalui internet dapat meningkatkan support pada pemerintahan dan kepercayaan publik pada penyelenggaraan pemilu yang dikelola melalui teknologi informasi. Marcel Danesi (2002: 251) menyatakan bahwa galaksi di gital masa kini sebenarnya merupakan perluasan dari galak si Gutenberg.

Danesi seakan hendak menyatakan bahwa abad digital sebenarnya merupakan perpanjangan dari gejala sebe lumnya. Teknologi komunikasi dan infor masi telah menye babkan percepatan dalam produksi dan reproduksi 201 serta de fusinya. Tekanan pentingnya adalah di era digital ini, individu memiliki kebebasan yang besar bahkan absolut dalam parti sipasi ko mu nikasinya.

Individu memiliki kesempatan untuk memproduksi pesan, memilih informasi, dan menyebarluaskannya sesuai dengan selera dan vitalitasnya sendiri. Dalam konteks pesan-pesan politik, individu memiliki banyak alternatif menggunakan media yang ada sesuai dengan alasan masing-masing. Bila secara kebetulan kepemilikan media televisi berhimpitan dengan pelaku politik, karena pemilik media sekaligus sebagai pengurus partai politik (Panuju 2015) menyebabkan publik kurang percaya pada independensi sebagai media televisi atau menggeneralisasinya secara keseluruhan, maka sesuai logika Danesi, publik tidak menghentikan aktivitas produksi, reproduksi, dan distribusi (Share) isu tertentu, melainkan mengalihkannya melalui media internet.

Karena itu banyak ditemukan konteks wacana yang tidak ada di media massa, kemudian justru menjadi **viral di media sosial**. Hal ini menjadi menarik dilihat dari konteks perebutan wacana dalam memperebutkan opini publik antara Negara, media massa, dan civil society (Panuju 2002). Karena itu isu komunisme selalu mengalami daur ulang dari masa ke masa yang digunakan untuk kompetisi ideologi.

Khususnya pasca peristiwa 30 September 1966 dan pergantian dari regim Orde Lama ke Orde Baru, komunisme diwacanakan sebagai ideologi yang berbahaya. Apalagi setelah siding MPRS menetapkan TAP MPRS No. XXV/1966 yang membubarkan PKI dan melarang ideologi Komunisme dan Marxisme berkembang di Indonesia, pemerintah Orde Baru memberlakukan sensor yang ketat terhadap media massa. Hal tersebut karena media massa telah terbukti memiliki kemampuan mengubah opini publik dan bahkan menggerakkan massa.

Daniel Dha kidae menulis "Negara dan Kecemburuannya Kepada Pers Sebuah Tinjauan Ideologis" (As ha di Siregar, ed: p. 11) di dalam bukunya menyebutkan fakta bahwa pada tahun 1974 militer masuk ke dalam organisasi pers untuk menghabisi semua penerbitan PKI. Regim Orba juga melakukan tautologi dengan mengulang-ulang wacana tentang bahaya laten komunisme, serta pentingnya komitmen menjalankan Pancasila secara murni dan konsekuen.

Bahkan menurut Eriyanto (2000) untuk meneguhkan legitimasi kekuasaannya, Presiden Soeharto dalam setiap pidato kenegaraannya tanggal 16 Agustus sepanjang 32 tahun selalu mengulang-ulang (tautologis) wacana komunisme sebagai bahaya laten **bangsa Indonesia dan se**bagai sebuah pelajaran sejarah tentang penyelewengan Pancasila. Pidato Presiden Soeharto tersebut ditayangkan langsung oleh seluruh stasiun televisi yang ada pada saat itu.

202 Begitupun setelah Orde Baru tumbang digantikan Orde Reformasi 1998, isu

komunisme tetap menarik dilontarkan kalangan untuk mem belah opini publik. Pada masa ini, me dia internet sudah sangat masif, sehingga isu bahaya komu nisme terkonvergensi dengan mediamedia personal di ta ngan warga masyarakat (celuler phone). Pernyataan Ketua Front Pembela Islam Habib Rizieq, sebagai contoh dimuat ba nyak media cetak dan online tentang bahaya bangkitnya komunisme.

Pernyataan tersebut: JawaPos.com—Belakangan, isu bangkitnya Partai Komunis Indonesia (PKI) atau ideologi komunisme tumbuh subur. Klimaksnya, rusuh di kantor Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta pada Senin (18/9) dini hari lalu. Penyebabnya, kegiatan Seminar 65 disebut sebagai mo mentum kebangkitan komunis (<https://www.jawapos.com/read/2017/09/21/158440/habibrizieqgerombolanpkipanik-dankalap-siagarevolusi>) Sebelumnya, Habieb Rizieq juga membuat wacana komu nisme mun cul ke permukaan karena pernyataannya tentang simbol “palu arit” yang Tampak di beberapa pecahan uang kertas Republik Indonesia. Sumber : www.laskarislam.com Media online yang membahas masalah simbol palu arit kebanyakan media yang berafiliasi pada agama Islam. Salah satu web milik laskah islam.com misalnya meminta masya rakat untuk membandingkan anta 203 ra gambar mirip palu arit di uang kertas Rp 100.000 dengan simbol palu arit partai komunis (<http://www.laskarislam.com/t10467simbolpki-padauangkertas>) Sepintas isu komunisme memang didulum oleh ke lom pok Islam tertentu untuk menunjukkan representasi ideologisnya.

Demikian juga dengan TNI di bawah komando Panglima Jen dral Gatot Nurmantyo mengambil isu komunisme untuk menunjukkan posisi ideologisnya yang sama (bersebarangan dengan pendukung komunisme). Sementara Presiden Jokowi beserta tokohtokoh partai yang lain cenderung meng ambil posisi yang netral. Polarisasi kekuatan politik dengan instru men wacana komunisme inilah yang akan menjadi kajian artikel ini.

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan da ta primer, yang diperoleh dengan cara mengobservasi teks wacana komunisme di media cetak maupun media online. Sumber sumber teks wacana komunisme diperoleh dari me dia cetak maupun media online yang terbit atau ekspose pa da kurun waktu pertengahan tahun 2016 hingga akhir tahun 2018. Pada saat itu produksi teks tentang penodaan agama dan komunsime terjadi silih berganti.

Adapun sumber teks atau objek yang diangkat oleh teks tersebut berasal dari subjek yang sama. Hal tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara produksi teks dan reproduksi teks yang bergantian me nunjukkan kontestasi relasi kuasa. Dalam perspektif analisis relasi kuasa politik, hal tersebut menunjukkan gejala kontes tasi merebut opini

publik (Panuju 2002: 124) Teks akan dianalisis untuk menemukan konstruksi wacana komunis sebagai sarana membelah afiliasi ideologis.

Analisis pada tingkatan kontestasi ideologi menggunakan konstruksi Louise Althusser, ideologis state apparatus (ISA). Pada level konstruksi kuasa melalui teks menggunakan relasi kuasa Foucault, sedangkan pada level teks menggunakan pendekatan Norman Fairclough. Althusser mengatakan bahwa seluruh lembaga sosial dan politik terlibat punya andil dalam penyebaran ideologi, dominasi, dan distribusi makna.

Kajian semiotika struktural model Althusser ini dapat untuk mengetahui bekerjanya ideologi dan hubungan kekuasaan antarstruktur masyarakat. Media sebagai bagian struktur yang berurusan dengan bahasa sering kali ditunjuk sebagai biang penyebar ideologi. Pada penelitian ini dapat dipahami penyebarluasan wacana komunisme memperlihatkan representasi kekuatan individu ataupun lembaga dalam kontestasi politik (Hermawan 2011: 256) Analisis wacana model Foucault menitikberatkan pada kekuasaan (power), merupakan kata kunci yang harus diperhatikan oleh peneliti 204 discourse analysis.

Kekuasaan menentukan dan mengkonstruksi adanya realitasrealitas yang diciptakan secara subjektif untuk kepentingan dan tujuan power domination atau kekuasaan yang mendominasi. Fokus analisis pada kekuatan yang mengitari area wacana (Ida 2014:112) Pendekatan Fairclough meliputi tiga tingkatan analisis, yaitu: teks, proses produksi dan penerima teks, dan konteks sosial yang lebih besar.

Fairclough juga menyarankan analisis terhadap blok bangunan identitas, baik identitas personal maupun lembaga. Sehingga teks akan merepresentasikan idealisasi dari suatu realitas tertentu yang membelah antara kelompok sendiri (self) dan kelompok yang berseberangan (other).

Dengan demikian, mobilisasi dan peraturan yang mengikuti wacana menciptakan teks baru guna mengkonstruksi realitas (Littlejohn 2009: 222) Banyak fenomena menunjukkan bahwa konflik disebabkan faktor sosiologis dan linguistik. Dari perspektif Sosiologi konflik muncul dan menguat karena alasan kesenjangan. Kaum Marxian misalnya, melihat konflik sebagai alasan memperjuangkan hak-hak dan akses ekonomis sebagai warga Negara.

Kesenjangan sosial ekonomi menjadi lahan subur tumbuh subur paham gerakan yang berbasis marxisme. Sebagian yang lain, misalnya menurut pemikiran Talcott Parsons, melihat bahwa konflik merupakan implikasi dari upaya-upaya subsistem dalam sistem sosial yang sedang menyelesaikan perbedaan-perbedaannya untuk mencapai

tingkat keseimbangan (equilibrium) tertentu.

Dalam upaya mencapai tingkat keseimbangan tersebut masing-masing pihak berusaha melakukan adaptasi sampai tercapainya keadaan harmoni tertentu. Adapun faktor linguistik mengambil peran memproduksi realitas sosiologis tersebut hingga merepresentasikan alasan-alasan perbedaan yang ada dan mendistribusikannya secara massif kepada warga Negara. Representasi realitas sosiologis inilah yang kemudian disebut sebagai "wacana" (discourse).

Dalam perspektif komunikasi, pendistribusian dan distribusi wacana merupakan upaya masing-masing pihak (communicate) untuk membangun dan/atau mengubah opini publik. Opini publik memiliki fungsi mengarahkan khalayak mempolarisasikan tuntutan dan dukungan (support and demands). Panuju (2002:1123) menyebutkan opini publik sebagai instrumen memainkan wacana untuk membentuk kesan kepedulian, keberpihakan, dan memperjuangkan (empaty) dan kemudian diharapkan menghasilkan simpati atau sebaliknya mengarahkan khalayak untuk mengesankan (citra) pihak tertentu sebagai pihak yang tidak empati sehingga menghasilkan respons anti-pati.

Pada level linguistik, konflik bekerja pada tataran wacana yang masing-masing memproduksi dan mendistribusikan representasi sebagai pihak yang setuju dengan wacana tertentu (pro) dan sebagian menunjukkan pihak yang tidak setuju (kontra). Alasan-alasan mengapa "setuju" dan "tidak setuju" acap kali bukan berdasarkan objektivitas, rasionalitas, ataupun faktualitas, melainkan cenderung berdasarkan subjektivitas.

Karena itu, Althusser menandai konflik wacana sebagai representasi individu atau institusi yang sedang konflik memperebutkan kekuasaan tertentu. Konflik di tingkat wacana ini dianggap mengkhawatirkan eksistensi pihak tertentu yang merasa terganggu pencitraannya, karena itu berusaha meredamnya dengan berbagai cara, baik menggunakan wacana maupun gerakan sosial tertentu.

Pihak-pihak tertentu yang merasa dirugikan dengan wacana tertentu akan menciptakan wacana yang bersifat berlawanan dengan isi wacana maupun dengan pernyataan-pernyataan untuk meyakinkan khalayak bahwa wacana tersebut tidak benar. Ada proses aksi dan reaksi dalam komunikasi, berupa produksi teks dan reproduksi. Bagi state apparatus produksi teks dilakukan sebagai cara mensosialisasikan ideologi ke kuasaannya, agar masyarakat meningkat kepatuhannya (loyalitas) dan sekaligus mendorong partisipasinya. Produksi teks oleh kekuasaan ini direaksi berupa reproduksi teks yang sifatnya apriori, sehingga terjadilah diversifikasi teks.

Dalam perspektif pemasaran politik, teks ini berfungsi sebagai semacam komoditas yang tersaji dengan baik di etalasi etalasi penjualan. Konsumen bisa menelaah, membandingkan, dan mengevaluasi luasnya sebelum memutuskan untuk menerima, menolak, atau dalam kondisi diam (tidak mengambil sikap). Isu komunisme merupakan wacana yang sangat sensitif bagi masyarakat karena sebagian masyarakat Indonesia pernah mengalami peristiwa yang mengejutkan pada tahun 1965, namun sebagian yang lain terutama mereka yang lahir pada tahun 80an hanya mengetahui peristiwa itu dari buku-buku sejarah, film, dan diskusi diskusi baik di media massa maupun acara seminar. Mereka yang mendapatkan pengetahuan komunistik dari referensi mungkin terpengaruh namun bisa juga skeptis.

Mereka yang skeptis ini mendapatkan referensi bahwa komunistik adalah ideologi dan keyakinan warga Negara terhadap ideologi merupakan hak asasi manusia. Karena itu, wacana komunisme memiliki potensi membelah opini publik secara simetris. Pembelahan opini publik sekaligus mempolarisasikan para pendengar wacana komunisme untuk kepentingan tertentu.

Ada yang memwacanakan penolakan dan ada yang mendukung. 1. Pendulum Wacana Meskipun komunisme sebagai ideologi di Indonesia sudah berakhir pada tahun 1966, namun sebagai wacana tetap diproduksi dan direproduksi. Artikel ini membatasi diri produksi dan reproduksi komunistik sebagai wacana pada kurun waktu 2016-2017 dengan pertimbangan karena pada tahun ini wacana komunisme diproduksi dan direproduksi relatif banyak.

Pemberitaan tentang komunisme dalam pandangan (perspektif) analisis wacana bukan sekadar penyebaran fakta yang bertujuan informatif atau sekadar untuk diketahui oleh khalayak, melainkan mengandung maksudmaksud tertentu bagi penyampainya. Penyampai di sini bisa media yang memanfaatkan isu tersebut tetapi bisa juga pihak tertentu, baik individu maupun institusi.

Bila tujuan penelitian ingin mengetahui keberpihakan media dalam menyiarkan isu tersebut, maka metode yang digunakan lazimnya analisis bingkai (framing analysis), sedangkan bila tujuannya untuk mengetahui isu digunakan oleh siapa dan untuk siapa, maka lazimnya menggunakan analisis wacana (discourses analysis). Oleh karena penelitian ini membatasi diri pada penelitian analisis wacana, maka menghindari terlebih dahulu menggunakan analisis bingkai.

Sebagai wacana yang diproduksi dan direproduksi sejak Indonesia merdeka tahun 1945, wacana komunisme mengalami konteks yang berubahubah. Sejarahwan Taufik Abdullah (2012) mengisahkan dengan baik kisah perjalanan ideologi Komunisme sebelum dan

sesudah meletusnya peristiwa 30 September 1965. Sebelum meletus peristiwa tersebut, ideologi komunisme yang diusung oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) sempat menjadi tiga besar ideologi yang berkompetisi merebut hati rakyat, yakni ideologi komunisme, ideologi kapitalisme, dan militerisme.

Pada masa pengaruh Soekarno mulai meredup, ada tanda-tanda Soekarno dimusuhi Barat terutama Amerika Serikat. Soekarno membuat poros Jakarta-Peking-Moscow untuk melawan propaganda Amerika. Langkah Soekarno tersebut mendapat dukungan kalangan PKI. Selanjutnya, Taufik Abdullah (2012) menyebutkan bahwa peristiwa 1965 itu mempunyai dampak sosial yang luar biasa dan melibatkan berbagai elemen masyarakat secara aktif. Tata nilai, etika, dan norma dalam masyarakat menjadi rusak.

Di bawah Orde Baru, secara filosofis ideologi komunisme sebagai ideologi juga mengalami pergeseran makna. Bukan lagi merupakan kumpulan ide atau mazhab filsafat saja, tetapi telah dipersempit menjadi kumpulan segala sesuatu yang bermakna buruk dan jahat. Dengan kata lain, istilah komunisme mengalami pergeseran makna situasional, yang berkonotasi positif pada masa Orde Lama dan menjadi negatif pada masa Orde Baru.

Bagaimana setelah memasuki Masa Orde reformasi (pasca 1998)? Sudah barang tentu kesan positif dan negatif tersebut terbelah sesuai pengalaman masing-masing. Bagi masyarakat yang pernah mengalami trauma terhadap komunisme cenderung resisten terhadap istilah komunisme. Prof. Dr. T. Jacob (2004) menyebutkan komunisme itu sebagai "hantu komunisme". Seperti hantu, kata Jacob, adalah sulit dihalau. Bahan punya potensi untuk bangkit lagi. T.

Jacob menyatakan: "Hantu Komunisme bangkit kembali dan menggoda orang-orang yang iman dan prinsipnya tidak/ada atau tidak kuat. Dibayangkan kalau komunisme diizinkan untuk dibaca dan dipelajari, maka segala ideologi lain serta-merta akan kalah. Kaum Komunis akan berkuasa dan membentuk Republik Demokrasi Rakyat menuju diktatur proletariat."

(Jacob 2004: 277) Berbeda dengan yang memuja ideologi komunis, maka wacana komunisme dianggap sebagai sesuatu yang berkonotasi baik. Wacana yang dikembangkan adalah pelanggaran hak asasi manusia terhadap warga Negara yang dituduh terlibat gerakan G 30 S/PKI. Karena itu mereka butuh rehabilitasi (Denny JA 2006: 129). Kata rehabilitasi menunjukkan bahwa mereka adalah "korban".

Mirip pemakai narkoba yang dianggap korban, maka solusinya "rehabilitasi". 2. Produksi wacana Kajian ini dimulai dengan menghimpun upaya produksi komunisme

dan reproduksi untuk mengetahui simbol mengapa hal tersebut terjadi dan siapa simbol yang mengambil peran dalam produksi dan reproduksi komunisme.

Produksi wacana komunisme mengemuka kembali setelah stagnan di masa pemerintahan Soeharto, ketika Gus Dur menjabat Presiden RI. Gus Dur mengatakan demikian: "Puluhan ribu atau mungkin ratusan ribu orang dipenjarakan karena dituduh 'terlibat' PKI. Banyak yang meninggal dunia dalam keadaan sangat menyedihkan, sedangkan yang masih hidup banyak yang tidak memiliki hak politik sama sekali, termasuk hak memilih dalam pemilihan umum. Rumah mereka dan harta benda mereka dirampas.

Sementara, stigma mereka adalah 208 pengkhianat bangsa tetap melekat pada diri mereka hingga saat ini," (www.news.detik.com/kolom/3663373/rekonsiliasi1965belajardari-gusdur). Setelah itu reproduksi dilanjutkan dalam SIMPOSIUM Nasional Peristiwa G30S/PKI 1965 yang digelar dua hari di Hotel Arya Duta Jakarta merekomendasikan penyelesaian **kasus pelanggaran HAM berat** simbol 1965 melalui jalur rekonsiliasi.

Tokoh yang berperan dalam simposium ini adalah Luhut Binsar Pandjaitan yang kala itu menjabat sebagai Menko Hukum dan HAM dan Gubernur Lemhanas kala itu Agus Widjono (<http://www.mediaindonesia.com/news/read/41277/rekonsiliasijalanterbaik-kasus1965/20160419>). Selanjutnya, tokoh-tokoh yang mengaku leluhurnya menjadi korban HAM tahun 1965 tersebut bergabung dalam Yayasan Penelitian Korban Pembunuhan (YPKP).

YPKP melakukan investigasi di beberapa daerah dan menemukan kuburan massal yang diduga sebagai kuburan orang-orang yang dituduh anggota atau simpatisan PKI. Konon upaya pencaharian tersebut sempat diintimidasi beberapa pihak. Dan Luhut Binsar Pandjaitan membela mereka dengan diksi: "orang-orang diganggu oleh pekerjaannya," kata Luhut menanggapi pertanyaan wartawan di Jakarta, Senin (09/05) siang (http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/05/160509_indonesia_tim_kuburanmassal65).

Upaya ini menurut Binsan mendapat dukungan dari Presiden Jokowi dengan alasan sebagai berikut: Menteri Koordinator Politik Hukum dan Keamanan Luhut Binsar Pandjaitan menyatakan Presiden Joko Widodo memerintahkannya untuk mencari kuburan simbol korban peristiwa 1965 dan lanjutannya. Produksi wacana bukan hanya dibuat oleh orang Indonesia tetapi juga orang luar negeri, antara lain seorang Hakim Internasional People's Tribunal, menyatakan bahwa Negara Indonesia bersalah dan harus bertanggung jawab atas kejahatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan.

Hakim Ketua Zak Jacob menyatakan, Pemerintah Indonesia harus minta maaf kepada para korban, penyintas, dan keluarga korban. Pemerintah juga didesak melakukan penyelidikan kejahatan terhadap kemanusiaan, sebagaimana tuntutan Komnas HAM dan Komnas Perempuan dalam laporannya.

(<http://nasional.kompas.com/read/2016/07/20/18215901/indonesia.didesak.minta.maaf.dan.bertanggung.jawab.atas.kasus.1965>) 3.

Reproduksi Wacana Produksi wacana tersebut di atas direproduksi secara bipolar, baik yang mendukung maupun yang menolak. 209 Kalangan yang menolak memaknai sebagai tandatanda kebangkitan komunisme. FPI (Front Pembela Islam) melalui Ketuaanya Habieb Rizieq melihat tandatanda yang paling mencolok adalah upaya terus menerus berbagai pihak yang menekan MPR RI untuk mencabut TAP MPRS No XXV/1966. (www.rappler.com/indonesia/118365tandakebangkitan-komunismefpi) Ratna Mufidah, ibu rumah tangga Aktivis HTI (sebelum dibubarkan) menulis demikian: Musuh ymbolt Islam bukan hanya kapitalisme yang saat ini diwakili Amerika sebagai Negara adidaya dunia, tetapi juga komunisme yang diwakili China dan menuju kebangkitannya untuk menguasai regional dunia (<http://www.voaislam.com/read/world-analysis/2016/09/29/46451/mewaspadaibangkitnyakomunismeindonesia/#sthash.AOZ8h4fB.dpbs>) Tokoh lain yang mereproduksi komunisme adalah Kiflan Zein.

Kivlan merupakan purnawirawan jenderal bintang dua. Namanya warawiri pemberitaan media massa. Dia kerap menggelorakan bahaya laten kebangkitan Partai Komunis Indonesia (PKI) di era kepemimpinan Presiden Joko Widodo sekarang. Bagi Kivlan, Komunis bukan saja ancaman. Tetapi sudah nyata hadir di tengah masyarakat.

Berulang kali dia menyebut PKI sudah kembali terorganisasi dan memiliki markas (<http://news.liputan6.com/read/3100590/kivlanzeindanisukebangkitanpk>) Mendekati tanggal 30 September 2017, Panglima TNI Jendral Gatot Nurmantyo memerintahkan jajaran TNI menonton film G30S/PKI, dengan maksud agar diketahui generasi muda supaya tidak terprovokasi lagi.

Perintah Panglima TNI yang semula ditujukan kepada jajarannya, ternyata disambut oleh masyarakat sipil dengan nonton bareng (no bar) film tersebut. Bahkan Presiden Jokowi ikut nonton bersama ratusan warga di Kota Bogor di Lapangan Tenis Makorem 061/Surya kencana, Jumat (29/9/2017) malam (<http://www.tribunnews.com/nasional/2017/09/30/nontonbarengdibogorpanglimatnijokowiseriusnontonfilmg30spkijaditaksempatkomentar>).

Reproduksi wacana komunisme yang bersifat membela umumnya dengan simbol

persoalan hak asasi manusia. Ariel Haryanto menyatakan bahwa wacana komunisme selalu diproduksikan dan direproduksi sebagai jelang pesta demokrasi. Dalam konteks itu dapat dipahami mengapa isu "bahaya komunis" kini kembali. **Pemilu 2019 tidak bisa dibilang masih jauh.**

Apalagi **Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017 yang sudah memanaskan** (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/2016051009465921129620/kapan-kambuhnyabahaya-pki/>). Ini sesuai dengan pandangan Althusser bahwa setiap orang dan lembaga sosial memiliki andil dalam menyebar luaskan simbol. Setiap individu dan lembaga sosial juga memiliki pandangan subjektifnya tentang fungsi ideologinya.

Bila disederhanakan, penyebar luasan ideologi komunis merepresentasikan kekuatan individu dan lembaga, sebagai berikut: **TABEL 5 Representasi kekuatan Individu Penyebar Luasan Wacana Komunisme**

Individu	Afiliasi	Bahaya
Laten Habie	Rizieq	Joko Widodo
Gatot Nurmantyo	Luhut Binsar	Panjaitan
Kivlan Zein	Ratna Mufidah	FPI
Presiden RI	Panglima TNI	Menko Polkam TNI
Partai Gerindra	Ibu Rumah Tangga/HTI	Hak Asasi Manusia
Ariel Haryanto	Zak Jacob	Joko Widodo
Luhut Binsar	Panjaitan	YLBHI
Jakarta Islam Kiri	Guru Besar	Akademisi Hakim Internasional
Yayasan Penelitian Korban Massal	Presiden RI	Menkopolhukam
LSM	PKB	Sumber :

Analisis Teks Pemberitaan Media yang diolah Peneliti Dalam penyebar luasan simbol komunisme, TNI, dan kalangan Islam "kanan" sebagai lembaga yang cenderung resisten terhadap simbol tersebut dengan simbol yang berbeda.

Bagi TNI, PKI merupakan sejarah kelam di mana keduanya saling berhadapan pada tahun 1965-1966 dan periode berikutnya pada masa rezim Orde Baru. Sementara bagi "Islam kanan", resistensi disebabkan asumsi bahwa komunisme cenderung condong pada ateisme. Wacana komunisme menjadi alat pendulum legitimasi yang menarik bagi partai karena itu ada tiga kategori sikap partai terhadap wacana komunisme.

Partai Gerindra dan Partai Keadilan Sejahtera bersikap resisten terhadap komunisme. Dengan demikian dua partai ini bias mendapat simpati dari kalangan Islam kanan dan masyarakat yang respek terhadap TNI. Sementara partai pendukung pemerintahan Jokowi cenderung berhati-hati dan memilih menghindari tema komunisme sebagai bahan diskusi, kecuali PDIP dan PKB yang melihat persoalan komunisme sebagai persoalan hak asasi manusia.

Dengan begitu, bila wacana komunisme terus digulirkan hingga tahun 2019, maka masyarakat akan terbelah secara ideologis yakni koalisi antara Nasionalis TNI dan Islam Kanan berhadapan dengan koalisi nasionalisme tradisional dan Islam Kiri. 211 Sebagai representasi individual, peta wacana seperti di atas menunjukkan gejala yang menarik,

yakni posisi empat orang tokoh; Pertama, posisi Presiden Joko Widodo, yang memperlihatkan berdiri di dua kaki.

Posisi Jokowi seolah ber ada pada entitas yang menolak komunisme bila dilihat dari statemennya "Kalau Komunis nongol saya yang nggebuk" dan "perilaku menonton bareng film G30S PKI". Namun bila di lihat da ri dukungannya terhadap pencarian kuburan kor ban peristiwa 1965 se olah kakinya berada pada entitas pendu kung komunisme. Dalam hal ini, Goerge Gerbner dan Larry Gross membantu kita meng analisis peristiwa ini.

Bagi Gerbner, apa yang disampaikan Joko Widodo tidak bia disimpulkan bahwa diri nya berideologi ganda, di sam ping sebagai WNI yang Pan ca silais juga komunis. Tudingan bahwa masalalu Jokowi ber kaitan dengan PKI sudah dibantah berkali kali. Lantas apa artinya? Gerbner menyatakan bahwa media massa (khusus nya TV) merupakan alat dari orde yang telah mapan, berfungsi terutama untuk menyampaikan dan mempertahankan polapola sosial. Ideologi adalah peta yang dapat dimengerti (Lull 1998: 8).

Jokowi menggunakan isu komunisme sebagai per kakas untuk menghimpun khalayak repre sentasinya. Ekspose yang demikian sebetulnya sekadar untuk tujuan pu blisitas, bagian dari pencitraan. Kedua, Luhur Binsar Panjaitan. Tokoh ini memang sejak kontestasi presiden tahun 2014 merupakan loyalis Jokowi.

Bahkan menjadi tim sukses yang cakap dalam menjalankan relasi media (media relations). Dalam beberapa kesempatan dirinya muncul dalam acara talk show di simbol dan berhasil menjelaskan secara perinci apa yang akan dilakukan Jokowi jika terpilih sebagai Presiden RI periode 2015-2019.

Dalam kasus "Mama Minta Saham" yang menyeret nama Setya Novanto (Ketua DPR RI), Maroef Syamsoeddin dan pengusaha Reza Chalid pada akhir tahun 2015 misalnya, beredar transkrip pembicaraan mereka di mana Setya Novanto menyebut na ma Luhut sebanyak 66 kali dan menempatkan Luhut sebagai "operator" pemikiran Jokowi. Paling tidak wacana terse but menunjukkan pengaruh Luhut Binsar Panjaitan dalam rul ling eli te Indonesia saat ini (<https://news.detik.com/berita/d3084683/ber-edartranskriplengkap-pembicaraanno-vantoluhutdisebut66kali>). Wajarlah bila pada akhir peme rin tahan JokowiJK, Luhut menjadi "pe nyambung lidah" Jo kowi.

Dalam wacana pencarian kuburan simbol korban ke rusuhan tahun 1966 misalnya, Luhut meneruskan perintah Jo kowi supaya pencarian korban kerusuhan tersebut dilan jutkan. Dengan demikian, mengikuti pemikiran Althusser, bah wa wacana merupakan representasi kekuatan politik ter tentu, maka posisi Luhut menempel 212 kepada Jokowi.

Ketiga, Gatot Nurmantyo, mirip dengan Jokowi bermain di dua kaki, namun bedanya Gatot meletakkan satu kaki ke Jokowi dan kaki yang lain ke komunitas Islam modern (Islam Kanan). Dalam wacana komunisme, Gatot terang terangan (eksplisit) menyatakan permusuhannya dengan ideologi komunisme.

Kedekatannya dengan Islam Kanan misalnya dapat ditunjukkan pada peristiwa-peristiwa beberapa kali Gatot menghadiri undangan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Hal tersebut membuat Presiden Jokowi mengeluarkan pernyataan agar TNI tidak berpolitik. Ketua Fraksi PKS, Jazuli Juwaini menilai, wajar saja Presiden Jokowi sebagai panglima tertinggi di TNI mengingatkan agar TNI tak masuk politik praktis.

Meski begitu, ia menegaskan, Panglima TNI Jenderal Gatot Nurmantyo sama sekali tak bermanuver politik." Saya juga tidak melihat bahwa TNI bermanuver politik. Kalau seorang panglima diundang parpol simbol itu bukan berarti bermanuver politik. Karena kita berbicara tentang bangsa dan simbol, tentang Pancasila, NKRI," kata Jazuli di Gedung DPR, Jakarta, Kamis, 5 Oktober 2017 (<http://www.viva.co.id/berita/politik/963637-pksdiundangparpolbukanberartigatotberpolitik>) Melalui wacana komunisme terjadi kontestasi memperebutkan simpati kepada Jokowi antara Gatot dan Binsar. Keempat, Kivlan Zein seperti halnya Luhut adalah mantan Purnawirani TNI yang aktif di politik. Luhut berafiliasi ke PDI Perjuangan sementara Kivlan ke Partai Gerindra.

Kivlan memilih ekstrem menantang komunisme. Melihat wacananya itu Kivlan bakal membawa isu komunisme untuk politik identitas Partai Gerindra di masa depan. Mengikuti pemikiran Althusser, ideological state apparatus, pola penyebaran ideologi komunisme berimplikasi pada peta partai dan individu sebagai berikut: DIAGRAM 1.

Implikasi Reproduksi Wacana pada Relasi Kuasa Individu Luhut Binsar Panjaitan Gatot Nurmantyo Prabowo Subianto Joko Widodo Kivlan Zein PKS Sumber : Olahan Peneliti Pada gambar di atas tampak posisi Gatot memiliki tiga anak panah, 213 satu ke Jokowi, satu ke Prabowo dan satu lagi ke PKS. Sangat mungkin, makna ke depannya, bila Jokowi melihat Luhut sebagai Calon Wapres pada Pilpres 2019, maka peluang Gatot untuk dipinang Prabowo sebagai Cawapres sangat besar. Namun bila keduanya tidak mengambil, Gatot berpeluang maju sendiri sebagai Capres dari PKS.

Wacana PKS akan mencalonkan Gatot sudah mengemuka melalui berita berikut ini: Sepak terjang Panglima TNI, Jenderal Gatot Nurmantyo, diamati dan menjadi perhatian partai politik. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) bahkan sudah menyatakan bahwa Gatot berpotensi untuk didukung dalam Pilpres 2019 mendatang. (<https://news.detik.com/beritajawatengah/d3664561/menurutpksjenderalgatot-nurmantyo-capres-poten-sial2019>) 4.

Reproduksi RSA Merebaknya wacana komunisme tampaknya menyebabkan pemerintah Jokowi mengevaluasi diri. Bila diteruskan akan cenderung merugikan citranya sebagai presiden dan calon presiden berikutnya. Pihak yang meneguk keuntungan atas wacana tersebut adalah lawan politiknya, terutama kalangan Islam "kanan" yang mengusung komunisme sebagai bahan orasi aksi unjuk rasa. Karena itu, berikutnya pemerintah mereproduksi wacana wacana tandingan untuk meredakan wacana komunisme.

Para pengusung wacana anti komunisme diposisikan sebagai ancaman bagi NKRI, tidak Pancasila, dan intoleran. Hal itu ditegaskan Pada kesempatan **peringatan Hari Lahir Pancasila** tanggal 1 Juni 2017, Jokowi melancarkan sejumlah wacana pendukung seperti: gotong royong, toleran, persatuan dan kesatuan bangsa, kebhinekaan, serta menyebutkan wacana ancaman seperti radikalisme dan terorisme (<https://www.youtube.com/watch?v=2p7taNanhU>).

Setelah itu Presiden menerbitkan Peraturan Presiden No. 54 Tahun 2017 yang berisi pembentukan Unit Kerja Presiden untuk Pembinaan Ideologi Pancasila. Kemudian Presiden menerbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 2 Tahun 2017 untuk menggantikan UU No. 13 **Tahun 2013 tentang Organisasi Kemasyarakatan**.

Berdasarkan Perpu tersebut pemerintah membubarkan HTI (Hizbut Tahrir Indonesia) karena dianggap berlandaskan bukan Pancasila. Reproduksi wacana oleh aparatus diikuti dengan gerakan yang sangat masif, baik di media massa maupun kegiatan **kegiatan yang dilakukan oleh** masyarakat seperti seminar, pengabdian masyarakat, dan mobilisasi komponen masyarakat (perguruan tinggi, pesantren, dan kantorkantor pemerintahan).

Gerakangerakan ini kemudian mereproduksi wacana bahaya paham dan ideologi radikalisme. 214 Sebanyak 79 rektor universitas yang tersebar di 12 provinsi berkumpul di Universitas Mahendradatta, Denpasar, Bali pada Kamis (27/7/2017). Mereka menggelar fokus group discussion (FGD) membahas cara mengantisipasi fenomena radikalisme dan terorisme (<http://regional.kompas.com/read/2017/07/28/05160051/bahasradikalisme79.rektorberkumpuldi-bali>) Aparatus Jokowi telah berhasil menciptakan situasi seolah-olah di sekitar kita telah terjangkit paham radikal.

Komunisme dan perilaku korupsi hilang dari wacana. Tepatlah apa yang dikatakan Althusser bahwa ideologi merupakan dialektika yang dikarakteristikan kekuasaan yang

tidak seimbang atau dominasi. Akhirnya Althusser meyakini bahwa simbol sebagai praktik ketimbang gagasan. Bila hal itu dilakukan oleh Negara, maka disebut represif state apparatus (RSA).

Melalui perangkat ideologi, Negara me maksa persepsi, nilai, dan tindakan masyarakat sama dengan yang diru muskan atau dipersepsikannya. Dalam pandangan Althusser, idelogi kerap kali dipakai sebagai alat melanggengkan penindasan (Eri yan to, 2001: p. 98). Alihali bisa juga melanggengkan ke kuasaan. Melalui pendekatan RSA isu komunisme direproduksi men jadi isu radikalisme kemudian dikonkretkan sebagai "ra dikalisme adalah paham yang berusaha mengganti dasar Negara Pancasila dengan simbol lain."

Makna bahaya komunis me bergeser subjeknya dari pelaku dan peng anut paham ko munisme yang dikaitkan dengan peristiwa 30 September 1965 menjadi pelaku atau penganut paham yang hendak mengganti simbol Pancasila. Penyebar bahaya laten komunisme banyak didukung kalangan Islam kanan, sebagaimana menyebar me la lui "youtube". **Front Pembela Islam (FPI)** dan organisasi lain sangat getal turun ke jalan menolak paham komunisme (www.youtube.com/watch?v=0VzHDonjbAo).

Ter catat juga Pri janto (Wakil Gubernur Jakarta periode 20072012) menga ta kan bila Jokowi Presiden, maka paham komunisme akan hidup lagi (www.youtube.com/watch?v=HN7eoySIkg4). Kalangan muda dari IAIN Jember juga meng upload penolakannya terhadap komunisme (/www.youtube.com/watch?v=_CMSno52vYY). Ju da Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia menonjolkan cera mahnya Alfian Tanjung yang mengaitkan bahaya komunisme de ngan maraknya imigran asal China (www.you tube.com/watch?v=dJSj2JaVtu4).

Dengan mengetik kata kunci "komunisme" muncul ratus an video yang menolak komunisme di youtube. Di antara ormas Islam dan ko munitas Islam yang paling bersemangat se sung guhnya ormas FPI, na mun karena ormas ini sudah ber landaskan Pancasila, maka selamat dari 215 pembubaran. Satu satunya yang bisa dipakai untuk memperkuat narasi "radi ka lisme dengan makna antiPancasila" adalah ormas HTI.

De ngan demikian, HTI menjadi satusatunya korban dari RSA ini. Meskipun hanya satu ormas, sebagai narasi dapat di pa kai untuk membangun wa cana yang lebih luas sehingga meng ge nera lisasi RSA sebagai fungsi so sia lisasi ideologi yang meng indektikkan diri kelompok yang loyak terha dap Negara NKRI.

Sejauh ini (hingga artikel ini diselesaikan) masingmasing kelompok ini tidak sampai konflik secara horizontal. Kedua nya melanjutkan wa cananya dengan meninggalkan

sumber konfliknya. Pemerintah memutuskan RSA dengan perlahan lahan meninggalkan kata "komunisme" dan diganti dengan paham radikalisme, kemudian sekali kali menjustifikasi dengan diksi "terorisme".

Untuk menarik kalangan Islam kiri, RSA mengadopsi istilah "Islam Rahmatan lilalamin", "Islam Tengah", "Islam Nusantara", dan "Islam yang Menyejukkan". Sementara kalangan yang semula menggunakan isu komunisme memilih diam. Sejauh ini, diamnya kalangan Islam yang menolak komunisme masih belum tampak arah kedepannya.

Dalam beberapa group di media sosial, kelompok ini mengganti tema diskusi komunisme menjadi "fitnah akhir zaman", "tanda tanda akhir zaman", "gerakan shalat subuh berjamaah", dan lainnya yang tampak soft. Metamorfosis tematik dapat dimaknai sebagai upaya untuk tetap menjaga jejaring komunikasi di media yang dianggap tidak terintervensi oleh kekuasaan apparatus.

Sehingga sel jejaring komunikasi yang tersapu oleh Undang-Undang Ormas masih tetap dapat dijaga keberadaannya dan pada waktunya yang tepat dapat dihidupkan kembali. Waktu yang tepat menurut peneliti adalah saat pemilihan umum (pemilu) tahun 2019, pemilu untuk simbolis dan Presiden. 5. Analisis Kuasa atas Wacana Analisis lain yang menarik atas pisau bedah Foucault adalah tentang siapa tokoh-tokoh yang memainkan wacana untuk menjaga sumber kekuasaannya.

Pada arus besarnya (makro nasional) paling tidak ada empat tokoh yang berada di sekitar wacana tersebut, yakni: Pertama, Presiden Jokowi memainkan wacana komunisme untuk menjaga sumber dukungan dari kalangan nasionalis. Sehingga basis pemilih yang ingin dipelihara dari kalangan PDIP, Hanura, Nasdem, dan PKB. Bila pun Jokowi ingin merelasikannya dengan kalangan Muslim, pilihannya pada Islam moderat. Risikonya Jokowi akan dijauhi oleh kalangan Islam garis kanan.

Kedua, Prabowo Subianto. Prabowo sendiri 2016 tidak terlalu aktif memainkan wacana komunisme, tetapi menggunakan tokoh-tokoh lapis keduanya, seperti Kifan Zein dan Fadli Zon. Kelompok ini beririsan dengan pendukung partai Gerindra dan PKS. Sementara dari kalangan Muhammadiyah dan PAN memilih menolak komunisme, tetapi dengan landai.

Ketiga, Kapolri Tito Karnavian. Tokoh ini memegang peranan penting dalam menyelesaikan aksi demo penistaan agama yang bertajuk "Aksi 212", meskipun cenderung menolak demo tersebut tetapi sebagai pribadi dia berada di atas panggung bersama tokoh-tokoh "Aksi 212".

Dan Titolah yang berhasil membelah opini dari aksi penolakan penistaan agama menjadi "ancaman percobaan maker" yang dilakukan oleh tokoh lain seperti Ramhawati Soekarnoputri dan lainlain. Tindakan Polri ini saat ini dapat memecah opini publik, sehingga isu media arus utama menjadi terbelah. Yuzril Izha Mahendra selaku kuasa hukum Rachmawati Soekarno putri mengatakan demikian: "Penangkapan terhadap sejumlah pihak terduga akar oleh kepolisian diduga terkait dengan sejumlah pertemuan khusus dengan Rachmawati Soekarnoputri.

Yusril mengatakan, pertemuan itu terjadi usai pertemuan terbuka di Universitas Bung Karno yang dihadiri oleh sejumlah tokoh aktivis. Ia berkata, pertemuan khusus itu diduga terkait dengan tuduhan kepolisian soal adanya rencana maker "

(www.cnnindonesia.com/nasion-

[al/20161202191617-20-177000/yusril-penangkapan-rachmawati-terkait-pasca-rapat-di-ubk/](http://www.cnnindonesia.com/nasion-)) Pada akhir Agustus tahun 2017, Tito menunaikan ibadah haji.

Beri tanya menyebar di media arus utama maupun media online. Setelah pulang haji, Tito simbol lebih ramah terhadap kalangan Islam. Bahkan tidak pernah mewacanakan tentang radikalisme lagi. Dengan demikian, reproduksi komunisme dan radikalisme membangun simbol Tito sebagai tokoh yang ramah, toleran, dan menangani persoalan secara taktis.

Keempat, Jendral TNI Gatot Nurmantyo. Gatotlah yang membuat wacana komunisme menjadi simulakral, berkembang biak dalam waktu cepat dalam area yang luas. Perintah Gatot untuk menonton film G30S/ PKI menjadi viral dalam waktu yang lama. Gatot pun menjadi simbol anti komunisme dan perilakunya lebih merepat ke kalangan Islam, terutama PKS.

Bila produksi wacana dan reproduksi wacana beserta turunannya terus bergulir hingga 2019, maka keempat tokoh inilah yang diuntungkan. Karena itu bila wacana dianggap sebagai representasi realitas, dalam politik sama halnya dengan realitas dukungan, dan pemilu menjadi instrumen untuk meraih kekuasaan, maka sangat mungkin Jokowi 2019 dan Prabowo akan berhadapan lagi sebagaimana Pilpres tahun 2014.

Tito Karnavian akan digandeng oleh Jokowi sebagai Calon Wakil Presiden, namun bisa juga Jokowi menggandeng Gatot. Adapun Gatot lebih berpotensi digandeng Prabowo. Beberapa reproduksi wacana Pilpres mencoba mendorong Gatot menjadi Capres sendiri. Menurut penelitian Voxvol center elektabilitas Jokowi memang masih unggul dari Prabowo tetapi tidak sampai 50%.

Itu berarti publik membutuhkan tokoh lain di luar dua tokoh tersebut alias kuda hitam.

Menurut survei ini tokoh yang dimaksud adalah Gatot Nurmantyo (<http://www.portal-islam.id/2017/10/voxpoldercenter2019%20kanlagimilik.html>). Komunisme sebagai wacana berhasil membelah kekuatan politik antara yang mendukung dan menolak. Masing-masing memproduksi wacana tersebut dengan berbagai reproduksi turunannya.

Dalam level penyebar luasannya melalui media arus utama maupun media online wacana komunisme berubah menjadi "paham radikalisme". Reproduksi turunannya itu dipakai oleh RSA sebagai serangan balik, sehingga ke kelompok yang menolak paham komunisme secara tidak langsung mendapat stigma sebagai kelompok radikal. Kemudian ditambahkan dengan wacana "antiPancasila" dan "AntiNKRI".

Reproduksi wacana radikalisme bersifat lebih massif, dari segi menggunakan aparaturnya yang ada maupun melalui media arus utama, sehingga wacana komunisme berhasil ditenggelamkan atau ditinggal. Sebagai gantinya, pemerintah yang semula dituduh sebagai pendukung komunisme berhasil memukul balik lawan politiknya dengan stigma radikalisme.

Melalui logika Althusser, proses produksi dan reproduksi wacana seperti ini memperlihatkan kekuatan Negara yang dominan untuk mengeliminir wacana lain yang tidak menguntungkan kredibilitasnya. Sementara pada level relasi kuasa Foucault, wacana komunisme dapat memetakan individu atau lembaga yang berada di sekitarnya. Mereka yang mengendalikan wacana komunisme, antara lain Joko Widodo, Prabowo Subianto, Tito Karnavian, dan Gatot Nurmantyo.

Kelak buah dari pemanfaatan wacana tersebut dapat dibuktikan dalam peta dukungan pada pemilu Presiden tahun 2019 dengan catatan wacana komunisme dan radikalisme ini tidak ditenggelamkan dengan wacana lain yang lebih memiliki daya magnitudenya. C. KOMUNIKASI DAN JARAK SOSIAL Bangsa Indonesia memiliki masalah dengan jarak sosial disebabkan keberadaannya yang terdiri dari berbagai suku bangsa.

Konflik hampir 218 kali terjadi namun seringkali juga bersembunyi. Bersifat manifest dan laten silih berganti tergantung situasi dan kondisi sosial. Hal tersebut tergantung pada komunikasi yang berlangsung. Berikut penulis sajikan problem jarak sosial di mana kelompok masyarakat keturunan China merasa mendapat perlakuan diskriminatif dan ia berusaha mengungkit isu tersebut melalui video yang diunggah di YouTube dengan harapan mendapat simpati masyarakat. Alih-alih, justru resistensi yang diperoleh.

Keberadaan etnis China di Indonesia kuat dilihat dari sisi ekonomi, namun rapuh dari segi sosial. Tenggak ketangguhan etnis Cina dalam perdagangan sudah dimulai sejak zaman Penjajahan Belanda. Komunitas Cina mendapat peran sebagai perantara dalam

distri busi komoditas kebutuhan hidup rakyat.

Mereka dinilai memiliki kemampuan, keterampilan, dan keuletan yang sudah mentradisi dalam berdagang. Selain itu pedagang China ini sekaligus dapat digunakan untuk menghadapi persaingan VOC menghadapi pedagang Portugis atau Spanyol yang lebih memiliki kedekatan dengan pedagang dari Timur Tengah (Zein, 2000: 124).

Tonggak perekomisiannya mendapat momentum menjelang Pemerintah Orde Baru berkuasa, yakni ketika Soeharto memberi izin kepada Liem Sioe Liong dan jaringannya untuk menyediakan barang-barang kebutuhan tentara. Hak istimewa tersebut berlangsung hingga Soeharto berkuasa dan membangun rezim Orde Baru. Kebijakan politik yang pada akhirnya menghasilkan dominasi ekonomi etnis Cina di Indonesia (Abdilah S, 2002: 114).

Sementara itu, akses ekonomi bagi golongan bumiputera (untuk tidak menyebut pribumi) cenderung semakin sulit. Akibatnya kesenjangan ekonomi tak terelakan. Bahkan hingga tahun 2016, dilaporkan kekayaan Indonesia atau ekonomi Indonesia hanya dikuasai **20 persen penduduk terkaya** (Julianto, 2016: 406). Situasi makro ekonomi yang demikian itu menginduksi pada situasi makro, misalnya; pemandangan yang kontras antara tempat tinggal etnis Cina di perumahan mewah, gaya hidup yang cenderung glamour, pergaulan yang eksklusif, dan sejenisnya yang mencitrakan komunitas Cina tidak bisa berempati dengan rakyat kebanyakan **yang mengalami** kesulitan ekonomi.

Meskipun tidak semua etnis Cina bersikap eksklusif seperti itu, namun karena kesenjangan kiamiskin cenderung berpola Cina yang kaya-pribumi yang miskin, membuat orang mudah menggeneralisasi. Generalisasi bahwa etnis Cina di Indonesia tidak bisa membaur diikuti dengan rasa cemburu dan selanjutnya mudah menimbulkan rasa benci.

Rasa benci menjelma menjadi rasa permusuhan. Citra eksklusif kurang di manage secara sosial maupun politik oleh kalangan sipil maupun Negara dengan program-program yang kuat. Selama hampir tiga dasawarsa pemerintahan Orde Baru pertumbuhan ekonomi nyaris hanya dinikmati oleh kalangan tertentu.

Upaya "efek menetes ke bawah" (trickle down effect) yang dimaksudkan menumbuhkan pemerataan ekonomi, yang terjadi justru kolusi dan nepotisme antara pengusaha dengan patron kekuasaan di lingkaran Soeharto (keluarga Cendana). Akibatnya ketidakpuasan masyarakat terhadap situasi yang ada semakin memuncak. Kerusuhan 13 & 14 Mei 1998 disebut-sebut sebagai puncak gunung sentimen rasial terhadap etnis

Cina yang menunggangi gerakan reformasi pada waktu itu.

Ita Sembiring (1998) menuliskan saat-saat yang menegangkan itu. Glodok, Blok M, dan pusat-pusat perdagangan lain yang dikuasai etnis Cina dijarah oleh sejumlah orang. Mona Lohanda & Andreas Pardede (2002: 102-104) menyatakan bahwa kerusuhan rasial massif pada 13 & 14 Mei 1998 yang sasarannya adalah warga keturunan Tionghoa di Jakarta dan beberapa kota lainnya merupakan puncak gunung es kecemburuan akibat kesenjangan sosial dan ekonomi.

TGPF (Tim Gabungan Pencari Fakta) juga menyatakan hal yang sama, bahwa akar kerusuhan itu adalah kecemburuan sosial dan kesenjangan ekonomi. Apakah kerusuhan rasial tahun 1998 itu meruntuhkan dominasi etnis Cina? Menurut Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar (2012: 312), pasca Orde Baru, pemerintahan K.H. Abdurrahman Wahid alias Gus Dur justru membuka prospek bisnis yang lebih baik kepada pengusaha etnis Cina, sebab Gus Dur mencabut Kepres ataupun Inpres yang mendiskreditkan etnis Cina.

Hal tersebut dilakukan karena pemerintah masih memandang perlu keterlibatan pemain lama ekonomi nasional yang kebanyakan etnis Cina dan menghimbau mereka menjalankan kembali usahanya di tanah air. Pada tahun 2016 menjelang Pilkada DKI Jakarta, sentimen tersebut muncul kembali. Dimulai dari: Pada 27 September 2016 lalu. Di sana, dia menggelar dialog dengan masyarakat setempat, sekaligus menebar 4.000 benih ikan.

Dalam video resmi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui YouTube, Ahok meminta warga tidak khawatir terhadap kebijakan yang diambil pemerintahannya jika dia tak terpilih kembali. Namun, dia menyisipkan Surah al-Maidah ayat 51. Rupanya, kalimat yang disampaikannya menuai polemik. Semua media online bernama MediaNKRI menyebarkan video tersebut melalui media sosial. Hal itu juga memantik perhatian seorang dosen, Buni Yani.

Buni lantas men-download video tersebut, menerjemahkannya dan mengunggahnya lewat Facebook. Unggahan Yani lantas menjadi viral dan dia jadi tersangka memantik permusuhan bernuansa suku, agama, dan ras. Sementara itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan video Ahok yang menyinggung surah Al-Maidah 51 saat berbicara di Pulau Seribu adalah pe-nistaan agama.

Setelah melakukan kajian, MUI menyebut ucapan Ahok memiliki konsekuensi hukum. Fatwa itu sejumlah Muslim melaporkan ke polisi. Mereka menganggap Ahok telah melakukan pe-nistaan agama melalui kata-katanya. Salah satunya Front Pembela Islam

(FPI). Di bawah kepemimpinan Muhammad Rizieq Syihab, FPI menjadi garda terdepan untuk meminta aparat kepolisian mengusut kasus tersebut.

Mereka menggelar demo di depan Balai Kota DKI Jakarta pada 14 Oktober 2016 lalu. Merasa tidak ditanggapi, mereka lantas mengumumkan akan menggelar Demo lanjutan, aksi ini diberi nama Demo Bela Islam jilid II, yang digelar 4 November 2016 lalu. Demo pun digelar, masyarakat memenuhi jalan protokol di pusat pemerintahan. Sepanjang jalan Medan Merdeka, hingga MH Thamrin dipenuhi lautan manusia.

Di hari yang sama, Kapolri Jenderal Tito Karnavian mengumumkan gelar perkara akan dilakukan secara terbuka. Kebijakan itu diambil berdasarkan permintaan Jokowi. Gelar perkara pun dilaksanakan Selasa (15/11). Semua pihak dipanggil, termasuk anggota DPR. Dimulai pukul 09.15 WIB, gelar perkara resmi ditutup pukul 20.30 WIB. Esok harinya, Bareskrim Polri meningkatkan status kasus dugaan penistaan agama dari penyelidikan menjadi penyidikan.

Penyidik juga menetapkan Gubernur non-aktif DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama sebagai tersangka. Aksi ini berlanjut dengan Aksi Bela Islam Jilid 2 yang digelar 2 Desember 2017 atau disebut 212. Inilah aksi terbesar selama ini dengan pengikut mencapai jutaan orang. Demo berikutnya masih digelar hingga Aksi 505 yang digelar Sabtu, (5/5) kemarin.

Kasus dugaan penistaan agama ini membuat perolehan suara Ahok-Djarot. Pada kedua, Anies Baswedan - Sandiaga Uno memenangkan Pilkada DKI Jakarta (Rahmadi: 2017/12/20: 06.00) Kasus yang mendera Ahok di atas merupakan kombinasi antara sentiment etnis menyangkut profil Ahok yang keturunan Cina dan sentimen agama karena Ahok non-Muslim. Kombinasi antara sentimen etnis dan agama tersebut melipat gandakan kebencian hingga mudah digerakkan menjadi sebuah mobilisasi massa.

221 Pada akhirnya sentimen negatif terhadap etnis Cina menjadi semacam mindset membuat cetak biru dalam benak masyarakat, bahkan menjadi pandangan stereotipe bahwa etnis Cina cenderung eksklusif, tidak mau berbaur dengan masyarakat luas. Jurnalisme media (massa maupun online) turut mempunyai andil dalam menguatkan persepsi publik tersebut.

Panuju (2005: 8), menyebut jurnalisme Indonesia gagal mengembangkan fungsi agenda settingnya. Seharusnya media dengan karya jurnalistiknya memiliki potensi yang sangat besar membantu masyarakat merumuskan hal-hal yang dianggap penting. Dalam masa sentimen antar etnis itu jurnalistik memiliki bingkai (framing) bahwa persatuan lebih baik ketimbang perpecahan, damai lebih indah ketimbang konflik, dan

Indonesia adalah Negara dengan berbagai macam (Bhinneka) dalam konteks suku, ras, dan agama.

Namun yang terjadi, demi kepentingan marketing, bingkai yang dibuat justru mengedepankan aspek sensasi atau hal-hal yang dianggap menarik bagi publik. Konflik adalah salah satu nilai berita (news values) yang menarik perhatian masyarakat. Penonjolan konflik dikedepankan, sementara penyelesaiannya diabaikan. Kondisi semacam inilah yang dapat disebut sebagai krisis sosial ataupun krisis dalam konteks hubungan masyarakat.

Panuju (2002: 2) mengartikan krisis sebagai suatu proses komunikasi yang mengandung kemelut sehingga menimbulkan keadaan genting. Masing-masing tidak lagi melihat sisi positif atau maksud baik dari komunikasi, sebab komunikasi hanya digunakan sebagai instrumen untuk merendahkan posisi lawan. Komunikasi berjalan secara asimetris dan sulit membangun saling pengertian (mutual of understanding).

Sebaliknya pesan dalam komunikasi diterima dan direspons dengan emosional, seperti rasa kecurigaan. Nuansa komunikasi yang penuh kecurigaan tersebut kiranya dapat berkurang di media arus utama, seperti televisi, radio, ataupun pers cetak, namun tidak demikian yang terjadi di media alternatif seperti internet.

Reduksi muatan saling curiga pada media arus utama disebabkan isi pesan melalui saringan (gate keeper) mulai dari redaktur pemberitaan hingga pimpinan redaksinya. Sementara, meskipun sudah ada rambu-rambu dalam Undang-Undang Transaksi Elektronik berupa ancaman pidana, namun dalam media internet ini produksi pesan dan penyebarluasaannya ditentukan oleh individu masing-masing.

Danesi (2010: 195) menyatakan bahwa media virtual atau galaksi digital merupakan kelanjutan, perluasan dan/atau cabang dari Galaksi Gutenberg. Itu artinya secara fungsional media memiliki fungsi yang sama, yakni memediasi maksud, kepentingan, dan representasi lainnya. Karena sifatnya perluasan, sangat memungkinkan khalayak juga memiliki potensi yang sama meluaskan mediasi medianya.

Sehingga bila khalayak tidak percaya atau tidak puas dengan televisi, radio, maupun pers bisa mereka lihkan atau memilih menggunakan galaksi yang lain, yakni media internet. Justru melalui media internet inilah eskalasi konflik komunikasi menjadi berpotensi meluas, sebab masing-masing individu memiliki kebebasan untuk menyatakan pendapatnya melalui media tersebut.

Media internet memiliki kecepatan luar biasa dalam proses produksi informasi dan penyebarannya, sehingga individu pemakainya tidak memiliki kesempatan untuk merenungkan terlebih dahulu pesan yang diproduksi dan penyebarannya. Internet cenderung membuat orang berpikir impulsif, yakni mengambil kesimpulan sebelum memperoleh informasi yang cukup atau lengkap.

Karena itu sebuah informasi yang sensasional acap kali menjadi viral di media internet. Inilah implikasi dari konvergensi media yang mengakibatkan isi media menjadi objek diskursus sosial yang sangat bebas. Konvergensi media adalah bergabungnya atau terkombinasinya berbagai jenis media, yang sebelumnya terpisah dan berbeda (misalnya, komputer, televisi, radio, dan surat kabar), ke dalam sebuah media tunggal (Arismunandar, 2010).

Setidaknya mulai tahun 2010, media melakukan transformasi dari media tunggal menjadi menggunakan banyak saluran. Resmi (2014: 110) menyatakan Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, epaper, ebooks, radio streaming, media sosial, dan lainlain.

Persaingan bisnis media menjadi salah satu faktor pendorong media massa menerapkan konsep ini karena perkembangan teknologi tidak hanya mengandalkan format cetak (koran, majalah, buku) semata. Inovasi konvergensi media dibutuhkan agar media massa mampu tetap bersaing di era bisnis. Bila kita kembali kepada pemikiran Marcel Danesi bahwa internet merupakan kelanjutan dari era galaksi Gutenberg (media cetak), ibarat ruang hampa yang menggerakkan udara bergerak pada ruang yang kosong, maka sangat mungkin jarak sosial terhadap etnis Cina berpindah ke media internet.

Salah satu media internet yang banyak berisi diskusi tentang sentimen antaretnis ini adalah Youtube. Dalam channel ini netizen mendiskusikan pendapatnya, termasuk mengekspresikan prasangka-prasangkanya. Adakalanya isu tentang sentimen etnis ini menjadi diskusi dalam media massa, misalnya televisi, khususnya melalui program "talk show".

Ketika "onair" di stasiun TV permasalahannya menjadi "dingin", sudah ada rumusan saling pengertian (mutual of understanding), namun oleh pihak tertentu materi diskusi diunggah ke channel Youtube secara parsial, sepotong-sepotong, akibatnya isi pesan menjadi tidak utuh dan menimbulkan salah pengertian. Komentar di dinding di bawah video tersebut menunjukkan eskalasi kebencian, prasangka, dan saling menyela.

Tulisan ini hendak mendeskripsikan lebih mendalam komunikasi antarnetizen di YouTube yang menunjukkan konflik antara etnis Cina dan etnis lainnya. Objek kajian ini berupa komentarkomentar terhadap video "Jangan Panggil Aku Cina" yang diunggah di Youtube pada 15 Agustus 2016 (<https://www.youtube.com/watch?v=TI7RCeun7XQ>) berdurasi 3.41 menit. Video yang sama pada tanggal yang sama diunggah di portal perusahaan pembuat video (<https://idntv.idntimes.com/bioskop/janganpanggilaku-cinaataupribumiataupendatangpanggilakuindonesia>).

Pada unggahan di portal perusahaan hanya mendapat satu komentar, yakni Kurnia Wijaya dari Amikom Yogyakarta dengan narasi "bagus". Berbeda dengan yang diunggah di Youtube, Video ini telah ditonton sebanyak 453.330 kali dan menghasilkan 1.056 komentar (per tanggal 3 Januari 2018). Ini berarti faktor Youtube sangat berpengaruh dalam kunjungan netizen.

Dari komentar-komentar tersebut dapat dipilah pikiran netizen tentang latar belakang timbulnya kebencian dan kecenderungan (prasangka). Dari komentarkomentar tersebut sekaligus dapat dirumuskan alasan-alasan mengapa etnis Cina tidak layak diperlakukan seperti itu. Selanjutnya dapat dikhtarkan solusi atau jalan keluarnya.

Kajian ini menggunakan pendekatan analisis isi Etnografi (Ethnographic Content Analysis), yakni melihat dokumen (teks) di media siber untuk memahami makna dari komunikasi yang terjadi. Sebagaimana halnya dalam penelitian etnografi dalam realitas sosial, analisis isi pada teks siber juga merefleksikan objek penelitian dalam beragam pertukaran informasi (Nasrullah, 2014: 185). Teknik analisis yang digunakan menggunakan intertekstualitas, yakni relasi di antara teks tertentu dan teks-teks lain.

Relasi tersebut dimaknai dari sudut pandang pembaca. Sebuah teks hanya dapat dipahami dalam hubungannya atau pertentangannya dengan teks-teks yang lain (Budiman, 2011: 53). Ruang lingkup analisis dibatasi oleh konsep Kristeva (1980: 18) bahwa teks merupakan permutasi dari teks-teks lain.

Dalam sebuah teks terdapat ujaran-ujaran yang berasal dari teks lain dan sifatnya bisa saling bersilangan atau saling mendukung/menetralkan. 1. Video Youtube dan Ketegangan antar-Etnis Beberapa teks penting dalam video "Jangan Panggil Aku Cina" antara lain: • panggil aku Cina, panggil aku Indonesia. • sering kita menyaksikan permusuhan terjadi yang mengatasnamakan suatu Ras. • sering kita melihat diskriminasi terjadi yang berdasarkan kepentingan ego semata.

- sering kita mendapati kebencian terjadi karena satu pihak mementingkan satu agama

dan merendahkan agama yang lain. • kita yang memiliki Indonesia? Apakah kita yang membangun Indonesia? • dibangun bukan karena persamaan melainkan oleh perbedaan. • milik kita bersama. Bagian awal video IDN TV Sumber:

<https://idntv.idntimes.com/bioskop/jangan-panggil-aku-cina-atau-pribumi-atau-pendatang-panggil-aku-indonesia> 225 Teks besar dari isi video tersebut adalah sebuah pernyataan dari sosok anak muda berkacamata, yang dari anatomi wajahnya menunjukkan berasal dari etnis Cina. Sosok yang menjadi host: Winston Utomo (Sumber:

<https://www.hitsss.com/winston-utomo-jerih-payah-membangun-idntimes-berbuah-manis>) Sosok ini memproduksi teks besar yang berisi kesaksian etnisnya mengalami perlakuan: (1) diskriminatif; (2) dibenci; (3) difitnah; (4) dimusuhi; dan (5) dicurigai.

Kemudian ditutup dengan statemen: jangan sampai menentang makan ras dan agama untuk memporak porandakan Indonesia. Indonesia dibangun bukan karena persamaan melainkan oleh perbedaan. Teks besar tersebut kemudian mengalami permutasi teks yang sifatnya saling bertentangan dan saling mendukung, kemudian ada teks yang mengharmoni.

Hasil observasi terhadap komentar atas video tersebut memperlihatkan hubungan intertekstualitas seperti pada tabel di bawah ini: 226 TABEL 6 Permutasi teks sentimen terhadap etnis Cina No. Permutasi teks jarak sosial Pengharmoni Analisis 1. pendatang tetap pendatang. Pribumi tetap pribumi (Ahmaddani Nasution) Kita lu aja kali ... yang bikin Indonesia merdeka adalah orang pribumi yang mengorbankan nyawanya ..

& lu hanya ngebacot (Alex Bray) pahlawan bambu runcing gak ada cina.. (kitak jual kamek borong) yang berjuang memerdekakan Indonesia itu orang Indonesia ya, bukan orang cina... cina adalah penjajah Indonesia. jangan muluk-muluk. (Muim Aja). pribumi yang membangun Indonesia, mana ada pahlawan dari China, usir China anjing penjajah, Indonesia milik pribumi.

(Rendy Betta Bengkulu) Yang ngomong-ngomong cina tionghoa dsb mesti ingat; Karena Susi Susanti dan Alan Budi Kusuma lah pertama kalinya Lagu Kebangsaan Indonesia Raya berkumandang di Olimpiade. (m.sahreza) Yang benar itu kita Indonesia karena di-KTP kita ditulis Warga Negara Indonesia, itu aja. (R NS) Peran Sosial Budaya dan Pendidikan didirikannya sekolah-sekolah Tionghoa oleh organisasi Tiong Hoa Hwee Koan (THHK) sejak 1900, mendorong berkembangnya pers dan sastra Melayu Tionghoa. Maka dalam waktu 70 tahun telah dihasilkan sekitar 3.000 buku, suatu prestasi yang luar biasa bila dibandingkan dengan sastra yang dihasilkan oleh angkatan pujangga baru, angkatan 45, 66 dan pasca 66 yang tidak seproduktif itu. (matthew Vincen Stevensen) Jarak sosial muncul karena komunitas yang mengidentifikasi dirinya sebagai

"pribumi" merasa berjasa dalam perjuangan kemerdekaan.

Kalangan yang mengidentifikasikan diri sebagai pendatang yang tidak mau dipanggil Cina sudah membela diri berbagai jasa yang telah dibuat oleh mereka, namun balasannya tidak menjawab tentang perjuangan fisik menghadapi penjajah. Pembelaan justru dibuat oleh Prof. Ariel Haryanto melalui videonya "Historiografi Indonesia Yang Rasis" bahwa perjuangan kemerdekaan Indonesia bersifat global, bahkan ada seorang anggota partai komunis Australia yang demo untuk kemerdekaan Indonesia di galangan Kapal Inggris di Sidney, namanya Silvia Mullins (<https://www.youtube.com/watch?v=ejEjVA29lls&t=919s>) 2 hari pribumi sudah tau strategi cina mau men caplok indonesia dari dulu Cina mau mencaplok indonesia tapi gagal karena bersatunya pribumi' sekarang adanya ahok jadi senjatanya' ahok berambisi kuasai pribumi dengan reklamasi' penggusuran' pribumi mau di singkirkan dengan dalih penataan DKI menanganai banjir semua itu dusta kalo iya penataan DKI reklamasi buat siapa? (Foziah Fz) jangan mau ditipu sama Cina, mengatas namakan Indonesia, tidak rasis, semua itu buhong, rasis adalah karakter orang Cina. karakter rasisnya Cina akan terlihat apabila Cina sudah berkuasa, Cina berkuasa sudah pasti pribumi di singkirkan.

(Lutfi Muhammad) jangan sok bijak. Sudah jelas kamu pendatang. pendatang yang akan menjajah indonesia kembali. (Pardhie Melta) Tetapi di dunia nyata Rata Rata Orang China Ke Orang Pribumi Itu ibarat dunia lain. (Azam Herman Faturiazam) Harusnya yang orasi face nya ambil pribumi.. Kalo oriental kesannya kurang dapat. (aan janoko) jangan membedakan orang cina atau pribumi . kita semua sama.

(Bryan Jonathan) Permutasi teks di bagian ini memperlihatkan komunikasi atas dasar prasangka buruk terhadap aktivitas politik yang direpresentasikan pada sosok Ahok. Ada tersirat rasa takut bila kelompok Cina berkuasa akan memarginalkan pribumi. Semula Cina hanya dominan di bidang ekonomi, bila dikuatkan dengan dominasi politik akan menciptakan situasai "orang pribumi seperti dunia lain" baginya.

Video tersebut dianggap pembelaan diri karena hostnya dari kalangan Cina, harusnya yang orasi diambil dari yang pribumi. 227 3. Di komen ini banyak yang bilang kalo orang keturunan cina tidak mau bersosialisasi sama kita pribumi, sekarang saya tanya apakah kita sebagai pribumi mau bergaul dengan mereka? saya lihat banyak orang pribumi yang enggan bertetangga dengan orang keturunan Cina.

(Dhia Irhansyah) Dhia Irhansyah kata siapa mas orang pribumi enggan bertentangga Tetapi miris masih ada yang belum bisa menerima perbedaan. (Imanual Didik) Oh iya, yang bilang orang Cina itu tertutup, mungkin mereka masih trauma kejadian 98 atau takut sesuatu karena kita ga bisa tau apa yang ada di pikiran mereka, nanti malah jadi

fitnah. Cuma penjelasan. (Aldo Theodora).

Kalo mau diakui oleh masyarakat Etnis Cina dianggap tidak bisa membaur dengan pribumi, enggan bertetangga, memilih diam di rumah kecuali kerja baru keluar, pagarnya tinggi- tinggi, hanya berbaur dengan sesama meraka. Ada pembelaan etnis Cina tidak mau berbaur karena trauma dengan kejadian 98. dengan orang China justru sebaliknya karena mereka tidak pernah berbaur dengan orang pribumi mereka memilih diam dirumah kecuali kerja baru keluar.

(Azam Herman f) lo aja yang lebay coba lihat duii mana orang Cina mereka selalu membuat pagar yang tinggi berarti mereka jelaslah tidak mau bersosialisasi di tambah mereka hanya berbaur sesama mereka saja hmmm (Andre Pratama) pribumi, ya berbaur dong dengan pribumi. Hidupnya jangan sesama rasnya aja. Mereka sendiri yang menciptakan jarak dengan pribumi.

(Nanang Kurniawan) sekarang begini aja deh kalo emang situ gamau dibilang cina ?? seharusnya lo tuh hidup bermasyarakat sama warga pribumi jangan lo di dalem rumah mulu kaya ayam mau nelor. (Gun21) 4. bagus dong itu.. jangan panggil aku pendatang tapi panggil aku indo- nesia,, pantas aja makin hari makin banyak pekerja asing dari tiongkok yang datang ke Indonesia, ternyata mereka bukan pendatang tapi mereka Indonesia.

(Rian Febrian) ini era globalisasi mas, kalo kualitas anda kurang pendatang bisa ambil alih makanya kita harus tingkatin kualitas kita jadi kita yang keluar jadi pendatang di negeri orang. (Mika Zila) Pekerja asing dari Tiongkok dicurigai sebagai konsekuensi dari globalisasi. Siapa pun bebas masuk ke negari asing asal kualitasnya memadai.

5 mau cina mau apa itu kalau nama nya dia tinggal di indonesia itu orang indonesia ktp nya juga indokan jadi kawan2 ku semua jangan lah saling menghina satu sama lain kita ini negara hukum negara yang memiliki hati, jadilah warga yang bermanfaat bagi semua orang. (bayo pandoit) kalo di panggil ambon, jawa, batak boleh? orang hitam dikit di panggil ambon, medok di panggil jawa, sipit di panggil Cina, putih di panggil bule, timur tengah di panggil arab tapi orang" itu fine" aja kok bahkan ngakuin juga.

(Luthfi Rahman) sudah lah ngga usah diangkat lagi iklan kayak gini, cuman bikin isu nya naik lagi. biarkan isu kayak gini tenggelam, kita lihat kedepan yang damai (eren) NIATNYA SIH BIKIN VIDEO PEMERSATU BANGSA TAPI BAGI GUA INI VIDEO PEMECAH BANGSA ! (we are MRX) Tidak ada masalah tentang panggilan terhadap etnis tertentu, sebab menunjukkan kebhinekaan. Sumber : www.youtube.com Pada permutasi (No.

1) menunjukkan rangkaian teks yang mengekspresikan sentimen terhadap etnis Cina yang dibentuk oleh pandangan 228 terhadap sejarah keindonesiaan bahwa etnis Cina di Indonesia tidak ikut berjuang dalam merebut kemerdekaan. Banyak teks yang bersifat pembelaan dari komentator, seperti jasa etnis Cina dalam membangun media cetak (surat kabar) dan sastra di Indonesia, juga pembelaan Prof Ariel Haryanto yang menunjukkan data dan dokumenter yang menunjukkan bahwa perjuangan kemerdekaan Indonesia bersifat global, didukung dunia internasional termasuk partai komunis yang ada di beberapa negara.

Namun, tampaknya komentator video "Jangan Panggil Aku Cina" tidak tahu tentang data-data historis, mereka cenderung menggeneralisasi etnis Cina dari pengalaman empiris dalam kehidupannya atau informasi aktual yang saat itu mengemuka. Maka yang lebih dipercaya justru (No. 2) teks yang bersumber dari kasus dugaan penistaan agama yang dituduhkan kepada Basuki Tjahjapurnama alias Ahok yang waktu itu masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dan sedang memasuki kontestasi Pilgub 2016. Kebetulan Ahok berlatar belakang etnis Cina.

Tampaknya publik mengaitkan video tersebut dengan isu tersebut, sehingga memunculkan dugaan/tuduhan bahwa etnis Cina "mencaplok" (istilah dalam teks komentator Foziah Fz) pribumi. Tuduhan berlanjut, apa pun yang dilakukan Ahok, seperti reklamasi teluk Jakarta, mengusir pemukiman penduduk miskin dengan dam untuk mengatasi banjir, dan sebagainya direspons negatif, yakni sebagai upaya untuk mengusir pribumi dan menggantikannya dengan etnis Cina.

Teks dalam video yang diekspresikan oleh sosok Cina justru menimbulkan persepsi sebagai pembelaan diri bahkan disebut untuk mengelabui pribumi agar bisa menerima etnis Cina sebagai konsekuensi prinsip "Bhinneka Tunggal Ika" dalam Pancasila. Permutasi teks mengikuti prasangka bahwa etnis Cina tidak berjuang untuk bangsa Indonesia, tidak mau bergaul atau cenderung eksklusif, dan sejenisnya itu membentuk pandangan stereotip yang negatif terhadap etnis Cina. Karenanya itu, teks yang muncul saling mengejek dengan nada yang penuh prasangka.

Apa pun yang dilakukan di pandang atau dimaknai dari sisi negatifnya. Deddy Mulyana (2005: 218226) melukiskan stereotip dan prasangka sebagai faktor yang menyebabkan kesalahan dalam persepsi. Stereotip menimbulkan kesulitan dalam komunikasi, sebab orang cenderung menggeneralisasi berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan. Prasangka sering kali muncul karena pandangan stereotip tersebut.

Cara mempersepsikan pihak lain yang demikian menyebabkan informasi informasi lain

yang berbeda tidak menjadi pertimbangan dalam menilai sesuatu atau bahkan informasi yang berbeda itu justru dianggap sebagai sebuah kebohongan. 229 Karena itu Richard W Brislin meyakini prasangka sebagai suatu sikap tidak adil, menyimpang atau tidak toleran terhadap sekelompok orang (Mulyana, 2005: 223).

Dalam situasi komunikasi yang dibingkai (framing) pra sangka dan stereotip tidak mungkin menghasilkan komunikasi yang penuh pengertian atau saling pengertian (mutual of understanding), karena itu produksi teks dan reproduksinya justru mengarah pada perbedaan pandangan (intolerant). Konton pada video "Jangan Panggil Aku Cina" menunjukkan polarisasi teks yang sangat kontras, di satu sisi etnis Cina ingin diakui sebagai "Indonesia" sedang lawannya (the others) menganggap sebagai pendatang. Permutasi teks No.

3 mengekspresikan prasangka atau tuduhan bahwa etnis Cina tidak mau berbaur dengan warga pribumi, disebutkan misalnya kecenderungan membuat rumah dengan pagar yang tinggi dan cenderung hanya berbaur dengan kalangannya sendiri. Ada komentar yang memberikan pembelaan bahwa ketidakmauan berbaur disebabkan oleh trauma terhadap tragedi 98.

Yang dimaksud adalah huru-hara dalam gerakan reformasi pada Mei 1998 yang menumbangkan regim Soeharto dan berakibat terjadinya kekerasan dan penjarahan terhadap etnis Cina. Nanang Kurniawan dalam teksnya tidak percaya dengan alasan tersebut dan menuduh sentimen terhadap etnis Cina disebabkan keengganan mereka untuk berbaur dengan warga pribumi.

Dugaan tersebut setidaknya didukung hasil penelitian Hari Purwanto dalam disertasinya (2005) menemukan bukti bahwa kuatnya orientasi dan identifikasi orang Cina terhadap negeri leluhur menyebabkan kurangnya sense of belonging dan loyalitas mereka terhadap Indonesia. Akibatnya mereka lebih merasa nyaman bergaul dengan sesama karena ada tujuan hidup yang sama ketimbang dengan etnis lain. Para permutasi teks No.

4 muncul dialog tentang maraknya imigran asal Tiongkok yang satu pihak mencurigai sebagai strategi etnis Cina menguasai Indonesia dan pihak lain menganggap sebagai hal yang normal sebagai konsekuensi dari era global. Dalam teks rumpun ini tidak muncul isu kebijakan negara yang sebetulnya telah mengatur dengan rinci tentang imigran dari negara lain.

Padahal negara telah membuat aturan yang ketat agar arus imigrasi ke Indonesia tidak merugikan warga negara Indonesia. Binarto (2006) mendeskripsikan secara lengkap

pelaksanaan penyidikan oleh Penyidik PNS Di rektorat Jendral Imigrasi dalam rangka Penegakkan Hukum terhadap Pelanggaran Undang-Undang Keimigrasian.

Hal ini sekaligus memperkuat pandangan bahwa netizen memiliki kecenderungan memperoleh akses instan pada ketersediaan informasi yang luas (Sugihartati, 2014: 118). Yang menonjol adalah respons emosional dari sedikit informasi yang dimiliki. Karena itu, permutasi teks dalam media internet cenderung bersifat parsial, menonjolkan egosentrisme, dan menyerang pihak yang berbeda.

Namun demikian, meskipun dalam jumlah yang lebih kecil ada teks yang menunjukkan sikap bijak dengan menyatakan bahwa panggilan Cina sebetulnya bukan persoalan, sebab dalam masyarakat ada banyak panggilan yang merepresentasikan sifat-sifatnya yang khas. Pada teks No. 5 ditunjukkan orang yang warnanya gelap dipanggil Ambon, gadis Cina yang muda dipanggil Amoy, mereka yang bahasanya medok dipanggil Jawa, dan seterusnya.

Teks ini hendak mendudukkan persoalan yang lebih esensial dari munculnya sentimen terhadap etnis Cina, bukan karena persoalan panggilan. Persoalan persoalan tersebut adalah persoalan kesenjangan ekonomi yang mencolok antara etnis Cina dan pribumi, pola hidup yang cenderung eksklusif karena orientasi etnis Cina cenderung berlebihan ke negeri leluhurnya, dan pola berbahasa mereka.

Karena itu, pesan yang disampaikan lewat video "Jangan Panggil Aku Cina" justru mematikan kontroversi. 2. Tujuan Baik Belum Tentu direspons Baik Video "Jangan Panggil Aku Cina" diakui komentar di dinding YouTube memiliki tujuan yang baik, yakni terciptanya persatuan dan kesatuan Indonesia tanpa membedakan suku, ras, golongan, maupun agama.

Namun, video tersebut muncul tidak tepat waktu karena bersamaan dengan munculnya gerakan aksi bela Islam 212 di ibukota Jakarta yang cenderung mengandung konflik sosial berdasarkan perspektif agama tertentu. Situasinya saat itu sedang penuh dengan produksi teks yang dibingkai dengan prasangka serta pandangan stereotip. Dalam situasi yang penuh dengan prasangka, niat baik bisa dipersepsi sebaliknya, dipersepsi niat buruk.

Permutasi teks dalam dinding video "Jangan Panggil Aku Cina" menempatkan etnis Cina sebagai kelompok yang eksklusif, enggan bergaul atau membaaur dengan lingkungannya. Ada beberapa teks yang menyatakan bahwa bukan mereka tidak mau bergaul, namun trauma terhadap peristiwa Mei 1998 yang menempatkan etnis Cina sebagai sasaran amuk massa.

Setidaknya, kecenderungan teks yang mengikuti di sisi pada tema ini banyak yang menghendaki agar etnis Cina menunjukkan kemauannya untuk membuka diri secara lebih intensif. Permutasi teks berikutnya yang menonjol adalah stigma etnis Cina di Indonesia tidak memiliki jasa dalam sejarah kemerdekaan 231 bangsa. Generalisasi itu berdasarkan mitos tentang perang fisik dengan alat bambu runcing.

Padahal, banyak fakta sejarah yang menunjukkan perjuangan etnis Cina di Indonesia bukan di lapangan tersebut, tetapi di bidang ekonomi, politik, sastra, dan media. Fakta tersebut tidak masuk sebagai bahan diskusi dalam teks video tersebut. Diskusi teks yang mereduksi fakta jasa etnis Cina itu menyebabkan permutasi teks menjadi tidak adil atau berat sebelah.

Salah satunya adalah sistem pengunggahan (upload) lewat video di Youtube bersifat sangat bebas, siapa pun bisa masuk memberi komentar. Sehingga teks yang berpotensi disintegrasi sosial tidak bisa dicegah atau dihadang. Efektivitas komunikasi melalui media ini membangun integrasi bangsa sangat ditentukan oleh kedewasaan Youtuber sendiri. DAFTAR PUSTAKA Abdullah, Taufik (eds). 2012.

Malam Bencana 1965 dalam Berita Krisis Nasional Bagian II Konflik Lokal. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Abdillah S, Ubed. 2002. Politik Identitas Etnis: Pergulatan Tanpa Identitas. Jakarta: Yayasan Indonesiatara. Alfian & Nazariddin Syamsuddin. 1991. Profil Budaya Politik Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Alfian, "Implikasi Sosial Budaya dari Revolusi Komunikasi". jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan RI, Jakarta No.18/1987, h. 48. Alvonco, Johnson. 2014. Practical Communication Skill. Jakarta: PT Elex media Komputindo. Anek, Djameludin (dkk). 1992.

Dasar-dasar Ilmu Sosial untuk Public relations. Yogyakarta: Rena Puriwara. Arifin, Anwar. 2014. Politik Pencitraan. Jakarta: Graha Ilmu. Arismunandar, S. 2010. Blog pribadi: <http://satrioarismunandar6.blogspot.com>. diakses pada 02 Januari 2018 pukul 15.59. Baran, Stanley & Dennis K Davis. 2006. Mass Communication Theory. Kanada: WADSWORTH, 3th edition. Beckhard, Richard. 1997. The Organizational of The Feature.

Jakarta: PT Elexmedia Komputindo Binarto, Lucky A. 2006. Pelaksanaan Penyidikan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil Direktorat Jendral Imigrasi dalam Rangka Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Undang-Undang Keimigrasian. Universitas Diponegoro: Tesis Budiman, Kris. 2011. Semiotika Visual. Yogyakarta: Jalasutra Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi.

Jakarta: Ken ca na Prenada Media Group. Callen, Barry. 2010. Marketing, Advertising, and Publicity. New York: Mc Graw Hill. Cushway, Barry & Derek Lodge. 1999. Organisational Baha vior and De sign. alih bahasa Sularto Tjiptowardoyo. Ja karta: PT Elexmedia Kom putindo. 234 Dahlan, M. Alwi. 2008. **Manusia Komunikasi, Komunikasi** **Ma** nusia: 75 tahun Alwi Dahlan. Jakarta: Penerbit buku KOMPAS.

Dahlan, Alwi Pembangunan Teknologi Informasi menuju Ma syarakat In formasi Indonesia, jurnal ISKI No. 5 & 6 tahun 1993. Danesi, Marcel. 2010. Pengantar Memahami Semiotika Me dia. Yogya karta: Jelasutra. Daryanto, Erwin. 29 Mei 2017. Michael Bimo: Terbukti Buku 'Jokowi Un dercover' Isinya Fitnah. Detik.com. Diambil dari [https://news.de tik. com/berita/d3514323/michaelbimoter-buktibukujokowiun-dercover-isinyafitnah](https://news.detik.com/berita/d3514323/michaelbimoter-buktibukujokowiundercover-isinyafitnah) diakses pa da 29012018 pukul 12: 51.

Denny JA. 2006. 2006. Partai Politik pun Berguguran. Yogya karta: LKiS. Depari, Edward & Collin MacAndrews. 2006. Peranan Komu nikasi Massa dalam Pembangunan. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, cet ke8. Dijk, Jan Van. 2012. The Network Society. California: SAGE Publications. Djakfar, Muhammad. 2012. **Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran** La ngit & Pesan Moral Ajaran Bumi. Bogor: Plus Imprint dari Penebar Swadaya. Dominick, Joseph R. 2013.

The Dynamics of Communication Media in Transition. New York: McGrawHill. 12th edition. Eriyanto. 2000. Kekuasaan Otoriter: Dari Gerakan Penindasan Menuju Hegemoni. Yogyakarta: Insist Press . Eriyanto. 2001. Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media. Yogya karta: LKiS Fauzi. 2014. Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Sya reat Islam di Aceh (Suatu Kajian Realitas Sosial **Penerapan Syariat Islam di Kota** Banda Aceh, Disertasi S3 Ilmu Sosial, Pascasarjana Unmer, Malang. Fisher, B. Aubrey. 1990. Teoriteori Komunikasi. Penyunting Jalaluddin Rakhmat. Bandung: PT Rosdha Karya. Hanum, Khikmiayh. 2015.

Aktivitas **Game online Siswa SD (Kelas 36)**. Harahap, K & Inon Beydha. 2013. Game On-line dan Prestasi Belajar. Jurnal FLOW. Volume 2 (5), 110. Hardjana, Agus.M. 2003. **Komunikasi Intrapersonal & Komu** nikasi Inter personal. Yogyakarta: Kanisius Haryanto, Ariel. 2017. Historiografi Indonesia yang Rasis. You tube.com. Dikutip dari <https://www.youtube.com/watch?v=eJjVA29lls&t=919s> pada 16 Januari 2018 pukul 10.38. Harun, Rochajat & Elvinaro Ardianto. 2011.

Komunikasi Pem bangunan & Perubahan Sosial. Jakarta: PT RajaGra fin do Persada. Haynes, Colin. 1989. A Guide to Succesful Public Relations. Glenview: 235 Foresmen & Company. Hermawan, Anang. 2011. Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikas.

Yogyakarta: ASPIKOM. Ida, Rachmah. 2014. Studi Media dan Kajian Budaya. Jakarta: Kencana Prenadamedia group. Ihsanuddin. 2017. Cara Jokowi "Ngerjain" Warga yang Ingin Diberi Se peda. www.kompas.com, diakses dari [http://nasional.kompas.com/read/2017/10/06/21520301/carajokowingerjainwargayang ingindiberisepeda](http://nasional.kompas.com/read/2017/10/06/21520301/carajokowingerjainwargayang%20ingindiberisepeda) pada 29 Januari 2018 pukul 14.18. Ihsanuddin.

2017. Survei "Kompas": 70,8 Persen Responden Puas dengan Kinerja JokowiJK. Kompas.com (21 Oktober 2017). Dikutip dari [http://nasional.kompas.com/read/2017/10/21/06165281/survei kompas708persen-respondenpuasdengankinerjajokowijk](http://nasional.kompas.com/read/2017/10/21/06165281/survei%20kompas708persen-respondenpuasdengankinerjajokowijk) pada 27 Januari 2017 pukul 13.14. Jacob, Tengku. 2004. Tragedi Negara Kesatuan Kleptokratis Ca tatan di Senjakala. Jakarta: Yayasan Obor. Jordan, Rai. 2017. Jokowi: Saya Yakin Media Mainstream Tetap Berperan Penting.

News.detik.com (9 Februari 2017) diakses dari [https:// news.detik.com/berita/d-3417821/jokowisayayakinmediamain streamtetapberperanpenting](https://news.detik.com/berita/d-3417821/jokowisayayakinmediamain%20streamtetapberperanpenting) pada 27 Januari 2018 pukul 12.20. Julianto, Pramdia A. 2016. Ekonomi Indonesia Dikuasi Oleh Hanya 20 Persen Penduduk Terkaya.w ww. Kompas.com. dikutip dari [http:// ekonomi.kompas.com/read/2016/04/06/155529426/Ekonomi. Indonesia.Hanya.Dikuasai.oleh.20.Persen.Penduduk](http://ekonomi.kompas.com/read/2016/04/06/155529426/Ekonomi.Indonesia.Hanya.Dikuasai.oleh.20.Persen.Penduduk).

Terkaya pada 28 Desember 2017 pu kul 10.32. Kandi, Rosmiyati D. 2017. Jokowi: Media Sosial Memusingkan Pemerintah. [www. cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) (9 Februari 2017). diakses dari [https:// www.cnnindonesia.com/nasional/2017020911195120192306/ jokowimedia-sosialmemusingkanpemerintah](https://www.cnnindonesia.com/nasional/2017020911195120192306/jokowimedia-sosialmemusingkanpemerintah) pada 27 Februari 2018. Katadata. 27 Agustus 2017. Pengguna Ponsel di Indonesia Mencapai 142% dari Populasi. Diakses dari pada 13 Maret 2018 pukul 12.58. Kementerian Kesehatan RI. 2016.

Bahan sosialisasi REGU LASI DAN PENGAWASAN IKLAN. Jakarta: Direktorat Jen dral Pusat Komunikasi Publik. Kristeva, J. (1980). Desire in Language: A Semiotic Approach to Litirature and Art. California: Basil Blackwell. Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Ken cana PrenadaMedia group. Levis, Leta Rafael, 1996. Komunikasi Penyuluhan Pedesaan. Bandung: PT 236 CITRA ADITYA BAKTI. Liddle, R.William. 1992.

Partisipasi & Partai Politik Indonesia pada Awal Orde Baru. Jakarta: Grafit. Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Ja karta: Kencana Prenadamedia Group. Littlejohn, Stephen dan Foss, Karen A. 2009. Encyclopedia of Communi cation Theory. California: SAGE Publications. Lohanda, Mona & Andreas Pardede. 2002. Antara Prasangka dan Realita: Telaah Kritis Wacana Anti Cina di Indonesia.

Jakarta: Pustaka Inspi rasi bekerjasama dengan Centre for Advocacy and Study of Human Rights (CASH), Centre for Advocacy and Study of Economics (CASE). Lull, James. 1998. Media Komunikasi Budaya. Jakarta: Ya yasan Obor Maktub, Abdul W. 2018. "Tatakelola dan Peningkatan Kualitas Pendidikan Tinggi Era Disrupsi Dan In dustri 4.0." Makalah disampaikan di Uni versitas Dr Soe tomo, 16 Maret 2018. Maddux, Robert B. 2009. Team Building: Kiat Membangun Tim Handal. Jakarta: Esensia. Manan, Bagir.

2010. Standar Kompetensi Wartawan. Jakarta: Dewan Pers. Marijan, Kacung. 2015. **Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru.** Cetakan ke4. Jakarta: Ken canaPrenada Media Group. Maxwell, John C. 2001. The Leading from the Locker. Student edition. Teenesse: Thomas Nielsen. Inc. McQuali, Denis. 1987. Mass Communication Theory. Beverly Hill: Sage Pu blication. Mohamad, Goenawan. 2001. Setelah Revolusi tak Ada Lagi. Jakarta: Alva beta. Mufid, Muhamad. 2012.

Etika dan Filsafat Komunikasi. Ja karta: Kencana Prenadamedia group. Mulyana, D. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Ban dung: Rosda karya. Mulyana, D. 2008. Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori, dan Aplikasi. Ban dung: Widya Padjadjaran. Mulyana, D. 2011. Komunikasi Lintas Budaya. Bandung: PT Rosdakarya. Mulyana, D. 2014. Komunikasi Politikpolitik Komunikasi. Bandung: Ros dakarya. Mudhofir, A. 2012. Urgensi Soft Skill bagi Profesi Guru. <http://digilib.uins by.ac.id/6465/> .

Naryoso, Agus. 2015. "Aku Tau Aku Terancam", Model Stra tegis untuk Me nyadarkan Perempuan Pekerja Seks Ban dungan terhadap Bahaya 237 HIV/AIDS", dalam buku Ko munikasi Dan Isu Publik, Yogyakarta: ASPIKOM. Novaria, Astri. 06082017. 4 Partai Pendukung Jokowi Ma tangkan Stra tegi Pilpres 2019 . www.metronews.com. diambil dari <http://news.metrotvnews.com/politik/ybDRw9AK4partaipendukungjokowi> matangkanstra tegipilpres2019 diakses pada 29 Januari 2018 pukul 13.49. Nasrullah, Rully. 2013.

Teori dan Riset Media Siber (Cyber media). Jakarta: Kencana PrenadaMedia group. Nugroho, Wisnu. 17 Mei 2017. www.kompas.com. diambil da ri <http://nasional.kompas.com/read/2017/05/17/16433321/jokowi.kalau.pki.nongol.gebuk.saja> diakses pada 29 Ja nuari 2018 pukul 12.58 Nurudin. 2017. Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Nurudin. 2017. Perkembangan Teknologi Komunikasi. Ja karta: RAJAWALI PERS. Panuju, Redi. 2000. Komunikasi Bisnis. Cet. ke2.

Jakarta: Gramedia Pus taka Utama. Panuju, redi. 2001. Komunikasi Organisasi dari Konseptual Teoretis ke Em piris. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Panuju, Redi. 2002. Krisis Public Relations. Yogyakarta: Pus taka Pelajar. Panuju, Redi. 2005. Nalar Jurnalistik Dasarnya Dasar Jurna listik. Malang: Bayu Media. Panuju, Redi. 2008. **Menulislah dengan**

Marah: Kiat Sukses Menulis Opini di Media Massa. Bandung: Nusa Media. Panuju, Redi. 2009. Oposisi Demokrasi dan Kemakmuran Rakyat.

Yogyakarta: Pustaka Book Publisher. Panuju, Redi. 2017. Sistem Penyiaran Indonesia: Sebuah Kajian Strukturalisme Fungsional. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Prajarto, Nunung. 2010. Bencana, Informasi, dan Keterlibatan Media, sebuah makalah, diakses pada 15 Desember 2017 Pukul 12.45 dari file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/10989210071PB%20(1).pdf. Pureklolon, Thomas T. 2016. Komunikasi Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Purwanto, Heri. 2005. Orang Cina Kwek dari Singkawang. Universitas Indonesia: disertasi S3 Antropologi Rafian's Journey. 2018. Resume Kapitaselekt Komunikasi. <https://shindohjourney.wordpress.com/seputarkuliah/resumekapitaselektakomunikasi>. 238 Raharjo, E. 2010. Change From Now. Yogyakarta: Yogya Bangkit Publisher. Rahmadi, Dedi (2017, 30122017). Kasus Penistaan Ahok Hingga Dibui 2 tahun. Dikutip dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/kasus-penistaanagamaolehahokhinggadibui2-tahun.html> diakses pada 30 Desember 2017 pukul 12.38 Reilly, Robert T. 1987. Public Relations in Action. New Jersey: Prentice Hall, Inc. Resmadi, Idhar & Sonny Yuliar. 2014.

kajian difusi inovasi konvergensi media di harian pikiran rakyat. Jurnal Sosioteknologi Volume 13 (2) 2014. Romli, Khomsahrial. 2014. Komunikasi Organisasi Lengkap. Jakarta: PT Grasindo edisi revisi. Rustan, A Sultra & Nurhakikki Hakki. 2017. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: DEEPUBLISH Sadikin, Rendy. 2018. Debat Netizen Tanggapi Sikap Najwa Shihab saat Wawancara Anies Baswedan. www.tribunews.com (online), 20180126. Diakses dari <http://www.tribunnews.com/metro-politan/2018/01/26/debat-netizentanggapisikapnajwashihabsaatwawancaraaniesbaswedan>, diakses pada 201803-08 pukul 14.35. Sahab, Ali. 2017.

Monograf Hiperealitas Pencitraan Risma: Persepsi Masyarakat Atas Kinerja Risma Sebagai Walikota Surabaya 20102015. Sidoarjo: Zifatama Publisher. Sambas, Syukriadi. 2016. Antropologi Komunikasi. Bandung: Pustaka Setia. Sari, A Andita. 2017. Dasardasar Public Relation Teori & Praktik. Yogyakarta: Deepublish. Schermerhorn, John R. 2009. Exploring Management. Amerika Serikat: John Wiley & Sons, Inc. Sembiring, Ita. 1998. Catatan & Refleksi Tragedi Jakarta 13 & 14 Mei 1998.

Jakarta: Elex Media Komputindo. Siregar, Ashadi (eds). 1997. Ilusi Sebuah Kekuasaan. Surabaya: ISAI & Ubaya. Syamsuddin, Nazaruddin. 1989. Integrasi Politik di Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Steinberg, Sheilla. 2007. An Introduction to Communication Studies. Cape Town: Juta & Co. Sinta2.ristik@dikti.go.id. Subikato, Henry & Rachma Ida. 2012. Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group.

Sugihartati, Rahma. 2014.

Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori 239 Sosial Kontemporer. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Sumardjan, Selo 1985. Pola Sosial Budaya dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan. Jakarta, makalah. Sulianta, Feri. 2010. Cyber Porn: Bisnis atau Kriminal. Jakarta: Elex Media Komputindo. Supriati. Euis dan Sandra Fikawati. 2009. Efek Paparan Pornografi pada Remaja SMP Negeri Kota Pontianak Tahun 2008. makara, sosial humaniora, vol. 13, no.

1, juli 2009: 4856. Surpiyanti, Makmur. 2014. Tentang Ilmu Pertahanan. Jakarta: Yayasan Obor. Suprpto, Tommy. 2009. Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi. Jakarta: PT Buku Kita. Suryasumantri, Jujun S. 1995. Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer. Jakarta: Sinar Harapan. Sukendar, Markus Utomo. 2017. Psikologi Komunikasi: Teori & Praktik. Yogyakarta: Deepublish publisher. Suwardi, Harsono dkk. 2002. Politik, Demokrasi, & Manajemen Komunikasi.

Yogyakarta: Galang Press. S. Budhisantoso, 1993. Pengaruh Globalisasi Informasi menuju Masyarakat Informasi Indonesia, makalah Turisno, Bambang Eko. 2012. " Perlindungan Konsumen Dalam Iklan Obat," Jurnal Masalah-masalah Hukum, EJournal Undip, Jilid 41 No. 1 Januari. Tubbs, Stewart & Sylvia Moss. 2005. Human Communication Prinsip Prinsip Dasar. Bandung: PT Rosdakarya. Utami, Anggi MV. 2015. Pergeseran Budaya Komunikasi pada era Media Baru.

eProceeding of Management: Vol.2, No.3 Desember 2015 | Page 4042. diakses dari file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/259148541SM.pdf. Utami, Esti. 2016. Kemampuan Otak Menyerap Informasi Hanya 20 Menit Pertama. (online). Dikuti dari <https://www.suara.com/tekno/2016/09/10/154100/kemampuanotakmenyerap-informasi-hanya-20-menit-pertama>, 20160910. Diakses pada 20180308, Pukul 13.36. Varner, Iris & Linda Beamer. 2011.

Intercultural Communication in the Global Workplace. Boston: McGrawHill Companies. Vivian, John. 2008. The Media of Mass Communication. Eleventh edition. Kanada: Pearson Education, Inc. Vocate, Donna R. 1994. Intrapersonal Communication: Different Voice, Different Mind. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publisher. 240 Wahyuni, Hermin Indah, Politik Media dalam Transisi Politik: dari Kontrol Negara Menuju Self Regulation Mechanism, Jurnal Ilmu Komunikasi (ISSN 18296564) Volume 4, Nomor 1, tahun 2007 Walcott, Esther. 2004. Seni Pengobatan Alternatif Pengetahuan dan Persepsi, Program ACICIS, Malang, 2004, h. 44; etd.repository.ugm.

ac.id/.../64669/.../S22013323306chapter1.pdf.. Walgito, Bimo. 2003. Psikologi Sosial

(Suatu Pengantar). Yogyakarta: CV Andi Offset. Warjio. 2015. Politik Belah Bambu Jokowi dari Mafia Politik sampai Islamfobia. Medan: Puspantara. Wedhaswari, Inggried.D. 2012. Jumlah Terbitan buku di Indonesia Rendah. www.kompas.com. Diambil dari <https://edukasi.kompas.com/read/2012/06/25/08121853/Jumlah.Terbitan.Buku.di.Indonesia>. Rendah. 25 Juni 2012, pada 16 Maret 2018 pukul 11.32.

Weiner, Mark. 2006. Unleashing The Power of PR. San Francisco: Wiley & Sons, Inc. West, Ricard & Lynn H Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika. Wibowo, A. Setyo. 2009. Hommage untuk Prof. Dr. M. Sastra pratedja Manusia TekaTeki yang Mencari Solusi. Yogyakarta: Yayasan Kane sius. Widyarini, Nilam. 2013. Membangun Hubungan Antar Manusia. Jakarta: Elexmedia Komputindo. Widjayanti, Nurani V. 2002.

Obatobatan, Yogyakarta, Kanius. Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Grasindo. Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo. Wood, Julia. T. 2013. Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian. Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika. Wright, Charles. 1959. Mass Communication: Sociological Perspective. New York: Random House. Yuliati, Dewi. 2000. Semboyan: Pers Bumi Putra dan Radikalisasi Sarekat Islam Semarang.

Semarang: Yayasan Akikarya IKAPI dan The Ford Foundation dan Penerbit Bendera. Zein, Abdul B. 2000. Cina dalam Potret Pembauran di Indonesia. Jakarta: Prestasi Insan Indonesia. Zamroni. 1992. Pengantar Pengembangan Teori Sosial. Yogyakarta: PT Tiara Wacana. GLOSARIUM A Active branding: kegiatan memperkenalkan merek agar dikenal luas masyarakat.

Acceptability: tingkat penerimaan khlayak terhadap seseorang atau dapat diterima. Aksiologi: dimensi ilmu pengetahuan yang cenderung memaparkan hakikat relevansi, fungsi, dan relasi suatu ilmu terhadap ilmu lain maupun terhadap kehidupan manusia. Jujun S Suryasumatri menyebutnya dengan pertanyaan "untuk apa?" Anomali Komunikasi Politik : Prof Deddy Mulyana, PhD (2014: 116) menguraikan konteks komunikasi politik di Indonesia.

Menurut Guru Besar Fikom Universitas Padjadjaran itu gejala komunikasi politik di Indonesia adalah politik paling aneh, paling absurd, paling unik, dan sekaligus paling sulit diramalkan. A tool for democracy: dipakai oleh Jan Van Dijk (2012) untuk menegaskan bahwa internet merupakan sarana untuk berdemokrasi. Hal tersebut disebabkan jumlah pemakai internet mengalami kelipatan sangat signifikan di masa depan, terutama karena informasi melalui internet dapat meningkatkan support pada

pemerintahan dan kepercayaan publik pada penyelenggaraan pemilu yang dikelola melalui teknologi informasi.

B Bidang Komunikasi: merupakan kategori atau jenis komunikasi yang mencakup peran komunikasi dalam menjelaskan fenomena yang lain. dalam buku ini dikenal misalnya: komunikasi pembangunan, Komunikasi politik, komunikasi budaya, Public relations, dan Komunikasi Bencana Bipolar: pembelahan opini publik menjadi dua. Terbelah **antara yang setuju dan tidak** setuju, antara yang mendukung dan menolak.

Yang satu sebagai diri (self) sedangkan yang lain sebagai pihak lain (others) Breakdown communication : komunikasi yang berantakan yang disebabkan oleh berbagai hal. Salah satunya adalah karena informasi atau pesan yang disampaikan diterima oleh yang bukan menjadi tujuannya. C Citizen Journalism : laporan berita yang dibuat oleh masyarakat biasa (bukan jurnalis). 242 Cross cultural communication: komunikasi lintas budaya.

Citra (image): kesan yang dipersepsikan oleh orang lain. Franks Jenkins membagi citra ke dalam beberapa jenis, yakni: (1) citra cermin (mirror image), yaitu citra yang tidak diharapkan dari si pemiliknya, harapannya positif ternyata dikesankan negatif; (2) citra kini (current image), yakni citra yang diperoleh dari aktivitas yang dilakukan maupun statement yang diluncurkan pada saat terakhir; (3) citra keinginan (wish image), yakni menunjukkan visi yang ingin dicapai pada saat tertentu; (4) citra korporasi (corporation image), yakni citra afiliasinya terhadap partai politik tertentu; (5) citra multi image, yakni berbagai citra yang mengemuka pada diri seseorang/lembaga; dan (6) citra penampilan (performance image), yakni **citra yang dibentuk oleh** penampilan diri.

Cultural lag : sebagai situasi sosial yang terdapat dua jenis kebudayaan, satu kebudayaan maju dengan pesat, sementara kebudayaan yang lain melambat. Rajendra Kumar Sharma (2007: 293) menegaskan bentuk kultural lag yang sering muncul dalam masyarakat adalah adanya kesenjangan antara aspek materiil dengan nonmateriil. D Distopian: yaitu pengikut aliran yang sangat berhati-hati dan bersikap berhati-hati terhadap teknologi.

Kelompok ini beranggapan bahwa dampak yang ditimbulkan oleh teknologi biasanya mengacaukan kehidupan sosial dan politik. Makanya, aliran ini mengkritik berbagai dampak negatif teknologi. Distrust: Kehilangan kepercayaan. Diversity of content : adanya keragaman dalam isi media. Undang-Undang Penyiaran, UU No. 32 Tahun 2002 misalnya mendorong tercapainya keragaman isi melalui keragaman kepemilikan (diversity of ownership).

Driver: software yang digunakan untuk menjalankan perangkat keras. E Efek penguatan (reinforcement): digunakan dalam teori efek media untuk menjelaskan bahwa media massa memiliki pengaruh namun hanya sekedar menguatkan gejala yang sudah ada.

Efek yang kuat (powerfull effect): digunakan dalam teori peluru untuk menggambarkan pengaruh yang sangat kuat dari media massa, seketika, dan tidak memberi peluang bagi khalayak untuk mengelak. Efek yang terbatas (The limited effect): digunakan dalam teori efek terbatas untuk menggambarkan kemampuan media yang sangat kecil atau terbatas dalam memengaruhi khalayak. Situasi sosial pada saat itu lebih terpengaruh oleh hubungan sosial atau interaksi langsung.

Electability: potensi seseorang untuk dipilih dalam suatu pemilihan umum, baik bagi calon anggota legislatif maupun eksekutif. 243 Elemen Komunikasi: sesuatu yang selalu terlibat dalam proses komunikasi. Antara lain komunikator, komunikan, umpan balik, pesan, sumber, hambatan, dampak, selektivitas, situasi, dan lingkungan.

Empathy: kemampuan seseorang menempatkan diri sebagai pihak lain. Epistem atau epistemologi: merupakan kaidah-kaidah yang digunakan oleh suatu ilmu pengetahuan untuk menyatakan bahwa dirinya benar. Dengan kaidah-kaidah itulah sebuah ilmu disusun dan dikembangkan.

Episteme menjawab pertanyaan "bagaimana ilmu disusun?" Esensi Komunikasi: menurut Deddy Mulyana esensi atau inti komunikasi adalah persepsi. Sebuah komunikasi hasilnya sangat ditentukan oleh persepsi. Bila persepsinya salah maka komunikasi juga akan salah. F Feedback: atau umpan balik merupakan respons yang dibuat oleh komunikan terhadap komunikator.

Fenomenology: merupakan cabang dari ilmu sosial yang mensyaratkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari. Field of experience: Wilayah/kerangka pengalaman. Follower: pengekor. Dalam komunikasi pemasaran, mereka ini cenderung mengadopsi sesuatu bila telah melihat orang lain memakai. Individu-individu pengekor pada umumnya disebut early second adopter. Frame of Reference: Kerangka acuan.

G Galaxy Gutenberg : Suatu era informasi yang ditandai oleh temuan Gutenberg berupa mesin cetak yang menyebabkan informasi lebih cepat dikemas dan disebarluaskan. Galaxy digital: suatu era yang ditandai dengan ditemukannya teknologi informasi dan komunikasi berupa internet yang memiliki kecepatan luar biasa dalam produksi dan distribusi informasi. Menurut Danesi, dua era tersebut sebenarnya hanya sebuah kelanjutan saja dari peradaban komunikasi.

H Hard skill : Merupakan keterampilan yang cenderung bersifat teknis. Dalam komunikasi misalnya, kemampuan **berbicara di muka umum** (public speaking), keterampilan menggunakan ka mera, kemampuan menggunakan me dia pembelajaran, dan se bagai nya. Hate speech: ujaran kebencian.

hypodermic needle: Peristiwa komunikasi menurut teori Jarum Suntik (hypoder mic needle) diibaratkan seperti hubungan SR yang serba mekanistik. Me **dia massa diibaratkan sebagai sebuah jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang** (Stimulus, R) yang amat perkasa (kuat) dan 244 menghasilkan tanggapan (Response, R) **yang kuat pula** dan bahkan secara spontan, otomatis, serta reflektif.

Halo effect: efek halo **merujuk pada fakta bahwa begitu kita mem bentuk kesan menyeluruh mengenai seseorang, kesan** menyeluruh tersebut membentuk **efek yang kuat atas penilaian kita akan** sifat-sifat yang spesifik. Kesan me nyeluruh tersebut sering timbul pada kesan pertama yang biasanya ber kesan kuat dan sulit digoyangkan. Bentuk efek Halo ini misalnya, begitu kita melihat dari kejauhan sebuah rumah yang modelnya spanyolan dan war nanya gemerlap langsung menyimpulkan pasti rumahnya ideal (padahal toiletnya belum ada, dapurnya belum dibangun). Hoax: kabar bohong.

I Impulsif: yaitu Kecenderungan membela diri membuat orang tidak cukup sabar untuk mendengarkan seluruh informasi diperoleh baru bereaksi. Mereaksi informasi dengan sedikit informasi atau informasi yang belum lengkap. Information values: informasi yang dianggap penting. Inner speech: bicara di batin. Irreversible: komunikasi tidak seperti teknologi yang bisa dihapus.

Meskipun katakata yang diucapkan sudah diralat, diperbaiki, dan disempurnakan, tetapi katakata tersebut tidak bisa dicabut kembali. Selalu ada bekas dalam ingatan orang lain. kata pepatah "orang bisa memaafkan tetapi belum tentu sungguh melupakan". Intercultural communication : komunikasi antarbudaya yang berbeda dalam suatu negara. Interest Group: Kelompok kepentingan.

Isolate: individu-individu yang cenderung mengucilkan diri dari ke lompok. K Kompetensi responsif: kemampuan seseorang memaknai sesuatu. Berupa kece patan memaknai, ketepatan memaknai, dan variasi memaknai. Komunikator: orang yang dalam proses komunikasi berperan sebagai pihak yang menyampaikan pesan. Sering juga disebut sebagai sender. Komunikan: orang yang dalam proses komunikasi berperan sebagai pihak yang menerima pesan. Sering disebut juga receiver.

Komunikasi Verbal: komunikasi yang kecenderungannya menyam paikan pe san dengan menggunakan katakata. Kebalikannya dise but komunikasi non verbal, yang cenderung

menggunakan bahasa tubuh (gesture), bahasa wajah (mimic) ataupun gerakan gerakan tertentu. L LAN (Local Area Networking): menandakan jaringan yang terjadi berada dalam area yang terbatas, menghubungkan antarkomputer yang berada di satu 245 gedung perkantoran atau satu lokasi yang memiliki beberapa gedung per kantor.

Level Komunikasi: jenis-jenis atau kategori komunikasi yang dibuat berdasarkan banyaknya orang yang terlibat dalam komunikasi. Dalam buku ini dikenal antara lain; komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi publik, dan komunikasi massa.

Media Online: pola komunikasi yang ada di media siber karena ada perangkat koneksi komputer dengan perangkat komputer yang lain. Media Online: adalah sarana komunikasi yang penyajiannya terkoneksi melalui internet, contohnya: email, website, blog, dan lain-lain. Secara umum semua media yang koneksinya menggunakan internet dapat disebut sebagai media online.

Members group: Kelompok yang terdiri dari individu-individu yang secara fisik menjadi anggota kelompok. Model Komunikasi: penyederhanaan dari konsep/teori komunikasi untuk menjelaskan sebuah kecenderungan dalam proses komunikasi. misalnya model Shannon & Weaver, model Wilbur Schramm, model Verber.

Mokusatsu: berarti taat, namun kini bila kita mencari di mesin pencari di mesin penerjemah google (google translate), artinya sudah berkonotasi buruk. Kata mokusatsu dalam bahasa Jepang, diterjemahkan oleh google stupid dalam bahasa Inggris. Adapun kata stupid diterjemahkan bodoh dalam bahasa Indonesia. Andaikan saat itu sudah ada kamus online dan tentara Amerika menerjemahkan kata mokusatsu melalui google translate, kira-kira marah tidak ya dikatai "bodoh" oleh orang Jepang? Mutual of understanding : Saling pengertian merupakan indikasi keberhasilan dalam komunikasi insani (human communication).

Pesan yang dikirimkan seseorang diterima dan dimaknai sama atau nyaris sama oleh penerimanya. Neo Futurism : yaitu mereka yang menganggap bahwa manusia tidak bisa melepaskan diri dari teknologi. Teknologi adalah fenomena yang membuat manusia harus mengikutinya, diatur, dan bahkan diarahkan ke masa depan manusia.

Aliran ini memandang bahwa yang paling penting dilakukan oleh manusia adalah mengantisipasinya. News values: nilai berita, sesuatu yang dijadikan acuan oleh para jurnalis untuk menetapkan apakah sebuah peristiwa layak untuk diberitakan. Nilai (values): adalah sesuatu yang menyebabkan sesuatu menjadi penting, dianggap penting, atau lebih penting dari yang lain.

Realitas empiris menjadi 246 penting karena mendapat dampak dari ilmunya. Sebagai contoh, tentang gigi. Semua orang punya gigi, dan sering tidak menganggap penting kecuali ketika digunakan untuk mengunyah. Padahal ketika gigi tersebut dipelajari, diteliti, dan dihipotiskan dalam sebuah narasi, benda gigi yang kurang lebih beratnya 2 ons itu bisa menjadi berbukubuku, karena dokter yang mengambil spesialis gigi butuh waktu lima tahunan untuk mempelajarinya.

O One man show : Individu-individu yang ingin menonjolkan diri dan cenderung tidak mau **bekerja sama dengan orang lain**. Ontologi: dimensi filsafat ilmu yang menjabarkan struktur materi dari ilmu tersebut atau apa dari suatu ilmu (pengetahuan). Opinion Leader: orang-orang yang diposisikan sebagai individu yang dipercaya pendapatnya sebagai rujukan. Belum tentu pemimpin formal.

Sangat mungkin pemimpin informal. Opinion News : berita yang didasarkan pada pendapat narasumber. Sering disebut juga talking news. Overload of Information: Kejenuhan informasi yang disebabkan sering menerima pesan yang sama dan disampaikan dengan cara yang sama. T Transfer of meaning: pengoperan pesan (messages) dari orang ke orang lain.

P Paradoks komunikasi: yaitu di satu sisi komunikasi merupakan fungsi konstruktif dari tujuan interaksi manusia, namun tak jarang justru komunikasi menjadi sebab terjadinya keadaan yang merusak interaksi itu sendiri. Beberapa prinsip menghindari paradoks komunikasi. Parasocial relationship: diperkenalkan oleh Joseph R Dominick untuk mengilustrasikan ketimpangan dalam komunikasi antara interaksi manusia dengan sesama dan interaksinya dengan media massa. Interaksinya yang sangat tinggi terhadap media menyebabkan manusia lebih mengenal dan merasa lebih akrab dengan segala sesuatu yang ada di media.

Dengan para selebriti mental dari A sampai Z sementara tetangga sebelahnya namanya di rumah sakit tidak tahu. Persepsi: proses mental yang menghasilkan bayangan pada individu. Pressure group: kelompok penekan. Precision journalism: jurnalistik yang didasarkan pada kaidah-kaidah penelitian ilmiah. Hasilnya dianggap lebih tepat (presisi).

Protocol: identitas tunggal yang dimiliki alamat internet. Pseudo communication: atau komunikasi semu, yaitu distorsi komunikasi yang disebabkan faktor manipulasi ideologis. 247 Public speaking: adalah cara yang digunakan dalam komunikasi publik dengan berbicara langsung dengan khalayaknya.

Teknik berbicara di depan khalayak ini sering disebut pidato. Public relations officer: orang-orang yang secara struktural dan resmi diberi tugas untuk menjalankan fungsi hubungan masyarakat. R Record keeping: sebuah pengamatan oleh petugas humas untuk mencatat segala kegiatan yang dilakukan oleh institusi.

Reference group : individu-individu yang bukan anggota tetapi menjadi rujukan dalam kelompok. S Selective Perception. Mulyana (2005: 211) menggunakan istilah kesalahan atribusi, yaitu proses internal dalam diri kita dalam upaya memahami orang lain misalnya dengan mengamati penampilan fisik dan digunakan untuk menyimpulkan sifat-sifat yang spesifik. Kesalahan atribusi cenderung disebabkan kita menyimpulkan sesuatu dari atribut yang ada.

Contoh kesalahan atribusi ini adalah begitu melihat orang berdasi dan berpakaian rapi langsung menyimpulkan dia seorang eksekutif (padahal sopir seorang pejabat) atau hanya melihat kepalanya yang botak langsung disimpulkan dia orang yang cerdas. Security approach: pendekatan keamanan. Segala sesuatu dilihat terlebih dahulu dari aspek keamanannya.

Pada masa Orde Baru pendekatan ini diwujudkan dalam trilogi pembangunan yang berisi antara lain: stabilitas nasional. Self talk: bicara sendiri. Semantic noise: gangguan komunikasi yang disebabkan faktor bahasa Sistem operasi: perangkat yang digunakan untuk menginstal berbagai perangkat lunak sehingga dapat digunakan untuk mengakses internet. Social change: Perubahan sosial.

Soft skill: dimaknai sebagai keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (interpersonal skills) dan keterampilan dalam mengatur dirinya sendiri (intrapersonal skills) yang mampu mengembangkan unjuk kerja secara maksimal. step flow information : tahap-tahapan informasi sampai kepada sasaran. Ada yang hanya satu tahap (one step flow) namun ada yang membutuhkan beberapa tahapan (multistep flow).

Stereotype: menggeneralisasi sifat-sifat seseorang berdasarkan identitas pada suatu kelompok tertentu. Misalnya: orang Yahudi Cerdas, Orang Perancis romantis, orang berjenggot teroris, dan sejenisnya. Surveillance: pengawasan. Media memiliki fungsi pengawasan. 248 U Unobtrusive Measurement: Melakukan riset secara sembunyi-sembunyi terhadap objek ataupun subjek.

V Variasi Memaknai: cara menyajikan makna meliputi fokus pada detail, kausalitas, memanfaatkan celah, membandingkan, kronologi, interaksi simbolik, dan campuran. W WAN (a wide area network): jejaring yang terjadi mengoneksikan area yang lebih luas,

antartempat, antar Negara, hingga ke dunia secara global. Masing masing perangkat penghubung memiliki identitas tunggal tersendiri yang disebut dengan protocol.

Web Browser : (merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan surfing di internet. Website: atau disebut juga Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, dan aplikasi, dan bahkan berisi tautan dari halaman web lain. TENTANG PENULIS Dr. Redi Panuju, M.Si., lahir di Medan 16 Juli 1964. Hidupnya no maden karena mengikuti orang tuanya.

Akibatnya lakon pen di dik annya berliku. SD sampai SMP dise le saikan di Lam - pung Selatan (kini Tan jungka rang Bandar Lam- pung), SMA hingga S-1 diselesaikan di Yog ya - karta. SMA N 2 Sleman (lulus tahun 1983).

S-1 di Fisipol UGM jurusan Ilmu Komunikasi (lulus tahun 1989), S-2 bi dang studi Public Policy di Pascasarjana UN TAG Surabaya, dan S-3 di Universitas Merdeka Malang bidang Ilmu Sosial (disertasinya tentang Radio Komunitas di Tulung agung). Bergabung di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr Soetomo se - jak tahun 1989 hingga sekarang.

Pernah menjabat Dekan Fikom (1993- 1997), Pembantu Rektor I (1997-2001, 2001-2005), balik kucing Dekan (2016-2020). Pernah menjadi anggota Komisi Penyiaran Indonesia Dae - rah (KPID Jatim) periode 2007-2010 dan periode 2013-2016. Buku yang telah dipublikasikan: 1. Komunikasi Bisnis (Gramedia Pustaka Utama, 1995); 2. Ilmu Budaya Dasar dan Kebudayaan (Gramedia Pustaka Utama 1994); 3.

Sistem Komunikasi Indonesia (Pustaka Pelajar, 1997); 4. Komunikasi Organisasi (Pustaka Pelajar, 1998); 5. Relasi Kuasa (Pustaka Pelajar, 2000); 6. Krisis Publik Relations (Pustaka Pelajar, 2002); 7. Nalar Jurnalistik (Bayu Media, 2005); 8. Intrik Sampek Elek Sampek Entek (Pustaka Pelajar, 2002); 9. Jebule Prof Jebule (Pustaka Pelajar, 2003); 10. Arjuna Mencari Mati (Pustaka Pelajar, 2003); 11. Api Perawan (Pustaka Pelajar, 2004); 12.

Lelaki Pendusta (Pustaka pelajar, 2004); 13. Pasetran Ganda Mayit—Kisah Negari Setan (Pinus Media, 2005); 250 14. Bali Surga Para Anjing (Pinus Media, 2007); 15. Ngejomblo No, Kawin Yes! (Pustaka Pelajar, 2008); 16. Menulislah dengan Marah (2008); 17. Oposisi, Demokrasi, dan Kemakmuran Rakyat (Pinus, 2009); 18. Republik Dagelan (Pinus, 2010); 19. Jago Loby dan Nagosiasi (Pre-Book Yogya, 2011); 20.

Literasi Media Televisi (KPID Jatim dan SKPID Prov Jatim, 2012 ditu- lis bersama 8 penulis lainnya); 21. Cara Mengatasi Unjuk Rasa dengan Bijak Ala Pakde Karwo, Sekprov Jatim, 2012; dan 22. Sistem Penyiaran Indonesia (PrenadaMedia Group, Jakarta, 2015), edisi kedua (2017).

INTERNET SOURCES:

<1% -

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44544/2/cetak%20FIX%20Retorika%20Dakwah%20Lengkap-%20Vini.pdf>

<1% - <http://repository.unp.ac.id/12920/1/IKLIM%20KELAS.pdf>

<1% - <https://s3.amazonaws.com/elexmedia/preview/9786020459257.pdf>

<1% - <https://s3.amazonaws.com/elexmedia/preview/9786020459363.pdf>

<1% - <https://s3.amazonaws.com/elexmedia/preview/9786020488974.pdf>

<1% -

<https://news.detik.com/berita/d-2918647/ancaman-pidana-pembajakan-dvd-pedagang-sampai-pengelola-mal-bisa-kena>

<1% -

<http://pps.uin-suka.ac.id/attachments/category/55/Fikih%20dan%20HAM%20Best%20Practice%20KUA.pdf>

<1% -

<https://www.ojk.go.id/apu-ppt/id/peraturan/uu/Documents/UU%20Nomor%209%20Tahun%202013%20tentang%20TPPT.pdf>

<1% - <https://s3.amazonaws.com/elexmedia/preview/9786020458854.pdf>

<1% -

<https://asa-keadilan.blogspot.com/2014/12/sekilas-lintas-tindak-pidana-bidang-hak.html>

<1% -

<https://erafindoel-faqih.blogspot.com/2007/09/berpuasalah-agar-engkau-menjadi-sehat.html>

<1% -

<https://lailatur-rahmah.blogspot.com/2011/05/pendidikan-dan-masyarakat-pendidikan.html>

<1% - <https://alkitab.sabda.org/illustration.php?topic=42>

<1% -

<https://materi4belajar.blogspot.com/2017/03/6-contoh-cerita-fantasi-singkat-cerita.html>

<1% -

<https://sryalam.blogspot.com/2016/03/contoh-skripsi-ilmu-komunikasi-terbaru.html>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/314929242/Islam-Doktrin-Dan-Peradaban>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/166683530/Menari-Di-Bumi-Lontara>

<1% -

<http://streamindo.xyz/2019/09/bokep-indo-anak-gadis-pembantu-memberikan-kenikmatan-seks.html>

<1% -

<https://id.123dok.com/document/zgwkxwvy-sma10sos-sosiologi-suhardisrisunarti.html>

<1% - <https://duniafisika-suherman.blogspot.com/2011/11/buku-kelas-ix-smp.html>

<1% -

<https://bangundwiatmojo.blogspot.com/2012/10/soal-un-sosiologi-dan-jawabanya.html>

<1% -

http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13097/11/D_902011106_BAB%20V.pdf

<1% -

<https://www.suara.com/tekno/2016/09/10/154100/kemampuan-otak-menyerap-informasi-hanya-20-menit-pertama>

<1% - <https://id.wikihow.com/Mengadakan-Rapat-yang-Efektif>

<1% - <https://issuu.com/harianbhirawacetak/docs/binder4sept18>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/390239256/332136945-Ilmu-Pendidikan-Islam-pdf-pdf-pdf>

<1% -

<https://arsy22.blogspot.com/2016/09/peranan-cbis-dalam-sebuah-organisasi.html>

<1% - <https://dodisnet1983.blogspot.com/>

<1% - <http://daftarkursusdaring.kemdikbud.go.id/Juknis%20Kursus%20Daring.pdf>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/407193198/LITERASI-DIGITAL-GENERASI-MILENIAL-pdf>

<1% -

<https://masrais.blogspot.com/2012/02/pengaruh-internet-bagi-perkembangan.html>

<1% -

<https://accounting-media.blogspot.com/2013/05/metode-pencatatan-dalam-penggabungan.html>

<1% - <https://bengkelmotorarmes.blogspot.com/2010/06/modul-kewirausahaan-2.html>

<1% - <https://devitaapriyadi.blogspot.com/2012/11/semiotika.html>

<1% - <http://repository.unpas.ac.id/30541/3/Bab%20II.pdf>

<1% - <https://radicaliez.blogspot.com/2013/>

<1% -

<http://rajif-dri-a.blog.ugm.ac.id/2012/04/22/dasar-ontologi-epistemologi-dan-aksiologi-ilmu-politik-di-jurusan-politik-dan-pemerintahan-fisipol-ugm/>

<1% - <https://pelangisingosari.files.wordpress.com/2010/01/pdls-23.doc>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/344206483/E-book-Perpustakaan-Dan-Penghidupan-Orang-Pinggiran>

<1% -

http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PSIKOLOGI/196605162000122-HERLINA/IP-TM3_KOMUNIKASI.pdf

<1% -

<https://mudah-bahasaindonesia.blogspot.com/2016/01/contoh-kalimat-menggunakan-kata-dari.html>

<1% - <https://ageha15.wordpress.com/>

<1% -

<https://pgribotumoitto1.wordpress.com/2012/06/07/rangkuman-ketermapilan-menulis/>

<1% - <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/PUST4209-M1.pdf>

<1% -

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/10/21/riset-indeks-sistem-pensiun-indonesia-masih-di-bawah-malaysia-dan-singapura>

<1% - <http://www.bukuperbatasan.com/tag/menulis-ceritra/>

<1% - <https://stkw-surabaya.ac.id/berita/ranking-pt-dan-tradisi-penulisan-ilmiah/>

<1% - <https://spada.ristekdikti.go.id/berita>

<1% - <https://es.scribd.com/document/351022984/kedaulatanrakyat-20170609>

<1% - https://issuu.com/harianberitametro/docs/combine_bc144a761c0463

<1% -

https://www.academia.edu/7910387/PEDOMAN_SISTEM_INFORMASI_PENGEMBANGAN_KARIR_DOSEN_SI-PKD

<1% -

<http://litbang.kemendagri.go.id/website/ranking-pt-permen-dan-tradisi-penulisan-ilmiah/>

<1% - <https://edyarmalik.blogspot.com/2011/01/>

<1% - <https://nasrul09.wordpress.com/2018/01/15/dibutuhkan-jurnal-multidisipliner/>

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/15november2016>

<1% - https://issuu.com/waspada/docs/waspada__minggu_2_september_2012

<1% - <https://ml.scribd.com/doc/45670466/16>

<1% - <https://psychology.blogspot.com/search/label/Psikologi%20Manajemen>

<1% - <https://pt.scribd.com/document/137168135/0001-model-komunikasi>

<1% - https://issuu.com/inilahkoran2/docs/28_juni_14

<1% - https://www.academia.edu/8368684/Makalah_persepsi_psikologi

<1% - https://www.slideshare.net/Radyastuti_02/5-persepsi-komunikasi

<1% - <https://tryandyka.blogspot.com/2016/02/psikologi-sosial-sebagai-dasar.html>

<1% -

<https://catatanilmukomunikasi.blogspot.com/2014/08/dinamika-sosiologi-komunikasi-antar.html>

<1% - <https://jofipasi.wordpress.com/2013/01/page/3/>

<1% - <https://thesis.eur.nl/pub/10604/Irmasanthi%20Danadharta.doc>

<1% -

<https://mudah-bahasaindonesia.blogspot.com/2016/02/contoh-kalimat-menggunakan-kata-pada.html>

<1% -

https://www.academia.edu/28619451/BAB_I_PENGERTIAN_PENDAPAT_UMUM_PUBLIC_OPINION

<1% -

<https://nisaasriamalia.blogspot.com/2018/01/pengaruh-orang-tua-sebagai-motivator.html>

<1% - <https://pelajaricaranya.blogspot.com/2016/01/>

<1% -

<https://riskaoptimis.blogspot.com/2013/02/sensasi-dan-persepsi-dalam-komunikasi.html>

<1% - https://issuu.com/koranpagiwawasan/docs/wawasan_20161110

<1% - <http://digilib.unila.ac.id/20068/2/BAB%20II%20MBI.pdf>

<1% - <https://bagawanabiyasa.wordpress.com/page/6/>

<1% -

<https://ragambahasakita.blogspot.com/2015/08/hubungan-menyimak-dengan-berbicara.html>

<1% - <https://zombiedoc.com/vol-25-s-sept-2017.html>

<1% - https://humaniora.web.id/psikopedia/artikel/psikologi_analisis/

<1% - <https://lutlifauzan.wordpress.com/2009/11/24/139/>

<1% - <https://issuu.com/indiwansx/docs/semiotikaindiwanseto>

<1% - <https://adiprakosa.blogspot.com/2008/07/komunikasi-kelompok.html>

<1% - https://rolandumas.blogspot.com/2014/05/a_20.html

<1% - https://issuu.com/koranpagiwawasan/docs/wawasan_20150127

<1% -

https://www.academia.edu/7716498/Teori_Komunikasi_Kelompok_Teori_Komunikasi_Kelompok

<1% - https://www.academia.edu/28629685/Komunikasi_Interprofesional.docx

<1% - <http://repository.unpas.ac.id/11787/4/BAB%20II.docx>

<1% - <https://kuliahkomunikasi.blogspot.com/2009/01/komunikasi-kelompok.html>

<1% - <https://2matabiru.blogspot.com/2012/05/sosiologi-komunikasi-sosiologi.html>

<1% - <https://yohannes-suraja.blogspot.com/2012/08/kepemimpinan-yang-efektif.html>

<1% -

<https://pendidikan.co.id/pengertian-artikulasi-dan-faktor-yang-mempengaruhinya/>

<1% - <https://phinemo.com/38-nama-kota-ini-sama-persis-kok-bisa-ya/>

<1% -

https://www.academia.edu/2759012/Desentralisasi_dan_Otonomi_Daerah_di_Indonesia_Konsep_Pencapaian_dan_Agenda_Kedepan

<1% -

<https://id.123dok.com/document/6qm8pg8z-kelas7-pendidikan-pancasila-dan-kewarga-negaraan-buku-siswa-1651.html>

<1% - <https://agroedupolitan.blogspot.com/2017/06/anatomi-organisasi.html>

<1% -

https://mafiadoc.com/pemanfaatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-journal_5a3319631723dd7c0362fa61.html

<1% -

<https://kisahmesra.blogspot.com/2015/12/dark-secret-setiap-orang-mempunyai-sisi.html>

<1% -

<https://dermawanwaruwu.blogspot.com/2015/08/bab-v-kekuasaan-dalam-gereja.html>

<1% -

<https://organisasi.malangkota.go.id/2014/05/30/penyusunan-analisa-beban-kerja/>

<1% -

https://www.academia.edu/17591431/Peran_dan_Fungsi_Partai_Politik_Islam_sebagai_Rumah_Aspirasi_Masyarakat

<1% -

https://www.academia.edu/31857759/FAKTOR_FAKTOR_MEDIA_DALAM_KOMUNIKASI_PERSUASI

<1% -

<http://blog.unnes.ac.id/saffanata/2015/11/09/fenomena-media-sosial-sebagai-media-ek-sistensi-diri-kalangan-remaja/>

<1% - https://issuu.com/lampungpost/docs/lampung_post_edisi_28_november_2011

<1% -

https://www.bpk.go.id/assets/files/magazine/edisi-5-vol-ii-mei-2019_edisi_5__vol__ii_mei_2019_1564452724.pdf

<1% -

<https://rowlandpasaribu.files.wordpress.com/2013/09/b-m-rachman-islam-dan-liberalisme.pdf>

<1% -

<https://gretha.my.id/audiobuku/sma/sma11/pkn11/sma-11-pkn-bab-9-mencermati-potret-budaya-politik-masyarakat-indonesia/>

<1% -

<https://www.slideshare.net/trisnaalient/sosiologi-1-menyelami-fenomena-sosial-di-masyarakat>

<1% - <https://bintacecilia.blogspot.com/2014/>

<1% -

<https://planetkata.blogspot.com/2007/04/memantapkan-identitas-bangsa-melalui.html>

<1% - <https://hening24go.blogspot.com/p/pkn.html>

<1% - <https://gshk.blogspot.com/2010/07/dominasi-kebudayaan-jawa-dalam.html>

<1% -

<http://digilib.uin-suka.ac.id/7918/1/SITI%20HUSNA%20AINU%20SYUKRI%20KAJIAN%20KETERKAITAN%20BUDAYA%20PERUSAHAAN%20YANG%20DITERAPKAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20KERJA%20KARYAWAN%20DAN%20KINERJA%20KARYAWAN.pdf>

<1% - <https://core.ac.uk/download/pdf/33339165.pdf>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/363164965/Pembelajaran-Jarak-Jauh-Berbasis-Teknologi-Informasi-Dan-Komunikasi-Tik-2>

<1% -

https://www.researchgate.net/publication/332469989_MENGENAL_4C_LEARNING_AND_INNOVATION_SKILLS_UNTUK_MENGHADAPI_ERA_REVOLUSI_INDUSTRI_40_1

<1% -

<https://id.123dok.com/document/y49nvk5z-21901169-bimbingan-dan-konseling-pdf.html>

<1% - <https://rumahfilsafat.com/2012/05/11/menciptakan-perdamaian-yang-sejati/>

<1% - <https://issuu.com/radarlampung/docs/010609>

<1% - <https://issuu.com/freedominstitute/docs/fins-dari-langit-chapter-1-ebook>

<1% - <https://abinissa.wordpress.com/2007/11/05/>

<1% - <http://rencanamu.id/post/sudut-pandang/punya-sifat-ambisius-baik-atau-buruk>

<1% - https://issuu.com/koranpagiwawasan/docs/wawasan_20150831

<1% -

<https://www.cumicumi.com/news/cumi-celebs/163227/mak-vera-sebut-anak-didik-tak-tahu-balas-budi-begini-tanggapan-chand-kelvin>

<1% -

<https://nasional.kompas.com/read/2017/11/07/08020091/cara-cerdas-mencegah-penyebaran-hoax-di-media-sosial?page=all>

<1% - https://www.academia.edu/36042237/Karya_Inovatif.docx

<1% -

http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/laporan/laporan_perilaku_keuangan_rumah_tangga_berpenghasilan_rendah.pdf

<1% - <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/download/6477/3074>

<1% -

<https://docplayer.info/62645266-Prosiding-seminar-nasional-vokasi-dan-teknologi-2017-semnasvoktek.html>

<1% -

<http://www.organisasi.org/1970/01/cara-cepat-akrab-dengan-orang-baru-dikenal-orang-asing.html>

<1% - <https://semangatinspirasi.blogspot.com/2012/06/?m=1>

<1% - <https://issuu.com/sripoku/docs/18112012>

<1% - <https://catatan-anakfikom.blogspot.com/2012/04/>
<1% -
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43879/1/RUPYANI-FDK.pdf>
<1% - <https://kajianbudayadanmedia.blogspot.com/>
<1% - <https://dwichristianto.blogspot.com/>
<1% - https://issuu.com/yeffryhandoko/docs/jurnal_vol_2__no_1
<1% - <https://makalahme02.blogspot.com/feeds/posts/default>
<1% -
https://www.academia.edu/37314195/Corporate_Manual_SUMBER_DAYA_MANUSIA_Metland_Hotels_Group
<1% - https://mhariwijaya.blogspot.com/2010_05_16_archive.html#!
<1% - <https://westborneojourney.blogspot.com/2007/03/>
<1% - <https://rahmanrosemary13.blogspot.com/2010/09/>
<1% - <https://fikom-jurnalistik.blogspot.com/feeds/posts/default>
<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/05january2016>
<1% -
<https://saipudinikhwan.files.wordpress.com/2014/01/etika-filsafat-komunikasi.docx>
<1% - <https://agenmakalah.blogspot.com/2014/11/bab-i-pendahuluan-a.html>
<1% - https://issuu.com/beritacianjur.com/docs/edisi_11_januari_2017_ed._362
<1% - <https://tutiimagine.blogspot.com/2008/01/pilihan-yang-tepat.html>
<1% -
https://issuu.com/roesdiantoshaffansagarino/docs/scholastik_-_coulum_2-rev-akhir
<1% - <https://wikiescapade.wordpress.com/tag/indonesia/>
<1% - <https://aryanatha.wordpress.com/>
<1% -
https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/6797/bab%202_2002hba.pdf?sequence=9&isAllowed=y
<1% - <https://jakarta45.wordpress.com/tag/anti-corruption/page/4/>
<1% -
<http://rajatrepik.com/penjelasan-partai-garuda-tak-populer-tapi-lolos-jadi-peserta-pemilu/>
<1% - <https://issuu.com/swarakita2013/docs/11032013>
<1% -
<https://international.sindonews.com/read/1236022/40/tragedi-rohingya-pengkhianatan-nobel-perdamaian-suu-kyi-1504336823>
<1% -
<https://www.inimedan.com/edy-rahmayadi-ini-perayaan-untuk-rakyat-tidak-boleh-dibuat-main-main/>
<1% -
<https://jasaskripsiinformatika.blogspot.com/feeds/posts/default?orderby=updated&max>

-results=999

<1% - <https://digitalinbro.com/cara-menjadi-dropshipper-sukses/>

<1% -

https://mafiadoc.com/bimbingan-dan-konseling_5a0450631723dd9899458759.html

<1% - <http://ptpn10.co.id/uploads/emag/emagz27.pdf>

<1% - <https://id.scribd.com/presentation/389759212/114587-kuliah-13-Informasi-Obat>

<1% - <https://id.scribd.com/presentation/388513859/Peraturan-Iklan-Obat-Herbal-1>

<1% -

<https://kutuskutusteam88jkt.com/wp-content/uploads/2018/02/legalitas-kutus-kutus.pdf>

<1% - https://issuu.com/joglosemar/docs/epaper_edisi_04_april_2014

<1% - <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/download/154/110>

<1% - <https://memelku.wordpress.com/>

<1% - <https://ilmubayoe.blogspot.com/2015/01/segi-segi-negatif-obat.html>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/355216268/smk10-teknikgrafiskomunikasi-kertaseni-blogspot-com-pdf>

<1% -

<https://puttrapramana.blogspot.com/2012/09/iklan-tcm-hubungan-dengan-hukum-dan.html>

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/127915131/Putusan-sidang-78-PUU-2011-Telah-Baca-3-Okt-2012>

<1% -

<https://henrysubiakto.blogspot.com/2012/04/televisi-dan-regulasi-sistem-siaran.html>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/248694885/batam-pos-6>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/260516852/WANTARA-72-WEB-pdf>

<1% -

<https://heriheryadi51.blogspot.com/2014/04/komunikasi-daring-heri-heryadi.html>

<1% - <https://balian86.wordpress.com/author/balian86/page/4/>

<1% -

https://www.kompasiana.com/faisal_riza/menyoal-iklan-pengobatan-tradisional_54f6e805a33311de5b8b4ab2

<1% - <https://id.scribd.com/doc/281712042/Kliping-Hukum-Dan-Peradilan-Edisi-4-2015>

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/23july2015>

<1% -

https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_19_Tahun_2002

<1% -

<https://xcontohmakalah.blogspot.com/2013/09/hubungan-di-antara-pengobatan.html>

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/27april2017>

<1% - <http://research-report.umm.ac.id/index.php/API-BAA/article/download/2435/2309>

<1% - https://www.researchgate.net/publication/329338836_Etika_Jurnalistik_dan_Jurnalisme_Bencana_pada_Pemberitaan_Gunung_Agung_di_Portal_Berita_Balipostcom

<1% - <http://litbang.kemendagri.go.id/website/data/media/2019-04.pdf>

<1% - <https://hariantanpabatas.blogspot.com/2013/02/pengertian-komunikasi-politik.html>

<1% - <https://roejha.blogspot.com/2016/10/soal-dan-jawaban-teori-akuntansi-bab-i.html>

<1% - <https://issuu.com/hariannasional/docs/30-31jan2016th03no801>

<1% - <https://www.ngelmu.co/kata-bersayap-sby-menuju-koalisi-prabowo/>

<1% - <https://sahrudin-lubis.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/266492190/Membela-Kebebasan-Beragama-1>

<1% - <https://rodapembebasan.blogspot.com/>

<1% - <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/sls/article/download/1394/1352>

<1% - <https://www.scribd.com/document/370588238/Publication>

<1% - <https://www.slideshare.net/hastapurnama/media-indonesia-15-maret-2014>

<1% - <https://kabar24.bisnis.com/read/20180424/15/788331/wapres-jk-enggan-ikut-kontestas-pilpres-2019-ingin-istirahat>

<1% - <http://ptpn10.co.id/uploads/emag/emagz16.pdf>

<1% - <https://news.detik.com/berita/d-3417681/jokowi-tak-perlu-mengeluh-mendengar-hal-yang-ada-di-medsos>

<1% - <https://nasional.kontan.co.id/news/survei-kompas-708-responden-puas-kinerja-jokowi>

<1% - <https://www.kompasiana.com/jes1004/59f32bff28d54e386762d314/3-tahun-masa-jabatan-jokowi-jk-bagaimana-respon-masyarakat>

<1% - <https://nusantara.news/tidak-penting-puti-trah-soekarno/>

<1% - <https://hukumbisnislucky.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://issuu.com/haluan/docs/hln050916>

<1% - <https://bardamandrawata.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://www.scribd.com/document/374254059/MediaIndonesia-14-03-2018-14032018044016>

<1% - <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/24720/NTI2Mjk=/Persepsi-adaptasi-dan-ha>

mbatan-komunikasi-antarbudaya-mahasiswa-luar-jawa-Studi-Deskriptif-Kualitatif-Tentang-Persepsi-Adaptasi-dan-Hambatan-Komunikasi-Antarbudaya-Mahasiswa-Luar-Jawa-Dengan-Mahasiswa-Jawa-Fakultas-Ilmu-Sosial-Dan-Ilmu-Politik-Uni-abstrak.pdf

<1% -

<https://www.abeebooks.com/9780073377742/Intercultural-Communication-Global-Workplace-Iris-0073377740/plp>

<1% - https://issuu.com/koranpagiwawasan/docs/wawasan_20190226

<1% -

<https://almyzarlis.blogspot.com/2012/05/antropologi-sosial-budaya-sebagai-akar.html>

<1% - <https://mr-brainy.blogspot.com/>

<1% -

https://bsd.pendidikan.id/data/SMA_11/Antropologi_1_Kelas_11_Emyy_Indriyawati_2009.pdf

<1% -

<https://www.kompasiana.com/kusum/5af01248caf7db5de86e4362/menghindari-ujaran-kebencian-dimulai-dari-keluarga>

<1% -

<https://suwardilubis.blogspot.com/2016/01/perkembangan-media-modern-dan.html#!>

<1% -

<https://sucianimade.blogspot.com/2009/04/teknologi-informasi-dan-komunikasi.html>

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/280506719/Dunia-Teknologi-Informasi-Dan-Komunikasi>

<1% -

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3051109/jumlah-pengguna-internet-dunia-sentuh-38-miliar>

<1% -

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers

<1% - https://issuu.com/redaksicakrawalapost/docs/cakrawala_post_edisi_2

<1% -

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4377213/tiap-bulan-kominfo-jaring-1000-konten-prostitusi-online>

<1% - <https://tipskomputer.net/perangkat-lunak-komputer/>

<1% -

<https://daily.oktagon.co.id/perilaku-orang-indonesia-menggunakan-internet-dan-smartphone/>

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/31october2016>

<1% - <https://ikemurwanti.blogspot.com/2011/>

<1% -

https://www.academia.edu/33136168/Membaca_Pikiran_Orang_Lewat_Bahasa_Tubuh
<1% - <http://takihumasunj.com/>
<1% -
<https://nasional.kompas.com/read/2017/06/12/07462921/jika.khilafah.berdiri.apakah.pancasila.tetap.ada.?page=all>
<1% -
https://www.kompasiana.com/yuhdyanto/peranan-media-massa-dalam-kehidupan-sosial-dan-politik-indonesia_552a36486ea834f649552d3c
<1% - https://issuu.com/inilahkoran/docs/02_okt_14
<1% - <https://bayudardias.staff.ugm.ac.id/category/artikel-media/>
<1% -
<https://www.kaskus.co.id/thread/59c37006de2cf29d698b4567/habib-riziek-gerombolan-pki-panik-dan-kalap-siaga-revolusi/2>
<1% -
<https://matatimoer.or.id/2019/01/15/senyum-manis-penguasa-orde-baru-mekanisme-kultural-rezim-otoriter-koruptif-dan-kebangkitannya-di-era-politik-post-truth-bagian-1/>
<1% -
<https://www.kaskus.co.id/thread/55a42f9854c07abc728b4569/rencana-jokowi-minta-maaf-ke-pki-sesuai-janji-kampanye-pilpres-whats-wrong>
<1% -
<https://nasional.kompas.com/read/2016/07/21/21411921/indonesia.tuntaskan.kasus.hamm.berdasarkan.hukum.nasional.bukan.atas.putusan.ipt.1965?page=all>
<1% -
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160510094659-21-129620/kapan-kambuhny-a-bahaya-pki>
<1% -
<https://dedearytarmidi.blogspot.com/2012/11/penegakan-hak-asasi-manusia-di-indonesia.html>
<1% -
<https://www.viva.co.id/berita/politik/963637-pks-diundang-parpol-bukan-berarti-gatot-berpolitik>
<1% - <https://hakunnay.blogspot.com/?view=classic>
<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/26may2016>
<1% - <https://jdih.dprd-diy.go.id/?file=614>
<1% - <https://akademika-odiemha.blogspot.com/feeds/posts/default>
<1% - https://issuu.com/wardhan/docs/15_mei_web
<1% -
https://www.kompasiana.com/anchan/mengungkap-dalang-kerusuhan-1314-mei-1998_555465aa73977358149054b7
<1% -

<https://muttaqinhabibullah.blogspot.com/2016/04/akar-konflik-kerusuhan-antar-etnik-di.html>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/4050571/IBCN-panel-discussion>

<1% - <https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/read/kliping/2017-05-09>

<1% -

<https://em-ridho.blogspot.com/2012/01/makalah-delik-penodaan-agama-dan.html>

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/06december2016>

<1% - https://issuu.com/waspada/docs/waspada_kamis_24_november_2016

<1% -

<http://rajatrepik.com/sidang-selesai-massa-pro-dan-kontra-ahok-masih-orasi-di-pn-jakut/>

<1% - <https://syarahana.wordpress.com/>

<1% -

https://www.academia.edu/4929222/Memahami_Konvergensi_Media_Tanya-Jawab_

<1% - <http://jurnalikom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalikom/article/view/2/1>

<1% -

<https://www.popbela.com/career/inspiration/megadini/bela-inilah-alasan-kenapa-kita-harus-bersatu-untuk-indonesia-yang-lebih-baik>

<1% - <https://arifuddinali.blogspot.com/2012/03/tionghoa-indonesia.html>

<1% - <https://sejarahthionghoa.blogspot.com/2010/>

<1% - https://issuu.com/hmsitb/docs/bukunya_aldy

<1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/15september2015>

<1% - https://issuu.com/media.andalas/docs/epaper_andalas_edisi_kamis_1_desemb

<1% -

<https://id.123dok.com/document/zgwkpr7y-buku-kelas-xi-smk-mak-ktsp-2006-lengkap-smk11-ips-wahyu.html>

<1% - http://en.spsindonesia.org/file/_/125o6fic0bza1bkh

<1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/1127/5/05.%20BAB%20II.pdf>

<1% - https://aligeno.blogspot.com/2016_09_11_archive.html

<1% - <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/jtm/article/view/1554>

<1% - <http://eprints.binus.ac.id/23894/1/2011-2-00743-MC%20Abstrak001.pdf>

<1% -

<https://money.kompas.com/read/2016/04/06/155529426/Ekonomi.Indonesia.Hanya.Dikuasai.oleh.20.Persen.Penduduk.Terkaya>

<1% - https://www.academia.edu/21653470/Budaya_Politik_di_Indonesia

<1% - <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/1141/0>

<1% - <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/information/id/150.html>

<1% -

<https://www.worldcat.org/title/unleashing-the-power-of-pr-a-contrarians-guide-to-marketing-and-communication/oclc/70823376>

<1% - <https://makalahkuindonesia.blogspot.com/2017/12/kebijakan-publik.html>

<1% - https://www.academia.edu/11787683/Analisis_Citra_yang_Dibentuk_oleh_Jember_Fashion_Carnaval_Council_dalam_event_Jember_Fashion_Carnaval_Council

<1% - <https://terinspirasi.komunikasi.blogspot.com/2013/03/pendekatan-psikologi-dalam-komunikasi.html>

<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/3759/9/BAB%202.pdf>

<1% - <https://sitiaprilatunhasanah25.blogspot.com/>

<1% - http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Dra.%20Endang%20Mulyatiningsih,%20M.Pd./6B_Soft%20Skill%20sebagai%20Pendukung%20Kompetensi%20Profesional%20Dosen%20Masa%20Depan.pdf

<1% - <https://abusirahmat.blogspot.com/2012/03/retorika-bahasa.html>

<1% - <https://cewekbanget.grid.id/read/06871015/apa-saja-bentuk-bentuk-hate-speech-perbedaannya-dengan-free-speech?page=all>

<1% - <https://anisahhakim30.blogspot.com/2013/04/teori-peluru-atau-jarum-suntik.html>

<1% - https://www.academia.edu/11550807/PP_MEDIA_SIBER

<1% - <https://www.komunikasipraktis.com/2019/02/pengertian-ciri-jenis-media-online.html>

<1% - <https://nikenarumpratiwi.blogspot.com/2013/03/kelompok-sosial.html>

<1% - <https://lamunanmahasiswa.blogspot.com/2017/12/landasan-psikologi-dalam-pendidikan.html>

<1% - <https://4mintz22.blogspot.com/2013/07/kepemimpinan-dalam-organisasi-disarikan.html>

<1% - <https://contohmakalah4.blogspot.com/2011/05/makalah-komunikasi-kebidanan.html>

<1% - <https://artikel-makalah-skripsi.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://pt.scribd.com/document/49762762/WP-Sutoro-02>

<1% - <https://wahyufianlagi.blogspot.com/2013/06/makalah-dampak-positif-dan-negatif-dari.html#!>

<1% - <https://duniaglobalislam.blogspot.com/2011/05/model-model-komunikasi.html>

<1% - <https://anggabagus.wordpress.com/2012/03/02/contoh-contoh-browser-internet/>

<1% - <https://www.sman2sleman.sch.id/page/3/>

<1% -

https://www.researchgate.net/publication/303234039_Komunikasi_Tradisional_Versus_Keterbukaan_Informasi

<1% - <https://prenada-media-group.business.site/>

<1% - <https://meditasispiritual.blogspot.com/2009/>

<1% - https://issuu.com/surya-epaper/docs/surya_edisi_cetak_14_april_2010