

Yudhistira Putra Prasadja, dkk

ISBN: 978-623-96548-6-3

BUNGA RAMPAI RISET KOMUNIKASI

Edisi 4



Editor:
Rasianna Br Saragih, S. Sos., M. Si

BUNGA RAMPAI RISET KOMUNIKASI

Edisi 4

Yudhistira Putra Prasadja, dkk

Penerbit:

Yayasan Corolla Education Centre
Jln. Dr. AK. Ghani Perumahan Dusun Curup Estate, Blok E No. 25
Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi
Bengkulu, 39119, website: <https://yayasancec.or.id>, email:
admin@yayasancec.or.id, fb: corollacentre, ig:
CorollaEducationCentre, Youtube: *corollaeducationcentre*, Telp
082182803915,

BUNGA RAMPAI RISET KOMUNIKASI

Edisi 4

Yudhistira Putra Prasadja; Umainah Wahid; Erni Suyani, MA; Dr. Maria Ulfa Batoebara, MSi; Arum Sekar Kinasih; Rasianna Br Saragih; Verani Indiarma; Wahyu Widiastuti; Liza Dwi Ratna Dewi; Nur Siti Fatima; Dita Verolyna; Dedi Supriyadi; Verani Indiarma; Dionni Ditya Perdana; Mia Miranda; Dwi Aji Budiman; Yuliati; Elviana; Lisa Adhrianti.

@Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Editor : Rasianah Br Saragih, S.Sos., M.Si

Cover Design : Hengki Kris Sanjaya

Cetakan Pertama : 2021

ISBN : 978-623-96548-6-3

Penerbit:

Yayasan Corolla Education Centre

Jln. Dr. AK. Ghani Perumahan Dusun Curup Estate, Blok E No. 25
Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu,
39119, website: <https://yayasancec.or.id>, email:
admin@yayasancec.or.id, fb: corollacentre, ig: CorollaEducationCentre,
Youtube: corollaeducationcentre, Telp 082182803915,

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, buku **Bunga Rampai Riset Komunikasi Edisi 4** ini bisa diterbitkan. Buku Bunga Rampai ini merupakan kumpulan artikel riset ilmiah sebagai hasil penelitian dan kajian literatur bidang Komunikasi.

Buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan penelitian bidang kajian komunikasi. Selain itu, kehadiran buku ini juga diharapkan dapat memacu semangat menulis bagi para dosen terkait fenomena komunikasi yang ada.

Secara garis besar, buku ini berisi tentang Upaya perlindungan hukum bagi Jurnalis yang mengalami kekerasan berdasarkan UU Nomor 40 tahun 1999, Pengaruh media digital dalam komunikasi pemasaran guna meningkatkan penjualan terhadap produk UMKM di Kota Medan pada era pandemi Covid-19, Analisis interaksi simbolik *Body Shaming* sesama perempuan, Pertumbuhan *Solo Female traveler* dan upaya pengembangan destinasi wisata yang ramah perempuan, Analisis aspek *People Process Technology* Dalam *Customer Relationship Management* PT Furnilac Primaguna Di Masa Pandemi Covid-19, Eksplorasi kompetensi literasi masyarakat dalam mencari pengetahuan keagamaan melalui media baru, Konstruksi makna perilaku komunikasi elit politik di Kota Bengkulu, PEREMPUAN PEMIMPIN DESA: Gagasan *Nonviolent Communication* Sebagai Strategi Dalam Mengatasi Konflik Hutan Taman Wisata Alam di Desa Bandung Jaya, Kepahiang, Analisis komposisi foto jurnalistik, serta Analisis pada Newsroom surat kabar Bengkulu Ekspres dan Bengkulu Ekspres.com.

Terima kasih kami sampaikan kepada para dosen yang sudah berkontribusi dalam terbitnya buku Bunga Rampai edisi 4 ini. Kami menyadari bahwa buku ini memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran dari pembaca sangatlah berguna untuk

menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga buku ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Bengkulu, Desember 2021

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNIB

Dr. Lisa Adhrianti, S.Sos,M.Si

NIP. 198209302005012003

DAFTAR ISI

Halaman Judul

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii

Upaya Perlindungan Hukum bagi Jurnalis Yang Mengalami Kekerasan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999

(Yudhistira Putra Prasadjad; Umainah Wahid)	1
---	---

Pengaruh Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Terhadap Produk UMKM di Kota Medan Pada Era Pandemi Covid-19

(Erni Suyani, MA; Dr.Maria Ulfa Batoebara, MSi)	48
---	----

Analisis Interaksi Simbolik *Body Shaming* Sesama Perempuan (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu)

(Arum Sekar Kinasih; Rasianna Br Saragih; Verani Indiarma)	65
--	----

Pertumbuhan Solo *Female Traveler* dan Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Yang Ramah Perempuan (Wahyu Widiastuti)

88

Analisis Aspek *People Process Technology* Dalam *Customer Relationship Management* PT Furnilac Primaguna Di Masa Pandemi Covid-19

(Liza Dwi Ratna Dewi; Nur Siti Fatima)	98
--	----

Eksplorasi Kompetensi Literasi Masyarakat Dalam Mencari Pengetahuan Kegamaan Melalui Media Baru

(Dita Verolyna)	117
-----------------------	-----

Konstruksi Makna Perilaku Komunikasi Elit Politik di Kota Bengkulu (Dedi Supriyadi)	140
Perempuan Pemimpin Desa: Gagasan <i>Nonviolent Communication</i> Sebagai Strategi Dalam Mengatasi Konflik Hutan Taman Wisata Alam di Desa Bandung Jaya, Kepahiang (Verani Indiarma; Dionni Ditya Perdana)	160
Analisis Komposisi Foto Jurnalistik Pilgub Pada Rubrik Pilihan Utama Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu Edisi Oktober-November 2020 (Mia Miranda; Dwi Aji Budiman; Yuliati)	188
Analisis Pada Newsroom Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Bengkulu Ekspress.Com (Elviana; Lisa Adhrianti; Dioni Ditya Perdana)	202

Upaya Perlindungan Hukum bagi Jurnalis Yang Mengalami Kekerasan Berdasarkan Undang- Undang Nomor 40 Tahun 1999

Yudhistira Putra Prasadja¹, Uaimah Wahid²

Email: yudishtiraputraprasadja@gmail.com,
uaimah.wahid@budiluhur.ac.id

Universitas Budi Luhur, Jl. Cileduk Raya Petukangan Utara
Jakarta Selatan 12260

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan menurut Undang-undang No.40 Tahun 1999. Akan tetapi, dengan adanya Undang-Undang tersebut, jurnalis masih kerap mendapatkan tindak kekerasan saat melaksanakan tugas jurnalistik nya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan tipe studi kasus instrumental. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Subjek penelitian ini adalah jurnalis. Objek penelitian ini adalah kasus kekerasan terhadap jurnalis. Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang menyebabkan kekerasan masih terjadi meskipun telah mendapatkan perlindungan dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yaitu lambannya proses hukum terhadap kasus kekerasan terhadap jurnalis, sebagian besar masyarakat, aparat Kepolisian, belum paham bahwa dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, dan kurang tegasnya sanksi yang diberikan kepada pelaku kekerasan, sehingga munculah pelaku-pelaku lain yang melakukan kekerasan terhadap jurnalis.

Kata kunci: Kekerasan, Perlindungan Hukum, Jurnalis, UU No.40 Th 1999

Abstract

This research aims to find how legal protection efforts against journalists who experience violence under Law No.40 of 1999 still occurs even in carrying out journalistic duties This research uses the paradigm of constructivism with qualitative approach and case study method. The subject of this study is journalists, and a case of violence against journalists as object. Data collection is obtained from interviews and literature studies. The results stated that the form of legal protection efforts against journalists who experience violence still occur despite the protection of Law No. 40 of 1999, namely the slow legal process against cases of violence against journalists, most of the community, police officers, do not understand that in carrying out their duties, journalists are protected by Law No. 40 of 1999, and the lack of strict sanctions given to perpetrators of violence, resulting in the emergence of other perpetrators who commit violence against journalists.

Keywords: Violence, Legal Protection, Journalists, Law No.40 of 1999

PENDAHULUAN

Proses komunikasi melalui media massa disebut sebagai komunikasi massa. Media massa berkembang, dan keberadaannya terkait erat dengan kehidupan masyarakat. Komunitas saat ini membutuhkan sumber informasi yang dapat diandalkan, yang disediakan oleh media. Istilah "media massa" (jamak) mengacu pada alat untuk komunikasi terbuka yang diselenggarakan dalam jarak jauh dan untuk sejumlah besar orang dalam waktu singkat. [1] Berkaitan dengan pengertian media massa yang merupakan sumber informasi

bagi masyarakat, tidak luput juga peranan jurnalis sebagai pihak pertama yang menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Menurut Ariyanti & Tim LBH Pers [2], Amandemen Keempat UUD NRI 1945 jelas menjamin hak atas informasi dan melindungi kemampuan warga negara untuk memperoleh, menyimpan, memproses, dan mengirimkan informasi melalui berbagai saluran. Wartawan, dalam hal ini, menjadi garda depan pembela hak atas informasi, yang karyanya dilindungi oleh hukum, serta para pembela demokrasi Indonesia.

Pada saat ini, Indonesia telah masuk ke dalam masa kebebasan pers, ditandai dengan lahirnya Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Namun demikian, lahirnya kebebasan pers ini diikuti dengan adanya ancaman keamanan terhadap pekerja pers termasuk para jurnalis. Hal ini terbukti dengan adanya kasus tindak kekerasan terhadap jurnalis yang masih terjadi. Kejadian kekerasan terhadap jurnalis sering ditemui pada saat peristiwa demonstrasi. Salah satu peristiwa demonstrasi yang terjadi yaitu pada saat demonstrasi menolak Undang-Undang Cipta Kerja (*Omnibus Law*) pada tahun 2020 di beberapa wilayah di kota Jakarta. *Omnibus Law* adalah suatu Undang-Undang (UU) yang dibuat untuk menyasar satu isu besar yang mungkin dapat mencabut atau mengubah beberapa UU sekaligus sehingga menjadi lebih sederhana. [3] Setidaknya terdapat dua jurnalis yang mengalami kekerasan dalam proses peliputan demonstrasi anti pengesahan RUU *Omnibus Law*, yaitu :

1. Tohirin, jurnalis CNNIndonesia.com. Ia mengaku kepalanya dipukul dan ponselnya dihancurkan polisi ketika ia meliput demonstran yang ditangkap kemudian dipukul di kawasan Harmoni, Jakarta Pusat. (kontas.co.id, 2021).

2. Peter Rotti, jurnalis Suara.com. Sedang meliput di daerah Thamrin. Ia merekam polisi yang diduga mengeroyok demonstran. Setelah Peter menolak memberikan kameranya, ia diseret, dipukul, dan ditendang polisi itu, hingga tangan dan pelipisnya memar. [4]

Walaupun sudah terdapat aturan-aturan baik dalam Undang-Undang Nomo 40 Tahun 1999, Kode Edik jurnalistik dan Dewan Pers terkait perlindungan wartawan dalam menjalankan tugas agar tidak mengalami kekerasan, namun realitanya Tindakan kekerasan tetap berlangsung. Indikator utama lain yang dapat dirujuk untuk memotret situasi kebebasan pers di Indonesia adalah dari jumlah kasus kekerasan terhadap jurnalis dan media. [5] Berkaitan dengan hal tersebut, Aliansi Jurnalis Indonesia merangkum jumlah kekerasan yang terjadi terhadap jurnalis di Indonesia sejak 2010 hingga 2020 yang terdiri dari:

Tabel 1

Data Kekerasan Terhadap Jurnalis - AliansiJurnalis Independen (AJI) Tahun 2010-2020

Tahun	Jumlah Kekerasan
2010	51 Kasus Kekerasan
2011	45 Kasus Kekerasan
2012	56 Kasus Kekerasan
2013	40 Kasus Kekerasan
2014	40 Kasus Kekerasan
2015	42 Kasus Kekerasan

2016	81 Kasus Kekerasan
2017	66 Kasus Kekerasan
2018	64 Kasus Kekerasan
2019	58 Kasus Kekerasan
2020	40 Kasus Kekerasan

(Sumber: <https://advokasi.aji.or.id/> diakses pada hari Selasa, 2 Februari 2021 Pukul 14.10 WIB)

Apakah dapat dimaknai bahwa ebebasan pers belum sepenuhnya tercapai di Indonesia? Hal ini dapat dilihat dari tingginya angka kekerasan terhadap jurnalis setiap tahunnya yang terjadi di Indonesia. Data kekerasan terhadap jurnalis yang telah dirangkum oleh Aliansi Jurnalis Independen menunjukan bahwa selama sepuluh tahun terakhir, jumlah kasus kekerasan terhadap jurnalis tidak kurang dari 40 kasus kekerasan. Bahkan di era reformasi, kekerasan tetap terjadi.

Menurut Ariyanti & Tim LBH Pers [6], negara seharusnya memberikan perlindungan kepada jurnalis dan media meskipun negara bukanlah satu-satunya entitas yang harus bergerak dalam peningkatan perlindungan jurnalis. Ada peran dari perusahaan media dan organisasi jurnalis untuk bersama-sama bekerja melindungi jurnalis dan hak atas informasi. Dalam hal ini, perlindungan hukum yang diberikan oleh Pemerintah terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan adalah dengan adanya Undang-undang No.40 Tahun 1999. Dalam pasal 8 Undang-undang No.40 Tahun 1999 berbunyi: "dalam melaksanakan profesi wartawan mendapat perlindungan hukum."



Gambar 1. Bentrokan Massa Tolak Omnibus Law dengan Polisi di Harmoni, Jakarta Pusat.

(Sumber: <https://www.merdeka.com/peristiwa/7-jurnalist-jadi-korban-kekerasan-saat-demo-menolak-omnibus-law.html>)

Beberapa jurnalis mengalami tindak kekerasan pada saat peristiwa unjuk rasa tolak Undang-Undang Cipta Kerja (Omnibus Law) di Jakarta, 8 Oktober 2020 beberapa diantaranya yaitu:

Terkait hak pers, Undang-undang No.40 Tahun 1999 menjelaskan pada Pasal 4 yang berbunyi:

1. Kebebasan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.
2. Pers nasional tidak dikenakan penyensoran, penyensoran, atau larangan penyiaran.
3. Untuk menjamin kebebasan pers, pers nasional memiliki hak untuk mencari, memperoleh, dan menyebarkan ide dan informasi.
4. Ketika datang ke akuntabilitas berita di hadapan hukum, wartawan memiliki hak untuk menolak.

Kebebasan pers yang dijamin sebagai hak asasi warga negara berarti bahwa pers bebas dari tindakan pencegahan, larangan, dan / atau penindasan, memastikan hak masyarakat atas informasi. Kebebasan pers disertai dengan pemahaman tentang pentingnya aturan hukum sebagaimana ditegakkan

oleh pengadilan, serta tanggung jawab profesi sebagaimana diuraikan dalam Kode Etik Jurnalistik dan sesuai dengan hati nurani pers. [7] Untuk menjamin keselamatan jurnalis saat menjalankan tugas jurnalistiknya, Pasal 18 UU No.40 Tahun 1999 menyatakan bahwa setiap orang yang secara tidak sah dengan sengaja melakukan tindakan yang mengakibatkan menghalangi atau menghalangi hak-hak pers, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 4, akan menghadapi hukuman penjara maksimal dua tahun atau denda paling banyak lima ratus juta rupiah. [8]

Adanya kasus-kasus kekerasan terhadap jurnalis yang telah dijelaskan sebelumnya membuktikan bahwa meskipun mendapat jaminan perlindungan hukum terhadap jurnalis berdasarkan Undang-undang No.40 Tahun 1999 belum berhasil maksimal. Artinya jurnalis masih mengalami tindakan kekerasan dalam melaksanakan tugasnya. Disisi lain, tentu semua pihak sepakat bahwa keselamatan jurnalis dalam melaksanakan tugasnya harus diperhatikan dan dipenuhi. Jurnalis berperan sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat, apabila jurnalis mengalami tindak kekerasan, informasi yang didapat tidak akan sampai kepada masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat mengalami kerugian akibat tindak kekerasan terhadap jurnalis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mencari tahu mengapa kekerasan terhadap jurnalis masih terjadi meskipun telah mendapat ketentuan hukum yang melindunginya yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, dan bagaimana upaya dan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh Negara berupa Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 dalam melindungi jurnalis saat melaksanakan tugas jurnalistiknya.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi berkaitan dengan komunikasi massa, khususnya mengenai perlindungan bagi

jurnalis dalam menjalankan tugas mencari berita, sehingga tidak mengalami kekerasan. Sekaligus memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi masyarakat mengenai adanya perlindungan hukum terhadap jurnalis. Penelitian ini sekaligus dapat bermanfaat bagi aparat penegak hukum sebagai bahan pertimbangan agar melakukan tindakan tegas terkait penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis yang ada saat ini, maupun di masa yang akan datang, dan juga menjadi pengingat bahwa dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis memiliki jaminan perlindungan hukum, sehingga tidak diperkenankan untuk melakukan tindak kekerasan.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa kajian penelitian sebelumnya digunakan untuk menjelaskan relevansi dan pentinya penelitian mengenai perlindungan hukum dan anti tindakan kekerasan kepada jurnalis dalam menjalankan tugas mereka. Penelitian berjudul “Upaya Perlindungan Hukum Kepada Wartawan Dari Tindak Kekerasan Pada Saat Menjalankan Tugas Jurnalistik,” oleh Imanul Hakim, Universitas Brawijaya 2013. Menurut suatu penelitian, pengaturan perlindungan hukum jurnalis saat terlibat dalam kegiatan jurnalistik sudah ada, namun belum sepenuhnya dilaksanakan, sehingga mengakibatkan masalah seperti kekerasan terhadap jurnalis. Perlindungan hukum yang diberikan kepada wartawan tetap tidak memadai karena wartawan terus menghadapi kekerasan di lapangan. Peraturan tersebut tidak memberikan perlindungan hukum yang seharusnya dimiliki wartawan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nurul Amalia, Universitas Hasanudin, 2017 dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Wartawan Dalam Meliput Aksi Demokrasi Di Kota Makassar Tahun 2012 – 2015”. Studi ini berfokus

pada bagaimana wartawan dilindungi secara hukum ketika meliput protes di Makassar. Menurut temuan penelitian ini, bentuk perlindungan hukum jurnalis dapat dilihat dalam UU No.40 Tahun 1999, dengan ketentuan dalam undang-undang yang mewajibkan wartawan untuk melaksanakan independensi pers yang ada dan kode etik jurnalistik yang memandu wartawan dalam melaksanakan pekerjaan jurnalistiknya. Namun, di lapangan, banyak wartawan terus menghadapi kekerasan dari polisi, TNI, dan masyarakat umum sebagai akibat dari kurangnya pemahaman mereka tentang Undang-Undang Pers.

Ardhikka Wardhana Ismu Wijayanto, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya meneliti mengenai "Keamanan Wartawan TV Dalam Proses Liputan Investigasi Terhadap Jurnalistik X-file SBO TV". Penelitian. Fokus pada masalah keamanan wartawan TV dalam proses liputan investigasi? Hasil penelitian keamanan jurnalis digunakan dalam kegiatan produksi program investigasi X-File SBO TV, yang melalui beberapa tahap yang tidak dapat dipisahkan, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Karena pada tahap pengamatan media khususnya, observasi adalah sesuatu yang harus dilakukan sebelum masuk ke perencanaan lain.

Beberapa teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini merujuk fokus masalah penelitian dan tujuan penelitian. Studi tentang teori komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua perspektif: bagaimana orang membuat dan menyebarkan pesan melalui media di satu sisi, dan bagaimana orang mencari dan menggunakan pesan-pesan itu di sisi lain. [9]

Menurut Halik [10], unsur-unsur utama dalam proses komunikasi massa terdiri atas:

1. Sumber, Sumber Surat Kabar atau majalah perusahaan

- penerbitan, radio dan stasiun televisi, dan sebagainya adalah sumber utama komunikasi massa dalam bentuk lembaga atau organisasi atau orang-orang yang bekerja dengan fasilitas kelembagaan atau organisasi.
2. Pesan. Materi yang disebarluaskan ke publik melalui media massa dikaitkan dengan pesan komunikasi massa. Berita, pendapat, musik, film, iklan, dan bentuk-bentuk lain dari materi pesan komunikasi massa dapat diidentifikasi.
 3. Media atau saluran, Istilah "media massa" mengacu pada sarana atau peralatan yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi massa. Media cetak (surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi), dan media digital terdiri dari saluran (internet).
 4. Penonton. Penyebaran pesan komunikasi massa ditujukan untuk khalayak media massa. Orang yang membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi dan film, dan menggunakan internet dianggap sebagai penonton media massa.
 5. *The gatekeepers*, Pesan yang dihasilkan oleh media massa disaring oleh penjaga gerbang. Mereka bekerja sebagai editor paruh waktu, jurnalis, dan editor, antara lain.
 6. Dampak. Dampak atau hasil yang diperoleh dari mengkonsumsi media massa adalah terkait dengan efek komunikasi massa.

Dalam hal ini, kekerasan terhadap jurnalis berkaitan dengan beberapa poin dalam unsur-unsur komunikasi massa, yaitu pesan, khalayak, dan efek. Kekerasan terhadap jurnalis berasal dari pesan yang disampaikan melalui media massa kepada khalayak, lalu khalayak tersebut tidak dapat memproses pesan dengan baik, sehingga efek yang ditimbulkan adalah bentuk tindak kekerasan terhadap jurnalis.

Menurut Suherdiana [11], Literatur tentang perkembangan jurnalisme berisi beberapa teori tentang jurnalisme, yang disebut sebagai sistem. Secara umum, ada lima teori / pers jurnalistik: Pers Demokrasi Liberal, Pers Komunis, Pers Otoriter, Pers Kebebasan dan Tanggung Jawab, dan Pers Pembangunan. Asumsi dasar dari teori ini, menurut Liberal Democration Press, adalah bahwa manusia dilahirkan sebagai orang bebas yang dikendalikan oleh rasio dan alasannya. Ketika diberi iklim kebebasan berekspresi, manusia memiliki hak alami untuk mengejar kebenaran dan mengembangkan potensinya. [12]

Pers komunis biasanya ditemukan di negara-negara sosialis yang mengikuti ideologi komunis atau Marxis, seperti Cina, Rusia, Hongaria, dan Kroasia. Pers Komunis muncul dari latar belakang pemerintah negara itu, yang menekankan satu-satunya kekuasaan, yaitu partai komunis. Akibatnya, suara pers harus sama dengan suara komunis, dan jurnalis adalah loyalis partai. [13] Menurut teori Authoritarian Press, tujuan utama media massa adalah untuk mendukung dan mengembangkan kebijaksanaan pemerintah yang berkuasa, serta untuk melayani negara. Kecuali bagi mereka yang memiliki izin dari pemerintah atau pemerintah, tidak semua orang dapat menggunakan media komunikasi. Akibatnya, pemerintah memiliki kontrol atas media massa karena hanya dapat dipublikasikan dengan izin pemerintah, bimbingan, dan arahan, dan kadang-kadang bahkan sensor. [14] Istilah kebebasan dan tanggung jawab pers pada awalnya adalah slogan negara Barat yang menginginkan kebebasan pers yang harus bertanggung jawab kepada masyarakat dan dalam kehidupan publik. Namun, karena setiap negara memiliki pemahaman yang berbeda tentang kebebasan berekspresi, kebebasan pers di setiap negara bervariasi tergantung pada berat yang dimiliki masing-masing negara. [15] Suherdiana (2020:28)

Menurut teori ini, pers adalah forum yang berfungsi sebagai tempat untuk membahas berbagai isu dalam konteks tanggung jawab sosial/individu (sosial). Menurut Fachruddin, menjelaskan pers sebagai sistem sosial selalu bergantung pada dan terkait erat dengan masyarakat di mana ia beroperasi. Karena pers didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, itu dianggap sebagai lembaga masyarakat (lembaga sosial).

Menurut Halik, pers memiliki enam tugas dalam sistem tanggung jawab sosial:

1. Melayani sistem politik dengan memberikan informasi, diskusi, dan perdebatan tentang isu-isu sosial.
2. Mencerahkan masyarakat agar masyarakat dapat mengatur dirinya sendiri.
3. Berfungsi sebagai penjaga hak-hak individu dengan mengawasi pemerintah.
4. Berkontribusi pada sistem ekonomi dengan menyatukan pembeli dan penjual barang atau jasa melalui media periklanan.
5. Memberikan hiburan.
6. Biaya keuangan yang dikeluarkan sebagai akibat dari usaha diri, seperti bebas dari tekanan orang-orang dengan kepentingan yang bersaing.

Menurut Fachruddin, Indonesia adalah anggota sistem pers yang mengedepankan tanggung jawab sosial. Hal ini terbukti tidak hanya dalam istilah "kebebasan pers yang bertanggung jawab," seperti yang telah kita ketahui. Namun, berbagai realitas pers pada akhirnya harus sesuai dengan etika sosial dan moralitas. Tabloid Monitor, yang sedang dikumpulkan pada bulan Oktober 1990, memberikan satu bukti bahwa ada pers yang tidak menerapkan sistem. Tabloid ini digugat karena keberadaannya karena tidak menggunakan masyarakat sebagai titik acuan utamanya. Artinya, moralitas

dan etika dikembangkan dan dipercaya dalam masyarakat, tetapi mereka masih dilanggar.

Penggunaan Teori Pers Tanggung Jawab Sosial dalam penelitian ini karena kekerasan terhadap jurnalis merupakan bentuk pelanggaran kebebasan pers, dimana pers yang bertindak bebas dan bertanggung jawab juga wajib mendapat perlindungan hukum. Dan juga tindakan kekerasan terhadap jurnalis termasuk kedalam tindakan yang mencederai pelaksanaan teori pers tanggung jawab sosial yang dimana jika terjadi tindakan kekerasan maka pers tidak dapat memberikan tanggung jawab berupa informasi ke masyarakat.

Menurut Farid [19], terdapat tiga teori tentang kekerasan yaitu:

1. Teori Individual Faktor

Faktor pribadi dan sosial adalah akar penyebab perilaku kekerasan. Gangguan mental adalah contoh faktor pribadi. Konflik rumah tangga, faktor budaya, dan faktor media massa adalah contoh faktor sosial.

2. Teori Kelompok

Individu lebih cenderung membentuk kelompok ketika mereka menyajikan identitas berdasarkan kesamaan ras, agama, atau etnis. Ketika orang berinteraksi satu sama lain, mereka cenderung membawa identitas kelompok ini bersama mereka. Konflik antara identitas kelompok yang berbeda sering menjadi sumber kekerasan.

3. Teori Dinamika Kelompok

Kekerasan, menurut teori ini, muncul sebagai akibat dari perampasan relatif dalam kelompok atau masyarakat. Artinya, perubahan sosial yang cepat dalam suatu masyarakat.

Berdasarkan dengan teori tentang kekerasan yang peneliti paparkan, kekerasan terhadap jurnalis berkaitan dengan teori faktor individual, penyebab terjadinya kekerasan terhadap jurnalis berdasarkan faktor pribadinya yaitu kesalahan jurnalis dalam memuat berita yang mengakibatkan orang yang diberitakan tidak terima sehingga terjadilah kekerasan. Sedangkan kekerasan terhadap jurnalis berdasarkan faktor sosial yaitu adanya bentuk kekerasan yang dilakukan oleh beberapa masyarakat dan aparat terhadap jurnalis pada saat melaksanakan tugasnya.

Kekerasan terhadap jurnalis merupakan sebuah peristiwa yang mengotori proses demokrasi. Demokrasi adalah cara manusia mengatur dan mempertahankan eksistensi kedaulatanya yang bersifat humanistik dalam spektrum sosial yang sangat luas. [20] Menurut data yang didapat dari situs resmi Dewan Pers terkait pengertian kekerasan terhadap jurnalis, Dewan Pers mengatakan bahwa: "Kekerasan jurnalis adalah kekerasan terhadap wartawan (jurnalis) yang sedang menjalankan pekerjaan jurnalistik atau kekerasan akibat karya jurnalistik."

Ketua umum Aliansi Jurnalis Independen, Abdul Manan, dalam Konferensi Pers Aliansi Jurnalis Independen Untuk Catatan Akhir Tahun 2020 menerangkan bahwa, yang dimaksud dengan kekerasan terhadap wartawan/jurnalis adalah: "Sejumlah tindakan yang bisa dikategorikan sebagai upaya menghalangi halangi wartawan ketika melaksanakan tugasnya." Berdasarkan wawancara peneliti dengan Sekretaris Jenderal Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, Afwan Purwanto terkait dengan bentuk kekerasan terhadap jurnalis mengatakan bahwa: "Kekerasan fisik seperti dipukul, ditendang oleh polisi saat meliput demo bentrok. Dipersekusi online, doxing, diteror, dikriminalisasi dengan beritanya dilaporkan menggunakan pasal karet pencemaran nama baik

dalam UU ITE.”

Ketua Bidang Advokasi Aliansi Jurnalis Independen Jakarta, Sasmito Madrim, dalam forum diskusi online Aliansi Jurnalis Independen (AJI) yang bertemakan doxing, kriminalisasi Pers, kebebasan pers mengatakan bahwa bentuk kekerasan terhadap jurnalis yaitu:

1. Kekerasan fisik, sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 6 UU No.23 Tahun 2004, didefinisikan sebagai tindakan apa pun yang menyebabkan rasa sakit, atau cedera parah.
2. Ancaman kekerasan didefinisikan sebagai tindakan melanggar hukum dari ucapan, penulisan, gambar, simbol, atau gerakan tubuh, baik dengan atau tanpa menggunakan sarana elektronik atau non-elektronik, yang dapat menyebabkan ketakutan orang atau masyarakat pada umumnya atau membatasi kebebasan sejati seseorang atau masyarakat. [21]
3. Perusakan alat dan hasil liputan. Perusakan alat dan hasil liputan dalam hal ini yaitu perusakan alat yang digunakan oleh jurnalis untuk melakukan kegiatan jurnalistiknya seperti kamera dan alat perekam.
4. Mobilisasi Massa/Penyerangan Kantor Redaksi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mobilisasi berarti penggerahan orang untuk dijadikan tentara. [22] Sedangkan pengertian massa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kelompok manusia yang bersatu karena dasar atau pegangan tertentu. [23]
5. Pemidanaan/Kriminalisasi. Menurut Sasmito Madrin (Ketua Bidang Advokasi Aliansi Jurnalis Independen AJI Jakarta) dalam forum diskusi Webinar AJI, Kriminalisasi adalah istilah yang digunakan oleh masyarakat atas penegakan hukum yang dilakukan bukan untuk tujuan penegakan hukum itu sendiri atau pemidanaan yang dipaksakan.

6. Pengusiran dan pelarangan liputan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pengusiran adalah proses, cara, perbuatan mengusir, menyuruh pergi dengan paksa, menyuruh (orang lain) meninggalkan tempat dan menghalau. [24]
7. Sensor/pelarangan pemberitaan. Penyensoran adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun, dan atau kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik.
8. Doxing. Menurut Ignatius Haryanto (Ketua Bidang Majelis Etik Aliansi Jurnalis Independen AJI Jakarta) dalam forum diskusi Webinar AJI, Doxing adalah informasi pribadi dari individu yang diposting secara daring sehingga menyebabkan individu tersebut mengalami kerugian dan terancam keselamatanya.

METODE PENELITIAN

Konstruktivisme digunakan dalam paradigma penelitian ini. Noor [25] mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai "penelitian yang berakar pada paradigma konstruktivisme yang bertujuan untuk mengeksplorasi makna perilaku yang ada di balik tindakan manusia." Menurut Patton (2002), paradigma konstruktivisme mempelajari berbagai realitas yang dibangun individu dan implikasi dari konstruksi tersebut untuk kehidupan mereka dengan orang lain. [27] Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dilakukan secara alami sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan, dengan data yang dikumpulkan dalam bentuk data deskriptif. [28]

Sebuah studi kasus digunakan sebagai metode

penelitian. Metode penelitian studi kasus, menurut Mardawani [29], adalah dengan memeriksa kasus atau fenomena tertentu yang ada di masyarakat secara mendalam untuk memeriksa latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi. Penelitian studi kasus berusaha untuk menjelaskan dan memahami objek yang sedang dipertimbangkan sebagai 'kasus.' [30] Penelitian studi kasus, menurut Yin (2009), umumnya digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana atau mengapa sesuatu dipelajari. [31]

Creswell mengungkapkan lima tradisi penelitian dalam bukunya "*Qualitative Inquiry And Research Design*": biografi, fenomenologi, studi teori dasar, studi kasus, dan etnografi. [31] Creswell mengungkapkan bahwa ketika memilih studi untuk sebuah kasus, kita dapat memilih dari beberapa program studi atau program studi menggunakan berbagai sumber informasi seperti pengamatan, wawancara, materi audio-visual, dokumentasi, dan laporan [32]. Denzin (2009) [33] membedakan tiga jenis studi kasus: studi kasus intrinsik, instrumental, dan kolektif. Studi kasus intrinsik adalah model penelitian yang dilakukan dengan tujuan meneliti kasus tertentu untuk pertama dan terakhir kalinya. Studi kasus ini tidak sedang diselesaikan untuk menempatkan kasus atas nama kasus lain. Jenis studi kasus instrumental, menurut Haryono [35], adalah jenis penelitian studi kasus yang dilakukan untuk memberikan pemahaman atau menjelaskan kembali proses generalisasi. Kasus yang telah diangkat atau dipelintir digunakan sebagai sarana (instrumen) untuk menjelaskan penjelasan menyeluruh dan pemahaman tentang gejala atau fenomena lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode tipe studi kasus instrumental, yang bertujuan untuk menjelaskan penjelasan yang mendalam dan pemahaman tentang suatu fenomena, yaitu kekerasan terhadap jurnalis. Peneliti memilih

menggunakan metode penelitian studi kasus guna untuk menjawab permasalahan yang berkenaan dengan *how* atau *why* terhadap sesuatu yang diteliti seperti yang telah dijelaskan oleh Robert K. Yin. berkaitan dengan rumusan masalah penelitian yaitu, bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan menurut Undang-Undang No.40 Tahun 1999 dan mengapa kekerasan terhadap jurnalis masih terjadi meskipun dalam menjalankan tugas jurnalistik, jurnalis mendapatkan perlindungan dari Undang- Undang No 40 Tahun 1999.

Subjek penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak diminta i informasi atau digali datanya. [36] Dari definisi tentang subjek yang telah dijelaskan, subjek dalam penelitian ini adalah jurnalis. Objek penelitian merujuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti. [37] Jadi objek penelitian ini adalah kekerasan terhadap jurnalis. Upaya pmemberoleh data menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Nazamuddin [38] Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk tujuan tertentu, biasanya setelah objek penelitian ditentukan dan instrument pengumpulannya disiapkan. Pengumpulan data primer dapat dilakukan melalui banyak metode, misalnya survei langsung dan wawancara atau bahkan melalui internet.

Adapun narasumber wawancara yang dipilih adalah narasumber yang berkaitan dengan kasus kekerasan terhadap jurnalis atau pernah menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis, Narasumber dalam penelitian ini antara lain: 1) Afwan Purwanto, Sekretaris Jendral Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, 2) Ade Wahyudin, Executive Director Lembaga BantuanHukum Pers (LBH Pers) Jakarta, 3) Nibras Nada Nailufar, Jurnalis Kompas.com. Adapun pertimbangan memilih Afwan Purwanto sebagai narasumber wawancara dalam penlitian ini adalah dikarenakan Afwan

Purwanto bersama Aliansi Jurnalis Independen turut mendampingi jurnalis yang mengalami kekerasan dan mendata jumlah kasus kekerasan terhadap jurnalis setiap tahunnya. Sedangkan pertimbangan memilih Ade Wahyudin sebagai narasumber karena selaku *Executive Director* Lembaga Bantuan Hukum Pers, kerap mendampingi jurnalis yang mengalami kekerasan dalam proses hukum.

Beberapa daftar nama jurnalis yang menjadi korban tindak kekerasan dari beberapa peristiwa demonstrasi yang terjadi di Jakarta dalam situs Aliansi Jurnalis Independen. Peneliti menelusuri akun sosial media dari beberapa jurnalis yang namanya disebutkan dalam situs Aliansi Jurnalis Independen satu per satu, akan tetapi dari semua nama yang peneliti telusuri melalui media sosial *Instagram* dan *Facebook*, dan hanya menemukan akun media sosial milik Nibras Nada Nailufar, sedangkan akun media sosial dari daftar nama jurnalis lainnya yang menjadi korban tindak kekerasan beberapa diantaranya sudah tidak aktif. Atas dasar pertimbangan tersebut, Peneliti memilih Nibras Nada Nailufar sebagai narasumber dalam wawancara penelitian yang pernah menjadi korban dari tindak kekerasan terhadap jurnalis.

Teknik Analisa Data kualitatif digunakan yang tujuan analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subyek pelakunya. Siyoto dan Sodik [39], memaparkan tahapan-tahapan analisa data penelitian kualitatif diantaranya adalah 1) Reduksi data, 2) Penyajian data dan 3) Kesimpulan atau verifikasi. Setelah melalui proses penyerdahaan data, Peneliti melakukan penyajian data. Penyajian data merupakan kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan dalam menghasilkan kesimpulan. Terakhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi dari data yang telah dikumpulkan. Verifikasi data menggunakan Teknik

trianggulasi.

Menurut Norman K. Denkin, [40] triangulasi adalah metode atau kombinasi metode yang digunakan untuk mempelajari fenomena yang saling terkait dari berbagai sudut pandang dan perspektif. Triangulasi, menurut dia, terdiri dari empat unsur: 1) Metode triangulasi membandingkan informasi atau data secara stuk. 2) Triangulasi antar-peneliti dicapai dengan memiliki lebih dari satu orang mengumpulkan dan menganalisis data. 3) Triangulasi sumber data adalah proses menentukan kebenaran sepotong informasi dengan memperolehnya dari berbagai sumber dan metode. 4) Akhirnya, teori triangulasi. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa pernyataan tesis atau formulasi informasi. Untuk menghindari bias individu peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan, informasi lebih lanjut dibandingkan dengan perspektif teoritis televan. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi antara peneliti dan triangulasi sumber data. Hingga data selesai, akan divalidasi dari berbagai sumber sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan. Campuran triangulasi ini digunakan bersamaan dengan kegiatan lapangan sehingga peneliti dapat merekam semua data.

HASIL PENELITIAN

Dalam hasil penelitian ini, Peneliti memaparkannya dalam dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Jenis data primer yang Peneliti sajikan dalam penelitian ini berupa hasil wawancara Peneliti dengan organisasi pers Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta dan Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers) Jakarta, serta Jurnalis Kompas.com yang pernah mengalami tindak kekerasan. Berdasarkan keterangan dari wawancara peneliti dengan Sekretaris

Jenderal Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, Afwan Purwanto mengatakan pandangannya terhadap fenomena kekerasan terhadap jurnalis. Afwan Purwanto mengatakan bahwa:

“Kekerasan terhadap jurnalis terus berulang, khususnya ketika meliput aksi unjuk rasa yang berujung bentrok antara massa aksi dengan aparat kepolisian. Mayoritas pelaku kekerasannya adalah aparat kepolisian. Catatannya adalah dari semua kasus kekerasan terhadap jurnalis yang diadvokasi oleh AJI dengan melaporkan ke kepolisian hingga saat ini hampir semuanya mandek.” (Dalam wawancara via *email* dengan Afwan Purwanto, Selasa, 15 Desember 2020).

Sedangkan menurut pandangan Ade Wahyudin terhadap fenomena kekerasan jurnalis, Ade berpendapat bahwa:

“Kekerasan terhadap jurnalis ya, kami mencatat ditahun 2020 itu meningkat sangat drastis, lebih dari seratus jumlahnya dan sayangnya itu tidak dibarengi dengan proses hukum terhadap pelaku-pelaku kekerasan. Banyak faktor yang melatarbelakangi kenapa kasus kekerasan di Indonesia inikukup tinggi dan tidak sampai ke proses hukum jadi konteksnya seperti itu.” (Dalam wawancara via *google meet* dengan Ade Wahyudin, Minggu, 3 Januari 2021).

Berdasarkan hasil wawancara Peneliti dengan Nada, jurnalis Kompas TV yang pernah mendapatkan tindak kekerasan, Terkait pandangan terhadap fenomena kekerasan terhadap jurnalis, Nada berpendapat bahwa:

“Menurut saya, kekerasan terhadap jurnalis adalah cara-cara pembungkaman yang paling tidak beradab. Jurnalis bekerja bukan untuk keuntungan pribadi semata. Jurnalis bekerja karena panggilan jiwa. Jurnalis bekerja untuk publik, untuk membela kebenaran. Mereka yang melakukan

kekerasan dan pembungkaman bisa dipastikan adalah mereka yang tidak memahami pentingnya tugas yang diemban jurnalis. Mereka tidak senang dengan kebenaran yang diperjuangkan, karena mungkin mereka adalah bagian dari masalah. Kekerasan adalah cara paling biadab untuk membungkam kebenaran.” (Dalam wawancara via *whatsapp* dengan Nibras Nada Nailufar, Rabu, 6 Januari 2021).

Berikut merupakan data yang didapat dari situs resmi Aliansi Jurnalis Independen (AJI) terkait dengan data-data jurnalis yang mengalami tindak kekerasan saat melakukan tugas jurnalistik di DKI Jakarta pada tahun 2019 dan 2020 berdasarkan jenis dan pelaku kekerasannya yang dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 2. Data Kekerasan Terhadap Jurnalis Di DKI Jakarta-Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Berdasarkan Jenisnya per Januari - Desember 2019

Jenis Kekerasan	Jumlah Kasus
Kekerasan Fisik	9 Kasus
Perusakan Alat Atau Data Hasil Liputan	6 Kasus
Ancaman Kekerasan Atau Teror	2 Kasus
Jumlah	17 Kasus

(Sumber: <https://aji.or.id/read/press-release/1007/catatan-akhir-tahun-aliansi-jurnalis-independen-aji-2019.html>)

Tabel 3. Data Kekerasan Terhadap Jurnalis Di DKI Jakarta - Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Berdasarkan Pelakunya Per Januari Desember 2019

Pelaku Kekerasan	Jumlah Kasus
Polisi	11 Kasus
Warga	5 Kasus
Ormas	1 Kasus
Jumlah	17 Kasus

(Sumber: <https://aji.or.id/read/press-release/1007/catatan-akhir-tahun-aliansi-jurnalis-independen-aji-2019.html>)

Tabel 4. Data Kekerasan Terhadap Jurnalis Di DKI Jakarta-Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Berdasarkan Jenisnya Per Januari -Desember 2020

Jenis Kekerasan	Jumlah Kasus
Kekerasan Fisik	9 Kasus
Ancaman Kekerasan Atau Teror	2 Kasus
Mobilisasi Massa Atau Penyerangan Kantor Redaksi	2 Kasus
Jumlah	13 Kasus

Tabel 5. Data Kekerasan Terhadap Jurnalis Di DKI Jakarta-Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Berdasarkan Pelakunya Per Januari – Desember 2020

Pelaku Kekerasan	Jumlah Kasus
Polisi	7 Kasus
Warga	3 Kasus
TNI	1 Kasus
Ormas	1 Kasus
Pejabar Pemerintah Atau Eksekutif	1 Kasus
Jumlah	13 Kasus

Terkait pola kekerasan yang terjadi terhadap jurnalis. Ade Wahyudin mengatakan bahwa:

“Banyak pola yang terjadi terhadap kekerasan ini ya. Yang paling tinggi itu pola kekerasan ketika terjadi demonstrasi. Nah, demonstrasi ini dalam dua tahun terakhir ini 2020 dan 2019 ini menjadi wilayah rentan bagi jurnalis yang melakukan peliputan karena angkanya selalu tinggi. Nah, kenapa jurnalis sering mendapatkan kekerasan ketika melakukan peliputan demonstrasi, salah satu faktornya adalah kebanyakan dari kronologi yang kami dapatkan itu si jurnalis sedang melakukan perekaman terhadap kekerasan yang terjadi misalnya contoh aparat melakukan kekerasan terhadap massa aksi, kemudian jurnalistiknya melakukan perekaman, jadi ketika aparatnya tau bahwa si jurnalistiknya merekam, akhirnya sasarannya kepada jurnalistiknya juga, untuk diminta menghapus kemudian si jurnalistiknya menolak menghapus karena ya sesuai dengan amanat undang- undang pers dan kode etik jurnalistik, karena dia menolak untuk menghapus us akhirnya ya terjadilah

bentuk kekerasan seperti dianiaya, perampasan alat. Nah, itu pola yang terjadi secara umum dari level kekerasan yang paling banyak." (Dalam wawancara via *google meet* dengan Ade Wahyudin, Minggu, 3 Januari 2021).

Afwan Purwanto berpendapat terkait pola kekerasan yang terjadi terhadap jurnalis. Afwan menjelaskan terdapat beberapa pola kekerasan yang terjadi yaitu:

"Polanya Beragam, mulai kekerasan fisik saat peliputanunjuk rasa bentrok, doxing, persekusi online, diteror secara online, dan lain-lain." (Dalam wawancara via *email* dengan Afwan Purwanto, Selasa, 15 Desember 2020).

Nada berpendapat terkait pola kekerasan yang terjadi terhadap jurnalis, Sepanjang karirnya, Nada kerap mengalami intimidasi yang termasuk dalam kekerasan.

Sepanjang karir saya, saya beberapa kali mengalami intimidasi yang termasuk dalam kekerasan. Yang paling parah, ketika saya meliput aksi Reformasi Dikorupsi di akhir September 2019. Saya diintimidasi karena merekam aparat yang tengah melakukan kekerasan terhadap warga sipil. HP yang saya gunakan untuk merekam dicoba dirampas. Beruntung saya tidak mengalami luka fisik. Namun bagi saya, itu sudah termasuk dalam kekerasan." (Dalam wawancara via *whatsapp* dengan Nibras Nada Nailufar, Rabu, 6 Januari 2021).

Terkait dengan hal yang menjadi penyebab masih terjadinya kekerasan terhadap jurnalis meskipun jurnalis mendapatkan jaminan atas perlindungan hukum dalam melaksanakan tugasnya, Afwan berpendapat bahwa:

"Yang pertama karena masih banyak kelompok masyarakat, bahkan aparat kepolisian dan pemerintah yang tidak memahami bahwa kerja-kerja jurnalis dilindungi UU Pers No 40 Tahun 1999. Faktanya masih terus berulang kasus kekerasan terhadap jurnalis, bahkan pelakunya paling banyak setiap tahun adalah aparat kepolisian, selain ormas." (Dalam

wawancara via *email* dengan Afwan Purwanto, Selasa, 15 Desember 2020).

Mengenai masih terjadinya kekerasan terhadap jurnalis meskipun jurnalis mendapatkan jaminan atas perlindungan hukum dalam melaksanakan tugasnya, Nada berpendapat bahwa:

“Di seluruh dunia, bahkan di negara yang menganut ‘free press’ dan punya

indeks demokrasi tinggi, kekerasan masih terjadi. Padahal sudah ada banyak aturan yang melindungi jurnalis. Saya menduga kekerasan ini terus terjadi karena tak pernah ada sanksi serius terhadap pelaku kekerasan. Di Indonesia, Undang-undang No 40 Tahun 1999 dengan jelas dan tegas mengatur sanksi bagi pelaku kekerasan terhadap jurnalis. Sayangnya laporan kekerasan tidak pernah diproses dengan baik. Berdasarkan pengalaman saya sendiri, laporan saya tidak diproses kendati bukti-bukti sudah jelas” (Dalam wawancara via *whatsapp* dengan Nibras Nada Nailufar, Rabu, 6 Januari 2021).

Peneliti mendapatkan data terkait dengan mengapa kekerasan terhadap jurnalis masih terus terjadi meskipun jurnalis mendapatkan jaminan atas perlindungan hukum dalam melaksanakan tugasnya dalam “Catatan 20 Tahun Reformasi Kebebasan Berkumpul, Berekspresi, Berpendapat, dan Hak Informasi Masih dalam Ancaman” yang dirilis oleh Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers) dalam situs resminya.

Dalam catatan tersebut, Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers) menjelaskan beberapa hal yang menjadi penyebab mengapa kekerasan terhadap jurnalis masih terjadi yang diantaranya adalah

1. Wartawan telah melapor ke polisi, tetapi tampaknya tidak ada tindak lanjut dari penyelesaian sebelumnya.

2. Jurnalis atau perusahaan medianya lebih memilih untuk tetap diam dan menghindari proses hukum. Dalam kasus kekerasan polisi, ini juga benar. Korban yang lebih memilih diam atau damai atas kekerasan dapat dituntut berdasarkan hukum.

Menurut Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers), kedua faktor ini adalah pola klasik yang akan terus terulang dalam kasus kekerasan terhadap jurnalis. Memahami pentingnya menyelesaikan kasus-kasus tindakan kekerasan untuk kemajuan kebebasan pers adalah persyaratan mutlak bagi demokrasi yang menjunjung tinggi nilai-nilai kebebasan berekspresi dan kebebasan pers. Menurut data yang telah dirangkum oleh Aliansi Jurnalis Independen pada tahun 2019 dan tahun 2020, Polisi berada pada urutan teratas pelaku kekerasan terhadap jurnalis. Pada tahun 2019 tercatat sebanyak 11 kasus, dan pada tahun 2020 tercatat sebanyak 7 kasus yang dilakukan oleh Polisi.

Ade Wahyudin menjelaskan beberapa hal yang menjadi penyebab lambanya proses hukum kasus kekerasan terhadap jurnalis. Menurut Ade, lambanya proses hukum ini dikarenakan banyak pelakunya adalah dari aparat penegak hukum.

“Mengapa Proses Hukum terhadap jurnalis ini lamban karena banyak pelakunya adalah dari aparat itu sendiri. Jadi teman nya mungkin dia agak sungkan untuk mengusut temanya akhirnya kasusnya menjadi lamban atau bahkan tidak diproses. Jadi kita tetep nyuratin, cuman balik lagi itu tanggung jawabnya ada dikepolisian, kalau kepolisian nggak gerak, kita juga agak sulit gitu ya.” (Dalam wawancara via *google meet* dengan Ade Wahyudin, Minggu, 3 Januari 2021).

Lebih lanjut, Ade Wahyudin juga menjelaskan alasan lain yang membuat proses hukum kasus kekerasan terhadap

jurnalis menjadi lamban, Ade berpendapat bahwa:

“Penegakkan hukumnya sendiri yang terbilang sangat lemah dan cukup lamban. Dan juga ada faktor dari perusahaannya terkadang untuk kasus-kasus kekerasan, kriminalisasi, tidak terlalu turun mendampingi si jurnalisnya atau bahkan abai ya karena kita tahu bahwa proses pidana itu cukup melela hkan jadi secara bisnis tidak terlalu menguntungkan. Kemudian si jurnalisnya lebih banyak yang takut dibandingkan yang berani, jadi ketika ada kasus kekerasan, mereka lebih baik diam dan berfikir bahwa itu sudah resiko profesi, akhirnya tidak di usut. Padahal itu semua berpengaruh pada keberulangan. Dan juga karena kualitas dari karya jurnalistiknya” (Dalam wawancara via *google meet* dengan Ade Wahyudin, Minggu, 3 Januari 2021).

Afwan Purwanto menyatakan hal yang serupa dengan Ade Wahyudin, Afwan Purwanto berpendapat bahwa:

“Mayoritas pelaku kekerasannya adalah aparat kepolisian. Catatannya adalah dari semua kasus kekerasan terhadap jurnalis yang diadvokasi oleh AJI dengan melaporkan ke kepolisian hingga saat ini hampir semuanya mandek.” (Dalam wawancara via *email* dengan Afwan Purwanto, Selasa, 15 Desember 2020).

Terkait temuan data yang menunjukan bahwa Polisi berada pada urutan teratas pelaku kekerasan terhadap jurnalis, Peneliti mendapatkan informasi dalam berita media online *sindonews.com* yang berjudul *Dewan Pers Kecam Kekerasan Terhadap Wartawan*, Ketua Dewan Pers, Mohammad Nuh, menyatakan sikap terhadap kejadian kekerasan terhadap jurnalis, Mohammad Nuh menilai bahwa pihak Kepolisian perlu memberikan penjelasan resmi atas kekerasan dan perusakan yang terjadi kepada insan media. Nuh mengatakan bahwa:

“Mengutuk dengan keras oknum aparat yang melakukan

tindak kekerasan,intimidasi verbal dan perusakan alat kerja wartawan yang sedang melakukan kerja jurnalistik meliput demonstrasi," kata Nuh dalam keterangan tertulisnya dalam *media online sindonews*, Jakarta, Minggu (11/10/2020).

Lebih lanjut Dewan Pers menekankan, dalam setiap bertugas, jurnalis selalu dilindungi oleh Undang-Undang. Dalam hal ini Pasal 8 UU Pers Nomor 40 Tahun 1999 berisi "Dalam melaksanakan profesianya wartawan mendapat perlindungan hukum".

"Dalam konteks ini, semestinya pihak kepolisian bersikap hati-hati, proporsional dan tidak melakukan tindakan kekerasan terhadap wartawan yang sedang menjalankan tugas jurnalistik," ujar Nuh dalam keterangan tertulisnya dalam *media online sindonews*, Jakarta, Minggu (11/10/2020).

Dalam upaya penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis, Dewan Pers, dalam situs resminya merilis Standar Perlindungan Profesi Wartawan. Perlindungan yang diatur dalam standar ini adalah perlindungan hukum untuk wartawan yang menaati kode etik jurnalistik dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya memenuhi hak masyarakat memperoleh informasi. Terkait upaya penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis, Peneliti mendapatkan data berupa pedoman penanganan kasus kekerasan terhadap wartawan (jurnalis) yang dibuat oleh Dewan Pers dalam situs resminya. Dewan Pers juga memaparkan beberapa langkah-langkah dalam upaya menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis, langkah-langkah tersebut yaitu:

1. Mengumpulkan informasi, termasuk membuat kronologi, mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat, termasuk korban dan pelaku, serta saksi mata, dan mengumpulkan bukti. Verifikasi untuk menentukan apakah kasus

- kekerasan terkait dengan kegiatan jurnalistik atau tidak, dan apakah jurnalis (jurnalis) semata-mata menjadi korban kekerasan atau berkontribusi pada terjadinya kekerasan.
2. Menentukan kebutuhan korban, seperti kesehatan, keselamatan, dan kemungkinan evakuasi korban atau keluarga mereka.
 3. Kesimpulan dan rekomendasi pengambilan keputusan, langkah litigasi, langkah-langkah non-litigasi, langkah-langkah koordinasi lokal dan nasional yang melibatkan organisasi profesional, media tempat jurnalis bekerja, Dewan Pers, Polisi, LSM media, atau LSM HAK ASASI MANUSIA.
 4. Jika perlu, penggalangan dana untuk penanganan.
 5. Jika perlu, proses evakuasi korban atau keluarganya harus diutamakan dalam menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis.

Menurut Dewan Pers, beberapa pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam upaya penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis yaitu:

1. Perusahaan pers

Organisasi pers ini adalah yang pertama memberikan perlindungan langsung kepada jurnalis (jurnalis) dan keluarga korban kekerasan, baik karyawan maupun non-karyawan. Perusahaan pers bertanggung jawab untuk menutupi biaya pengobatan, evakuasi, dan pencarian fakta, berkoordinasi dengan organisasi jurnalis profesional, dewan pers, dan penegak hukum, memberikan bantuan hukum, dan terus memberikan bantuan bahkan setelah kasus kekerasan terhadap jurnalis (jurnalis) telah memasuki proses hukum di kepolisian atau peradilan.

2. Organisasi Profesi Wartawan

Tanggung jawab organisasi profesi jurnalis adalah

membantu jurnalis (jurnalis) dan keluarga yang menjadi korban kekerasan (termasuk ketika kasus kekerasan telah memasuki proses hukum, dan bantuan mengacu pada langkah-langkah untuk menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis sebagaimana diatur dalam prinsip Dewan Pers penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis), serta untuk mencari dana yang dibutuhkan untuk menangani kasus kekerasan sampai proses hukum dinyatakan usai

3. Dewan Pers

Dewan Pers bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan pelaksanaan pedoman penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis (jurnalis) dengan perusahaan pers dan organisasi profesi jurnalis, serta mengingatkan perusahaan pers dan organisasi profesi wartawan tentang tanggung jawab mereka sebagaimana diatur dalam Pedoman. Mencari dana untuk menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis sampai proses hukum selesai, berkoordinasi dengan penegak hukum untuk mengambil langkah-langkah penanganan yang diperlukan untuk melindungi jurnalis korban kekerasan atau keluarganya, dan memastikan proses penegakan hukum pelaku kekerasan dan bukti kekerasan, bekerja sama dengan perusahaan pers dan organisasi wartawan profesional yang mengawasi proses hukum kasus kekerasan terhadap jurnalis. Ambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mempercepat prosedur.

Ketiga masalah ini terkait erat; Profesionalisme, kepatuhan terhadap etika, dan kesejahteraan yang memadai tidak dapat dikembangkan kecuali mereka seimbang. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) mengklaim bahwa kesejahteraan jurnalis yang memadai mempengaruhi jurnalis untuk bekerja secara profesional, etis, dan mandiri.

Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menjalankan

program kerja untuk membangun komitmen ini, antara lain dengan mensosialisasikan nilai-nilai ideal jurnalisme dan meningkatkan kesadaran akan hak-hak ekonomi pekerja pers. Sosialisasi dilakukan antara lain melalui pelatihan jurnalistik, diskusi, seminar, dan publikasi penilaian dan hasil penelitian di media. Sementara advokasi, bantuan hukum, dan bantuan kemanusiaan bagi mereka yang mengalami represi dilakukan oleh perusahaan pers, lembaga negara, dan kelompok masyarakat, program pertahanan terhadap hak-hak pekerja pers, antara lain, dilakukan oleh perusahaan pers, lembaga negara, dan kelompok masyarakat.

Peneliti mendapatkan informasi berupa suatu lembaga yang mendukung Dewan Pers dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dalam mewujudkan kebebasan pers di Indonesia. Lembaga tersebut yaitu Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers). Peneliti mendapatkan informasi dari situs resmi Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers). Berdasarkan informasi yang Peneliti dapatkan, Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers) adalah sebuah lembaga nirlaba yang diprakarsai oleh beberapa orang advokat muda yang tergabung dalam Komite Pembela Kebebasan Pers (KPKP) bersama dengan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta pada 11 Juli 2003, bertempat di Tugu Proklamasi Jakarta yang kemudian menjadi hari lahir Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers).

PEMBAHASAN

Fenomena Kekerasan Terhadap Jurnalis

Kekerasan terhadap jurnalis umumnya di temui pada saat peristiwa demonstrasi. Pada tahun 2019 dan 2020, terdapat beberapa peristiwa demonstrasi. Peristiwa demonstrasi yang terjadi pada tahun 2019 yaitu pada kegiatan demonstrasi menolak hasil pemilu di depan Kantor Bawaslu

di Jl MH Thamrin Jakarta pada 20-21 Mei 2019 dan demonstrasi mahasiswa menolak Rancangan Undang-Undang (RUU) dan pelemahan KPK di sekitar Senayan, Jakarta pada 23-24 September 2019. Sedangkan Peristiwa demonstrasi yang terjadi pada tahun 2020 yaitu peristiwa demonstrasi menolak Undang-Undang Cipta Kerja (Omnibus law) yang dilakukan mahasiswa dan buruh.

Divisi Advokasi Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia mencatat terdapat 53 kasus kekerasan terhadap jurnalis di seluruh Indonesia. Divisi Advokasi Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia juga mencatat terdapat 84 kasus di seluruh Indonesia selama tahun 2020. Ini bukan hanya lebih banyak dari tahun 2019 yang mencatat 53 kasus, tapi menjadi jumlah tertinggi sejak Aliansi Jurnalis Independen (AJI) memantau kasus kekerasan terhadap jurnalis sejak lebih dari 10 tahun lalu.

Berdasarkan data kekerasan terhadap jurnalis pada tahun 2019 dan 2020 di seluruh Indonesia, mengalami peningkatan dalam jumlah kasus yaitu sebanyak 31 kasus. Sedangkan jumlah kasus kekerasan yang terjadi di DKI Jakarta mengalami penurunan yaitu sebanyak 4 kasus. Data tersebut menunjukkan bahwa kekerasan bahwa peristiwa kekerasan terhadap jurnalis terus berulang, khususnya ketika jurnalis sedang ditugaskan meliput kegiatan demonstrasi yang berujung bentrok antara demonstran dengan aparat kepolisian. Afwan juga mengatakan bahwa mayoritas pelaku kekerasan adalah aparat kepolisian.

Pada 2020 jumlah kekerasan terhadap jurnalis meningkat sangat drastis, yaitu jumlah kasus yang melebihi angka seratus dan kasus tersebut tidak diiringi dengan proses hukum terhadap pelaku-pelaku kekerasan. Kekerasan terhadap jurnalis merupakan cara pembungkaman yang paling tidak beradab. Lebih lanjut, Nada menjelaskan bahwa

jurnalis bekerja bukan untuk keuntungan pribadi semata melainkan karena panggilan jiwa. Jurnalis bekerja untuk publik, untuk membela kebenaran. Menurut Nada, pelaku yang melakukan kekerasan dan pembungkaman adalah orang yang tidak memahami pentingnya tugas yang diemban jurnalis. Pelaku tidak senang dengan kebenaran yang diperjuangkan.

Pola kekerasan yang terjadi terhadap jurnalis berlangsung yaitu 1) kekerasan yang tindakannya terekam oleh jurnalis, tidak ingin motifnya terbongkar atau diketahui oleh masyarakat, 2) Pola lain yang terjadi yaitu karena jurnalis tidak patuh terhadap Kode Etik Jurnalistik sehingga menimbulkan berita yang tidak benar dan akhirnya pihak yang dirugikan dalam berita yang dibuat oleh jurnalis tersebut merasa tercemar nama baiknya kemudian menuntut jurnalis tersebut. Pola tersebut meliputi kekerasan fisik saat peliputan aksi demonstrasi, doxing, persekusi *online*, dan diteror secara *online*.

Pola kekerasan terhadap jurnalis yang pernah ia alami selama menjalankan tugasnya. Nada mengatakan, bahwa ia pernah mengalami intimidasi dari oknum aparat pada saat meliput aksi demonstrasi menolak revisi Undang-undang Komisi Pemberantasan Korupsi di Jakarta pada bulan September 2019 akhir. Nada diintimidasi karena merekam tindak kekerasan oleh oknum aparat lain terhadap warga sipil. Telepon seluler Nada yang ia gunakan untuk merekam nyaris diambil oleh oknum aparat.

Upaya Dewan Pers Dalam Menangani Kasus Kekerasan

Kejelasan perlindungan jurnalis dalam melaksanakan pekerjaan jurnalistik diperlukan sebagai bentuk pelaksanaan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dalam menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis, Dewan Pers

menerbitkan Standar Perlindungan Profesi Jurnalis di situs resminya. Standar Perlindungan Profesi Jurnalis terdiri dari beberapa poin pertentangan, yaitu:

1. Perlindungan yang diatur dalam standar ini adalah perlindungan hukum untuk wartawan yang menaati kode etik jurnalistik dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya memenuhi hak masyarakat memperoleh informasi
2. Dalam melaksanakan tugas jurnalistik, wartawan memperoleh perlindungan hukum dari negara, masyarakat, dan perusahaan pers. Tugas jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi melalui media massa.
3. Wartawan dilindungi dari tindakan kekerasan, pengambilan, penyitaan, dan/atau perampasan alat kerja saat menjalankan tugasnya, dan tidak boleh dihalangi atau diintimidasi oleh pihak manapun.
4. Karya jurnalis dilindungi dari segala bentuk penyensoran.
5. Wartawan yang ditugaskan khusus untuk daerah berbahaya dan / atau konflik harus dilengkapi dengan surat penugasan, peralatan keselamatan yang berkualitas, asuransi, dan pengetahuan, keterampilan, dan pengetahuan dari perusahaan pers yang terkait dengan kepentingan penugasan mereka.
6. Di daerah konflik bersenjata, wartawan yang telah menunjukkan identitas mereka sebagai jurnalis dan tidak menggunakan identitas pihak yang bertikai harus diperlakukan sebagai pihak netral dan diberikan perlindungan hukum sehingga mereka tidak terintimidasi, disandera, disiksa, dianiaya, apalagi dibunuh.
7. Perusahaan pers diwakili dalam hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan jurnalistik oleh orang yang bertanggung jawab.
8. Dalam kasus yang melibatkan karya jurnalis, penanggung

jawab hanya dapat ditanyai tentang berita yang telah dipublikasikan. Wartawan memiliki pilihan untuk menolak sumber informasi.

9. Adalah ilegal bagi pemilik atau manajemen perusahaan pers untuk memaksa wartawan membuat berita yang melanggar Kode Etik Jurnalistik dan / atau hukum yang berlaku.

Dewan Pers juga memiliki prinsip penanganan kasus kekerasan terhadap jurnalis, prinsip-prinsip tersebut yaitu:

1. Kasus kekerasan terhadap jurnalis harus ditangani dengan persetujuan para korban atau ahli waris.
2. Kasus kekerasan terhadap jurnalis harus ditangani sesegera mungkin.
3. Kasus kekerasan yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik akan ditangani bersama oleh perusahaan pers, organisasi profesi jurnalistik, dan Dewan Pers.
4. Kasus kekerasan yang tidak terkait dengan kegiatan jurnalistik berada di bawah yurisdiksi langsung penegakan hukum.
5. Organisasi profesi jurnalis dan perusahaan pers harus adil dan menjatuhkan sanksi tegas jika ditemukan bukti bahwa jurnalis melanggar kode etik jurnalistik atau berkontribusi terhadap kekerasan.
6. Organisasi pers, asosiasi pers, dan organisasi profesional jurnalis membentuk lumbung pendanaan taktis untuk menangani tindakan kekerasan terhadap jurnalis. Dewan Pers membantu pembentukan lumbung dana taktis.
7. Media harus menghindari pelaporan kasus kekerasan terhadap jurnalis, yang dapat menghambat penyelesaian masalah dengan mempersulit evakuasi dan perlindungan korban.

Dewan Pers juga memaparkan beberapa langkah-langkah dalam upaya menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis, langkah-langkah tersebut yaitu:

1. Pengumpulan informasi, yaitu membuat kronologi, menentukan pihak - pihak yang terlibat, baik korban dan pelaku maupun saksi mata, serta mengumpulkan bukti-bukti. Verifikasi untuk menentukan kasus kekerasan yang terjadi berhubungan dengan kegiatan jurnalistik atau tidak, dan wartawan (jurnalis) murni menjadi korban kekerasan atau turut berkontribusi pada terjadinya kekerasan.
2. Menentukan kebutuhan korban, seperti kesehatan, keselamatan, dan kemungkinan evakuasi korban atau keluarga mereka.
3. Kesimpulan dan rekomendasi pengambilan keputusan, langkah litigasi, langkah-langkah non-litigasi, dan langkah-langkah koordinasi tingkat lokal dan nasional yang melibatkan organisasi profesional, media tempat jurnalis bekerja, Dewan Pers, Polisi, LSM media, atau LSM HAK ASASI MANUSIA.
4. Jika perlu, kumpulkan dana untuk penanganan.
5. Jika situasinya mengerikan, proses evakuasi korban atau keluarganya harus diutamakan dalam menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis.

Upaya yang dilakukan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dalam menanganai tindak kekerasan kepada jurnalis memiliki beberapa komitmen, yaitu memperjuangkan dan mempertahankan kebebasan pers. Pemenuhan kebutuhan publik akan informasi objektif adalah tujuan dari dua komitmen ini. Untuk melindungi kebebasan pers, Aliansi

Jurnalis Independen (AJI) berusaha menciptakan iklim pers yang sehat, ditandai dengan sikap jurnalis profesional, kepatuhan terhadap etika, dan tidak melupakan kesejahteraan yang tepat. Ketiga masalah ini terkait erat; Profesionalisme dan kepatuhan terhadap etika tidak dapat dikembangkan kecuali mereka diimbangi dengan kesejahteraan yang memadai. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menyatakan bahwa kesejahteraan jurnalis yang memadai mempengaruhi jurnalis untuk bekerja secara profesional, etis, dan mandiri.

Program kerja Aliansi Jurnalis Independen (AJI) bertujuan untuk membangun komitmen ini, antara lain dengan mensosialisasikan nilai-nilai jurnalisme yang ideal dan meningkatkan kesadaran akan hak-hak ekonomi pekerja pers. Sosialisasi dilakukan melalui berbagai cara, termasuk pelatihan jurnalistik, diskusi, seminar, dan publikasi temuan studi dan penelitian di media. Sedangkan program bela terhadap hak-hak pekerja pers antara lain dilakukan melalui advokasi, bantuan hukum, dan bantuan kemanusiaan bagi mereka yang menghadapi represif, hal itu dilakukan oleh perusahaan pers, lembaga negara, dan kelompok masyarakat.

Upaya Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers) Dalam Menangani Kasus Kekerasan Terhadap Jurnalis. *Executive Director* Lembaga Bantuan Hukum Pers (LBH Pers), Ade Wahyudin, menjelaskan upaya LBH Pers dalam menangani kasus kekerasan terhadap jurnalis, yaitu dengan cara memberikan konsultasi hukum kepada jurnalis yang mengalami kekerasan. Pemberian konsultasi ini bertujuan agar jurnalis memahami bagaimana mekanisme proses hukum terhadap kasus yang dialami oleh jurnalis yang mengalami kekerasan tersebut. LBH Pers juga berperan sebagai *lawyer* yang mendampingi jurnalis yang mengalami kekerasan dalam proses hukum dan ikut serta mengawal perkembangan kasus tersebut hingga selesai. LBH Pers juga memberikan

pendidikan dan pelatihan hukum kepada aparat penegak hukum, termasuk kepolisian, hakim, jaksa, dan pengacara, bekerja sama dengan beberapa lembaga donor.

Perlindungan Hukum bagi Jurnalis Yang Menjadi Korban Kekerasan Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999. Wartawan adalah dasar dari kebebasan pers. Akibatnya, wartawan menerima perlindungan hukum lengkap saat melaksanakan tugas profesional mereka dari negara, masyarakat, dan perusahaan pers. Dewan Pers (2017), hal.82. Negara memberikan perlindungan hukum kepada wartawan dalam pelaksanaan tugasnya berdasarkan UU No.40 Tahun 1999. Menurut Pasal 8 UU No.40 Tahun 1999, "Dalam menjalankan profesi, wartawan mendapat perlindungan hukum." Istilah "perlindungan hukum" mengacu pada jaminan perlindungan pemerintah dan/atau masyarakat kepada jurnalis dalam menjalankan fungsi, hak, kewajiban, dan perannya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Menurut Dewan Pers, uraian dalam Pasal 8 UU No.40 Tahun 1999 berarti bahwa wartawan, seperti profesi khusus lainnya seperti dokter atau advokat, adalah profesi khusus ketika mereka menjalankan profesi secara khusus dilindungi oleh undang-undang. Ini berarti bahwa wartawan harus menghindari obstruksi, penyensoran, penyitaan peralatan, penahanan, penangkapan, penyanderaan, penganiayaan, dan pembunuhan selama mereka melaksanakan tugas mereka dengan benar.

Dalam situs resminya, Dewan Pers juga menjelaskan ketentuan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa selama wartawan menjalankan tugasnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik dan peraturan turunan, seperti Peraturan Dewan Pers, terhadap jurnalis tidak dapat dituntut

secara pidana. Ini tidak berarti bahwa profesi jurnalis atau jurnalis dikecualikan atau dibebaskan dari hukum. Wartawan dan jurnalis harus tetap tunduk dan taat pada hukum. Namun, perlu ditekankan bahwa jika tugas jurnalis atau jurnalis tidak memenuhi persyaratan seorang jurnalis atau jurnalis dan dilakukan di luar area pers, itu bukan tindakan jurnalistik dan tidak menerima perlindungan hukum sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999.

Terkait hak pers, Undang-undang No.40 Tahun 1999 menjelaskan pada Pasal 4 yang berbunyi:

1. Kebebasan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.
2. Pers nasional tidak dikenakan penyensoran, penyensoran, atau larangan penyiaran.
3. Untuk menjamin kebebasan pers, pers nasional memiliki hak untuk mencari, memperoleh, dan menyebarkan ide dan informasi.
4. Ketika datang ke akuntabilitas berita di hadapan hukum, wartawan memiliki hak untuk menolak.

Menurut Pasal 18 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, setiap orang yang melanggar hukum dan dengan sengaja melakukan perbuatan yang menghalangi atau menghalangi pelaksanaan ketentuan Pasal 4 ayat (2) dan ayat 3 dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun atau denda Rp 500.000.000,00. (Lima ratus juta rupiah). Pers nasional memiliki hak untuk mencari, memperoleh, dan menyebarkan ide dan informasi, sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, ayat 3.

Tindakan kekerasan terhadap jurnalis yang dilakukan oleh pelaku kekerasan dengan menghalangi jurnalis mendapatkan informasi berupa foto dan *video* merupakan bentuk pelanggaran Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999

dalam pasal 4 ayat 3 yang berbunyi "Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi. Nurul Amalia, dalam penelitiannya yang berjudul *Perlindungan Hukum Terhadap Wartawan Dalam Meliput Aksi Demonstrasi*, mengatakan bahwa bentuk perlindungan hukum terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan dapat dilihat dari pasal 8, pasal 4, dan pasal 18 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 sebagai poin dari penyelesaian kasus kekerasan terhadap jurnalis. Hal ini juga diperkuat oleh temuan yang didapat dari penelitian Imanul Hakim dengan judul *Upaya Perlindungan Hukum Kepada Wartawan Dari Tindak Kekerasan Pada Saat Menjalankan Tugas Jurnalistik (Studi Kasus Di Radio Elshinta Surabaya)*. Dalam temuan tersebut menjelaskan bahwa, bentuk perlindungan hukum terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan dapat dilihat dari pasal 8, pasal 4, dan pasal 18 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999.

Upaya untuk memperoleh informasi yang benar, jurnalis Indonesia memerlukan etika profesi sebagai pedoman dalam melaksanakan tugas dan menjaga kepercayaan masyarakat serta menjunjung integritas dan profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan atau jurnalis Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Dalam Pasal 7 Ayat 2 Undang-undang No.40 Tahun 1999 berbunyi "Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik". "Kode Etik Jurnalistik" adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Salah satu yang menyebabkan mengapa kekerasan terhadap jurnalis masih terjadi terhadap jurnalis yaitu karena tidak adanya sanksi serius terhadap pelaku kekerasan dan laporan kekerasan yang telah ia buat tidak diproses kendati bukti-bukti sudah jelas.

Alasan Kekerasan Terhadap Jurnalis Masih Terjadi Meskipun Dalam Menjalankan Tugas Jurnalistik, Jurnalis

Mendapatkan Perlindungan Dari Undang-Undang No 40 Tahun 1999 adalah 1) Sebagian besar aparat kepolisian, pemerintah dan masyarakat belum memahami bahwa jurnalis melaksanakan tugasnya dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999. 2). Lambannya proses hukum kasus kekerasan yang dialami jurnalis, karena Sebagian besar pelaku adalah apparat penegak hukum. 3) Tidak adanya sanksi hukum yang serius terhadap pelaku kekerasan termasuk kekerasan terhadap jurnalis.

SIMPULAN

Bentuk upaya perlindungan hukum terhadap jurnalis yang mengalami kekerasan dapat dilihat dari ketentuan yang diatur dalam pasal 8, pasal 4, dan pasal 18 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 dan Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Kekerasan terhadap jurnalis masih terjadi meskipun telah mendapatkan perlindungan dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan kekerasan masih terjadi yaitu karena: 1). Lambannya proses hukum terhadap kasus kekerasan terhadap jurnalis; 2) Sebagian besar masyarakat, aparat Kepolisian, belum paham bahwa dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999; dan 3) Kurang tegasnya sanksi yang diberikan kepada pelaku kekerasan, sehingga terdapat pelaku-pelaku lain yang melakukan kekerasan terhadap jurnalis.

SARAN

Berdasarkan penjelasan yang Peneliti sajikan dalam simpulan penelitian ini, saran yang dapat Peneliti berikan yaitu:

1. Agar proses hukum terhadap kasus kekerasan terhadap jurnalis diselesaikan secara tuntas dan pelaku kekerasan mendapatkan sanksi yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 agar menimbulkan efek jera, agar kedepanya, masyarakat melihat bahwa pelaku mendapatkan sanksi yang tegas, sehingga orang berfikir dua kali untuk melakukan kekerasan terhadap jurnalis.
2. Pihak Kepolisian langsung memproses kasus kekerasan terhadap jurnalis dan tidak menunda proses hukum ketika bukti-bukti sudah tersedia. Dan juga Kepolisian harus tegas dalam bertindak kepada anggotanya yang menjadi pelaku kekerasan sesuai dengan ketentuan
3. Kode Etik Jurnalistik ini berkaitan dengan Pasal 8 Undang-Undang No.40 Tahun 1999. Perlindungan hukum yang disebutkan dalam Pasal 8 Undang-Undang No.40 Tahun 1999 berlaku bagi jurnalis yang menaati dan mematuhi Kode Etik Jurnalistik. Salah satu penyebab terjadinya kekerasan terhadap jurnalis adalah tidak patutnya jurnalis terhadap Kode Etik Jurnalistik yang telah dibuat dan disepakati oleh Dewan Pers dan organisasi pers. Peneliti berpendapat bahwa, Kode Etik Jurnalistik ini sangatlah penting, karena ini merupakan pedoman untuk jurnalis agar membuat berita yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yaitu dalam Pasal 18 Ayat 1.
4. Dewan Pers atau organisasi pers untuk lebih giat mensosialisasikan pentingnya keselamatan jurnalis dalam bekerja. Dan juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yang menjadi perlindungan hukum terhadap jurnalis dalam melaksanakan tugasnya.

KEPUSTAKAAN

- [1] McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta:Salemba Humanika
- [2] Ariyanti, Ratna & Tim LBH Pers. 2020. *Protokol Keamanan Dalam Meliput Isu Kejahatan Lingkungan Untuk Jurnalis*. Jakarta: LBH Pers.
- [3] <https://www.wartaekonomi.co.id/read260634/apa-itu-omnibus-law>. Diakses pada Selasa, 2 Februari 2021 Pukul 14.15 WIB
- [4] <https://nasional.kontan.co.id/news/liput-demo-tolak-omnibus- law-sejumlah-jurnalis-dianiaya-polisi-ajiminta-usut> diakses pada hari Senin, 19 Oktober 2020 Pukul 10.50 WIB
- [5] Ramadlan, M, Fajar Shodiq, dkk. 2019. *Media, Kebudayaan, dan Demokrasi: Dinamika dan Tantangannya di Indonesia Kontemporer*. Malang: UB Press
- [6] Ariyanti, Ratna & Tim LBH Pers. 2020. *Protokol Keamanan Dalam Meliput Isu Kejahatan Lingkungan Untuk Jurnalis*. Jakarta: LBH Pers.
- [7] <https://komisiinformasi.go.id/?P=1840> diakses pada hari Senin, 23 November2020 pukul 22:08 WIB
- [8] Hikmat, Mahi M. (2018). *Jurnalistik: Literary Journalism*. Jakarta: Kencana.
- [9] Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Islam NegeriAlauddin.
- [10] Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Islam NegeriAlauddin.

- [11] Suherdiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka
- [12] Suherdiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka.
- [13] Suherdiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka
- [14] Suherdiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka.
- [15] Suherdiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: CV Mimbar Pustaka.
- [16] Fachruddin, Andi. 2019. *Journalism Today*. Jakarta: Prenada Media GroupKencana
- [17] Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Islam NegeriAlauddin.
- [18] Fachruddin, Andi. 2019. *Journalism Today*. Jakarta: Prenada Media GroupKencana.
- [19] Farid, Muhammad. 2018. *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- [20] Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, Dan Infotainment Dalam Industri Televisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [21] <https://paralegal.id/pengertian/ancaman-kekerasan>. diakses pada Rabu,16 Desember 2020 pukul 13:56 WIB
- [22] <https://kbbi.web.id/massa> diakses pada Rabu, 16 Desember 2020 pukul 14:05 WIB

- [23] <https://kbbi.web.id/massa> diakses pada Rabu, 16 Desember 2020 pukul 14:05 WIB
- [24] <https://kbbi.web.id/usir> diakses pada Rabu, 16 Desember 2020 pukul 14:15 WIB
- [25] Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [26] Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [27] Sukmadinata, N.S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [28] Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rodaskarya.
- [29] Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish
- [30] Fitrah, Muh & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [31] Fitrah, Muh & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [32] Fitrah, Muh & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [33] Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak Publisher

- [34] Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [35] Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [36] Fitrah, Muh & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [37] Fitrah, Muh & Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak Publisher
- [38] Nazamuddin. 2020. *Memahami Makroekonomi Melalui Data Dan Fakta*. Aceh:Syah Kuala University Press
- [39] Siyoto, Sandu & Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: LiterasiMedia Publishing
- [40] Mudjia Rahardjo. 2010. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*.
[\(diakses 12 November 2011 Pukul 16 : 17 WIB\)](http://www.mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view)

Pengaruh Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Terhadap Produk UMKM di Kota Medan Pada Era Pandemi Covid-19

Erni Suyani, MA

bundazahrazahra@yahoo.com

Dosen Ilmu Komunikasi Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Dharmawangsa

Dr.Maria Ulfa Batoebara, MSi

Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas
Dharmawangsa

ABSTRAK

Persaingan bisnis dewasa ini semakin ketat dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi sehingga konsumen memiliki mengetahui informasi lengkap tentang produk untuk memilih yang tersedia di pasar. Hal ini disebabkan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dengan perkembangan teknologi informasi dengan cepat. Pemanfaatan digital marketing adalah promosi dan pencarian pasar oleh media digital secara online untuk manfaat dari berbagai fasilitas jaringan sosial misalnya. Dunia maya tidak lagi hanya dapat menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga antara orang dengan orang lain di seluruh dunia. Pemasaran digital, biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan cara terintegrasi memfasilitasi interaksi antara produsen, pasar perantara, dan konsumen yang diharapkan. Penggunaan konsep pemasaran berbasis digital marketing menaruh asa terbaik bagi UMKM buat berkembang sebagai sentra kekuatan ekonomi. Kandidat, konsumen bisa mencari & menerima fakta mengenai produk

hanya menggunakan cara menjelajah global maya sebagai akibatnya memudahkan proses quest-nya. Selama ini sporadis sekali penggunaan media umum publikasi buat UMKM & manfaat penggunaannya UMKM media umum pada Indonesia, khususnya pada wilayah Medan. Lantaran pentingnya fakta mengenai cara penggunaan media social UMKM & Manfaatnya, sebagai akibatnya terdapat hubungannya menggunakan penelitian observasional. Tujuan menurut penelitian ini merupakan buat mengetahui efek usaha pengembangan keberlanjutan pada pelaku UMKM melalui pemasaran digital pada Medan terhadap minat beli warga melakukan pemanfaatan pemasaran teknologi. Bercermin dari hal tersebut maka pembelajaran mengenai setrategi komunikasi dibutuhkan oleh UMKM di Kota Medan supaya dapat mengkomunikasikan produknya secara online dan dapat memaksimalkan penjualan pada masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: media digital. Komunikasi pemasaran,UMKM

PENDAHULUAN

Pembatasan kegiatan dalam skala besar yang menimpa seluruh masyarakat dunia disaat pandemi covid-19 bergejolak ternyata membawa model perubahan tatanan hidup, dan membuat manusia terus berfikir bagaimana cara mempertahankan kehidupan ditengah situasi yang serba sulit, jika dalam kondisi normal manusia diajarkan bagaimana perilaku etika dalam berinteraksi secara *face to face*, namun di era pandemik Covid-19, interaksi *face to face* tidak lagi cara ideal dalam interaksi social, maka tidak lagi dibutuhkan pola komunikasi ini, seolah dunia ilmu komunikasi mengatakan bahwa manusia harus memutar haluan tentang cara

komunikasi, dan untuk dapat bertahan dalam hidup disituasi sulit komunikasi *face to face* sudah tidak memungkinkan lagi, ada model komunikasi yang tidak harus tatap muka dan berada dalam satu ruangan, maka komunikasi tersebut membutuhkan alat bantu kemajuan teknologi, dan alat bantu tersebut adalah melalui media digital secara virtual.

Jika sebelumnya cara -cara virtual dianggap sebagai komunikasi yang kurang bernilai sopan dan menghargai, namun saat ini komunikasi virtual digital dianggap komunikasi yang sangat aman dan orang sudah sangat memahami nilai-nilai etika dan estetika yang terkandung di dalamnya, sebagaimana bisa dilihat saat ini perkembangan teknologi komunikasi secara digital seperti penggunaan media social facebook, twiter, WA, intagram dan perkembangan penggunaan media social lainnya. Dan perkembangan dunia komunikasi melalui media digital bukan saja digunakan untuk kepentingan pendidikan, politik, sosial namun perkembangan komunikasi digital melalui virtual juga sangat dimanfaatkan dalam dunia bisnis. Untuk memampangkan jenis usaha yang dikelola tidak harus membuka toko yang harus kelihatan oleh orang, namun sebuah toko atau tempat usaha bisa diciptakan didalam rumah tanpa orang tau namun pembeitahuannya sudah bisa menyebar diseluruh penjuru daerah melalui postingan di media social Facebook, WA, twiter, instagram dan lainnya.

Dewasa ini persaingan dunia usaha semakin ketat dengan kehadiran kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang dimiliki informasi yang menunjukkan kepada konsumen tentang cara memilih produk yang tersedia di pasar. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan internet pengguna di Indonesia, teknologi informasi semakin berkembang pesat. Peningkatan tersebut dapat disebabkan

oleh beberapa faktor, antara lain (1) kemudahan penguasaan informasi di tangan masyarakat. Internet dapat bebas berinteraksi dan membentuk komunitas hanya dengan menekan tombol submit (Hamdani, 2015 dan 2015) Aulyah, 2015 Peningkatan pengguna internet juga tercermin dalam pengertian umum data (Dirjen) dan dalam implementasi pengertian komunikasi telematika dan layanan TI (Depkominfo). Negara duta besar dilaporkan bahwa Yahoo! Indonesia menjelaskan bahwa karena jumlah yang meningkat dilaporkan bahwa Yahoo dan akibatnya peringkat! Indonesia selama empat tahun terakhir tahun, mereka dapat digunakan sebagai prima sebagai bukti untuk membuktikan bahwa pengguna internet di Indonesia jumlah jam setiap hari telah terjadi kenaikan.

Bahkan untuk peluang bisnis yang lebih luas dengan juga peningkatan yang diinginkannya di sini adalah akses internet, konten lokalisasi, aplikasi, e-commerce, dan data center. Meningkatnya pengguna gadget di Indonesia dan. Saat ini Pengguna gadget di Indonesia meningkat melebihi jumlah penduduk dan mencapai level 240 juta unit. Usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) berperan penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan keluarga yang menunjang pendapatan keluarga (Guha et al., 2018).

Menggunakan konsep pemasaran digital berbasis pemasaran UKM memberikan harapan untuk menjadi pusat kekuatan ekonomi Konsumen potensial hanya dapat meneliti dan memperoleh informasi produk dengan menjelajahi dunia maya sehingga digunakan untuk mengefisienkan proses pencarian. yang memfasilitasi tindak lanjut pengusaha dan memenuhi semua kebutuhan dan keinginan mereka bagi calon konsumen ketika kebutuhan dan disposisi konsumen

dapat dipenuhi oleh bisnis akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. kepuasan pelanggan merupakan aset bisnis yang penting karena dapat dijadikan sebagai indikator kualitas perusahaan dan omzet di masa yang akan datang. Interaktivitas di dunia maya telah disajikan sebagai saluran komersialisasi potensial yang luar biasa dan banyak perusahaan telah berinvestasi untuk memantapkan diri dalam lingkungan virtual baru ini (Barnes dan Mattsson, 2008) karakteristik utama yang dialami oleh pengguna: antarmuka grafis 2D atau 3D; konteks sosial yang dialami banyak orang; interaktivitas dan kejelasan lingkungan virtual; ruang bersama untuk interaksi; dan kelestarian lingkungan.Banyak dunia maya, seperti Second Life, memiliki fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis, termasuk mata uang global, personalisasi dan objek, konsep kepemilikan properti, komunikasi teks dan/atau suara, dan banyak pasar dan komunitas yang berbeda (Castranova, 2005; Manninen) dan Kujanpää, 2007) Di tengah pandemi Covid19 saat ini, seluruh UKM (usaha mikro, kecil dan menengah) harus terus merumuskan strategi terbaiknya untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Salah satu strategi terbaik adalah bagaimana para pelaku usaha sendiri dapat memanfaatkan seluruh kemampuan, potensi dan tekadnya untuk mengembangkan usaha, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Sunarsi, D., (2020), dalam The International Journal of Supply Chain Management “Humans merupakan komponen terpenting dalam sebuah bisnis karena berperan sebagai perencana, pelaksana dan pengontrol dalam mencapai tujuan bisnis.” Hal ini juga diperkuat oleh penelitian dari Effendy, AA et al. (2020), yang menjelaskan bahwa “atau UMKM” Survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di Fadly, HD dan Sutama, S. (2020) menemukan “pengguna e-commerce, atau 3.504 kepala

dari rumah tangga (KK).)) di 101 wilayah seluruh provinsi di Indonesia Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya sekitar 15,08% dari total penggunaan kegiatan e-commerce berbanding terbalik dengan yang tidak menggunakan e-commerce korporasi, atau 84,92% "Sesuai hasil penelitian R.Rahayu dan J. Day (2015)," Karakteristik UKM di Indonesia masih sangat sedikit dalam pengembangan digital marketing on the net dan dalam pemanfaatan teknologi canggih. yang masih menggunakan situs statis adalah 32,5%, 25 n situs interaktif belum terlibat secara digital. persentase 7,2% untuk UKM.

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian diperlukan adanya "Pengaruh media digital dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk bagi UKM di kota Medan di era pandemi Covid19"

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif berikut digunakan dalam penelitian ini: "Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang situasi yang dimaksud," tulis Effendi, AA (2018).

1. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012), "tahap penelitian yang paling penting adalah pengumpulan data teknis, karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data; Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengamatan pertama, 'Sebagai teknik pengumpulan data, memiliki karakteristik dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner,' termasuk

dalam teknik pengumpulan data. Sugiyono (2012) mendefinisikan formalized formalised formalised Formalised Menurut Arikunto (2010), "Dokumentasi adalah untuk mencari dan mengumpulkan data tentang hal-hal atau variabel dalam bentuk catatan, transkrip, buku, jurnal, agenda, risalah pertemuan, dll jika peneliti ingin melakukan studi awal untuk menemukan masalah yang ada." Ini harus diteliti, terutama jika peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang hal-hal yang ditanggapi responden dan jumlah respondennya kecil (Sugiyono, 2012).

2. Metode Analisis Data

"Describe" teknik analisis yang digunakan para peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Pengumpulan data, pengurangan data, data dan penarikan kesimpulan (Sanusi Anwar, 2011) Menurut Effendy, AA (2019), "pengumpulan data di lokasi penelitian dengan melakukan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang tepat dan menentukan arah dan kedalaman proses pengumpulan data selanjutnya."

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penerapan pemasaran digital dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk olahan UMKM di era pandemi Covid19.

E-marketing adalah hasil dari konvergensi teknologi komunikasi modern dan evolusi prinsip-prinsip pemasaran tradisional (Cazacu, 2018). Proses pemasaran merek melalui Internet dikenal sebagai emarketing. Ini termasuk elemen pemasaran, tanggapan pemasaran langsung dan tidak

langsung, dan praktik menghubungkan bisnis dengan pelanggan melalui berbagai teknologi. Buat diferensiasi merek (AlWeshah, 2018; Chong et al., 2018; Descubes et al., 2018); Waheed et al., 2018; Lisdayati et al., 2018; Sheikh et al., 2018; dan Yousaf et al., 2018).

Ketika diterapkan dengan benar, laba atas investasi dari pemasaran elektronik dapat jauh melebihi strategi pemasaran konvensional. Internet adalah kekuatan yang tak terhindarkan. Bersiaplah untuk "tidak bertentangan" milioni di persone ogni giorno, dukung catatan la ridefinizione del modo di cui le aziende interagiscono con i clienti. Con l'emarketing, la portata dei potenziali klien diventa più ampia bagian: Internet dan della diventato bagian semua.

Seiring dengan marketing, memungkinkan Anda untuk menjelajahi pasar baru yang berpotensi kompetitif di seluruh dunia dengan investasi kecil. Selain itu, ada pengurangan biaya melalui otomatisasi dan penggunaan media elektronik. biaya transaksi, layanan pelanggan, saluran media digital, pencetakan dan distribusi dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada metode pemasaran tradisional (Asogwa dan Muda, 2018; Handayani et al., 2018; Pradhan et al., 2018; Leonidou et al., 2018 dan Wilson et al., 2018 al., 2018).

Emarketing memungkinkan Anda untuk langsung menjangkau orang-orang yang penasaran dengan produk dan layanan Anda sehingga mereka lebih tertarget. Emarketing memberikan akses bisnis ke pasar massal dengan harga terjangkau dan memungkinkan mereka untuk menangani pemasaran sendiri. sifat emarketing membuatnya sempurna untuk usaha kecil. Pada akhirnya, dengan emarketing, terdapat pendekatan yang efektif, yaitu emarketing yang terencana dan efektif yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis pelanggan. Niat membeli muncul setelah proses review alternatif dan dalam proses review seseorang akan membuat

serangkaian pilihan produk mana yang akan dibeli berdasarkan merek dan minat. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berkaitan dengan perasaan dan emosi, jika seseorang merasa senang dan puas membeli barang atau jasa maka akan meningkatkan minat beli, ketidakpuasan menghilangkan minat secara umum (Bigne et al., 2018; Skordoulis et al., 2018). Stefanini et al., 2018 dan Misirlis dan Vlachopoulou, 2018). Chaffey dan Smith (2013: 12) mengidentifikasi bahwa "Ada lima jenis utama" bentuk Digital Pemasaran, antara lain":

1. "Situs e-commerce transaksional. Perusahaan manufaktur, jasa perjalanan, pengecer, yang membuat produk dipasarkan tersedia secara online, misalnya, e-commerce situs, seperti shopee.co.id, tokopedia.com dan seterusnya"
2. Situs membangun hubungan berorientasi layanan, yang memberikan informasi untuk menarik minat pelanggan dan membangun hubungan. Produk biasa tidak tersedia secara online; yaitu, informasi disediakan melalui situs web dan pemasaran email untuk menginformasikan pembelian keputusan."
3. Situs pembangunan merek menyediakan pengalaman untuk mendukung merek. Produk adalah: biasanya tidak tersedia secara online, tetapi situsnya biasa digunakan untuk menjual pernak-pernik/merchandise.
4. Portal atau situs media, yang bertujuan untuk menyediakan informasi dan konten, seperti Online Situs berita, seperti Kompas.com, Detik.com, dan seterusnya."
5. Jejaring sosial atau situs komunitas. Situs yang memungkinkan interaksi masyarakat antara konsumen yang berbeda, contoh popular termasuk Facebook, Instagram, Whatsapp Twitter, dll."

Berdasarkan hasil pemantauan dan pengamatan dari beberapa Pengusaha UMKM di Wilayah Medan di antaranya

adalah usaha yang bergerak di bidang usaha makanan beku sektor dengan produk seperti Bakso, Kuliner / Stik Lezat, Makanan dan Minuman / Nima kuliner, Herbal/ Perdagangan Herbalcovid, Kuliner/ Kedai Utí, Bakso Celor Kuliner / Mie, Makanan dan Minuman/Nasi Goreng Lombok Ijo, Membuat Tempe / Tempe, Makanan Beku / Piscok Blepotan dan Makanan Panggang / Sosis, diperoleh dari hasil pengamatan jenis-jenis makanan di atas yang merupakan UMKM yang memiliki wilayah pasar bisnis yang pemasarannya melalui digital atau online, pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualannya.

Jika dipetakan maka yang menjadi implementasi digital marketing dalam usaha meningkatkan penjualan para pengusaha UMKM adalah memalui beberapa hal yakni :

1. Memetakan wilayah Pemasaran

Strategi pemetaan pemasaran terkait erat dengan karakter dan perilaku masyarakat secara keseluruhan dalam studi komunikasi pemasaran. Setiap lingkungan memiliki seperangkat kebutuhan dan trennya sendiri (Patrick di Suwatno, 2017: 57). Akibatnya, tugas utama dari rencana komunikasi pemasaran adalah untuk mengidentifikasi berbagai kelompok pasar. Proses identifikasi pasar dilakukan dengan melakukan pemetaan strategis, yang mencakup tiga elemen utama: segmentasi, penargetan, dan positioning (STP).

a. Segmentation

Segmentasi pasar adalah proses mengkategorikan konsumen ke dalam berbagai profil segmen. Kategori yang paling umum untuk segmentasi adalah demografi, geografi, psikografis, dan perilaku (Suwatno, 2017: 60). Berdasarkan

kategori dalam segmentasi pasar di atas, adalah mungkin untuk menyimpulkan bahwa segmentasi pasar yang diperlakukan oleh pengusaha UMKM didasarkan pada segregasi demografis. Pemisahan demografis didasarkan pada jenis kelamin (gender), usia (age), ekonomi sosial (status sosial-ekonomi), dan tingkat pendidikan (tingkat pendidikan).

Jika dinyatakan secara eksplisit, penerapan segmentasi pasar pengusaha UMKM menyangkut kelompok usia 16-35 tahun. Pengusaha UMKM menargetkan target gender laki-laki dan perempuan ketika dilihat dari jenis kelamin. Dengan menerapkan jam layanan 24 jam nonstop, target berbasis gender condong ke arah jenis kelamin laki-laki di malam hari, dengan asumsi bahwa konsumen laki-laki lebih cenderung menghabiskan waktu "nongkrong" di perusahaan UMKM larut malam hingga dini hari.

Pada siang dan malam hari, jenis kelamin perempuan lebih ditargetkan. Segmentasi pasar pengusaha UMKM adalah kelas sosial menengah dalam hal status sosial ekonomi. Hal ini terlihat dari harganya yang cukup rendah dibandingkan dengan menu serupa di kafe lain, yang jauh lebih mahal. Segmentasi juga terlihat dalam kalimat yang digunakan sebagai template di setiap pos manajemen pengusaha UMKM di akun media sosial mereka, yaitu "Makan dengan baik di Lesehan Barokah" (misalnya), pas di mulut, pas di saku.

Dalam kalimat ini, ditunjukkan bahwa beragam makanan yang ditawarkan umkm sangat cocok untuk dinikmati mulut di mulut sekaligus dengan harga yang wajar. Sementara itu, pengusaha UMKM menyangkut konsumen dengan latar belakang pendidikan SMA dan pelajar. Selanjutnya, dengan lokasi usaha UMKM di Medan seperti Universitas Sumatera Utara, UNISU, UNIMED, UMSU, UISU, dan lainnya. Memiliki kemampuan untuk menarik pelanggan dari sekitar kampus

adalah manfaat bagi bisnis UMKM. Hasilnya, menu UMKM disesuaikan dengan segmentasi pasarnya. Tidak mengherankan ketika UMKM menyajikan menu makanan dan minuman saat ini dan populer, seperti olahan seafood.

b. Targeting

Strategi penargetan, menurut pengusaha UMKM, harus dikembangkan sejak awal, sebelum program pemasaran dilaksanakan. Untuk menentukan target, pemasar harus menggunakan analisis dan intuisi yang tajam. Secara umum, penargetan harus ditentukan dengan jelas dan tegas, bukan mengambang, apalagi mengkhawatirkan (Suwatno, 2017: 66). Ada beberapa jenis dasar strategi penargetan, menurut Patrick De Pelsmacker (2013: 67), termasuk: 1. *Emphasis on a single segment* 2. *specialized specialization* 3. *Product differentiation* 4. *Market specialized* 5. *Complete market coverage*

Pengusaha UMKM adalah bidang usaha yang berada di bidang spesialisasi pasar, sesuai dengan jenis dasarnya. Perusahaan dalam hal ini adalah pengusaha UMKM, yang berfokus pada satu segmen dan menjual berbagai produk kepada kelompok konsumen.

Produk yang dimaksud adalah berbagai makanan dan minuman yang ditawarkan oleh pengusaha UMKM agar dapat menyesar target pasar berdasarkan segmentasinya. Penargetan tidak boleh dilakukan sembarangan. Secara teknis, prosesnya dapat diselesaikan dari luar ke dalam. Metode ini berangkat dari fakta aktual dan data yang dikumpulkan di lapangan. Hal ini penting karena pendekatan insideout lebih didasarkan pada asumsi dan analisis logis tanpa referensi data lapangan yang cukup, sehingga akurasi dan presisinya masih dipertanyakan (Suwatno, 2017: 68).

c. Positioning

Strategi positioning, yang dielaborasi pengusaha UMKM dalam usahanya, tidak kalah penting karena mereka mengkonfirmasi posisi merek atau produk di antara merek lain. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menonjol di benak pelanggan. Penentuan posisi harus jelas agar konsumen menempatkan merek tertentu pada skema asosiasi tertentu. Dalam hal ini, pengusaha UMKM memposisikan diri sebagai tempat makan yang tidak hanya menyediakan makanan tetapi juga kenyamanan dan ketepatan harga.

Pengusaha UMKM memahami posisinya, yang mirip dengan Warung Upnormal. Ketika WOU memutuskan untuk memperluas daya tarik menu, hal-hal berubah. Berbeda dengan Warung Upnormal, yang identik dengan menu mie instan dengan rasa dan isian yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, tetapi pengusaha UMKM sangat menyadari posisi mereka dan siap untuk menyelaraskannya dengan strategi positioning yang telah mereka pilih. Dunia digital diharapkan menjadi titik kritis bagi semua aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis, menurut pengusaha Digital Marketing UMKM. Beberapa indikator menunjukkan hal ini, termasuk peningkatan belanja iklan digital, peningkatan kepemilikan smartphone untuk mengakses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi untuk meningkatkan kualitas akses data, dan peluncuran layanan 4G. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital, dan internet tidak diragukan lagi berdampak pada dunia pemasaran. Dalam beberapa tahun terakhir, revolusi teknologi informasi telah mengubah lanskap dunia pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya tradisional dan konvensional

kini telah diintegrasikan ke dalam dunia digital (Suwatno, 2017: 99).

Pertemuan antara penjual dan pembeli tidak lagi diperlukan secara langsung, tetapi transaksi jual beli sekarang dapat terjadi di dunia maya tanpa perlu pertemuan tatap muka. Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, jelas bahwa peningkatan aktivitas jual beli digital sangat signifikan.

Hal ini penting karena pemasaran digital dianggap lebih prospektif dalam hal memungkinkan pelanggan potensial untuk mendapatkan semua jenis informasi produk dan bertransaksi melalui internet. Di satu sisi, pemasaran digital memudahkan bisnis untuk memantau dan memenuhi semua kebutuhan dan keinginan calon pelanggan mereka.

Calon pelanggan, di sisi lain, dapat mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajahi dunia maya. Dengan kata lain, pemasaran digital dapat menjangkau semua komunitas, di mana pun mereka berada, tanpa memperhatikan ruang atau waktu. Hal ini dipahami dengan baik oleh pemilik bisnis dan pengusaha UKM. Terbukti dengan penggunaan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah konsumen dan loyalitas.

Dalam hal ini, pengusaha UMKM telah secara sadar memposisikan diri dengan memutuskan layanan pemasaran digital mana yang akan digunakan. Sementara itu, menurut We are Social, agen pemasaran digital Amerika, platform media sosial paling populer di Indonesia per Januari 2019 adalah Youtube (49 persen) dan Facebook (48 persen). Instagram (39%), Twitter (38%), Whatsapp (38%), dan Google (38%), masing-masing berada di posisi ketiga dan keempat

(36%). FB Messenger, Line, Linkedin, BBM, Pinterest, dan Wechat mengambil sisa ruang dalam urutan itu.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, UMKM yang siap dengan perubahan dan perkembangan di teknologi informasi akan dapat memberikan manfaat dan kemudahan dalam memasarkan produknya. Jelas bahwa kreativitas dan inovasi menjadi landasan utama dalam bermain marketing menggunakan digital pemasaran.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha UMKM Kota Medan dalam memanajemen pemasaran melalui media digitas terhadap usaha mereka adalah dengan memetakan beberapa hal yaitu melalui proses Segmentation, Targeting, dan Positioning.

SARAN

Yang dapat dijadikan saran dalam pembahasan ini adalah hal-hal yang harus diperhatikan untuk perbaikan oleh para pelaku usaha UMKM yaitu berkaitan dengan 1) Menjaga keunikan produk; 2) Terus meningkatkan inovasi, terutama dalam membuat konten di media sosial yang menarik dan interaktif karena sangat rentan untuk ditiru nantinya oleh pesaing lainnya. Salah satunya dengan membentuk kreasi tim; 3) Menerapkan dan mengutamakan nilai-nilai yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya bangsa Indonesia

=KEPUSTAKAAN

- _____ 2015. "Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D." Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D., (2020), "The Influence of Supply Chain Strategy on Employee Performance on Small and Medium Business in Beringharjo Market, Yogyakarta-Indonesia." International Journal of Supply Chain Management, Vol. 9, No. 5, October 2020
- _____.2015. "Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development) Untuk Bidang: Pendidikan, Managemen, Sosial, dan Teknik". Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. "Prosedur Penelitian". Jakarta: Rineka Cipta
- Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2008). Brand value in virtual worlds: an axiological approach. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9(3), 195–205.
- Castranova, E. (2005). Synthetic worlds: The business and culture of online games. Chicago: University of Chicago Press
- Cazacu, A. N. (2018). The Informational Contribution Of Varied Influences On The Decision In The Anime Culture E-Marketing. *Management and Marketing Journal*, 16(1), 30-46.
- Effendy, A. A. (2019). "Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan." *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- Fadly, H. D., & Sutama, S. (2020). "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi

Covid-19." Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen, 5(2), 213-222

Hamdani, Anwar. (2015). The Synergy of Development of MSMEs in the Era of the ASEAN Economic Community (MEA). Proceedings of the 2015 National Seminar on the 4th UNS SME's Summit. Solo

Manninen, T., & Kujanpää, T. (2007). The value of virtual assets—the role of game characters in MMOGs. International Journal of Business Science and Applied Management, 2(1), 21-33.

Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 195, 142-150.

Sugiyono. 2012. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Bandung: Alfabeta.

Suwatno. 2017. Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

**Analisis Interaksi Simbolik *Body Shaming* Sesama
Perempuan
(Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas
Bengkulu)**

Arum Sekar Kinasih¹, Rasianna Br Saragih² Verani Indiarma³

Email : arum.kinashi@gmail.com

Universitas Bengkulu

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana perempuan yang pernah mengalami tindakan *body shaming* memandang dirinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tindakan *body shaming* yang terjadi terhadap sesama perempuan dalam kajian Pikiran (*Mind*), Diri (*Self*), Masyarakat (*Society*) dalam ruang lingkup mahasiswi Ilmu Komunikasi. Awal terbentuknya konsep diri dalam pikiran seorang perempuan dipengaruhi oleh pengalaman yang dialami dalam lingkungan dari yang positif maupun negatif seperti tindakan *body shaming*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Peneliti juga menggunakan teknik triangulasi data sebagai metode uji keabsahan data, dengan cara memeriksa data yang telah didapat dari berbagai sumber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Interaksi Simbolik dalam konsep *Mind*, *Self*, dan *Society* oleh George Herbert Mead. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang mengalami *body shaming* membentuk pikiran (*Mind*) berdasarkan pengalaman lalu sebagian memandang diri (*Self*) dengan menerima apa adanya (*I*) namun terkadang konsep diri mereka juga terbentuk karena dipengaruhi oleh penilaian

orang lain (*Me*). Dan masyarakat (*Society*) merupakan faktor besar dalam perempuan yang pernah mengalami *body shaming* ini dalam membentuk pola pikir serta menemukan jati diri.

Kata Kunci: Interaksi Simbolik, *Body Shaming*, Perempuan

ABSTRACT

This research examined how women who had experienced body shaming viewed themselves. The purpose of this study is to analyze the body shaming actions that occurred against fellow women in the study of Mind, Self, and Society within the scope of communication science students. The beginning of the formation of self-concept in a woman's mind is influenced by experience in the environment with positive and negative effects such as body shaming. Data collecting process is done with interviews, observations that have been written in field records, personal documents, official documents, photo images and so on. Researchers also used data triangulation techniques as a method of testing the validity of data, by examining data that has been obtained from various sources. The theory used in this study is the theory of Symbolic Interaction in the concept of Mind, Self, and Society by George Herbert Mead. The results showed that women who experienced body shaming formed a mindset (Mind) based on experience and then partly view themselves (Self) by accepting themselves as they are (I) but sometimes their self-concept is also formed because it is being influenced by the judgment of others (Me). And society is a big factor for women who have experienced body shaming in forming their mindset and finding themselves.

Keywords: *Symbolic Interaction, Body Shaming, Women*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peradaban dan kehidupan manusia telah berkembang dari masa ke masa sejak belum ditemukannya aksara hingga berkembangnya teknologi seperti sekarang ini. Begitu juga dengan rasa ketertarikan manusia terhadap hal - hal yang mereka anggap sedap untuk dipandang, mulai dari seni hingga bentuk tubuh. Dalam konteks tubuh ideal ini tampilan luar seseorang sudah menjadi hal yang dijunjung dalam melihat maupun bagi setiap orang, dalam hal ini terhadap kaum perempuan. Sedari dulu pun perempuan dari bagian negara lain sudah saling mempunyai standar kecantikannya masing - masing, seperti bagi para wanita Mesir Kuno yaitu tubuh ramping dengan bahu sempit, bagi wanita Yunani Kuno yaitu tubuh seksi dengan bentuk tubuh yang tegap seperti laki - laki dan kulit yang terang, lain pula pada masa Dinasti Han di China, tubuh ramping, berkulit putih, bola mata yang besar dan kaki yang kecil merupakan standar kecantikan pada masa itu, tidak ketinggalan pula payudara besar, kulit putih, pinggul yang besar serta berambut panjang pada masa Renaissance di Eropa. Para perempuan di masa itu bahkan rela melakukan berbagai macam "ritual" untuk memenuhi standar kecantikan di lingkungan sosialnya.

Berkembangnya peradaban manusia dan teknologi serta informasi yang semakin pesat mengakibatkan perubahan pada standar bentuk tubuh ideal bagi manusia. Nilai - nilai dalam berkehidupan masyarakat mendapat pengaruh besar dari berbagai macam informasi yang berhubungan langsung dengan kultur tertentu. Badan yang mempunyai kecocokan antara tinggi dan berat badan merupakan standar fisik ideal bagi mayoritas negara - negara di dunia seperti negara maju

serta negara berkembang layaknya Indonesia. Perempuan memiliki standar ideal seperti tubuh yang cenderung kurus, berlekuk, dan sehat sementara tubuh lelaki yang ideal adalah tubuh yang memiliki otot, kekar, dan sehat (Strandbu & Kvalem, 2012 : 629).

Dikarenakan standar seperti itulah mayoritas masyarakat mengukur kecantikan dari salah satunya yaitu bentuk tubuh. Hal ini menyebabkan perempuan terkekang dalam standar yang telah ditentukan oleh media dan masyarakat. Jika seorang perempuan memiliki bentuk tubuh yang sedikit melenceng saja dari standar, maka hal ini akan mempengaruhi dari fisik maupun segi psikis perempuan, terlebih jika ada yang memberikan komentar buruk terhadapnya.

Body shaming merupakan suatu istilah yang terdiri dari dua kata yaitu *body* dan *shaming*. *Body* sendiri artinya badan, dan *shaming* berarti memermalukan. Dengan dua kata tersebut kita bisa mengartikan maksud dari istilah tersebut, yang berarti bahwa *body shaming* merupakan sebuah tindakan dimana seseorang bisa memermalukan bentuk tubuh seseorang baik secara personal maupun di depan khalayak umum, secara sadar atau tidak.

Berdasarkan dari survei yang digelar oleh Yahoo! Health yang berjudulkan *Body Peace Resolution* dapat dilihat bahwa perempuan lebih sering mendapat perlakuan *body shaming* daripada laki - laki. Tercatat bahwa 94 persen perempuan pernah mengalami tindakan *body shaming*, adapun laki - laki hanya 64 persen berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 2000 orang dalam rentang usia 13 hingga 64 tahun ini.

Perilaku *body shaming* seringkali dianggap wajar dan biasa dalam lingkungan sehari – hari. Oleh karena itu banyak orang yang tidak mengetahui dampak dari perilaku *body shaming* yang mereka lakukan. Menurut Rigby dan Thomas (Sudibyo, 2012). Dampak negatif dari *body shaming* pada korban yaitu selain dari kesehatan fisiknya yang menurun, mengalami insomnia atau susah tidur. Kesehatan mental korban juga bisa terganggu seperti timbulnya perasaan sedih yang mendalam sehingga dalam beberapa kasus hal ini bisa berujung pada depresi, terlalu sering dipermalukan dapat membuat kepercayaan diri korban menurun, serta pergantian suasana hati yang berubah – ubah dari sedih, marah, tertekan dan terancam ketika berada di situasi tertentu.

Sering kali pelaku *body shaming* menganggap komentar mereka hanya sebuah candaan maupun kepedulian antar sesama perempuan, tapi yang tidak mereka ketahui adalah jika korban merasa tersinggung, hal itu bisa berdampak negatif bagi kesehatan mental korban. Di Indonesia sendiri sepanjang tahun 2018 telah tercatat sebanyak 966 kasus yang telah ditangani oleh polisi mengenai *body shaming* ataupun penghinaan bentuk fisik. Sementara itu hanya 347 kasus diantaranya memiliki status selesai, baik diselesaikan di meja hijau maupun secara kekeluargaan. (www.news.detik.com)

Contohnya saja kasus yang terjadi pada artis Dian Nitami, pada tahun 2019 lalu ia mendapatkan komentar negatif mengenai hidungnya dalam foto yang diunggah ke aplikasi Instagram. Ia mengaku sakit hati dan berniat melaporkan kasus tersebut ke meja hijau. Ironisnya lagi, pelaku *body shaming* tersebut merupakan seorang perempuan. Perempuan yang seharusnya mendukung dan

peduli terhadap sesama perempuan, bukannya saling menjatuhkan.

Peneliti memilih mahasiswi sebagai subjek penelitian dikarenakan mahasiswi perempuan merupakan pribadi yang cenderung sensitif akan hal ini, perempuan dalam rentang usia 17 hingga 25 tahun. Usia dimana kebanyakan berpikir bahwa penampilan fisik merupakan hal yang sangat diutamakan dalam menaikkan kepercayaan diri. Adanya perubahan bentuk badan maupun fisik yang terjadi pada mahasiswi memunculkan rasa tidak puas yang sangat besar bagi mahasiswi. Beberapa peneliti juga menambahkan bahwa penampilan fisik memiliki kaitan yang erat dengan rasa kepercayaan diri mahasiswi. Pengaruh dari penampilan fisik kepada rasa kepercayaan diri begitu besar. (Murasmutia, 2012).

Berdasarkan pengalaman peneliti sebagai mahasiswi Ilmu Komunikasi, contoh kasus yang pernah terjadi yaitu yaitu salah satu mahasiswi Ilmu Komunikasi yang pernah mengalami tindakan *body shaming* berupa sapaan seperti kenapa ia terlihat lebih berisi dari sebelumnya. Contoh lainnya yaitu ketika mahasiswi banyak berkumpul lalu membahas produk - produk kecantikan dan salah satu mahasiswi menyarankan produk kecantikan kepada teman yang sedang berjerawat sambil membanding-bandtingkan wajahnya dengan teman tersebut. Salah satu narasumber mahasiswi Ilmu Komunikasi yang pernah mengalami *body shaming* mengungkapkan bahwa dirinya seringkali mengalami perlakuan *body shaming* seperti perempuan lain yang mengatakan tentang perubahan yang terjadi pada bentuk tubuhnya, sampai mengomentar bahwa baju yang dipakai tidak cocok dengan postur tubuh. Menurutnya hal itu cukup

menyakitkan terutama jika perempuan yang berkomentar hubungannya tidak terlalu dekat dengan dirinya.

Berdasarkan dari hasil pra-penelitian yang telah dilakukan penulis terhadap beberapa mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu, semua narasumber mengetahui dan pernah mengalami *Body shaming* itu sendiri maupun melakukannya terhadap orang lain. Respon mereka pun mayoritas seperti sedih, tersinggung, ataupun sakit hati. Mayoritas dari mereka menerima komentar *body shaming* dari mahasiswi lainnya, dari teman dekat hingga hanya kenalan saja. Begitu juga dengan halnya melempar komentar *body shaming* pun juga kepada mahasiswi lain.

Mahasiswi yang pernah melontarkan komentar negatif terhadap bentuk tubuh mahasiswi lain kebanyakan melakukannya dengan tujuan bercanda, sebagai bentuk kepedulian, atau bahkan karena spontan/tidak sengaja. Beberapa juga mengaku jika mereka hanya melakukan hal tersebut terhadap orang yang memiliki hubungan komunikasi yang dekat saja.

Psikolog Anna Surti Ariani, S.Psi., M.Si., mengatakan bahwa *body shaming* pada realita banyak dilakukan oleh dan terhadap sesama perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan mempunyai sifat naluriah menyukai hal - hal yang indah untuk dipandang. Selain itu jika dibandingkan dengan laki - laki, perempuan lebih condong memperhatikan hal - hal detail. Perempuan bisa mengetahui bentuk alis temannya yang kurang simetris, namun bagi laki - laki hal tersebut tidaklah penting. Laki - laki tidak terganggu dengan bentuk alis yang tidak rata. (www.kumparan.com)

Maka dari itu berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang Analisis Interaksi Simbolik *Body Shaming* Sesama Perempuan.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tindakan *body shaming* yang terjadi terhadap sesama perempuan dalam kajian *mind, self, dan society*.

METODE

Pendekatan Penelitian

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk menggambarkan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik teknik alam maupun manusia, dengan fokus pada karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan pengobatan, manipulasi, atau perubahan variabel yang dipelajari, melainkan menggambarkan suatu kondisi sebagaimana adanya. Satu-satunya perawatan yang diberikan adalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan deskripsi di atas, bisa disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah rangkaian kegiatan penelitian untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya yang hasilnya lebih menekankan kepada makna dan terikat nilai. Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini memerlukan wawancara yang mendalam

agar dapat menghasilkan data yang akurat tentang analisis interaksi simbolik *body shaming* sesama perempuan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempatkan di Universitas Bengkulu tepatnya di Universitas Bengkulu yang beralamat di Jalan Raya Kandang Limun Kota Bengkulu ini memiliki 8 fakultas yang mengasuh beberapa program studi. Fakultas-fakultas yang terdapat disalah satu perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu ini adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Universitas Bengkulu (UNIB) didirikan pada tahun 1982 dengan Keputusan Presiden No.17 dan diresmikan oleh Prof. Dr. Daud Yusuf, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Pada saat yang sama, Prof.Ir. Soenyoto Sumodiharjo ditunjuk sebagai Rektor UNIB pertama. Ada beberapa perubahan pada rektor sampai saat ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang pertama adalah observasi. Nasution dalam (Sugiono, 2014) mengatakan observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian.

Adapun penulis menggunakan metode observasi ini untuk mengamati dan memperoleh data dari subjek penelitian

yaitu mahasiswi Ilmu Komunikasi sebagai korban *body shaming*, dimana peneliti melakukan observasi di sosial media korban dengan cara melihat jika ada tindakan *body shaming* yang terjadi terhadap korban. Saat penelitian peneliti tidak akan ikut campur dalam apa yang dilakukan informan namun mengamati dengan seksama. Hal ini dilakukan guna mendapatkan data dari pengamatan kegiatan informan untuk mendeskripsikan subjek penelitian.

Selanjutnya yaitu *in depth interviews* (wawancara yang mendalam), wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai tindakan *body shaming* yang dilakukan maupun terjadi kepada subjek dengan cara mengadakan tanya jawab yang mendalam.

Pemilihan tipe wawancara yang mendalam diperlukan dalam penelitian ini dikarenakan data yang diperoleh bersifat personal sehingga butuh prosesi tanya jawab yang lebih jauh. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang-ulang (Bungin, 2017). Wawancara dilakukan dengan bantuan buku catatan untuk mencatat hasil seluruh pengamatan serta alat perekam.

Kemudian yaitu dokumentasi, yang dimaksud dengan dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai suatu hal atau variabel berupa transkrip, catatan, buku, majalah, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2011). Dalam penelitian ini peneliti akan mendokumentasikan temuan – temuan ketika penelitian berlangsung, bisa berupa hasil wawancara dengan korban *body shaming* menggunakan alat perekam dan foto, maupun hasil dari *screenshot* tindakan *body shaming* yang terjadi pada sosial media, korban dari *body shaming* diperbolehkan untuk memilih jika ingin fotonya disensor dengan alasan privasi.

Selanjutnya peneliti juga melakukan studi kepustakaan dengan memanfaatkan buku-buku yang menunjang penelitian, penelitian-penelitian terdahulu, serta data *online* yang tersaji di internet yang berhubungan dengan *body shaming*.

Selain itu, peneliti juga akan menggunakan teknik mencuri dengar (*eavesdropping*) observasi. Teknik mencuri dengar adalah teknik mendengar apapun yang bisa didengar tanpa harus meminta subjek peneliti untuk membicarakannya. Teknik ini dilakukan karena tidak semua subjek akan jujur dengan pertanyaan mengenai tubuh yang akan ditanyakan oleh peneliti, dikarenakan mungkin topik tersebut bersifat sensitif sehingga korban lebih memilih untuk menyembunyikannya dengan sengaja. Peneliti pun bisa mendengarkan apa yang terjadi dengan korban tanpa harus membuat keadaan tidak nyaman.

PEMBAHASAN

Terbentuknya Mind (Pikiran) mengenai Body shaming

Menurut Mead, pikiran atau *mind* merupakan sebuah tahapan dimana seseorang melakukan interaksi dengan diri sendiri dengan menggunakan simbol - simbol yang mempunyai makna tersendiri. Melalui tahapan interaksi dengan diri sendiri, individu dapat memilih yang mana diantara rangsangan yang ditujukan kepadanya itu akan ditanggapinya.

Pikiran berperan sebagai cerminan bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu hal. Dalam kasus ini yaitu *body shaming*. Pikiran seseorang dalam memandang *body*

shaming bisa terbentuk dari banyak faktor seperti dari berbagai media cetak maupun elektronik seperti pada televisi, film layar lebar, maupun iklan seringkali memunculkan konsep perempuan yang memiliki badan langsing, berkulit putih, tinggi sebagai tipe badan ideal sehingga membuat banyak perempuan memiliki *body image* tentang badan diri sendiri buruk dikarenakan tidak sesuai dengan apa yang muncul di media - media. *Body image* atau Citra tubuh sendiri merupakan bagaimana pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri baik di mata orang lain maupun diri sendiri.

Faktor orang tua juga berpengaruh pada *body image* seseorang, contohnya yang terjadi pada informan DY, tak jarang DY mendapat kritikan maupun komentar mengenai bentuk tubuh serta gaya berbusananya. Namun dikarenakan sedari kecil DY sudah diajari oleh orang tuanya untuk menerima bentuk tubuh apa adanya, dan tidak usah peduli dengan komentar buruk orang lain, maka dari itu DY tumbuh menjadi anak yang memiliki pendirian teguh dalam hal *body image* serta memiliki kepercayaan diri untuk berani *speak-up* kepada orang - orang yang berkomentar buruk terhadap dirinya. Karena inilah DY sangat menghormati orang tuanya, seperti pada sebuah unggahan *story* Instagramnya yang merupakan salah satu bentuk apresiasi DY dalam menghormati ibunya, dengan mencantumkan tulisan yang menganggap bahwa ibunya adalah sosok pahlawan bagi DY.

Body Image menimbulkan kemungkinan bagi individu untuk membandingkan rupa diri dengan individu lain dan bisa - bisa menimbulkan sifat *insecure* atau dimana seseorang merasa tidak percaya diri akan kondisi tubuhnya yang berbeda dengan standar ideal yang ada. Serta hal ini juga bisa diperburuk oleh tindakan *body shaming* yang dilakukan oleh orang lain untuk memermalukan korban yang memiliki

bentuk tubuh yang berbeda dari ideal atau standar. Jika dilihat berdasarkan dari kelima informan, perkembangan *body image* atau citra tubuh mereka mayoritas terpengaruh dari pengalaman interpersonal seperti seringkali menjadi bahan ejekan di lingkungannya sehingga membuat mereka memandang buruk tentang citra tubuh sendiri.

Informan UF, DA, ST dan SR memiliki pikiran (*mind*) yang menganggap bahwa *body shaming* bisa terjadi dikarenakan diri bentuk tubuh mereka yang berbeda dengan lingkungan sekitar. Pikiran yang mereka miliki ini dibentuk dari pengalaman selama berinteraksi. Beberapa dari mereka merasa terasingkan karena memaknai simbol - simbol *body shaming* yang ditujukan kepada mereka sebagai hal yang negatif.

Makna sendiri muncul dalam pengalaman seseorang dan diperoleh dari bagaimana individu menunjukkan reaksinya terhadap apa yang dilakukan oleh orang lain baik dari segi reaksi langsung maupun dalam hati. Mereka memaknai simbol - simbol yang ditujukan terhadap bentuk tubuh mereka sebagai beberapa hal yaitu seperti informan UF dan DA memaknai simbol tersebut dengan berpikir bahwa pelaku *body shaming* memiliki maksud atau tujuan yang positif kepada informan UF dan DA. Sehingga UF dan DA menggunakan simbol ini sebagai motivasi bagi mereka. Sementara itu informan SR, dan ST memaknai simbol - simbol *body shaming* yang terjadi sebagai hal yang negatif, sehingga SR dan ST sempat merasa tidak percaya diri dengan tubuhnya.

Pikiran (*mind*) seseorang tentang *body shaming* ataupun *body image* diri sendiri bisa berubah sewaktu - waktu dengan berbagai macam faktor. Merubah pikiran tentang citra tubuh

tersendiri bukanlah hal yang mudah, karena citra tubuh merupakan hal yang subjektif sebab dipengaruhi dari berbagai faktor seperti emosi, pengalaman, lingkungan maupun karakteristik dari individu. Bagi informan SR, hidup berjauhan dengan keluarga serta teman lama membuatnya merasakan sebuah kebebasan maupun kepuasan tersendiri dikarenakan bisa bebas menyusun ulang *body image* yang pernah ia rasakan agar tidak memaknai *body shaming* sebagai hal yang berpengaruh buruk terhadap citra tubuh sendiri. Begitu pula yang terjadi pada informan ST yang lebih memilih untuk mengedukasi diri dengan membaca banyak buku agar tidak selamanya terpuruk dalam *body image* dirasakan.

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan melalui observasi melalui informan ST, bisa dikatakan informan ST ini merupakan pribadi yang gemar membaca serta membagikan sebuah ulasan dan pendapatnya mengenai buku yang telah ST baca di sosial media. Salah satu buku yang pernah dibacanya adalah buku karya Mark Manson yang berjudul "Sebuah Seni Untuk Bersikap Bodo Amat", buku ini berisikan mengenai beberapa poin tentang fokus terhadap tujuan serta memprioritaskan dan memilih mana hal penting atau tidak. Bisa dibilang melalui buku ini informan ST bisa mengambil hikmah dalam kejadian *body shaming* yang dialaminya dan membentuk *mindset* yaitu untuk tidak terlalu memerdulikan komentar – komentar buruk orang lain yang bisa membuat kepercayaan diri ST menurun sehingga bisa menghalangi ST untuk mencapai tujuan hidupnya. ST juga menambahkan bahwa buku tersebut sangat berpengaruh bagi pola pikir informan ST dalam menanggapi suatu hal yang menurutnya tidak terlalu penting.

Mead juga mengatakan bahwa *Mind* merupakan cara dimana individu berfikir untuk merespon hal - hal yang dikatakan padanya, tergantung dari cara individu tersebut masing - masing. Sehingga bisa dilihat melalui observasi yang dilakukan, ketika informan SR mengalami *body shaming* kembali SR menjadi lebih santai dalam merespon hal tersebut. Sedangkan informan UF yang meskipun memaknai tindakan *body shaming* yang terjadi kepadanya sebagai hal positif, akan merespon dengan penuh emosi jika menurutnya *body shaming* yang terjadi telah melewati batas. Ketika ada yang berkomentar mengenai bentuk tubuh UF pada video yang diunggah oleh UF. Orang tersebut menanyakan tentang berat badan UF yang justru membuat UF tersinggung serta menjawab pertanyaan tersebut dengan sebuah pernyataan yang menunjukkan ketidak setujuan UF. Hal ini disebabkan karena menurut UF pertanyaan seperti berat badan yang diajukan kepada orang lain itu sangatlah sensitif, karena semua orang pasti memiliki bentuk badan yang berbeda - beda dan kita tidak tahu apakah orang tersebut akan tersinggung dengan pertanyaan itu.

Dari sini peneliti bisa menyimpulkan bahwa kelima informan mengalami proses pembentukan *mindset* yang berbeda - beda. Beberapa informan ada yang membentuk pikiran bahwa mereka memiliki *body image* yang buruk dan merasa tidak nyaman dengan badan mereka sendiri berdasarkan dari pengalaman pribadi, media, maupun lingkungan. Beberapa lainnya ada yang lelah karena terus menerus merasa tidak nyaman dengan badan sendiri sehingga memutuskan untuk bangkit dan merubah kembali pikiran tentang *body image* mereka dengan cara meluangkan waktu untuk diri sendiri, lebih mencintai diri sendiri, dan untuk tidak terlalu peduli dengan komentar orang lain.

Self (*pikiran*) setelah menghadapi *body shaming*

Self atau diri berkaitan dengan proses refleksi diri, atau pada umumnya lebih dikenal dengan istilah *self control* atau *self monitoring*. Menurut Mead seseorang dapat menyesuaikan diri berdasarkan kondisi dimana mereka berada begitu pula dengan makna serta pengaruh dari tindakan yang mereka lakukan. Dengan kata lain orang secara tak langsung menempatkan diri mereka dari sudut pandang orang lain. Dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai suatu kesatuan.

Dikarenakan sebelumnya seringkali menjadi korban *body shaming* membuat kepercayaan diri empat dari lima informan mengalami penurunan. Hal inilah yang membuat interaksi antara *I* (saya) dan *Me* (aku) dari korban *body shaming* mengalami bentrokan. Beberapa informan seperti ST dan SR yang awalnya merasa interaksi antara *I* dan *Me* merasa bentrok, *Me* dari ST dan SR memiliki kendali utama dalam mengontrol *body image* dari ST dan SR. Hal ini bisa dibuktikan dengan tindakan informan yang pada awalnya ingin merubah diri demi mendapatkan validasi dari orang lain terlebih dari orang yang melakukan tindakan *body shaming* kepada mereka. Namun dikarenakan berbagai macam faktor seperti perubahan lingkungan, pengalaman pribadi, serta pendewasaan diri membuat sisi dari *Me* kedua informan ST dan SR perlahan – lahan mulai dikalahkan oleh sisi *I* dimana mereka berdua telah mengetahui apa yang mereka inginkan dan merasa nyaman dengan diri sendiri sehingga informan ST dan SR tak lagi menjadi objek bagi orang lain melainkan telah menjadi subjek bagi diri sendiri.

Sedangkan dikarenakan pengaruh maupun tekanan dari lingkungan sekitar, membuat sisi *Me* dari informan lain yaitu UF dan DA mengambil kendali dan membuat kedua informan masih terjebak dalam memposisikan diri berdasarkan pandangan dari orang lain atau menjadi objek, dengan kata lain masih mempertahankan simbol yang diberi oleh orang lain daripada simbol yang mereka tentukan sendiri mengenai mereka.

Berdasarkan keterangan dari informan UF yang mendapatkan komentar mengenai kondisi kulit wajahnya yang menunjukkan perkembangan. hal ini mendapat respon positif dari informan UF sendiri dengan cara menyebutkan dimana UF membeli *skincare* tersebut. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti, UF seringkali bepergian menongkrong bersama teman dekatnya tersebut, hal ini bisa dilihat dari salah satu unggahan di profil sosial media UF yang berisikan foto UF dan temannya dengan *caption* menyatakan bahwa mereka adalah teman dekat. Hal ini sangat berpengaruh bagi diri UF dikarenakan teman tersebut seringkali memberikan saran mengenai penampilan dan perawatan diri UF. Disini bisa disimpulkan bahwa informan UF merespon dan menerima komentar ataupun saran mengenai kondisi kulit wajah yang disampaikan oleh temannya dengan baik.

Sementara itu jika dilihat dari aktivitas informan DA, bisa dilihat pada unggahan sosial media yang dilakukan oleh DA. DA mengunggah foto bersama anak – anak SMA dengan menggunakan *caption* selalu merindukan masa – masa SMA. Meskipun DA pernah mengalami *body shaming* semasa SMA, namun DA menganggap bahwa kehidupannya semasa SMA menyenangkan sehingga sampai mengatakan kalau DA rindu terhadap masa itu. Hal ini bisa dikatakan bahwa DA lebih

memilih untuk mengabaikan tindakan *body shaming* yang terjadi kepadanya meskipun hal tersebut mempengaruhi DA dalam menghadapi *body imaginya* dengan hanya mengingat memori yang bagus - bagus saja tentang masa SMAnya.

Selanjutnya yaitu membahas tentang pesan yang didapatkan oleh informan SR serta komentar pada unggahan foto SR. Setelah menanyakan lebih lanjut terhadap perasaan informan SR mengenai hal tersebut, SR menyatakan bahwa pada orang yang mengomentari penampilannya melalui *direct messages* Instagram merupakan teman dekatnya dan memang sudah biasa saling melempar komentar dengan kata - kata kasar sehingga SR tidak merasa tersinggung lagi dengan hal itu. Di lain unggahan SR merasa biasa saja bahkan merasa lucu dengan komentar tersebut dikarenakan terheran seperti mengapa masih saja ada orang yang berfikir kalau rambut pendek itu otomatis menjadi seperti laki - laki padahal perempuan juga bisa memiliki rambut pendek dan tetap menjadi perempuan seperti biasanya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa SR telah berubah menjadi orang yang tidak terlalu memusingkan komentar orang lain jika dilihat dari respon - respon yang ditunjukkan. SR sering membalas perkataan atau komentar orang lain tentang tubuhnya dengan kalimat - kalimat yang berunsur "terserah saya" atau bahkan hanya basa - basi. Serta informan SR kini merasa percaya diri dengan rambut pendeknya hal ini bisa dibuktikan melalui aktivitas SR di sosial media yang seringkali mengunggah foto dirinya yang berambut pendek.

Perubahan juga terjadi pada informan ST, aktivitas informan ST di sosial media memperlihatkan bahwa hampir seluruh unggahan ST tidak memiliki komentar apapun. Pada salah satu unggahan foto diri ST yang diunggah ke sosial media, ST sendiri menonaktifkan fitur komentar pada

unggahannya. Bisa dibilang bahwa ini merupakan tanda kalau ST kini ingin menghindari orang lain yang berkomentar yang macam - macam terhadap dirinya, maka dari itu ST menonaktifkan fitur komentar. Serta ST memaknai kutipan favoritnya dalam buku tersebut dengan "Masa bodoh bukan menjadi acuh tak acuh, masa bodoh berarti nyaman untuk menjadi berbeda." Hal ini bisa diartikan bahwa dengan bersikap masa bodoh terhadap suatu hal, dalam hal ini yaitu *body shaming*, *self* atau diri ST kini merasa nyaman dalam menjalani hidup tanpa harus memikirkan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, ST merasa nyaman jika dianggap berbeda. *Self* atau diri ST yang sekarang menganggap penampilannya merupakan ciri khasnya, yang berarti ada kepuasan dalam diri ST dalam mengatakan hal tersebut. Dengan ini artinya informan ST telah tumbuh menjadi orang yang lebih memilih menghindari timbulnya komentar - komentar mengenai dirinya.

Sementara itu informan DY yang sejak awal tidak merasa terbebani dan tidak memperdulikan komentar - komentar *body shaming* terhadap dirinya, aktivitas informan DY di media sosial seperti biasanya. DY seringkali mengunggah foto dirinya dengan percaya diri. Yang bisa diartikan sebagai DY masihlah menjadi diri DY yang sebelumnya, tidak terlalu mengambil pusing soal *body image* yang dicantumkan pada dirinya oleh orang lain dengan kata lain sisi *I* informan DY masih memiliki kendali penuh atas *self/diri* DY.

Dari penelitian yang dilakukan terhadap lima informan yang pernah mengalami korban *body shaming*, dua diantara masih menjadi objek seperti informan DA dan UF, dimana sisi Me (aku) mereka mengambil alih perspektif terkait *body shaming*, bisa dilihat dari hasil observasi dimana

mereka masih menerima ataupun memantaskan diri mereka berdasarkan pendapat yang disampaikan orang lain mengenai dari bentuk tubuh maupun cara mereka berpakaian.

Lima informan mengalami proses refleksi diri yang beragam, seperti informan SR dan ST yang awalnya menempatkan diri atau citra tubuh mereka berdasarkan dari pandangan orang lain mulai menyadari dan memilih untuk tidak lagi menjadi objek, dikarenakan dari berbagai faktor seperti bergantinya lingkungan atau komunitas dan terbukanya pikiran seorang individu. Sementara itu bagi informan DY merasa telah menemukan jati dirinya sendiri, sehingga ia tidak terpengaruh akan pandangan orang lain terhadapnya alhasil DY yang pada awalnya memposisikan diri sebagai subjek, tetaplah menjadi subjek.

Masyarakat (*society*) di sekeliling informan

Mead menggunakan istilah masyarakat untuk menggambarkan proses sosial yang tidak pernah berakhir yang mendahului pikiran dan diri sendiri. Pentingnya peran masyarakat dalam membentuk pikiran (mind) dan diri (self). Pada tingkat lain, Mead percaya bahwa masyarakat mencerminkan kumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk "Me" (saya).

Seperti halnya yang dirasakan oleh mayoritas dari informan merasa terpengaruh ketika masyarakat atau lingkungannya memberi kritik terhadap bentuk tubuh mereka. Sebagian besar dari ruang lingkup informan memiliki penampilan serta *mindset* yang membuat informan merasa terasingkan. Seperti informan UF dan SR yang sempat mengalami perundungan di lingkungan sekolah.

Mead memiliki sejumlah pemikiran tentang lembaga-lembaga sosial di tingkat masyarakat yang lebih khusus. Mead mendefinisikan pranata social (Social Institutions) secara luas sebagai "respon umum dalam komunitas" atau "kebiasaan hidup masyarakat."

Sehingga meskipun saran yang direkomendasi kepada DA tidak bersifat *body shaming* secara langsung namun DA merasakan sebuah tekanan dari sekitar yang mengharuskan dirinya untuk menyusun kembali citra tubuh yang dimilikinya agar bisa diterima di komunitasnya. Berbeda dengan perubahan komunitas yang dialami SR membuat informan menjadi lebih nyaman dalam penampilannya.

Sedangkan jika berdasarkan pelaku *body shaming* yang dirasakan oleh informan ST, yaitu kakak perempuannya sendiri, saudara perempuan ST bisa dikatakan merasa superior dalam hal usia serta dilihat dari gaya hidupnya yang bekerja di industri penerbangan sehingga sangat memerhatikan penampilan atau budaya material sehingga hal ini lah yang memungkinkannya untuk melakukan *body shaming* terhadap ST.

Manusia memiliki sebuah mekanisme untuk membuat kombinasi - kombinasi dalam dirinya sendiri. Individu manusia dapat menunjukkan kepada dirinya sendiri apa yang akan dilakukan oleh orang lain, kemudian untuk mengambil sikapnya berdasarkan apa yang ditujukannya.

Berdasarkan respons informan yang menganggap tidak ada perubahan dalam kehidupan sosial mereka, bisa dikatakan bahwa mereka menganggap pemikiran orang-orang atau perempuan yang bisa dengan santainya mengomentari bentuk tubuh perempuan lain terjadi karena sudah menjadi kebiasaan dari dulu dimana standar

kecantikan pada zaman kolonial yang menganggap bahwa perempuan golongan atas yang tidak perlu bersusah payah bekerja dibawah terik matahari, dengan begitu melanin yang diproduksi kulit mereka pun sedikit atau dengan lain kata putih. Konsep standar kecantikan yang tidak beragam seperti ini pun bisa lolos dan masih hinggap di pemikiran beberapa orang.

Lain halnya dengan informan yang merespons komentar *body shaming* dengan penolakan seperti DY, SR, dan ST, ada yang menganggap bahwa perempuan – perempuan dengan pemikiran seperti itu harus diedukasi agar tidak terperangkap pada *mindset* yang mengadu domba sesama perempuan. Ada juga yang beranggapan bahwa perempuan yang bisa berkomentar *body shaming* dengan bebas adalah perempuan yang merasa dirinya superior dibandingkan perempuan yang dikomentarinya, atau bahkan merasa perempuan tersebut adalah ancaman bagi dirinya, singkat cerita seperti sindrom *Queen Bee*, atau Ratu Lebah, Joyce F Benenson pada tahun 1973 mengatakan bahwa Sindrom Ratu Lebah menggambarkan kondisi perempuan yang merasa tersaingi & mampu bertindak buruk pada saingannya. Sindrom ini merupakan kondisi dimana perempuan yang memperlakukan rekan kerja perempuan serta bawahannya dengan lebih kritis, cuek, dan juga kejam, sehingga perempuan tersebut bisa memiliki posisi karier atau jabatan yang tinggi. Tak hanya itu, perempuan dengan sindrom tersebut juga jarang memberikan bantuan pada pekerja perempuan lain, karena merasa takut posisinya terancam. Hal ini bisa dianalogikan kepada beberapa perempuan dalam kegiatan sehari – hari yang ingin terlihat paling menonjol dibandingkan perempuan lain dengan cara menjatuhkan perempuan lainnya secara langsung maupun tidak langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dari penelitian “Analisis Interaksi Simbolik Body shaming Sesama Perempuan (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu)” maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Kelima informan memaknai simbol - simbol body shaming yang ditujukan kepada mereka dengan berbeda - beda. Dua dari lima informan memaknai dengan positif sehingga membuat interaksi simbolik yang dialami oleh dua dari lima informan masih sangat dipengaruhi oleh orang lain. Sementara tiga dari lima informan telah memahami serta menemukan jati diri sehingga dapat sepenuhnya mengontrol body image tanpa terpengaruh dengan komentar jahat orang lain mengenai badannya.
2. Masyarakat (society) menjadi salah satu faktor pengaruh yang besar bagi para informan untuk membentuk konsep Pikiran (mind) yang ada pada diri, sehingga beberapa dari informan mengalami konflik batin tentang penentuan diri (self) mereka. Sehingga bisa terlihat dari hasil observasi ketika salah satu informan yang dulunya sempat merasa terpojok dikarenakan berpenampilan berbeda dengan yang lain, kini merasa percaya diri dikarenakan komunitas yang membuatnya merasa diterima dengan apa adanya.

KEPUSTAKAAN

5 Fakta Kasus *Body shaming* Menimpa Dian Nitami, Anjasmara Resmi Lapor Polisi. Tribunstyle. 3 Januari 2019. Diakses pada 17 Februari 2020.

<https://style.tribunnews.com/2019/01/03/5-fakta-kasus-body-shaming-menimpa-dian-nitami-anjasmara-resmi-lapor-polisi>

5 Hal Yang Bisa Kamu Pelajari Dari Buku Sebuah Seni Untuk Bersikap Bodo Amat. Gramedia. 21 November 2018. Diakses pada 01 Mei 2021.

<https://www.gramedia.com/blog/5-hal-yang-bisa-kamu-pelajari-buku-sebuah-seni-untuk-bersikap-bodo-amat-mark-manson/>

Akhmad Mukhlis. 2013. *Berpikir Positif Pada Ketidakpuasan Terhadap Citra Tubuh (Body Image Dissatisfaction)*. Jurnal Psikoislamika, Vol.10, No. 1. Malang. Diakses pada tanggal 14 Maret 2020.

Åse Strandbu, Ingela Lundin Kvalem. 2012. *Body Talk and Body Ideals Among Adolescent Boys and Girls: A Mixed-Gender Focus Group Study*. Sage Journals : 629. Diakses pada tanggal 14 Maret 2020.

Ask The Expert : Queen Bee Syndrome di tempat kerja berbahayakah?. Kumparan. 16 Desember 2019. Diakses pada 26 Februari 2021.

<https://kumparan.com/kumparanwoman/ask-the-expert-queen-bee-syndrome-di-dunia-kerja-berbahaya-kah-1sSBrkSrXDx/full>

Audrey Santoso. "Polisi Tangani 966 Kasus Body Shaming Selama 2018" <https://news.detik.com/berita/d-4321990/polisi-tangani-966-kasus-body-shaming-selama-2018>.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2169617/seperti-apa-standar-kecantikan-wanita-dari-zaman-ke-zaman>

Liputan6. 3 Februari 2015. "Seperti Apa Standar Kecantikan Wanita dari Zaman ke Zaman?". diakses pada 11 Februari 2020.

Love Yourself, Katakan Tidak terhadap *Body shaming*. kumparan. 31 Januari 2020. diakses pada 10 Februari 2020.

<https://kumparan.com/kumparanwoman/love-yourself-katakan-tidak-terhadap-body-shaming-1skBCO9Oxgs>

Mead, George Herbert. 2018. *Mind, Self and Society* (*Pikiran, Diri, dan Masyarakat*). Yogyakarta: Forum

Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Polisi Tangani 966 Kasus *Body shaming* Selama 2018. detiknews. 28 November 2018. diakses pada 10 Februari 2020. <https://news.detik.com/berita/d-4321990/polisi-tangani-966-kasus-body-shaming-selama-2018>

Vargas, E. (2015). *Body-shaming: What is it & why do we do it?* <https://www.waldeneatingdisorders.com/bodyshaming-whatis-it-why-do-wedoit/> diakses pada 21 Juni 2020.

Pertumbuhan Solo Female Traveler dan Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Yang Ramah Perempuan

Wahyu Widiastuti

Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu

w.widiastuti@unib.ac.id

Pertumbuhan Solo Female Traveler

Secara historis, melakukan perjalanan merupakan kegiatan yang lebih umum dilakukan oleh laki-laki. Namun sejarah juga mencatat bahwa perempuan sudah lama melakukan perjalanan baik sebagai anggota keluarga maupun sebagai pasangan. Sudah berabad lamanya perempuan traveling dari satu tempat ke tempat lain untuk berbagai tujuan. Perjalanan yang dilakukan perempuan makin meningkat seiring dengan penemuan teknologi baru serta penaklukan, eksplorasi dan kolonisasi benua lain. Catatan juga menunjukkan bahwa perempuan telah bepergian untuk tujuan kesenangan, perdagangan, studi dan eksplorasi.

Perkembangan teknologi terutama di bidang transportasi modern memicu meningkatnya pelaku perjalanan. Bauer mengklaim bahwa saat ini setengah dari pelaku perjalanan adalah kaum perempuan¹. Jenis perjalanan yang dilakukan perempuan bukan hanya untuk kepentingan bisnis dan pendidikan, namun juga untuk wisata. Belum

¹ Bauer, I.L. Healthy, safe and responsible: the modern female traveller. *Trop Dis Travel Med Vaccines* 7, 14 (2021). <https://doi.org/10.1186/s40794-021-00141-7>

banyak dijumpai data terpisah mengenai persebaran wisatawan berdasarkan jenis kelamin. Namun Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung pernah mencatat perbandingan jumlah persentasi laki-laki dan perempuan yang melakukan perjalanan sepanjang tahun 2016 dan 2017. Diketahui bahwa pada 2016 sebanyak 28,2 persen perempuan melakukan perjalanan. Angka ini 0,2 persen lebih banyak dibandingkan dengan jumlah laki-laki yang melakukan perjalanan. Sementara tahun 2017 jumlah perempuan yang melakukan perjalanan sebanyak 54,166 persen sedangkan laki-laki hanya sebesar 51,93 persen².

Jumlah perempuan yang melakukan perjalanan wisata baik sendirian (solo female traveler) maupun dengan sekelompok kecil teman dekat (girlfriend gateway) juga bertumbuh pesat dalam lima tahun belakangan. Pertumbuhan ini terjadi di semua umur, kewarganegaraan, pendapatan serta status pernikahan. Sebagian melakukan perjalanan karena terinspirasi postingan di social media seperti Facebook, Instagram dan Pinterest. Catatan Condor Ferries, perusahaan operator fery yang berbasis di Britania Raya, menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah perempuan yang berwisata memicu munculnya biro perjalanan yang khusus melayani konsumen perempuan. Aktivitas yang paling banyak dilakukan selama traveling adalah jalan-jalan dan belanja. Sedangkan jenis wisata yang dipilih kebanyakan adalah wisata adventuris, wisata budaya dan wisata alam³.

² Perjalanan Wisata Didominasi Perempuan. Maret,10,2019.
<https://humas.bandung.go.id/berita/perjalanan-wisata-didominasi-perempuan>. Diakses 12 November 2021

³ Condor Ferries. Explore Statistics on Women Who Travel Including Demographics, Destinations, Spend & More!.

Keamanan Dalam Perjalanan

Suroto, Sampe dan Dewantara menjabarkan motivasi perempuan melakukan perjalanan wisata yaitu untuk berlibur (leisure), bekerja (business), berpetualang (adventure) dan melakukan eksplorasi (exploration)⁴. Perempuan melakukan perjalanan untuk berlibur artinya mereka bertujuan melepaskan penat dan melarikan diri dari rutinitas sehari-hari. Sementara perjalanan dalam bisnis yang dilakukan perempuan biasanya juga berhubungan dengan wisata meeting, incentive, convention and exhibition (MICE). Wisata petualangan biasanya dilakukan perempuan sebagai pembuktian eksistensi dan emansipasi perempuan. Bentuk kegiatannya antara lain naik gunung dan melakukan olah raga di alam. Sedangkan tujuan eksplorasi lebih menekankan pada penyeluran hobi seperti fotografi.

Solo Female Traveler, sebuah grup di laman social media Facebook membuat survey tentang solo female travel tahun 2020. Survey ini diklaim sebagai survey paling besar, global dan komprehensif mengenai trend preferensi dan perilaku solo female travel. Tujuan survey ini adalah untuk mengetahui pengalaman mereka ketika melakukan perjalanan. Temuan penting dalam survey tersebut adalah bagaimana female traveler melihat bahwa keamanan dan kenyamanan menjadi perhatian utama dalam melakukan

<https://www.condorferries.co.uk/female-travel-statistics>.

Diakses 12 November 2021

⁴ Suroto, Peni S., Sampe, Maria Z., Dewantara, Made H. Eksplorasi Pengalaman Trehadap Resiko Berwisata Pada Konsumen Wisata Perempuan di Indonesia. Journal of Tourism Destination and Attraction. Vol 8 No.2 Desember 2020. E-ISSN: 2685-6026

perjalanan. Temuan ini didapati pada semua kelompok perempuan tanpa memandang usia dan asal negara. Mereka yang berpengalaman bepergian tetap menganggap keamanan dan kenyamanan merupakan faktor utama. Untuk urusan keamanan dan kenyamanan ini, pelaku perjalanan mengandalkan informasi dari grup di Facebook atau tulisan di blog. Sementara mereka justru tidak mempercayai influencer, selebriti Instagram dan youtuber yang menjadi juru bicara destinasi wisata⁵.

Pemberitaan mengenai gangguan keamanan di suatu daerah menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan terkait tujuan wisata. Laporan dari Asosiasi Kamar Dagang dan Industri India ASSOCHAM menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan menurun sebanyak 25 persen dan wisatawan perempuan turun 35 persen pasca peristiwa perkosaan brutal yang mengakibatkan seorang mahasiswa tewas. Penurunan ini tidak hanya dibukukan di New Delhi di mana peristiwa berlangsung, namun juga terjadi di seluruh India⁶. Hal serupa terjadi pada sector pariwisata Belgia. Hingga enam bulan pasca kejadian serangan terorisme di Brussel, jumlah kedatangan turis dan tingkat hunian hotel merosot tajam⁷.

⁵ 2020 Solo Female Travel Trends Survey Result.
<https://www.solofemaletravelers.club/2020-solo-female-travel-trends-statistics/#why>. Diakses 19 November 2021

⁶ Pariwisata India Anjlok Setelah Perkosaan.
<https://www.dw.com/id/pariwisata-india-anjlok-setelah-perkosaan/a-16714346>. Diakses 1 desember 2021

⁷ Dominique Vanneste, Petronela Tudorache, Flavia Teodoroiu and Thérèse Steenberghen, « The impact of the 2016 terrorist attacks in Brussels on tourism », *Belgeo* [Online], 4 | 2017,

Destinasi wisata ramah perempuan

Asher & Lyric, traveler blogger yang tulisannya banyak dikutip media massa berreputasi, merilis daftar negara paling aman dan paling berbahaya bagi solo female traveler. Data ini dibuat atas 50 negara yang paling banyak dikunjungi sebagai destinasi wisata. Asher dan Lyric mengevaluasi 50 negara paling tidak aman dan paling aman bagi perempuan yang melakukan perjalanan sendirian. Lima negara paling tidak aman tersebut adalah Afrika Selatan, Brazil, Rusia, Mexico dan Iran. Sementara lima negara teraman adalah Spanyol, Singapura, Irlandia, Austria dan Switzerland⁸.

Indonesia dalam daftar Asher & Lyric masuk dalam posisi 24 dengan nilai 442,10 atau masuk kategori C yaitu sedang. Indonesia masuk sepuluh besar terburuk dalam kategori *legal discrimination*. Georgetown Institute for Women, Peace, and Security Legal Discrimination Aggregate Score menterjemahkan Legal discrimination sebagai “aggregate score for laws and regulations that limit women's ability to participate in society and the economy or differentiate between men and women” atau skor agregat untuk Undang-Undang dan peraturan yang membatasi kemampuan perempuan untuk berpartisipasi dalam masyarakat dan ekonomi dan membedakan antara laki-laki dan perempuan. Selain itu Indonesia juga menduduki peringkat ke lima negara terburuk dalam hal *gender inequality* menurut United Nations Development Programme (UNDP)

Online since 01 March 2018, connection on 10 December 2020. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/20688> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belgeo.20688>

⁸ Asher & Lyric Ferguson. July,15 2019. The 50 Worst (& Safest) Countries For Solo Female Traveler <https://www.asherfergusson.com/solo-female-travel-safety/>. Diakses 1 desember 2021

tahun 2017. UNDP menjelaskan bahwa gender inequality merupakan "*another calculated index that measures three basic factors: health (such as maternal mortality), empowerment (such as secondary education attainment), and lanor market (such as female labor market index)*" atau "Indeks lain yang mengukur tiga faktor dasar: kesehatan (seperti kematian ibu), pemberdayaan (seperti pencapaian pendidikan menengah), dan pasar tenaga kerja (seperti indeks pasar tenaga kerja perempuan)".

Data dari Asher dan Lyric menunjukkan bahwa ternyata keselamatan dalam berwisata tidak hanya diukur dari bagaimana infrastruktur yang dimiliki oleh destinasi wisata bisa memberikan keamanan dan kenyamanan selama female traveler tersebut berada namun juga bagaimana aturan-aturan dan nilai-nilai diyakini dan dipraktekkan oleh negara dan masyarakat. Sementara itu Carballo, Leon dan Carballo ⁹menyatakan bahwa semua pelancong berpotensi berhadapan dengan lima resiko ketika melakukan perjalanan internasional. Kelima resiko tersebut adalah resiko yang berkaitan dengan kesehatan (health risk), resiko karena kejahatan dan kenakalan (risk of suffering from crime and delinquency), resiko kecelakaan (accident risk), resiko yang berkaitan dengan lingkungan (environmental risk) dan resiko bencana (risk of disaster). Indicator dari resiko kesehatan adalah tidak tersedianya fasilitas kesehatan bila dibutuhkan, mengalami penyakit akibat mengkonsumsi makanan atau minuman, tertular penyakit melalui hubungan seksual, tertular penyakit dengan perantara binatang. Indikator resiko

⁹ Carballo, Rita R.; Leon, Carmelo J; Carballo, Maria M. (2017).

The Perception of Risk by International Travelers.
Worldwide Hospitality and Tourism Themes. Vol. 9 No.
5 2017, hal. 534

karena kejahatan dan kenakalan menjadi korban penyerangan secara fisik, serangan terorisme, menjadi korban perkosaan atau kejahatan seksual dan menjadi korban perampokan di hotel. Indicator resiko kecelakaan yaitu kecelakaan lalu lintas, kecelakaan pesawat, tenggelam di laut atau kolam serta terjebak dalam kebakaran di hotel. Indicator resiko lingkungan meliputi cuaca yang buruk, kebisingan dan paparan sinar matahari yang berlebihan.

Resiko pelancong yang dikemukakan Carballo, leon dan Carballo merupakan resiko yang bisa dialami wisatawan tanpa membedakan jenis kelamin dan gender. Pasangan suami istri Asher dan Lyric Fergusson dalam blognya menekankan bahwa perempuan bisa menghadapi ketidaknyamanan dalam berwisata karena alasan yang lebih spesifik. Kriteria destinasi wisata dianggap aman bagi perempuan meliputi hal-hal yang lebih luas dan mendalam karena menyangkut nilai-nilai hukum dan social masyarakat setempat. Bagi Asher dan Lyric Fergusson, sebuah negara dikatakan aman atau tidak bagi traveler perempuan berdasarkan delapan kriteria yaitu (1) *violence against women attitude*, 2) *gender inequality index*, (3) *global gender gap*, (4) *legal discrimination*, (5) *intimate partner violence*, (6) *non-partner sexual violence*, (7) *intentional homicide of women* and (8) *safe to walk alone at night*.

Sementara itu, secara khusus *Institute for Transportation and Development Policy* (ITDP) seperti yang dikutip oleh Wego menyebut bahwa kota yang aman bagi perempuan dan anak adalah kota yang memperhatikan aspek kenyamanan di jalan dan ruang public¹⁰. ITDP merangkum kriteria kota yang

¹⁰ Wego. 5 Destinasi Paling Ramah Traveler Perempuan <https://travel.wego.com/berita/infografik-kota-ramah-perempuan/> Diaskes 12 November 2021

ramah bagi perempuan, lansia dan anak adalah kota yang memperhatikan kualitas pencahayaan jalan, kualitas transposrtasi public dan kualitas trotoar

Mendorong pertumbuhan wisata ramah perempuan

Menentukan tempat tujuan wisata merupakan hal yang tidak mudah bagi wisatawan. Sebelum memutuskan, mereka melakukan sejumlah pertimbangan seperti faktor jarak dengan rumah, budget, fasilitas, trend, jenis wisata dan sebagainya. Salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan adalah persepsi akan tempat wisata. Studi yang dilakukan Gaeg menunjukkan bahwa wisatawan akan memilih tempat wisata yang dianggap memiliki kesan yang baik¹¹. Wisatawan akan memilih daerah atau Negara yang dianggap aman dengan keamanan dan ketidakstabilan politik yang tinggi. Ini berarti persepsi keselamatan dan keamanan menjadi faktor penentu pilihan dalam berwisata.

Indonesia perlu memiliki strategi menarik perhatian calon wisatawan, tak terkecuali kelompok solo female traveler. Untuk menjaring kelompok ini, pemerintah Indonesia perlu meyakinkan bahwa keselamatan dan kenyamanan pelancong terjamin selama mereka berada tempat wisata di Indonesia. Sejumlah bencana alam dan kejahatan terorisme yang pernah terjadi, seperti pengeboman di sejumlah kawasan yang padat oleh orang barat di Bali menurut website Indonesia Investment mampu membuat

¹¹ Gaeg, Anshul. Travel Risks vs Tourist Decision Making: A Tourist Perspective. International Journal of Hospitality & Tourism Systems Volume 8 Issue 1 June 2015

angka kedatangan turis asing stagnan selama bertahun-tahun. Factor keamanan ini yang membuat kedatangan wisatawan ke Indonesia tertinggal dari negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Singapore¹².

Sebagai negara yang mengandalkan sector pariwisata sebagai salah satu penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB), Indonesia perlu bekerja keras agar mampu bersaing dengan destinasi wisata yang tersebar di seluruh penjuru dunia. Beberapa usaha telah dilakukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang secara cepat melakukan respon pada fenomena terkini. Seperti ketika Kemenparekraf meluncurkan program sertifikasi Cleanliness, health, safety dan Environmental Sustainability (CHSE) yang merupakan jaminan untuk wisatawan atas pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan. Sertifikat CHSE dibuat sesuai aturan protocol Covid-19. Kepada pemilik usaha pariwisata, destinasi wisata dan produk pariwisata selanjutnya diberi label I DO Care.

Menteri Kebudayaan dan pariwisata di kabinet Indonesia Bersatu, Jero Wacik pada 2004 pernah menegaskan bahwa potensi wisata Indonesia yang indah, unik dan beragam belum cukup bila tidak didukung oleh adanya jaminan keamanan dan keselamatan. Selama masa jabatan Jero Wacik, Sistem Manajemen Keamanan Destinasi Pariwisata (SMPDP) dikembangkan, yang mencakup, antara lain, guiding point yang akan digunakan sebagai referensi untuk penyusunan Pedoman Teknis oleh para pemangku kepentingan di bidang budaya dan pariwisata. Persiapan

¹² Indonesia Investmen. 16 Desember 2016. Tourism Industry Indonesia. <https://www.indonesia-investments.com/business/industries-sectors/tourism/item6051>. Diakses pada 2 desember 2021

SMPDP bertujuan untuk mencapai keamanan standar sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mewujudkan pariwisata yang kompetitif. Selanjutnya, upaya mewujudkan keamanan dan kenyamanan didukung dengan diberlakukannya UU No.10 Tahun 2008 tentang Pariwisata, Keputusan Presiden No.63 Tahun 2004 tentang Keamanan Objek Vital Nasional, UU No.2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, Peraturan Kapolri No.24 Tahun 2007 tentang Sistem Manajemen Keamanan Organisasi, Perusahaan, dan Lembaga/Lembaga Pemerintah, dan Kode Etik Pariwisata Dunia, yang semuanya memberikan perlindungan bagi wisatawan, bisnis pariwisata, dan lembaga pemerintah.¹³.

Bila merujuk pada kriteria Negara yang dianggap aman oleh blog milik Asher and Lyric Fergusson, dapat diketahui bahwa kemanan dan kenyamanan justru tidak diartikan oleh adanya infrastruktur pendukung pariwisata yang canggih, namun bagaimana masyarakat melihat relasi laki-laki dan perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Institusi masyarakat yang mendudukkan perempuan dalam posisi setara akan memperlakukan perempuan dengan baik di ruang privat maupun public. Ini berarti , nilai-nilai perempuan dalam masyarakat memiliki pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesuksesan pariwisata sebuah negeri.

¹³ Pemerintah Kabupaten bantul. Dinas Pariwisata. 28 Desember 2010. https://pariwisata.bantulkab.go.id/berita/79_kemenbudpar-polri-lakukan-perjanjian-kerjasama-pengamanan-destinasi-pariwisata. Diaskses pada 1 Desember 2021

Analisis Aspek *People Process Technology* Dalam *Customer Relationship Management* PT Furnilac Primaguna Di Masa Pandemi Covid-19

Liza Dwi Ratna Dewi¹, Nur Siti Fatima²

liza.dwiratna@budiluhur.ac.id¹,
1771502612@student.budiluhur.ac.id²

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur^{1,2}

Abstrak.

Pada masa pandemi covid-19 PT Furnilac Primaguna merupakan salah satu dari sedikit perusahaan eksportir furnitur Indonesia yang mampu bertahan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pendekatan *People Process dan Technology (PPT)* yang digunakan dalam *Customer Relationship Management (CRM)* PT Furnilac Primaguna. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pendekatan PPT diterapkan dalam CRM PT Furnilac Primaguna selama masa pandemi covid-19. Metodologi yang digunakan adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi, sedangkan pengumpulan data sekunder melalui studi pustaka. Validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pada aspek *People*, perusahaan menanamkan pada semua karyawan bahwa konsumen adalah superior. Pada aspek *Process*, dengan cara melibatkan konsumen sebagai mitra dalam setiap proses bisnis dengan komunikasi terbuka dan akrab. Aspek *Technology*, PT Furnilac Primaguna mempersilahkan konsumen memilih platform yang digunakan dalam berkomunikasi.

Kata Kunci: Covid-19, Customer Relationship Management, People-Process-Technology

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur furnitur termasuk kelompok yang sangat merasakan dampak besar pandemi covid-19 terhadap angka penjualan terutama dalam hal ekspor. Selama pandemi, Abdul Sobur, Sekretaris Jenderal Asosiasi Industri Mebel dan Kerajinan (Himki), menyatakan bahwa perusahaan di industri furnitur hanya bisa bertahan rata-rata selama 8 minggu dengan pemesanan yang ada. Jika dihitung rata-rata, kegiatan ekspor dimulai pada 7 Maret 2020 sebagai minggu pertama, dan arus kas perusahaan yang sehat dan kuat diperkirakan akan berlangsung hingga pertengahan Mei 2020. [1].

Salah satu perusahaan furnitur yang mengalami dampak dari pandemi, namun berhasil bertahan hidup adalah PT Furnilac Primaguna.



Gambar 2. Rekap order 2020 pada PT Furnilac Primaguna dalam juta USD

(Sumber: Marketing Manager PT Furnilac Primaguna)

Perusahaan ini bergerak dalam industri interior rumah khususnya dengan bahan baku kayu, dan memiliki tenaga kerja dalam jumlah banyak. PT Furnilac Primaguna adalah salah satu perusahaan dari 46 perusahaan furnitur kayu yang telah mengantongi sertifikat legalitas kayu untuk memasarkan secara global. Dengan sertifikat ini, PT Furnilac Primaguna telah berhasil mengekspor produknya ke negara Amerika Serikat, Jepang dan Kanada.

Pada gambar 1, terdapat grafik penjualan PT Furnilac Primaguna yang tidak stabil selama masa pandemi *covid-19*. Adanya penurunan pada bulan Maret - April dikarenakan pandemi yang memasuki Indonesia pada bulan Maret. Dengan berbagai upaya, PT Furnilac Primaguna berhasil mendongkrak angka penjualan meningkat Mei - Oktober melebihi sebelum pandemi, walaupun kembali menurun pada November Desember.

Dari data-data yang telah dipaparkan, peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana pendekatan *People-Process-Technology* yang dikenal sebagai *Business Golden Triangle* diterapkan *Customer Relationship Management* yang dilakukan PT Furnilac Primaguna sehingga dapat mempertahankan konsumen dan mengembalikan angka penjualan furnitur eksport di masa pandemi covid-19.

STUDI LITERATUR

Pendekatan *People Process Technology* dicetuskan pertama kali oleh Harold Leavitt pada tahun 1960. Kemudian konsep ini dikembangkan oleh Bruce Schneier pada tahun [2]. Ketika pandemi covid-19 terjadi, dimana begitu banyak aspek kehidupan termasuk kehidupan perusahaan sangat

tergantung pada teknologi digital, konsep ini menjadi sangat populer.



Gambar 3. PPT Golden Triangle

Sumber: <https://www.smartsheet.com/content/people-process-technology>

Kunci keberhasilan perusahaan tergantung pada tiga hal yang harus saling mendukung satu dengan yang lainnya seperti gambar 2 yaitu : 1. *People* (sumber daya manusia) 2. *Process* (proses bisnis yang dilakukan) 3. *Technology* (teknologi informasi yang digunakan).

1. Manusia (*people*), adalah faktor nomor satu, karena bagaimana mengelola hubungan atau relasi antara manusia sehingga diperlukan "*personal touch*" atau sentuhan-sentuhan pribadi dan manusawi. Diperlukan "*attitude*" dan semangat dari dalam pelaku bisnis atau untuk lebih proaktif menggali dan mengenal pelanggannya lebih dalam agar dapat lebih memuaskan mereka.
2. Proses (*process*), yaitu sistem dan prosedur yang membantu manusia untuk dapat menjalin hubungan dekat

dengan pelanggan. Baik proses usaha yang melibatkan pelanggan secara langsung maupun tidak.

3. Teknologi (*technology*), yaitu teknologi diperkenalkan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses dalam aktivitas bisnis.

Untuk mempertahankan pelanggan pada masa sulit pandemi covid-19, cara-cara *Marketing Public Relations* menjadi hal yang banyak dilakukan oleh perusahaan [3], [4], [5]. *Public Relations* bekerja sama dengan *Marketing* untuk memenuhi target perusahaan tanpa harus mengalokasikan biaya yang besar untuk promosi dan mengkomunikasikan produk atau jasa perusahaan kepada pasar dan stakeholder perusahaan [6].

Mempertahankan konsumen juga merupakan sebuah penghematan perusahaan, karena biaya untuk mendapatkan konsumen baru mencapai lima kali lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk memelihara konsumen lama. [7]. Kepuasan merupakan kunci utama dari munculnya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan [8].

Salah satu konsep yang dapat digunakan untuk memelihara loyalitas pelanggan adalah *Customer Relationship Management* (CRM). Pendekatan ini memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah terus menerus pada pelanggan, selain juga memperoleh keuntungan yang berkelanjutan [9]. Penerapan CRM dengan komunikasi dua arah juga dibuktikan dalam perdagangan dimana konsumen bertahan karena hubungan erat dan terbuka antara penjual dan pembeli [10]. CRM adalah bagian dari *Marketing Public Relations* (MPR) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik, meningkatkan penjualan, meningkatkan komunikasi, dan membina hubungan antara pelanggan, bisnis, dan merek. Hubungan masyarakat membantu pemasaran dalam memenuhi tujuan perusahaan

tanpa menimbulkan biaya besar untuk promosi dan komunikasi produk atau layanan perusahaan ke pasar dan pemangku kepentingan perusahaan. [6].

METODOLOGI PENELITIAN

Metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Studi kasus adalah penyelidikan "sistem terikat" atau "kasus / kasus" yang melibatkan sumber informasi "kaya" dalam konteks dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam. [11]. Wawancara dan pengamatan mendalam digunakan untuk pengumpulan data primer, sementara studi perpustakaan digunakan untuk pengumpulan data sekunder. Pengurangan data, tampilan data, inferensi dan verifikasi, analisis data, pembuatan lembar ringkasan, dan analisis data adalah contoh teknik analisis data kualitatif. [12]. Validitas data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

Penelitian lapangan dilakukan di pabrik / bengkel kayu PR Furnilac Primaguna Jalan Kasir II Kav. 17, Desa Pasir Jaya, Jati Uwung, RT.003/RW.005, Pasir Jaya, Kec. Jatiuwung, Kota Tangerang, Banten 15135, dan lokasi lain yang ditentukan informan, dan wawancara *online*. Penelitian dilakukan 23 November 2020 sampai dengan 21 Juni 2021.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PT. Furnilac Primaguna adalah salah satu perusahaan manufaktur di bidang furnitur kayu. Perusahaan ini didirikan oleh Dian S. Theosabrata, yang berlatar belakang pendidikan desain interior, pada tahun 1988. Perusahaan ini memiliki visi sebagai perusahaan yang menghasilkan karya *exquisites*

(sangat indah) dan eksklusif dengan harga kompetitif untuk setiap pembeli. Orisinalitas ide dan inovasi desain juga menjadi kekuatan setiap karya PT. Furnilac Primaguna. Untuk mewujudkan visi ini, PT Furnilac Primaguna memperkerjakan dua puluh satu orang pada tim *Research and Development*.

PT Furnilac Primaguna memiliki beberapa sertifikasi internasional yang disebut Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) untuk melakukan pengolahan dan penjualan produk kayu secara global. Diantaranya adalah: Sertifikat *Forest Stewardship Council (FSC)* dan *Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC)*. PT. Furnilac Primaguna tercatat sebagai perusahaan eksportir ke 17 dari 46 perusahaan ekportir di Banten. <https://kemenperin.go.id/direktori-eksportir> diakses pada 01 Desember 2020.

Konsep CRM meliputi tiga tataran, yaitu strategis, operasional, dan analitis. CRM strategis terfokus pada upaya untuk mengembangkan budaya perusahaan yang berorientasi pada pelanggan atau *customer-centric*. Endah Setiarti, selaku Marketing Manager PT Furnilac menjelaskan:

Kami tekankan pada seluruh karyawan bahwa konsumen adalah superior, dan kami memposisikan diri sebagai "Customer Driven Company". Kami tidak menjual produk. kami menjual kebutuhan konsumen. Apapun kebutuhan konsumen, kami layani. Produk hanya salah satunya. (Wawancara 21 Mei 2021, pukul 14.55).

Budaya ini bertujuan untuk menangkap hati konsumen dan mempertahankan kesetiaan mereka dengan menciptakan dan memberikan nilai bagi pelanggan yang mengungguli pesaing. Budaya ini tercermin dalam perilaku

kepemimpinan perusahaan, desain sistem formal di dalam perusahaan, dan berbagai mitos dan cerita yang beredar di dalam perusahaan.

CRM di tingkat operasional lebih peduli dengan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM mengotomatiskan fungsi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan. Analytical CRM digunakan untuk meningkatkan nilai konsumen dan perusahaan dengan memanfaatkan data mereka. [13]. Pendekatan PPT yang diterapkan *Marketing* PT Furnilac Primaguna adalah sebagai berikut:

People (Manusia)

People adalah yang paling penting dari tiga komponen ppt. Bagaimana mengelola hubungan manusia atau hubungan yang melibatkan "sentuhan pribadi" atau sentuhan pribadi dan manusia. Dibutuhkan "sikap" dan gairah dari pihak pebisnis untuk menggali lebih dalam dan belajar lebih banyak tentang pelanggan mereka untuk memuaskan mereka dengan lebih baik. Dikatakan oleh Endah:

Kami bisa mengerti kebutuhan klien karena design, kami bisa bekerja sama dengan klien design yang mereka mau seperti apa, jadi kami tidak kaku di bagian design, kami tidak membuat sendiri atau apa, seperti itu,kemudian kami juga jaga masalah pengiriman. Jadi kalau ada beberapa masalah, misal di bahan baku, kita melakukan komunikasi diawal. Harus banyak komunikasi, antisipasi, agar mereka tahu kalau ada satu – dua hal yang menyebabkan penerimaan produk harus mundur. Mereka harus tahu duluan.

Tampak dari penjelasan Endah bahwa keterbukaan komunikasi sangat diperlukan dalam berhubungan dengan konsumen. Untuk menimbulkan kepuasan tersebut salah satu cara yang efektif adalah dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen karena hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya [14].

Cara komunikasi eksternal yang dilakukan PT Furnilac Primaguna adalah melakukan komunikasi di awal proses pemesanan. Pada awal masuknya *covid-19* ke Indonesia, Furnilac mengalami kesulitan pada bahan baku yang membuat *marketing* Furnilac harus menginformasikan secara rinci pada para *buyer* kondisi yang sesungguhnya mulai dari bahan baku hingga sulitnya pengiriman barang agar tidak terjadi miskomunikasi antara pelanggan dan perusahaan. Selain itu, strategi MPR lainnya dalam menjaga komunikasi agar tetap baik adalah dengan melakukan diskusi, lobi dan negosiasi terkait kualitas produk, proses pengiriman dan ide untuk barang baru yang akan dibeli. Tujuannya agar para *buyer* akan merasa dilibatkan dan diutamakan oleh perusahaan walaupun tidak sedang dalam kondisi normal.

CRM mengkombinasikan kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan organisasi menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. hingga mereka memiliki keterikatan pada perusahaan [9]. Komunikasi yang dilakukan membuat para *buyer* loyal terhadap Furnilac, sebab para pelanggan tahu resiko - resiko apa yang akan didapatkan apabila memesan furnitur dari Furnilac. Adapun pernyataan lain mengenai komunikasi antara perusahaan dengan para pelanggan dikatakan oleh

Yohana, staf marketing PT Furnilac Primaguna sebagai berikut:

Kami maintain terutama komunikasi yang mencangkup banyak hal. Kami membicarakan masalah kualitas, pengiriman, kemudian ide – ide item baru. Biasanya karena pandemi seperti sekarang kebanyakan orang di rumah, kalau orang di rumah tidak bisa kemana – mana tidak bisa ke mall yang biasanya ke mall untuk berbelanja dan lain sebagainya, orang – orang mengalihkan kegiatannya di rumah semua. Seperti itu trendnya di USA karena kebanyakan customer kami di USA. Mereka saat masa pandemi ini mengalami banyak masalah dan stres. Jadi pengalihannya salah satunya misalnya ganti furnitur, ganti dekorasi, itu yang menjadikan peningkatan penjualan, saya lihat seperti itu.” (21 Mei 2021, pukul 14.55).

Pernyataan yang dipaparkan oleh Yohana membuktikan bahwa upaya PT Furnilac Primaguna dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dengan adanya *attitude* dari seluruh karyawan. Memahami situasi konsumen dapat membangun pengertian dari dalam pelaku bisnis atau untuk lebih proaktif menggali dan mengenal kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya dapat lebih memuaskan mereka. Konsumen dapat bertahan karena hubungan erat dan terbuka antara penjual dan pembeli [10].

Process (Proses)

Marketing PT Furnilac Primaguna juga menerapkan proses yang mengarahkan seluruh Sumber Daya Manusia

dalam perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada masa pandemi covid-19. Proses yang dilakukan mulai dari *direct message* melalui *e-mail* dan *platform* lainnya seperti yang dikatakan oleh Yohana:

Kami pakai semua lini, ada e-mail, e-mail itu wajib, yang kedua by phone (whatsapp) sekarang atau teleconference, teleconference kami lakukan juga. Jadi mana yang dapat kami lakukan mana yang buyernya inginkan (cara komunikasinya), sesuai permintaan buyer saja. Jadi kalau e-mail itu wajib karena kami harus ada tracking komunikasinya, back up kedua biasanya informal yaitu whatsapp. Bisa dengan whatsapp video call, whatsapp biasa seperti itu (chat), yang resmi biasanya semua lini misal ada agen dari pihak buyer satu lagi dari pihak pabrik itu biasanya teleconference kami menggunakan zoom meeting. (21 Mei 2020, pukul 15.00).

Selain itu, strategi lainnya adalah dengan komunikasi untuk lobi dan negosiasi kepada pelanggan. Endah, selaku *marketing manager* menjelaskan:

Kalau perusahaan lain pada bulan - bulan itu (awal masuknya covid-19) banyak yang turun ordernya atau malah hilang dan memang awal pandemi covid itu memang ada rencana ada beberapa buyer kita yang bertanya apakah ada yang bisa di cancel? Ada tidak yang bisa didelay? Tapi setelah ada komunikasi itu, secara real, tidak banyak yang mereka delay tidak banyak yang mereka cancel malah ada yang nambah order. (30 November 2020, pukul 20.00).

Di sini *marketing manager* PT Furnilac melakukan fungsi humas yang menurut [15], ruang lingkup perkerjaan *public relations* ada enam, dua diantaranya adalah pemasaran dan lobi. Bagian Marketing PT Furnilac Primaguna juga melakukan penelitian dengan pengecekan langsung bahan baku, terlibat dalam perancangan produk dalam gambar tiga dimensi, pengemasan produk dan menentukan harga dengan *buyer* sesuai dengan kesepakatan antar kedua pihak. Pihak *marketing* PT Furnilac Primaguna juga melakukan lobi kepada para *buyer* untuk menyepakati *design* produk hingga pengiriman yang mungkin akan memakan biaya yang lebih besar karena minimnya jumlah kontainer dan kapal yang mengangkut produk terutama pada awal pandemi *covid-19* ke USA, Jepang dan Kanada. Pandemi Covid-19 memang telah merubah banyak hal, terutama dalam melakukan bisnis. Penyesuai atau adaptasi dengan kebiasaan baru menjadi keharusan bagi setiap perusahaan jika ingin tetap bertahan [16].

Proses lainnya yang membuat para pelanggan loyal terutama pada masa pandemi ini adalah rancangan produk Furnilac yang memenuhi kebutuhan para pelanggan dengan harga yang tetap terjangkau walaupun proses pengirimannya yang sulit pada masa pandemi *covid-19*, seperti yang disampaikan Yohana:

Trend di USA kebanyakan customer kami yang berada di USA itu mereka dengan pandemi ini banyak masalah, stres, pengalihannya itu salah satunya misalnya mengganti furnitur, mengganti dekorasi, hal tersebut yang menjadikan peningkatan penjualan.(21 Mei 2021 pukul 15.00).

Pengenalan konsumen secara detail merupakan tataran analitis dari CRM. Informasi detail tentang konsumen dapat diolah menjadi sebuah konteks situasi konsumen, sehingga para *front liners* dapat memahami dan merespon kebutuhan konsumen dengan lebih tepat.

Meningkatnya loyalitas pelanggan pada masa pandemi dengan banyaknya *demand*, peneliti juga mendapatkan informasi bahwa Furnilac memiliki keunggulan dari para kompetitornya yaitu dari segi kualitas dan harga. Furnilac melakukan lobi dan negosiasi. Seperti yang dikatakan ibu Yohana:

“Quality kami jaga. Setiap pabrik memiliki ciri, dan furnitur kami dijual dengan harga grosir namun dengan kualitas butik. Hal demikian dilakukan karena memang ada cost lebih yang mereka keluarkan. Contohnya biaya pengiriman. Permasalahan sekarang yaitu isu kapal dengan kontainer. Pada awal pandemi memang sangat hastic. Banyak barang menumpuk dan kami berlomba – lomba mendapatkan kontainer, karena kontainer langka. Sepuluh hari ke USA tapi tidak balik ke sini ke Asia. Yang kedua kapal nya juga tidak ada kami bersaing untuk pengiriman, itu pada tahun 2020. Waktu masuk 2021 itu mulai mengurai. Kontainer mulai ada tapi harga tetap mahal. Harga kontainer itu juga kita masih berebut tapi tidak stuck kemarin yang tahun 2020.” (21 Mei 2021, pukul 15.00).

Technology (Teknologi)

Teknologi yang berkembang pesat membantu para pelaku bisnis untuk mempermudah komunikasi dan transaksi yang akan menghasilkan laba dan loyalitas pelanggan.

Teknologi memiliki peran besar terhadap jalannya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para pelanggannya. Teknologi yang digunakan *marketing* PT Furnilac Primaguna adalah *website*, akun media sosial *facebook*, *e-mail*, *whatsapp*, dan *zoom meeting*. Adanya *website* dan *facebook* hanya untuk memberikan informasi kepada para *buyer* atau pelanggan contoh - contoh produk yang dapat dibuat di Furnilac. Penelitian [17] membuktikan media sosial terbukti cukup efektif dalam mempertahankan *Customer Loyalty*. Penelitian tersebut menarik kesimpulan bahwa bisnis berbasis teknologi melalui penggunaan media sosial, *artificial intelligent*, dan *e-commerce* masih efektif untuk strategi pemasaran dalam konteks sekarang. Maka dari itu, *marketing* PT Furnilac Primaguan juga melakukan publisitas melalui media sosial dan *website* dan media *teleconference* seperti yang dipaparkan Yohana:

Mengenai teknologi, kami tidak terlalu tertinggal, kami memiliki web resmi, facebook, memang kami tidak update di lini tersebut, karena itu hanya basicnya saja, kemampuan kami untuk memberikan contoh samplingnya, kebanyakan mereka (pelanggan) langsung direct. Contohnya kalau ada buyer baru, mereka e-mail ke kami "saya ingin desain seperti ini ini nih bisa tidak?" seperti itu, jadi direct biasanya. Jadi kami tidak perlu banyak iklan istilahnya, karena memang kebetulan furnilac sudah lama jadi kami juga pernah ikut fair di USA, jadi sudah lumayan jaringannya sebenarnya. Jadi pemasaran dari mulut ke mulut karena memang sudah lama jadi banyak buyer yang langsung mencari sendiri furnilac karena memang produk kami sudah banyak yang kenal di USA seperti itu. Kebanyakan langsung lihat barangnya, mereka tahu, langsung order produk. (21 Mei 2021, pukul 15.00).

Seperti yang disampaikan Yohana, PT Furnilac Primaguna memanfaatkan teknologi sebaik – baiknya dengan adanya *website* resmi, akun di *facebook*, melakukan pameran dan didukung dengan komunikasi dari mulut ke mulut sehingga banyak pelanggan yang mengenal walaupun data dan informasi di *website* dan *facebook* terbatas. *Website* dan media sosial yang digunakan *di-maintain* oleh Reza selaku IT Manager PT Furnilac Primaguna. “*Jadi, ada pendataan online di website. Nah saya biasanya membantu agar pendataan di onlinenya itu berjalan dengan lancar.*” (21 Mei 2021, pukul 20.20).

Peneliti melihat belum efektifnya *website* dalam memberikan informasi mengenai apa itu Furnilac secara detail, dan *facebook* yang kurang aktif sehingga hanya sedikit informasi yang didapatkan melalui dua lini tersebut. Teknologi komunikasi yang sangat aktif digunakan adalah *e-mail*. Para pelanggan biasanya lebih sering *direct message* melalui *e-mail* untuk melakukan pemesanan. Selain itu, *whatsapp* dan *zoom meeting* digunakan untuk mempermudah dan mempercepat proses lobi dan negosiasi.

Hal yang membedakan antara PT Funilac Primaguna dengan perusahaan furnitur ekspor lainnya adalah perusahaan ini memiliki kekuatan *word to mouth marketing*, yaitu pemasaran dari mulut ke mulut, dan calon konsumen mengirim *e mail*. Word of mouth marketing merupakan bukti kuat bahwa konsumen puas, sehingga merekomendasikan perusahaan ke orang-orang yang dikenalnya. Jadi, apabila kurangnya informasi pada media sosial, Furnilac tetap memiliki banyak pelanggan yang loyal karena sudah dikenal oleh para pelanggannya.

Teknologi lainnya yang digunakan yaitu *e-sampling* yang dibuat dengan *software* 3DMax dalam memperkenalkan produk kepada para pelanggan. Gambar 3D ini sangat

membantu dalam proses pemasaran yang menghemat biaya serta waktu pelanggan maupun perusahaan karena gambar yang diberikan sangat detail dan seperti wujud nyata. Hal tersebut disampaikan oleh Yohana:

Dahulu pembuatan sampling dengan fisik, karena terbentur biaya dan timingnya kurang fleksibel karena sekarang adaptasi pakai teknologi, kami drawing, kemudian membuat dalam 3D setidaknya sebelum sampel fisik dibuat, mereka sudah tahu gambaran yang mendekati, dan seperti yang mereka butuhkan kemudian disitu nanti dapat direvisi lebih cepat. Samplenya nanti jadi tidak terlalu banyak melakukan revisi bolak – balik dan mengeluarkan biaya banyak. Itu membantu sekali ya. (21 Mei 2021, pukul 15.00).

Adapun penjelasan lain mengenai gambar 3D ini oleh Reza selaku IT di PT Furnilac Primaguna yang memiliki peran besar dalam terciptanya inovasi teknologi ini.

“Aplikasi yang kita gunakan untuk operasi bikin gambar 3 dimensi salah satunya kayak misalkan dari autocad, lalu aplikasi 3Dmax untuk bikin gambar 3D nya untuk dijadikan sample. Jadi barang itu ga selalu kita buat dalam bentuk jadi, tapi kita buat dalam bentuk 3D. Jadi bisa custom secepat mungkin.” (21 Mei 2021, pukul 20.20).

PT Furnilac Primaguna dapat mempertahankan loyalitas buyer-nya dengan menerapkan Customer Relationship Management yang melibatkan pendekatan PPT yang detail, tahap demi tahap dalam proses bisnisnya, PT

Furnilac Primaguna juga mengedepankan, mengutamakan serta memenuhi kebutuhan para *buyer*-nya dengan menjadikan pelayanan hal utama dibandingkan produk, walaupun produk pada akhirnya juga menentukan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan *value* yang tinggi pada konsumen, keterbukaan informasi dan trust, kepuasan pelanggan dapat tercapai. Hal ini dibuktikan dengan pelanggan atau *buyer* tetap setia membeli produk walaupun nantinya harga yang akan dibayarkan sedikit lebih mahal dari sebelumnya dikarenakan biaya pengiriman. PT Furnilac Primaguna selain dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya, mereka juga berhasil mempertahankan angka penjualan di tengah pandemi *covid-19*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa PT Furnilac Primaguna menggunakan pendekatan PPT hampir semua tataran CRM. Pelanggan dilibatkan dalam setiap langkah proses bisnis yang dilakukan. Mulai penentuan harga, bahan baku, desain, kesepakatan harga, hingga perkiraan barang diterima. Keterlibatan pelanggan dalam setiap langkah proses bisnis dilakukan dengan komunikasi terbuka dan menggunakan aplikasi teknologi yang dirasa nyaman oleh pelanggan. Dengan hubungan yang akrab dan terbuka, konsumen menjadi trust dan loyal, sehingga angka penjualan yang jatuh di awal pandemi berhasil dinaikkan kembali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih patut diberikan kepada PT Furnilac Primaguna, khususnya Ibu Endah Setiarti selaku Marketing Manager, Ibu Yohana selaku staf pemasaran, Bapak Reza Ruslan selaku supervisor Information Technology dan Personalia yang telah memberikan begitu banyak waktu wawancara, data dan kesempatan observasi untuk kepentingan penelitian ini.

KEPUSTAKAAN

- [1] K. Setiawan, "Daya Tahan Industri Furnitur Diprediksi Hanya Sampai Bulan Ini," *bisnis.tempo.co*, 2020.
- [2] S. P. Sushil, Bhal, Kanika T., Singh, Ed., *Managing Flexibility. People, Process, Technology and Business*. New Delhi: Springer, 2016.
- [3] I. Heryati and D. Fitriawati, "Analisis Strategi Marketing Public Relations Pizza Hut Cimahi Di Tengah Pandemi Covid-19," *Komunikologi J. Pengemb. Ilmu Komun. dan Sos.*, vol. 4, no. 2, p. 97, 2020, doi: 10.30829/komunikologi.v4i2.7941.
- [4] D. A. Rahmah and S. Naning, "Peran Marketing Public Relations Dalam Customer Loyalty Program Kerjasama Operasi Terminal Petikemas Koja Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan," *J. Bisnis dan Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 39–47, 2019, [Online]. Available:
<http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/8UV719V1SW18NM3G51UABKHC4.pdf>.

- [5] A. Saraswati and D. Prihadini, "Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat)," *LUGAS J. Komun.*, vol. 4, no. 2, pp. 54–60, 2020, doi: 10.31334/lugas.v4i2.1219.
- [6] P. Y. Santoso and R. R. M. L. Toruan, "Strategi Marketing Public Relations Dalam Rebranding HSBC Indonesia," *J. Pustaka Komun.*, vol. 1, no. 1, 2018, [Online]. Available: file:///C:/Users/LIZADW~1/AppData/Local/Tem p/512-884-1-PB-2.pdf.
- [7] D. Nanda, P. Siregar, W. Cahyani, and A. U. Chaniago, "Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket," *Saintikom*, vol. 19, no. 1, pp. 71–79, 2020, [Online]. Available: <https://ojs.trigunadharma.ac.id/index.php/jis/article/view/221>.
- [8] B. Setyaleksana, S. Suharyono, and E. Yulianto, "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)," *J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, vol. 46, no. 1, pp. 45–51, 2017, [Online]. Available: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1781/2153>.
- [9] W. Surtinah and M. Ekhsan, "Customer Relationship Management dan Kepuasan Konsumen Pada Restaurant di Jakarta," *J. Ind. Eng. Manag. Res.* (

- Jiemar),* vol. 1, no. 2, pp. 2722-8878, 2020, doi: 10.7777/jiemar.v1i2.
- [10] W. A. Elim, M. Saitakela, and L. Pelanggan, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM)," *J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 8–13, 2020, [Online]. Available: <https://docplayer.info/199109565-Penerapan-customer-relationship-managemen-crm-pada-toko-souvenir-mitra-agung-utama.html>.
- [11] Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus*. Maadura: UTM Press, 2013.
- [12] E. Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Publik Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2011.
- [13] A. Carissa, "Penerapan Customer Relationship Management T (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang)," *J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, vol. 15, no. 1, p. 84471, 2014, [Online]. Available: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/602/801>.
- [14] L. N. Azizah, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Tv Kabel Cv. Sembayat Vision," *Core.Ac.Uk*, vol. 2, no. 2, 2019, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/287156792.pdf>.
- [15] S. M. Cutlip, *Effective Public Relations*, Sembilan. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.

- [16] S. Widuhung, "View of Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19," *J. Public Relations*, vol. 2, no. April, p. 7, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/308/124>.
- [17] F. Hariyati and R. Sovianti, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia," *Cover. J. Strateg. Commun.*, vol. 11, no. 2, pp. 52–66, 2021, [Online]. Available: <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/2019>.

Eksplorasi Kompetensi Literasi Masyarakat Dalam Mencari Pengetahuan Kegamaan Melalui Media Baru

Dita Verolyna

Institut Agama Islam Negeri Curup

ditaverolyna@iaincurup.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kompetensi literasi Masyarakat Dalam Mencari Pengetahuan Kegamaan melalui Media Baru. Penelitian dilakukan di Kabupaten Rejang Lebong dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Data diperoleh dari 100 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan dilakukan dengan penyebaran angket dan wawancara. Data disajikan dengan tampilan tabel distribusi frekuensi sederhana. Dari 100 responden, 92 responden yang memberikan jawaban. Hasil penelitian ini adalah (1) seluruh responden yang menjawab memiliki kompetensi literasi dalam menggunakan media baru melalui perangkat Smartphone, Laptop dan Personal Computer (2) seluruh responden yang menjawab memiliki keterampilan membaca serta memahami platform digital yang mereka pilih (3) kebanyakan responden memiliki kompetensi dalam mengevaluasi konten agama yang mereka cari dengan mempertimbangkan kredibilitas sumber, desain konten bahkan mampu berinteraksi dalam konsultasi Tanya jawab (4) Kebanyakan responden memiliki kompetensi untuk mengevaluasi fakta dan opini yang mereka temui dalam pencarian pengetahuan keagamaan

Kata Kunci: Eksplorasi, Kompetensi, Pengetahuan, Literasi, Media baru

PENDAHULUAN

Berbicara tentang teknologi memang tidak pernah ada habisnya. Teknologi berdampak menyeluruh pada semua aspek kehidupan manusia terlebih pada informasi dan komunikasi. Teknologi berhasil meniadakan jarak dan waktu sehingga semua masyarakat dapat terhubung meskipun tidak berada ditempat yang sama. Begitu juga dengan media yang mengalami perkembangan dari masa ke masa.

Media atau saluran yang digunakan dalam proses penyampaian informasi ternyata berubah sesuai dengan tuntutan zaman. Dulu masyarakat menggunakan media cetak dan elektronik dalam mengakses kebutuhan informasi yang dikenal dengan old media. Namun sekarang, media beralih pada basis internet yang memunculkan portal online, media sosial, televisi online dan radio streaming. Penerapan system multimedia harus dilakukan untuk menjaga eksistensi. Dengan begitu muncullah berbagai bentuk platform sebagai wujud adaptasi kebutuhan masyarakat (Meifitri & Susanto, 2020)

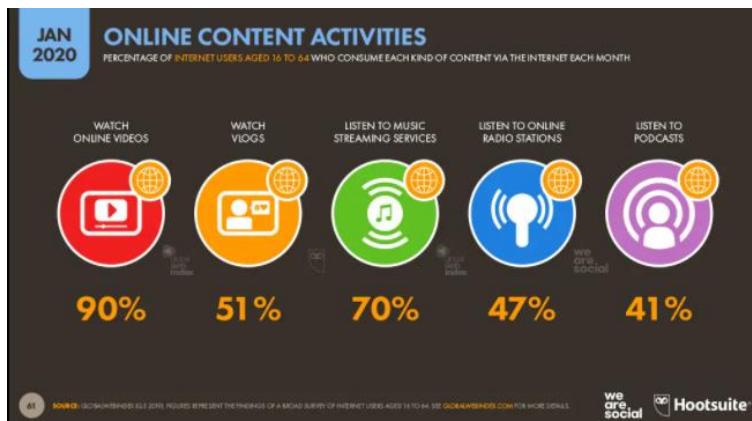
Memasuki era millennium baru, internet menjadi dewa dalam kehidupan manusia. Internet membantu kegiatan personal maupun industrial. Dukungan ini membuat media lama mulai ditinggalkan penggunanya karena karakteristik generasi millenial menginginkan informasi yang cepat dalam jalur pribadi (Verolyna & Syaputri, 2021). Informasi yang ditawarkan juga beragam mulai dari politik, sosial, budaya dan juga agama. Pembuat konten menyuguhkan dnegan apik agar dilirik pengguna internet. Tak jarang apa yang ada

ditampilkan media dapat menggiring opini, perilaku dan sikap publik terhadap sesuatu (Setiawan, 2017)

Hal ini dapat terlihat bagaimana media dapat memberikan pandangan terhadap objek melalui konstruksi, hiperalitas, framing dan pemilihan kata yang berpihak. Kekuatan media menjadi hal yang tidak bisa diremehkan, bahkan saat ini media memiliki kekuatan besar dalam mengatur apa yang harus dianggap penting oleh khalayak. Terpaan yang massif akan membuat peristiwa kecil bisa menjadi besar.

Irwan Abdullah menuliskan implikasi pergeseran mode komunikasi agama terhadap manusia dan kebudayaan. Media dianggap sebagai jalan lahirnya otoritas manusia dalam membuat pengetahuan ajaran agama (Abdullah, 2017). Kekhawatiran Abdullah merujuk pada tiga argument yakni kodifikasi, divergensi dan kooptasi agama. Kodifikasi mengakibatkan munculnya simbol sebagai ringkasan agama, divergensi melahirkan perdebatan lebar dan kooptasi membuat perangkap sehingga makna menjadi bias. Mau tidak mau hal ini bisa terjadi mengingat pengguna media baru merupakan masyarakat virtual yang heterogen dan anonim.

Penyampaian ajaran agama islam dimodifikasi melalui media. Jika dulu penyebaran ajaran islam melalui dakwah pada majelis, sekrang telah berubah dalam bentuk konten meme, audio dan juga audio visual(Aguilar et al., 2016). Konvergensi teknologi telah mengantarkan pesan penyiaran islam dalam bentuk yang lebih modern. Kritisnya pada era digital agama dapat diperdebatkan dan juga ditolak karena pemahaman teologi maupun ideology yang berbeda. Anonimitas membuat pengguna sulit dikendalikan, sehingga banyak muncul konfrontasi diantara masyarakat virtual. Jenis aktivitas pengguna pada media internet dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Internet Growth Ranking

Sumber : Situs Resmi Wearesocial (Hootsuite, 2020)

Berdasarkan gambar 4 dapat dilihat bahwa hampir 90% pengguna media menghabiskan waktu dengan menonton video online, menonton vlogs, mendengarkan music streaming, mendengarkan siaran radio dan mendengarkan podcast. Pengguna lebih menyukai konten audio visual dalam bentuk video online baik di platform youtube, facebook maupun instagram dan twitter.

Beberapa situs rujukan ajaran agama islam populer di Indonesia diantaranya adalah muslim.or.id, muslimah.or.id, islami.co, nu.or.id, yufid.com, islamqa.info dan konsultasisyariah.com (*7 Situs (Website) Terpercaya Untuk Belajar Agama Islam Lebih Dalam | Indozone.Id, n.d.*). Situs muslim.or.id misalnya merupakan salah satu media dakwah milik Yayasan Pendidikan Islam Al-Atsari (YPIA) yang bergerak di bidang dakwah public dan pembinaan generasi muda khususnya mahasiswa dan umat islam pada umumnya.

Muslim.or.id berpusat di Yogyakarta dan merupakan afiliasi dari yayasan YPIA. Dalam situsnya, muslim.or.id memberikan infomasi beragam seputar keagamaan dengan slogan memurnikan aqidah menebarkan sunnah. Jika dilihat dari kontennya, situs ini memiliki kredibilitas dan kompetensi dalam memproduksi pengetahuan ajaran islam.

Bahrul Ulum, (sekretaris MIUMI) menyebutkan bahwa era disruptif membuat ajaran agama islam di media menjadi bias. Banyak pihak yang tidak kapabel menulis tentang ajaran islam dan diikuti oleh banyak orang. Jika mempelajari dari seorang ulama yang jelas asal usulnya tidak akan menyebabkan multitafsir yang berujung pada perdebatan (*Ini Bahaya Belajar Agama Di Dunia Maya - Masjid Manarul Ilmi ITS*, n.d.). Tidak masalah melalui media apa adopsi pengetahuan agama asalkan memperhatikan kecakapan dari pembicara atau pembuat konten.

Islam adalah agama rahmatan lil alamin dan dia mencakup seluruh tahapan zaman. Tidak ada penolakan adaptasi metode dakwah dalam islam, semua dapat dikondisikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hanya saja kecepatan dan luasnya jangkauan membuat semua orang dapat memberikan tanggapan, penafsiran pada apapun. Seolah pasar bebas, khayak boleh memilih sesuka hati siapapun yang ingin dia ikuti, akibatnya muncul fenomena da'I selebriti (Iman, 2018)

Internet dan ajaran islam adalah hal yang berkaitan erat. Saat ini internet menjadi rujukan di kalangan generasi muda untuk memperoleh pengetahuan agama. Abdum M'ti (Sekretaris Umum Muhamadiyah) menyebutkan bahwa belajar dari internet merupakan wajah baru dari emerging islam yang didukung oleh media sosial. Dai yang lebih netral dengan gaya dakwah kekinian akan lebih mudah mendapatkan follower(Muhammad, n.d.)

Beberapa da'I populer di Indonesia diantaranya Abdul Somad, Abdullah Gymnastiar, Hanan Attaki, Khalid Basalah dan Adi Hidayat. Para da'I unggul pada platform tertentu seperti Hanan Attaki memiliki jumlah follower terbanyak di Instagram dan Abdul Somat tertinggi jumlah subscriber pada platform Youtube. Identitas pakaian pada keempat tersebut masih bercirikan menggunakan kopiah dan sorban. Hanan Attaki yang lebih kekinian, sehingga tidak heran memiliki pengikut terbanyak pada generasi muda (Verolyna & Syaputri, 2021)

Kesimpangsiuran informasi dan tidak terpercayanya sumber, serta rujukan yang tidak sesuai akan melahirkan perilaku potong kompas, menafsirkan sesuai pemikiran kemudian menyebakannya tanpa memikirkan kembali dampak yang ditimbulkan dari persepsi yang ia tuliskan (Verolyna, 2017). Kondisi seperti ini sangat memerlukan kompetensi literasi penggunanya.

Literasi adalah pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan media digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan menggunakan informasi dengan cara yang sehat, bijaksana, cerdas, hati-hati, tepat, dan taat hukum untuk mempromosikan komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Empat kompetensi inti menurut Gilster yang harus dimiliki individu jika ingin dikatakan berliterasi digital yakni mampu menggunakan internet, keterampilan membaca dan memahami, mengevaluasi konten, dan membangun pengetahuan dari berbagai sumber yang ia temui. Saat ini berbagai platform digital seperti youtube, blog, twitter, facebook, tiktok dan lain-lain banyak menyajikan konten yang menarik.

Keberlimpahan informasi itu bagaikan pisau bermata dua, memiliki efek positif dan negatif, memberikan tantangan dan peluang. Sebagai akademisi para peneliti patut prihatin dengan maraknya informasi bohong, ujaran kebencian dan kurangnya budaya literasi digital dikalangan pengguna internet. Jika sumber rujukan utama bukanlah situs yang terpercaya, bukan tidak mungkin pengguna akan tersesat sehingga menimbulkan permasalahan moderasi yang terus menerus. Adanya sikap etnosentris, chauvinism dan intoleransi membuat rusaknya ukhuwah. Sangat bertolak belakang dengan ajaran agama yang menyeru kepada kebaikan. Sehingga perlu sekali mengeksplor bagaimana kompetensi literasi masyarakat terhadap pengetahuan agama melalui media baru.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Digital

Literasi digital adalah sebuah kemampuan dalam menggunakan media digital seperti alat komunikasi seperti *smartphone* dalam mencari, mengamati, mencerna, memilih, memproduksi informasi dan menggunakan informasi tersebut dengan baik. Beberapa elemen dasar dalam pengembangan literasi yaitu kultural, kognitif, konstruktif, komunikatif, kepercayaan diri, kreatif, dan kritis dalam menanggapi suatu konten. (Doughlas A.J.Belshaw, 2011).

Literasi digital diharapkan dapat mendorong masyarakat lebih cermat memilih informasi yang baik dan efektif. Literasi sangat diperlukan di era keberlimpahan informasi seperti saat ini. Maraknya hoax cyber crime dan

kejahatan maya lainnya yang berdampak buruk pada penggunaanya. Di sisi lain, digitalisasi dapat memperluas pelaku usaha dalam memasarkan produknya dengan biaya yang lebih murah

Dampak negatif dari media digital diantaranya :

1. Informasi yang belum pasti kebenarannya
2. Mudahnya terjadi kejahatan / cyber crime
3. Muncul situs pornografi dan prostitusi online
4. Bullying yang berkaibat fatal
5. Rendahnya keinginan untuk berkomunikasi secara langsung dan menghilangkan sikap empati (buku literasi digital)

Gilster (1997) mengklasifikasikannya menjadi empat kompetensi inti yang harus dimiliki seseorang agar dapat dianggap melek digital.

- a) Pencarian internet (Internet Searching) mengacu pada kemampuan untuk menemukan informasi dan melakukan berbagai kegiatan di internet.
- b) Navigasi hypertextual adalah kemampuan untuk membaca dan memahami hypertext dalam browser web, yang sangat berbeda dari teks teks. Pengetahuan tentang hypertext dan hyperlink dan bagaimana mereka bekerja, pengetahuan tentang bagaimana web bekerja, termasuk bandwidth, http, html, dan url, dan kemampuan untuk memahami karakteristik halaman web adalah semua bagian dari kompetensi ini.
- c) Kemampuan untuk berpikir kritis dan memberikan penilaian tentang apa yang ditemukan secara online, serta kemampuan untuk mengidentifikasi validitas dan kelengkapan informasi yang dirujuk oleh link hypertext, disebut sebagai evaluasi konten.

- d) Majelis Pengetahuan (Knowledge Assembly) adalah kemampuan untuk mengkompilasi pengetahuan, untuk membangun kumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, dan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi fakta dan pendapat secara objektif dan tanpa bias. Hal ini dilakukan karena berbagai alasan, termasuk pendidikan dan pekerjaan.

Pengembangan literasi digital menurut Mayes dan Fowler (2006) terbagi pada tiga tingkatan :

1. Kompetensi digital yang meliputi keterampilan, konsep, pendekatan dan perilaku
2. Penggunaan digital yang merujuk pada aplikasi dan implementasi terhadap kemampuan digital yang berhubungan dengan konteks atau objek tertentu
3. Transformasi digital yang membutuhkan kreativitas dan inovasi pada dunia digital

Pengetahuan agama

Pengetahuan adalah kumpulan pengalaman yang dihadapi dan dicapai manusia melalui penerapan logika. Ketika seseorang menggunakan pikirannya untuk mengenali suatu objek atau peristiwa yang belum pernah dia lihat atau rasakan sebelumnya, dia mendapatkan pengetahuan. Dengan kata lain, pengetahuan adalah informasi yang berkaitan dengan pemahaman dan perilaku potensial yang tersimpan dalam pikiran.

Secara umum, pengetahuan mengenali pola dan karena itu memiliki kemampuan untuk memprediksi sesuatu. Informasi dan data hanya memiliki kemampuan untuk memberikan informasi atau menimbulkan kebingungan, sedangkan pengetahuan memiliki kemampuan untuk

mengarahkan tindakan. Ini disebut kemungkinan tindakan. Pengetahuan didefinisikan sebagai "segala sesuatu yang diketahui/intelektual, atau segala sesuatu yang diketahui tentang hal-hal sekolah (mata pelajaran)".

Pengetahuan berasal dari rasa ingin tahu. Semakin kuat keinginan manusia untuk mengetahui, maka semakin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya. Pengetahuan ini sendiri berasal dari pengalaman manusia dan lingkungannya. Caranya adalah melalui gejala (fenomena) yang dirasakan oleh panca indera. Dari saat Anda memperhatikan diri sendiri hingga usia tua dan kehidupan Anda, semuanya berkumpul di dalam diri Anda. Orang selalu memikirkan makhluk yang tertarik pada sesuatu. Rasa ingin tahu mendorong orang untuk bertanya. Pertanyaan tentang diri Anda, lingkungan di sekitar Anda, atau berbagai peristiwa di sekitar Anda. Dengan bertanya, orang ini mengumpulkan semua yang dia tahu. Begitulah cara manusia mengumpulkan pengetahuan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengetahuan adalah produk dari pengetahuan. Artinya, pemahaman setelah melihat, menyaksikan, dan mengalami. Orang memperoleh pengetahuan dengan cara yang berbeda. Jika Anda memiliki pertanyaan, ajukan pertanyaan sederhana. Namun, pengetahuan juga bisa diperoleh dengan berulang kali mengalami suatu peristiwa atau peristiwa. Ada juga pembelajaran dari upaya mengatasi masalah yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari. Petani dan nelayan dapat belajar tentang pertanian dan perikanan dengan cara ini.

Sumber Pengetahuan

Pengetahuan yang dimiliki oleh orang secara alami berasal dari berbagai sumber diantaranya:

1. Keyakinan berbasis tradisi.

2. Adat dan agama.
3. Rasa / pengalaman.
4. Akal sehat.
5. Intuisi pribadi.

Jenis pengetahuan

1) Pengetahuan tacit

Pengetahuan tacit adalah pengetahuan yang masih tertanam dalam bentuk pengalaman sendiri dan tidak mengandung unsur-unsur aktual seperti keyakinan pribadi, perspektif, atau prinsip.

2) Explicit knowledge

Explicit knowledge adalah pengetahuan yang didokumentasikan atau disimpan dalam bentuk konkret, misalnya dalam bentuk media.

3) Pengetahuan Empiris

Pengetahuan Empiris adalah pengetahuan yang menekankan pada pengamatan dan pengalaman indrawi dan dikenal sebagai pengetahuan empiris atau ex post facto. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui pengamatan empiris dan rasional.

4) Pengetahuan tentang Rasionalisme

Pengetahuan tentang Rasionalisme adalah pengetahuan yang diperoleh melalui akal. Rasionalisme menekankan pengetahuan apriori, bukan pengalaman. Pengetahuan agama adalah ajaran ketuhanan, ajaran ibadah

yang berlangsung secara vertikal dan horizontal melalui Rasul Allah SWT, dan apa yang kita ketahui tentang suatu objek tertentu, termasuk pengetahuan, adalah penting.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan

1) Pendidikan

Pendidikan adalah proses mengubah sikap dan perilaku individu atau kelompok, dan merupakan upaya untuk mendewasakan manusia melalui upaya pendidikan dan pelatihan.

2) Media

Media dikembangkan secara khusus untuk menjangkau khalayak yang sangat luas. Oleh karena itu, contoh media massa adalah televisi, radio, surat kabar, dan majalah.

3) Informasi

Informasi adalah sesuatu yang perlu Anda ketahui, tetapi beberapa orang menekankannya sebagai cara untuk mengkomunikasikan pengetahuan. Selain itu, istilah informasi memiliki arti yang berbeda seperti yang didefinisikan dalam Undang-Undang Teknologi Informasi, yang didefinisikan sebagai teknologi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, memanipulasi, menyatakan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi untuk tujuan tertentu.

Media Baru

Sejumlah besar media berbasis internet baru telah muncul sebagai hasil dari teknologi komunikasi digital. Jejaring sosial adalah media baru yang paling populer. Seperti yang dijelaskan oleh, media baru memungkinkan seseorang

untuk membuat profil pribadi (Boyd and Ellison 2007: 4). Jejaring sosial, menurut definisi mereka, adalah bentuk media baru. Layanan web yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil publik / semi-publik dalam sistem terbatas, menghubungkan kelompok pengguna yang berbagi koneksi, dan menelusuri koneksi tersebut dalam sistem. Pengguna dapat berinteraksi satu sama lain berkat media baru.

Internet, World Wide Web (WWW), dan fitur multimedia telah disajikan masyarakat dengan cara baru pengolahan dan transmisi informasi digital. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan YouTube adalah contoh bentuk media baru yang berada di bawah payung media online. Orang biasa sekarang dapat berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan jaringan online berkat bentuk media baru ini.

Teori penggunaan dan kepuasan

Teori ini merupakan teori klasik media massa yang mengasumsikan bahwa individu menggunakan media ketika menyediakan apa yang mereka butuhkan. Banyaknya platform media baru saat ini menawarkan banyak pilihan kepada pengguna. Hal ini juga didukung oleh kemajuan teknologi dan konvergensi media.. Teori use and gratification dipopulerkan oleh Katz dan Gurevic dan diterbitkan pada tahun 1974. Teori ini berbeda dengan teori media sebelumnya yang berfokus pada perilaku pengguna sebagai audiens aktif. Ini adalah cara individu menggunakan media karena memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka.(Karman, 2013)

METODE PENELITIAN

Pendekatan eksplorasi digunakan dalam penelitian. Penelitian eksplorasi adalah studi yang melibatkan melakukan pencarian, terutama dalam stabilisasi konsep yang akan digunakan dalam lingkup penelitian yang lebih luas dengan perencanaan yang lebih konseptual (Yusuf, 2017). Ketika melakukan eksplorasi, konsep matang menjadi tujuan penelitian dan memiliki jangkauan konseptual yang lebih luas. Penelitian eksplorasi adalah studi awal yang dirancang untuk menghasilkan ide-ide untuk topik penelitian masa depan (Morissan, 2017). Meskipun penelitian eksplorasi tidak menguji hipotesis, hasilnya dapat diajukan dengan deskript, explanatives, dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rejang Lebong dengan teknik pengumpulan data menyebarluaskan angket sederhana pada 100 orang dan wawancara kepada 5 orang informan. Teknik penentuan informan menggunakan *accidental sampling* artinya peneliti memberikan angket kepada siapa saja yang ditemui ketika melakukan pengumpulan data. Data kemudian ditampilkan dalam tabel distribusi sederhana.

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti menyebarluaskan angket sederhana kepada pengguna media baru secara *accidental*. Peneliti memberikan 9 pertanyaan pada angket meliputi karakteristik usia, pekerjaan, perangkat digital yang digunakan, durasi pemakaian perangkat digital perhari, penggunaan perangkat digital dalam mencari pengetahuan keagamaan, sumber pengetahuan keagamaan selain perangkat digital, sumber informasi digital pada perangkat, alasan memilih informasi

keagamaan dan jenis konten agama yang disukai (boleh memilih lebih dari satu).

Dari 100 angket yang diberikan, 92 informan bersedia mengisi terdiri dari 56 perempuan dan 36 orang laki-laki. Peneliti membagi jenis pekerjaan menjadi 12 yakni akademisi, tenaga kesehatan, wiraswasta, karyawan perusahaan, petani, PNS, Polri, mahasiswa, pelajar dan lainnya. Semua Informan beragama islam. Sebaran usia responden dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Usia Responden

Rentang Usia	Jumlah
<21 Tahun	3
21-30 Tahun	19
31-40 Tahun	48
>41 Tahun	22

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa setengah dari total responden berusia pada rentang 31-40 tahun dan paling sedikit berusia dibawah 21 tahun. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah
Akademisi	8

Tenaga Kesehatan	1
Wiraswasta	10
Karyawan Perusahaan	13
Petani	1
PNS	30
Polri	2
Mahasiswa	7
Pelajar	1
Lainnya	19

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa kebanyakan responden bekerja sebagai PNS yaitu 30 orang dan hanya 1 orang yang bekerja sebagai petani. Perangkat digital yang digunakan responden sehari-hari dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Perangkat digital yang digunakan sehari-hari (dapat dipilih lebih dari satu)

Jenis Perangkat	Jumlah
Komputer atau PC	10
Laptop	41
Smartphone	86

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa hampir keseluruhan responden merupakan pengguna Smarthpone, Smarthpone dan Laptop dan hanya sedikit yang menggunakan Komputer atau PC. Sedangkan durasi pemakaian perangkat digital perhari dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Durasi Pemakaian Perangkat Digital Perhari

Durasi Pemakaian	Jumlah
4 Jam	16
5 Jam	24
7 Jam	10
8 Jam	18
> 8 Jam	23

Hasil : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa pemakaian rata-rata perangkat terbanyak pada durasi 5 jam dan lebih dari 8 jam. Sedangkan jawaban responden dalam menggunakan perangkat digital dalam mencari pengetahuan keagamaan dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10. Penggunaan Perangkat digital dalam mencari pengetahuan keagamaan

Menggunakan	Jawaban
Ya	87
Tidak	5

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa sebanyak 87 orang menggunakan perangkat digital dalam mencari pengetahuan keagamaan dan hanya 5 orang yang tidak menggunakannya. Sumber pengetahuan keagamaan responden selain perangkat digital dapat dilihat pada Tabel 11 berikut.

Tabel 11. Sumber Pengetahuan keagaaman selain Perangkat Digital

Sumber Pengetahuan	Jumlah
Buku	56
Majalah	5
Tabloid	3
Pengajian	47
Surat Kabar	11
Artikel Ilmiah/Jurnal	22
TV	53
Radio	6

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabek 11 dapat dilihat bahwa selain perangkat digital, masyarakat mencari rujukan lain yaitu Buku sebanyak 56 orang, TV sebanyak 53 orang, dan yang paling sedikit mencari sumber pada tabloid. Sedangkan Sumber informasi digital pada perangkat dapat dilihat pada Tabel 12 berikut.

Tabel 12. Sumber Informasi Digital Pada Perangkat

Platform	Jumlah
Youtube	40
Facebook	45
Pencarian Google	73
Instagram	44
Twitter	4
Web/blog	32

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menggunakan pencarian google sebagai sumber pengetahuan agama dan hanya 4 orang yang menggunakan twitter. Alasan responden memilih informasi keagamaan dapat dilihat pada Tabel 13 berikut.

Tabel 13. Alasan Memilih Informasi Keagamaan

Alasan keagamaan	Memilih informasi	Jumlah
Kredibilitas sumber		77
Jumlah pengikut yang banyak		18
Konten yang menarik		41
Muncul di Halaman utama		10
Rekomendasi dari teman		21
Iklan		4
Lainnya		12

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat bahwa kebanyakan responden mempertimbangkan kredibilitas sumber sebelum memutuskan mengambil pengetahuan keagamaan, dan paling sedikit karena iklan. Jenis konten agama yang disukai oleh responden dapat dilihat pada Tabel 14 berikut.

Tabel 14. Jenis konten agama yang disukai (Boleh memilih lebih dari satu)

Jenis Konten Agama	Jumlah
Ceramah Online Ulama	65
Video singkat yang menyentuh	49
Meme	8

Audio disertai gambar	21
Poster petikan ayat kitab	24
Poster nasihat bijak	31
Konsultasi Tanya jawab	36
Penjelasan tulisan detail	19
Hasil penelitian atau artikel ilmiah	29
Kajian online melalui group chat	29
Lainnya	9

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menyukai ceramah online ulama dan sedikit sekali yang menyukai pengetahuan agama melalui meme.

PEMBAHASAN

Era disruptif saat ini membuat informasi yang beredar serba cepat dan kurang terpercaya. Individu mestinya memahami bahwa literasi hal yang penting agar dapat menangkis efek buruk dari digitalisasi. Apalagi generasi millennial yang tingkat penggunaan internetnya sangat tinggi, sehingga lengket sekali dengan produk digital. Ini artinya sangat diperlukan kompetensi kemampuan dari setiap

pengguna dalam mencari, menyaring dan memahami setiap apa yang ia temukan pada dunia virtual.

Dalam kehidupan sehari-hari misalnya ketika menemukan permasalahan agama bisa bertanya langsung kepada pemuka agama yang diketahui rekam jejaknya. Namun secara maya, melemparkan pertanyaan atau mengambil rujukan agama pada seseorang yang tidak jelas asal usulnya akan menjadi permasalahan serius bukan hanya tentang pemahaman melainkan aplikasi nilai-nilai keagamaan tersebut dalam kehidupan sehari-harinya (Rustandi, 2019).

Karakteristik pekerjaan responden juga berdampak pada bagaimana cara mereka merujuk sebuah informasi melalui media baru. Pada tabel 8 diketahui bahwa responden memiliki pekerjaan yang bervariasi. Paling banyak bekerja sebagai Pegawai negeri Sipil dan paling sedikit bekerja sebagai petani. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap responden tersebut didapatkan hasil bahwa mereka telah dibiasakan untuk tidak termakan berita hoax di instansi masing-masing sehingga lebih cermat dalam memilih informasi. Pemakaian smartphone dalam berselancar pun didasarkan pada kebutuhan tidak sampai melebihi delapan jam pemakaian. Mereka juga menggunakan sumber lain tidak hanya tergantung pada informasi melalui media baru

Dalam hal kompetensi kemampuan penggunaan internet sepertinya semua responden telah memenuhi seperti yang terlihat dalam tabel 9 yakni penggunaan smartphone, laptop, maupun PC. Responden juga memiliki kompetensi dalam mengevaluasi konten dalam tiap platform sehingga lebih menyukai konten yang dibuat dari sumber terpercaya. Seperti pada Tabel 12 platform favorit pilihan responden seperti Youtube, Facebook, Isntagram dan pencarian Google.

Twitter memiliki pengguna paling sedikit. Dari wawancara yang peneliti lakukan hal ini disebakan karena twitter tidak memiliki ruang untuk menampilkan informasi sehingga disambung pada kolom komentar. Responden kesulitan memahami rangkaian pesan yang dipotong. Sedangkan pada pencarian google, responden bisa mengetikkan keyword apapun yang ingin dicari. Sehingga ketika ia lupa keseluruhan kalimat yang ingin dicari dapat terbantu dengan tampilan yang muncul pada halaman pencarian.

Selain itu kreativitas dalam membuat konten dan kredibilitas pembuat konten juga menarik pengguna. Seperti dalam tabel 10 konten tertinggi yang diminati adalah ceramah online ulama. Hal ini berhubungan dengan tabel 8 yang menyebutkan bahwa kredibilitas sumber menjadi alasan tertinggi dalam mencari pengetahuan agama. Proses literasi dalam pencarian informasi ini telah terjadi saat responden bisa memilih mana informasi yang terpercaya maupun tidak. Wawancara yang peneliti lakukan pada responden mendapatkan hasil bahwa responden tidak sepenuhnya menerima informasi mentah. Responden membandingkan kembali hasil yang ia dapatkan dengan sumber informasi seperti buku, hasil penelitian ilmuah, kajian offline dan lain-lain. Rujukan tida serta merta hanya pada satu sumber saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil temuan penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kompetensi literasi pada masyarakat Rejang Lebong dalam mencari pengetahuan keagamaan melalui media baru :

1. Seluruh responden memiliki kompetensi kemampuan menggunakan media baru melalui perangkat Smartphone, Laptop, dan Personal Komputer.
2. Seluruh responden memiliki keterampilan membaca serta memahami platform yang mereka pilih
3. Kebanyakan responden memiliki kompetensi dalam mengevaluasi konten agama yang mereka cari dengan mempertimbangkan kredibilitas sumber, desain konten, bahkan mampu berinteraksi dalam konsultasi Tanya jawab
4. Kebanyakan responden memiliki kompetensi untuk mengevaluasi fakta dan opini yang mereka temui dalam pencarian pengetahuan keagamaan

Saran dalam penelitian ini ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengeksplorasi responden lebih banyak lagi dan pada daerah yang berbeda-beda seperti di kota dan di desa sehingga memperoleh data yang lebih variatif.

KEPUSTAKAAN

7 Situs (Website) Terpercaya untuk Belajar Agama Islam Lebih Dalam | Indozone.id. (n.d.). Retrieved August 21, 2021, from <https://www.indozone.id/tech/ersqEm/7-situs-website-terpercaya-untuk-belajar-agama-islam-lebih-dalam/read-all>

Abdullah, I. A. I. (2017). DI BAWAH BAYANG-BAYANG MEDIA : Kodifikasi, Divergensi, dan Kooptasi Agama di Era Internet. *Sabda: Jurnal Kajian*

- Kebudayaan, 12(2), 116–121.
<https://doi.org/10.14710/SABDA.12.2.116-121>
- Aguilar, G. K., Campbell, H. A., Stanley, M., & Taylor, E. (2016). Communicating mixed messages about religion through internet memes. <Http://Dx.Doi.Org/10.1080/1369118X.2016.1229004>, 20(10), 1498–1520.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1229004>
- Hootsuite. (2020). Indonesia Digital report 2020. In *Global Digital Insights*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Iman, M. S. (2018). Praktisi Dakwah (Resolusi Da ' i dalam Menyikapi Masyarakat Cyber) Dakwah merupakan aktivitas mengajak manusia kepada jalan yang dikehendaki Allah swt , karenanya (hamba Alllah) tanpa adanya aktivitas seberapa banyak jamaah yang hadir saat aktivitas d. *Media Kita*, 2(Juli 2018), 81–98.
- Ini Bahaya Belajar Agama di Dunia Maya - Masjid Manarul Ilmi* ITS. (n.d.). Retrieved August 21, 2021, from <https://www.its.ac.id/masjid-mananrul-ilmi/2021/06/25/ini-bahaya-belajar-agama-di-dunia-maya/>
- Karman. (2013). RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN PERKEMBANGANNYA KINI. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 93–112.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/170106>
- Meifitri, M., & Susanto, E. (2020). PERUBAHAN DARI MEDIA LAMA KE MEDIA BARU: TELAAH

TRANSFORMASI PLATFORM MULTIMEDIA. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 9(1), 302–311.
<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7390>

Muhammad, H. (n.d.). *Internet Lebih Disukai Sebagai Sarana Belajar Islam | Republika Online*. Retrieved August 21, 2021, from
<https://www.republika.co.id/berita/pvgjz9257/internet-lebih-disukai-sebagai-sarana-belajar-islam>

Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.

Verolyna, D. (2017). Penguatan Literasi Publik di Era Keberlimpahan Informasi. *Literasi Media Baru Dan Perilaku ‘Potong Kompas’*, 51–62.

Verolyna, D., & Syaputri, I. K. (2021). Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 23–38.
<https://doi.org/10.29240/JDK.V6I1.2955>

Konstruksi Makna Perilaku Komunikasi Elit Politik di Kota Bengkulu

Oleh:

Dedi Supriyadi

PENDAHULUAN

Komunikasi, termasuk komunikasi politik, adalah salah satu kegiatan mendasar umat manusia; Tidak ada hari manusia yang lengkap tanpa terlibat dalam kegiatan komunikasi, karena komunikasi adalah simbol kehidupan di masyarakat. Komunikasi, dalam konteks ini, mengacu pada hubungan dan interaksi yang terjadi antara dua atau lebih pihak. Manusia dapat berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat, atau di mana pun manusia berada dengan berkomunikasi satu sama lain. Tidak ada yang namanya manusia yang tidak komunikatif. Tujuan komunikasi secara umum adalah penyampaian pesan komunikator (dalam hal ini elit politik) untuk mengubah opini, sikap, perilaku dan sosial komunikan (dalam hal ini individu, atau publik), sehingga pada diri komunikan memiliki perspektif politik.

Komunikasi politik sebagai sebuah disiplin ilmu masih relative baru berkembang tahun 1970-an yang melintasi berbagai disiplin ilmu dan dibesarkan lintas disiplin ilmu. Meskipun demikian komunikasi politik sesungguhnya telah ada sejak manusia berkomunikasi dan berpolitik. Namun sebagai kajian ilmiah, apakah sebagai bagian dari ilmu politik atau bagian dari ilmu komunikasi memang belum begitu lama digunakan. Perkembangan sebagai subdisiplin ilmu berakar dalam revolusi sosial 50 tahun yang lalu (Arifrin. 2008: 65).

Ilmuwan Indonesia yang telah menulis tentang komunikasi politik, antara lain Astrid S. Susanto (*Die Polischen Krafe Hinter der Enstehung des Britischen Presserates*, 1964); M. Alwi Dahlan (*Anonimous Disclosure of Governemnt Information as a From of Political Communication*, 1967); Maswady Rauf (*Political Parcipation and Political Communication in Bali*, 1981); Harsono Suwardi (peranan Pers dalam Politik di Indonesia: Suatu Studi Komunikasi politik); dan Anwar Arifin (Pers dan Dinamika Politik di Makassar: Suatu Kajian Komunikasi Politik dan Pancasila, 1990) (Arifin. 2008: 66-67).

Perilaku komunikasi politik bagi elit politik (Kognitif/pengetahuan, Afektif/sikap dewasa, kontaif/perilaku yang memiliki etika, tentunya terkait dengan lima kualifikasi di atas, agar dapat menyenangkan semua pihak, dan selalu dapat mengayomi rakyat atau masyarakat kebanyakan dalam kehidupan berpolitik.

Elit politik adalah sekolompok manusia yang dapat membuat pengambilan keputusan dalam kegiatan politik. Para elit politik bisa berada sebagai pengurus tertinggi partai, atau pejabat publik Perilaku atau pejabat negara di lembaga eksekutif (pemerintahan), lembaga legislatif (parlemen atau dewam perwakilan rakyat/DPR) dan lembaga yudikatif (hukum dan pengadilan). Tugas elit politik adalah membuat flatform (program kerja) partai politik dan berupaya mensosialisasikannya. Bagi elit politik yang menjadi pejabat publik atau pejabat negara adalah membuat perencanaan dan program yang berorientasi untuk kepentingan rakyat atau masyarakat kebanyakan bukan untuk individu atau keleompok tertentu.

Secara filosofis, komunikasi politik adalah studi tentang sifat kehidupan manusia untuk menjaga kehidupan

dalam lingkup bangsa dan negara. Setiap negara akan selalu fokus pada fungsi utama negara, yaitu tujuan negara. Tujuan ini dapat dicapai jika sifat integratif dari semua penduduk negara direalisasikan.

Elemen komunikator adalah salah satu elemen komunikasi yang menentukan keberhasilan proses komunikasi karena komunikator dapat mewarnai atau mengubah arah tujuan komunikasi. Ideologi, pemahaman, dan pola kepercayaan semuanya bisa menjadi sumber komunikasi, seperti halnya seperangkat norma dan dokumen yang tersimpan rapi. Itu juga bisa berasal dari kitab suci orang percaya. Perilaku Penguasa, Pola Kepercayaan, dan Opini Publik adalah subyek penelitian komunikasi politik.

Sikap perilaku penguasa (Ruling Elite's) memiliki dampak signifikan pada transformasi lalu lintas pesan komunikasi, baik dalam struktur formal maupun yang berkembang di masyarakat. Elit politik adalah bagian dari struktur kekuasaan dan elit sosial. Sebagai anggota elit yang berkuasa, ia mampu melakukan kontrol politik sementara juga mengendalikan saluran komunikasi.

Konstruksi Makna

Kehidupan sehari-hari, manusia selalu memaknai terhadap segala aspek yang dilihat atau ditemuinya, misalnya benda-benda yang ada di sekitar lingkungannya, seperti meja, bangku, televisi, rumah dan sebagainya. Juga tentang peristiwa-peristiwa yang dialami dalam kehidupannya (Hadiono. 2011: 35). Barnet Pearce dan Vernon Cronen, dalam Hadiono (2011: 35) menyebutkan bahwa makna dan pembentukan makna dengan beberapa asumsi: (1) manusia hidup dalam komunikasi, (2) manusia saling menciptakan

relitas, (3) transaksi informasi bergantung kepada makna pribadi dan antarpersona.

Asumsi pertama, premis ini memberikan pernyataan bahwa manusia mendiami proses komunikasi. Akan tetapi, Pearce (1989) berpendapat bahwa "komunikasi akan selalu menjadi lebih penting bagi manusia dari seharusnya." Maksudnya manusia hidup dalam komunikasi, oleh karena itu setiap individu menciptakan relitas percakapan mereka, setiap interaksi memiliki potensi untuk menjadi unik.

Asumsi kedua adalah bahwa manusia menciptakan realitas sosial satu sama lain. Konstruksionisme sosial mengacu pada keyakinan bahwa orang membangun kemauan sosial mereka melalui percakapan. Menurut Cronen, Chen, dan Pearce (1988), "individu tampaknya berkomunikasi untuk mengekspresikan emosi mereka dan merujuk pada dunia di sekitar mereka kadang-kadang." Tetapi dari mana istilah "individu," "emosi," dan "peristiwa / objek" berasal? Semuanya dibangun selama proses komunikasi. Pandangan seseorang tentang bagaimana makna dan tindakan sesuai dengan interaksi antar-sosial disebut sebagai realitas sosial mereka. Ketika dua orang berbicara, masing-masing memiliki banyak pengalaman berbicara di media dari realitas sosial sebelumnya. Karena dua orang memiliki sudut pandang yang berlawanan, percakapan yang saat ini sedang berlangsung akan menghasilkan kemauan baru. Begitulah cara dua orang membentuk kelompok sosial baru.

Menurut Donald Cushman dan Gordon Whiting, asumsi ketiga adalah bahwa transaksi informasi terutama didasarkan pada makna pribadi dan interpersona (1972). Makna pribadi didefinisikan sebagai makna yang diperoleh ketika seseorang berinteraksi dengan yang lain sambil membawa pengalaman uniknya sendiri ke interaksi. Makna pribadi berasal dari pengalaman bersama, meskipun tidak

mungkin mereka akan menggunakan pola simbolis yang sama untuk menyajikan pengalaman. Makna pribadi membantu orang dalam penemuan, yang berarti dapat membantu orang menemukan tidak hanya diri mereka sendiri, tetapi juga orang lain. Ketika dua orang menyetujui interpretasi masing-masing, inilah yang dimaksud dengan interpersonal (Barat dan Turner, di Hadiono. 2011: 36).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka asumsi-asumsi tersebut sangat relevan dengan penelitian ini, yaitu konstruksi makna komunikasi para elit politik di Bengkulu, karena pada dasarnya setiap manusia adalah hidup dalam komunikasi, karena dengan komunikasi manusia mampu mengekspresikan emosi dan untuk merujuk pada dunia sekeliling mereka. manusi akan memaknai segala yang ditemui dan dialaminya. Basic berupa makna pribadi maupun antarpersona. Makna pribadi diciptakan ketika seseorang berinteraksi dengan yang lain sambil membawa pengalaman uniknya sendiri ke interaksi. Makna pribadi berasal dari pengalaman bersama, sedangkan makna interpersonal adalah ketika dua orang menyetujui interpretasi masing-masing (diadaptasi dari Hadiono. 2011: 36).

R. Brown mendefinisikan makna sebagai kecenderungan total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap jenis bahasa. Arti bahwa kata atau kalimat membangkitkan memiliki banyak komponen. Arti Kosnep bervariasi, dengan tidak ada yang berarti menjadi lebih "benar:" daripada yang lain (Mulyana, di Hadiono. 2011: 37).

Hubungan khusus antara kata (sebagai simbol verbal) dan manusia menimbulkan makna. Kata-kata tidak memiliki arti, tetapi mereka memperoleh makna dalam pikiran orang-orang yang mendengarnya. Ketika kita berkata, "Saya sakit perut," tidak ada hubungan langsung antara subjek dan simbol yang digunakan untuk menyajikannya. Misalnya,

pengalaman itu nyata, tetapi tidak ada seorang pun, bahkan dokter yang berusaha mengobati rasa sakit, yang bisa merasakannya. Akibatnya, pembicara menciptakan hubungan dalam pikirannya (Mulyana, di Hadianjo. 2011: 37).1

Perspektif Komunikasi Politik

Komunikasi politik, sebagai bidang studi ilmu sosial, mencakup dua disiplin ilmu: ilmu politik dan ilmu komunikasi. Dimulai dengan makalah Gabriel Almond The Politics of the Development Areas pada tahun 1960, istilah komunikasi politik menjadi banyak digunakan dalam ilmu politik. Komunikasi politik, menurut Almond, merupakan salah satu fungsi yang ada dalam setiap sistem politik. Komunikasi politik bukanlah fungsi yang terpisah, melainkan proses penyampaian pesan yang terjadi ketika enam fungsi lainnya dilakukan. Easton (Analisis Sistem Kehidupan Politik, 1965) memberlakukan kendala pada pembuatan dan pelaksanaan keputusan otoritatif.

Komunikasi politik adalah istilah yang relatif baru dalam ilmu politik. Sejak penerbitan buku Gabriel A. Almond yang sangat berpengaruh The Politics of Developing Areas pada tahun 1960, istilah ini telah banyak digunakan. Menurut Almond, komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang selalu ada dalam sistem politik, sehingga para ilmuwan politik dapat membandingkan sistem politik yang berbeda dengan latar belakang budaya yang berbeda. Pentingnya kontribusi Almond terletak pada keyakinannya bahwa semua sistem politik yang pernah ada di dunia dan akan ada di masa depan memiliki kesamaan mendasar, yaitu fungsi yang sama dengan yang dilakukan semua sistem politik. Seperti almond sendiri menyatakan, komunikasi politik adalah salah satu dari tujuh fungsi dari setiap sistem politik: *All of the functions performed in the political system political socialization and*

recruitment, interest articulation, interest aggregation, rulemaking, rule application, and rule adjudication are performed by means of communication. (Maswadi Rauf: 1990)

Kutipan sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi politik adalah proses menyampaikan pesan yang terjadi bersamaan dengan enam fungsi lainnya. Ini berarti bahwa komunikasi politik melekat dalam semua aspek sistem politik. Seperti yang dinyatakan sebelumnya, fungsi komunikasi politik dapat ditemukan dalam fungsi sistem politik lainnya. Namun, kehadiran karakteristik tersebut tidak menyiratkan bahwa komunikasi politik memainkan peran kecil; Sebaliknya, ia memainkan peran penting. Komunikasi politik adalah proses yang menentukan keberhasilan fungsi lain, sehingga pengiriman pesan yang sukses di setiap fungsi menentukan keberhasilan pelaksanaan fungsi yang bersangkutan. Pelaksanaan fungsi pembuatan aturan adalah contoh sebenarnya yang dapat disajikan di sini. Sangat jelas bahwa komunikasi memainkan peran penting dalam proses regulasi (undang-undang atau bentuk ketentuan peraturan lainnya). Legislator diharapkan untuk mendorong kerja sama yang baik, hubungan, dan komunikasi di antara konstituen mereka.

Karena materi pelajaran berorientasi pada isu tertentu, yaitu politik dan fitur-fitur yang termasuk di dalamnya, studi komunikasi politik lebih spesifik.

Perilaku Komunikasi Elit Politik

Perilaku komunikasi merupakan bagian dari aktivitas seseorang dalam mengutarakan dan menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang tersebut bisa dalam bentuk ide, gagasan, dan pikiran. Pesan yang disampaikannya dalam setiap tindakan itu bisa dalam bentuk verbal atau dalam bentuk non-verbal. Setiap orang dalam melakukan tindakan komunikasinya sudah barang

tentu memiliki tujuan yang diinginkan. Tujuan komunikasi yang diinginkan setiap orang adalah melakukan perubahan. Perubahan yang paling esensial dalam tujuan komunikasi adalah adanya perubahan perilaku disamping perubahan lainnya yaitu perubahan sikap dan pendapat.

Istilah "perilaku" mengacu pada reaksi tindakan organisme terhadap lingkungannya. Ketika sesuatu diperlukan untuk memicu reaksi yang dikenal sebagai stimulasi, perilaku baru muncul. Ini menyiratkan bahwa rangsangan tertentu akan menimbulkan respons atau perilaku tertentu. Perilaku adalah puncak dari berbagai pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungan mereka, yang bermanifestasi sebagai pengetahuan, sikap, dan tindakan. Perilaku adalah respons atau reaksi individu terhadap rangsangan yang berasal dari luar dan dalam (Noto Atmojo, 2010).

Skinner (1938) dalam Notoatmodjo, (2010) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Pengertian ini dalam teori komunikasi dikenal dengan teori SOR (Stimulus-Organisme-Respon). Sejalan dengan konsep ini, perilaku komunikasi dalam kaitan ini lebih dititikberatkan kepada tindakan individu dalam mengelola pesan untuk disampaikan kepada sasarnya baik individu maupun kelompok.

Elit politik adalah orang-orang yang memerintah, sedangkan orang yang diperintah disebut masyarakat atau rakyat (kelompok massa) (Gutano Mosca). Di dalam suatu komunitas, kelompok elit politik jumlahnya tidak terlalu banyak dibandingkan dengan kelompok massa. Mereka berperan utama dalam hampir semua fungsi politik nasional, memonopoli kekuatan dan menikmati keuntungan. Sebaliknya kelompok massa dibina dan diawasi oleh elit politik baik secara legal ataupun tidak dengan atau tanpa

pedoman dan kekerasan.

Kualifikasi atau persyaratan elit politik adalah ability to communicate (kemampuan berkomunikasi lisan dan tulisan), ability to organize (kemampuan memimpin atau manajerial), ability to get on with people (kemampuan memperluas jaringan atau relasi), personality integrity (professional dasn jujur), imagination (banyak ide dan kreatif) (didaptasi dari Soemirat dan Ardianto 2010). Elit politik adalah sebagai komunikator, orang yang berpengaruh atas kebijakan yang akan dibuat untuk masyarakat dari suatu negara, maka komunikasi elit politik perlu diperhatikan dalam penyampaian pesan-pesan kepada masyarakat agar pesan yang disampaikan tidak menjadi salah persepsi (penapsiran). Begitu juga kebijakan yang dibuat untuk masyarakat tidak boleh merugikan masyarakat.

Elit politik adalah orang-orang yang dipilih masyarakat, maka secara legitimasi memiliki kekuatan hukum berdasarkan amanah konstituen. Oleh karena itu kekuasaan yang diperoleh elit politik menjadikan dirinya adalah seorang yang powerfull. Kekuasaan ditunjang dengan legalitas amanah konstituen yang besar merupakan kekuatan yang dimiliki elit politik dalam memajukan pembangunan suatu negara.

METODE PENDEKATAN DAN HASIL KAJIAN

Sesuai dengan tujuan dalam pengkajian ini yaitu berupaya memahami dan mengetahui bagaimana kontruksi mana tentang kognitif/pengetahuan komunikasi politik, afektif/sikap komunikasi politik dan konatif/perilaku komunikasi politik bagi elit politik di kota Bengkulu, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan ini memungkinkan terkumpulkan

data secara fleksibel dan sekaligus merefleksikan hasil temuan sepanjang proses kajian berlangsung. Merujuk pada penjelasan Bryman dan Bell (2007) bahwa pendekatan kualitatif mendukung penggunaan “pemahaman orang dalam” sebagai bahan untuk melakukan analisis. Dalam konteks penelitian ini, “pemahaman orang dalam” tersebut berhubungan dengan semua stake holder yang memahami, mengalami dan terlibat langsung kegiatan komunikasi politik di Kota Bengkulu.

Hasil kajian ini dikelompokkan ke dalam 3 kriteria yaitu perilaku elit yang bersifat kognitif, afektif dan konatif.

1) Kontruksi Makna Tentang kognitif/pengetahuan Elit Politik

Pengetahuan, keterampilan dan pengalaman seseorang akan sangat membantu terhadap tugas dan peran sebagai elit apalagi kalau yang bersangkutan duduk atau terpilih di salah satu lembaga apakah itu eksekutif atau legislatif. Persyaratan minimal pendidikan baik untuk menjadi anggota legislatif maupun eksekutif sekarang ini sudah ditentukan oleh lembaga KPU yaitu minimal SLTA atau setingkat. Namun pendidikan para elit pada saat ini relatif sudah cukup bagus karena rata-rata elit politik pendidikannya S1. Walaupun masih ada yang pendidikannya SLTA namun tidak terlalu banyak dan mereka pada umumnya melanjutkan menempuh tingkat strata 1. Hasil wawancara dengan salah seorang pengurus partai menyatakan “pendidikan di partai yang saya ikuti dan yang saya ketahui saat ini, syarat yang kita ketahui di kpu memang diwajibkan minimal setara sma untuk menjadi anggota partai atau diperbolehkan mecalonkan diri menjadi calon legislatif, untuk menjadi anggota harus melewati sistem pengkaderan tergantung niat dan kualitas sumber daya manusia itu sendiri” (Hasil wawancara dengan RR).

Wawancara dengan elit lainnya mengatakan "kalau di partai saya rata-rata s1 kalau pun ada belum s1 itu kader-kader muda yang lagi menempuh s1" (Hasil Wawancara dg dx). Ini menunjukkan bahwa memang pendidikan merupakan faktor penting untuk seseorang menjadi anggota partai apalagi kalau mau mencalonkan diri menjadi anggota legislatif.

Selanjutnya dia mengatakan bahwa untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan dan pengalaman banyak cara yang harus dilakukan oleh para elit terutama di organisasi dimana elit itu berada. "*Kami di lingkungan partai sering melakukan diskusi baik formal maupun informal. Hal ini dilakukan untuk mengasah kepiawaian kami dalam melaksanakan tugas sebagai elit partai, karena tugas kami itu kan bicara apalagi kalau kami nanti duduk di parlemen, sesuai dengan namanya parle (bicara). Jadi kami harus pintar ngomong.* (hasil wawancara dengan RR).

Ketika kami bertanya kepada salah seorang elit anggota partai tertentu dengan pertanyaan apakah di partai anda sering dilakukan pembekalan atau pelatihan untuk kader-kader partai. Jawabannya secara umum setiap partai melakukan hal tersebut walaupun tidak terjadwal secara berkala. Oleh karena itu kalau kita menjadi elit maka faktor kognitif sangat diperlukan bagi elit.

2) Kontruksi Makna Tentang afektif/sikap Elit Politik

Ketika datang ke perilaku elit politik, hal-hal yang muncul dalam pikiran penulis adalah argumen elit, yang sering, jika tidak selalu, membuat para elit tidak dapat mengelola wacana, serta frasa yang tidak pantas untuk berbicara. Di dunia sekarang ini, elit politik tampaknya hanya fokus pada perilaku negatif. Kita semua menyadari situasinya

dan sangat menyadari gravitasinya (hasil wawancara dengan TI). Para elit kita sering berpikir dengan cara yang tidak benar dan lebih peduli dengan kepentingan organisasi atau partai mereka daripada dengan kesejahteraan rakyat mereka.

Ketika kami menanyakan sikap terhadap pembangunan yang dilaksanakan di daerah ini beberapa elit menyampaikan sikapnya. "Sikap kami sangat memahami pembangunan infrastruktur kota Bengkulu, memang sedang fokus membenahi infrastruktur, saat ini hampir seluruh jalan gang sudah mulus contoh jalan menuju samsat sudah mulus semua jadi sikap kami positif terhadap pembangunan yang sedang dilaksanakan pemerintah kota. (hasi wawancara dengan DX). Anggota lainnya mengatakan "Paratai kami, karena berhubung program ini bagus untuk rakyat maka sikap kami dan partai kami mendukung program ini. Kami menyampaikan kepada pemerintah gang gang mana siring siring mana yg belum tercover pembangunannya karna mungkin ada gang ataupun siring yang terlepas dari pemantauan pu, kader partai kami mencari masih ada atau tidak jalan2 yg belum dibenahi. Partai kami mengawal itu memastikan anggarannya berpihak pada pembangunan (wawancara dengan AD).

Walaupun pada umumnya setiap elit hampir sama memiliki sikap sangat mendukung terhadap program pembangunan yang sedang dilaksanakan di kota Bengkulu namun ada juga sikap dari elit partai lainnya yang kami wawancarai yang berbeda tanggapannya. Bagaimana sikap anda terhadap pembangunan di Kota Bengkulu : "Kalau di kota sendiri banyak juga saya terlihat pembangunan-pembangunan yang dibangun di kota Bengkulu. seperti taman-taman dikota ini semakin banyak. Dulu kan tidak ada sama sekali taman-taman. Kebetulan sekarang sudah

lumayan. Jalan-jalan sudah banyak diperbarui. Itu sebenarnya sangat bagus harusnya pemerintah itu lebih mengutamakan dan memaksimalkan pembangunan infrastruktur yang menunjang kesejahteraan masyarakat (hasil wawancara dengan IF).

Pertanyaan lain yang dilontarkan kepada elit tentang apakah menurut anda, pemerintah telah berhasil melakukan pembanguna-pembangunan khususnya dikota. "Kalau kita melihat dari tingkat keberhasilan tergantung dari setiap orang. Kita lihat dari sisi apanya dulu. Kalau dari sisi ekonominya pencapaiannya apa misalnya. Pencapaian apa yang membuat kota itu dibilang untuk menjadi berhasil. Membangun infrastruktur. Kalau pencapaian untuk merubah misalnya melihat gedung-gedung tambah banyak kalau itu yah cukup berhasil. Tapi untuk mensejahterakan rakyat tingkat keberhasilan itu di pandang dari kesejahteraan rakyat belum. Karna apa namanya pekerjaan ketersedian pekerjaan itu masih kurang di provinsi Bengkulu ini" (hasil wawancara dengan IF).

3) Kontruksi makna Konatif/Perilaku Elit Politik

Pada uraian ini kita beralih melihat perilaku-perilaku elit secara pribadi yang terlihat secara jelas. Kita sering melihat beberapa kejanggalan-kejanggalan dari elit baik di kota maupun di tempat-tempat lain. Mereka sering melakukan dan mengatakan hal-hal yang tidak layak ditampilkan di depan umum. Lalu ingat bentrok partai Golkar?, dan ingat seorang gubernur yang tertangkap dan ketahuan selingkuh?, dan ingat adegan anggota DPR membanting meja di gedung dewan?, dan ingat kita perwakilan di dewan menonton film porno selama pertemuan

tentang rakyat, atau cerita perwakilan yang tidur saat pertemuan tentang rakyat? Dan ada banyak perilaku lain oleh elit kita yang tidak layak dari elit politik. Dan tidak diragukan lagi ada banyak lagi yang tidak ditangkap oleh kamera jurnalistik dan tidak diketahui oleh sejumlah besar orang. Kita tidak perlu membahas perilaku menjijikkan elit korup karena terlalu lazim, seolah-olah telah beradab dan berakar ke bawah. Apa yang menyebabkan hal ini terjadi? Tentu saja, sebagai masyarakat, kita adalah orang-orang yang memilih dan memberikan kepercayaan. Akibatnya, di masa depan, masyarakat harus lebih selektif dalam pilihannya dan selalu mengkritik elit ketika mereka berperilaku buruk.

Inilah saatnya bagi masyarakat untuk waspada dan cerdik dalam memilih dan memilih-milih mereka yang benar-benar layak menjadi penjaga kepercayaan rakyat, sekaligus memastikan bahwa para elit saat ini dipantau dan dinilai berdasarkan kinerja mereka. Bagaimanapun, elit kita adalah salah satu aspek terpenting dalam pemerintahan dan politik nasional, sehingga sikap dan perilaku mereka dalam situasi formal dan informal harus dihargai. Perilaku dan moral para elit akan berdampak tidak langsung pada kinerja mereka. Tentu saja, kami berharap bahwa elit kami dapat berfungsi sebagai panutan bagi masyarakat dan menahan diri dari terlibat dalam perilaku yang tidak pantas di depan sejumlah besar orang. Kontruksi makna yang ketiga ini lebih ditujukan kepada elit yang sedang berkuasa baik di legislatif maupun di eksekutif. Hasil wawancara dari beberapa elit hampir sama bahwa mereka sudah melaksanakan peran dan fungsinya sebagaimana mestinya. "Kami di pihak legislatif sudah sesuai dengan peran dan fungsi kami. Kami selalu mengawasi apa yang sedang dilaksanakan oleh pihak eksekutif. Kami selalu memberikan masukan-masukan yang positif kepada pihak eksekutif. Apalagi pinpinan eksekutif

yang sedang berkuasa sekarang ini bahkan sudah menginjak periode ke dua kepemimpinan alhamdulilah berjalan dengan baik. Terhindar dari perilaku-perilaku yang merugikan masyarakat" (wawancara dengan DX).

PEMBAHASAN

Dari beberapa temuan di lapangan hasil wawancara dengan beberapa elit politik yang berada di kota Bengkulu untuk periode sekarang ini dilihat dari sisi tingkat pendidikan para elit sudah lumayan lebih baik dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya. Rata-rata pendidikan elit politik di kota sekarang ini sarjana. Baik sarjana muda, strata satu bahkan sudah cukup banyak yang mengenyam pendidikan strata dua. Hal tersebut sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan mereka untuk secara terus menerus menambah wawasan ilmu pengetahuan baik yang bersifat formal maupun informal.

Kegiatan lainnya dari sisi aktifitas keseharian para elit terutama yang tergabung dalam salah satu wadah organisasi kepartaian, mereka secara inten di kantornya selalu melakukan diskusi antara teman sejawatnya membicarakan hal-hal yang aktual dan berkembang pada saat ini. Dengan cara tersebut lebih mengasah diri untuk lebih memiliki kemampuan berargumen dan menyampaikan pendapat ketika bersidang.

Organisasi elit sedemikian rupa sehingga partai harus memainkan peran penting dalam pendidikan politik. Partai harus mengambil tindakan untuk mengubah citra masyarakat yang terdistorsi. Pendidikan politik harus dimaknai sebagai upaya meletakkan dasar bagi masyarakat dan kenegaraan Indonesia, khususnya di Kota Bengkulu, yang kita kagumi.

Pengembangan pendidikan politik harus dibangun sedemikian rupa sehingga generasi muda diberdayakan dan diperkuat agar mereka mau berpartisipasi dalam pembangunan negeri ini.

Terakhir, semua pihak harus terlibat dalam pendidikan politik agar masyarakat mau dan peduli terhadap kemajuan bangsa. Jika tidak segera dimulai, hal itu dapat menimbulkan pesimisme tentang masa depan bangsa Indonesia. Kaum muda, sebagai generasi penerus, harus bangkit dan mengakui bahwa pendidikan politik adalah kunci kemakmuran dan kesuksesan Indonesia di masa depan. (Azmy ielman)

Dalam seluruh proses pembangunan masyarakat di wilayah tersebut, elit politik lokal memainkan peran penting. Orang-orang dengan kelompok Elite yang berfungsi dapat membuat kemajuan yang signifikan, sementara mereka yang berada dalam kelompok yang kurang beruntung akan merasa lebih sulit untuk meningkatkan. Akibatnya, fungsi Elite dapat dilihat dalam kaitannya dengan seluruh proses pertumbuhan politik. Karena elite politik di wilayah JDI adalah sosok yang perlu diteliti, mereka harus menunjukkan sikap yang konsisten, baik itu pola pikir, pola sikap, atau pola tindakan. Sehingga tidak menghasilkan banyak tindakan terbuka yang membuat publik menjadi bahaya dan mengekspresikan kepentingan pihak-pihak tertentu. Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, diatur mengenai tugas dan peraturan DPRD dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah bagi para elite yang duduk di legislatif di daerah. Ini menunjukkan pentingnya elit dalam keberhasilan pelaksanaan pembangunan di wilayah tersebut. Akibatnya, Elite di Daerah harus mengambil sikap yang lebih formal dan jelas untuk menciptakan pembangunan yang sangat baik dan tepat yang diharapkan masyarakat. Sikap elit dalam

mengawasi pembangunan yang sedang berjalan sangat diperlukan di dalam masyarakat. Di kota Bengkulu yang sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan terkhusus infrastruktur betul-betul diperlukan pengawasan para elit. Para elit harus memiliki sikap yang kritis dan kekritisannya itu bukan hanya sekedar retorika saja, tetapi perlu dibuktikan dengan sikap realistik tidak neko-neko dan tidak bermain di belakang layar dengan perilaku-perilaku yang tidak patut dan tidak pantas.

Terkait dengan pelaksanaan pilkada, pilpres dan atau pileg, Peneliti Politik (Siti Zuhro) dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), mengatakan bahwa para elite politik harus memberikan contoh berpolitik yang baik dan santun dalam menghadapi setiap kontestasi Pemilu. Sikap para elit politik yang tidak santun berpotensi mengancam kerukunan masyarakat akibat kontestasi pemilu. Siti menyebut adab dan kesantunan masyarakat sudah luntur akibat perbedaan sikap politik saat pemilu. "Keduanya jadi menurun drastis karena semua dimaknai sebagai kontestasi," ujar Siti dalam paparan rilis survei PolMark Indonesia, di Hotel Sofyan, Menteng, Jakarta Pusat, Rabu (29/8). Kondisi ini juga semakin dipertajam setelah terjadinya kontestasi pilkada. "Pemilu dan demokrasi itu produk impor". Demokrasi itu mensyaratkan tingkat pendidikan penduduk yang cukup. Sementara berdasarkan data BPS, tingkat pendidikan rata-rata orang Indonesia masih sekitar 7,5 tahun saja. Maka demokrasi di negara kita ini seharusnya yang sarat dengan nilai budaya bangsa," Demikian ungkap Siti. Nilai-nilai itu, kata Siti, harus dicontohkan oleh para elit politik dan para aktor politik. Menurutnya, demokrasi Indonesia harus tetap santun, tertib, saling menghormati. Contohnya kontestasi 171 daerah pelaksana Pilkada Serentak 2019 yang tertib. Dia pun

menggarisbawahi dua provinsi besar yang menggelar Pilkada 2019, yakni Jawa Barat dan Jawa Tengah. Di dua daerah besar itu, kontestasi Pilkada berlangsung sengit. Namun, kedua daerah dianggapnya mampu menyelesaikan proses pilkada dengan tertib dan santun. "Jadi harus ada pembelajaran dari elit politik. Kalau mereka tidak memberi edukasi politik yang baik, maka Indonesia akan selesai. Kesantunan kita sudah menurun akibat kontestasi politik dalam pemilu," tegasnya.

Demikian juga pelaksanaan pilkada di daerah Bengkulu. Pada saat pilkada dilaksanakan di kota Bengkulu para elit begitu terlihat gontok-gontohan, terbelah dan seolah-olah mengedepankan hal-hal yang tidak etis, tetapi setelah selesai pilkada tidak terjadi hal-hal yang menimbulkan prediksi yang tidak diinginkan. Masyakat tenang, para elit dapat mengem balikan suasana menjadi kondusif tidak terjadi saling menyalahkan dan kembali bersatu pada dalam suasana keharmonisan.

PENUTUP

1. Yang berkaitan dengan kontruksi mana tentang kognitif/pengetahuan komunikasi politik bagi elit menunjukkan bahwa Tingkat pendidikan para elit di kota Bengkulu saat ini sudah relatif lebih baik dibandingkan dengan periode sebelumnya. Hal ini ditunjukkan dengan bukti di lapangan bahwa tingkat pendidikan para elit politik di kota Bengkulu rata-rata berpendidikan sarjana. Adapun yang masih pendidikannya menengah atas, mereka sambil mengikuti pendidikan tinggi mengikuti intruksi dari setiap wadah organisasinya.
2. Kontruksi mana tentang afektif/sikap komunikasi politik elit menunjukkan bahwa sikap para elit cukup kritis terutama para elit yang tidak mendukung eksekutif.

- Kritikan yang sering disampaikan elit lebih banyak kritik yang konstruktif dan bermakna bagi para pengambil kebijakan. Lebih banyak bersikaf positif terhadap pelaksanaan pembangunan dari pada sikap negatifnya.
3. Kontruksi mana tentang konatif/perilaku komunikasi politik Bagi elit politik di kota Bengkulu menunjukkan bahwa perilaku elit selama ini ekstra hati-hati dalam menjalankan roda pemerintahan. Perilaku elit yang berada di luar pemerintahan mereka relatif kritis terhadap pelaksanaan kegiatan pembangunan yang dilaksanakan eksekutif. Perilaku elit yang di luar legislatif dan eksekutif pada umumnya relatif pasif.

KEPUSTAKAAN

Alfian, 1993, Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia, Jakarta: Gramedia

Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala-Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arifin Anwar. 2009. Komunikasi Politik. Jakarta: Balai Pustaka Indonesia.

Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dan Nimmo, 1989, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*(EdisiTerjemahan oleh Tjun Surjaman). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fisher, B. Aubrey.1986. Teori-Teori Komunikasi. Penyunting: jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Karya.
- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harun, Rochajat dan Sumarno.2006. Komunikasi Politik Seaga Suatu pengantar. Bandung: Bandar maju.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stepehen W. 2008. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Maswadi Rauf, 1993, Indonesia dan Komunikasi Politik, Jakarta: Gramedia.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. Ilmu Perilaku Kesehatan. Rineke Cipta 200, 26-35. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Upe, Ambo dan Damsid. 2010. *Asas-Asas Multiple Researchs*. Yogayakarta: Tiara Wacana.

Perempuan Pemimpin Desa: Gagasan *Nonviolent Communication* Sebagai Strategi Dalam Mengatasi Konflik Hutan Taman Wisata Alam di Desa Bandung Jaya, Kepahiang

Verani Indiarma¹, Dionni Ditya Perdana²

vindiarma@unib.ac.id

Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bengkulu^{1,2}

PENDAHULUAN

Beberapa pandangan dalam membentangkan persoalan komunikasi yang secara umum diterima adalah bahwa tujuan komunikasi dapat dicapai apabila dapat menjelaskan dan menggambarkan komunikasi dalam hal ucapan dan tindakan, memprediksi hasil dari pembicaraan dan tindakan serta mengendalikan ucapan dan tindakan untuk membawa resolusi damai perbedaan. Pandangan lain menyebutkan pula bahwa komunikasi yang efektif memiliki beberapa aspek, yang terutama adalah karakteristik sumber (Mulyana, 2007). Namun, belum banyak penelitian atau bahkan ahli komunikasi yang menyebutkan bahwa komunikasi dan aksi tanpa kekerasan adalah sentral dalam teori komunikasi.

Komunikasi dengan menggunakan strategi kekerasan baik verbal maupun non verbal; sebagai contoh memaksa, menghukum, menyerang, menuding, dan lain sebagainya adalah strategi dan buah pikir yang telah lama diajarkan oleh budaya secara umum. Komunikasi dengan kekerasan ini biasanya memotivasi manusia untuk bertindak dari rasa takut, malu, bersalah, hingga sampai pada sebuah pemberian

untuk memberikan hukuman. Dalam komunikasi yang menggunakan strategi kekerasan dalam pandangan Foucault bahasa menjadi alat untuk mengartikulasikan kekuasaan (Haryatmoko, 2016). Sisi lain kekuasaan memang mempunyai bentuk yang produktif, namun mendisiplinkan dengan metode yang panotik, yaitu pengawasan yang bersifat menyeluruh, membidik kepatuhan tanpa memerlukan tindakan fisik, namun menyebabkan pada diri suatu kesadaran selalu dalam pengawasan (..p.g 22, 2016). Perasaan selalu diawasi inilah yang melahirkan ketaatan, namun termasuk dalam ketaatan yang didasari rasa takut, rasa malu, hukuman dan keterpaksaan.

Kontrol dengan mekanisme panoptik yang dikemukakan oleh Foucault ini pada akhirnya menghasilkan kontrol yang tidak kelihatan namun dirasakan dan jelas mengalienasi komunikasi (Sheridan, 2016). Mengapa kemudian disebut sebagai pengasingan komunikasi? Rosenberg dalam bukunya Nonviolent Communication, A Language of Life (3rd edition, 2015), Salah satu jenis kehidupan yang mengalienasi komunikasi adalah penggunaan penilaian moralistik yang menyiratkan kesalahan atau kejahatan orang lain yang tidak bertindak selaras dengan nilai-nilai yang diyakini. Rosenberg kemudian menyebut pola komunikasi semacam itu adalah pola komunikasi dengan strategi kekerasan. Dikotomi baik/buruk, benar/salah dan penilaian serupa lainnya hanya menghalangi belas kasih yang diutamakan dalam Nonviolent Communication (NVC). Komunikasi dengan mekanisme kekerasan mengabaikan fokus pada apa yang dibutuhkan, tanpa merasuki dengan interpretasi atau penilaian terhadap hal tertentu sehingga dapat mengabaikan keterhubungan pikiran dan perasaan kita dengan kebutuhan/ nilai-nilai paling esensial dari manusia (misalnya perlindungan, dukungan dan cinta).

NVC didasarkan pada prinsip-prinsip tanpa kekerasan, bukan saja secara ucapan tetapi juga pada tindakan. Tanpa kekerasan dalam hal ini adalah keadaan alami welas asih ketika tidak ada kekerasan di hati (Rosenberg, 2015). Rosenberg merumuskan NVC dengan mengasumsikan bahwa kita semua pada dasarnya berbelas kasih. NVC juga berasumsi bahwa kita semua memiliki kebutuhan dasar manusia yang sama, dan bahwa semua tindakan adalah strategi untuk memenuhi satu atau lebih dari kebutuhan ini. Akan tetapi, menurut Rosenberg, NVC bukanlah tentang membuat orang melakukan apa yang kita inginkan hingga objek yang disasar membawa potensi besar dominasi tanpa mereka sadari. NVC adalah tentang menciptakan kualitas koneksi yang memenuhi kebutuhan diri dan semua orang melalui pemberian kasih sayang, dengan kata lain komunikasi dengan mekanisme NVC menekankan pada pemahaman, memperdalam koneksi dan resolusi konflik, bukan sekedar pelaksanaan kekuasaan dengan kepatuhan namun mengasingkan satu sama lain.

NVC ini sangat penting untuk dijalankan dalam kehidupan sehari-hari, begitu pula dalam hal kepemimpinan dimana kedudukan sebagai pemimpin adalah menjalankan otoritas. Otoritas yang dibangun dengan mekanisme panoptik pada akhirnya hanya menumbuhkan kepatuhan yang dibangun dari rasa takut, malu, disalahkan, dihukum, dipaksa dan lain sebagainya. Otoritas tersebut hanya berlandaskan pada kekuasaan dan menganggap bahwa otoritas juga adalah kesempatan untuk mengeksplorasi orang yang dibawahnya. Menjalankan otoritas dengan mekanisme NVC tidak hanya menekankan pada kompetensi semata, melainkan bersandar pada bingkai bahwa otoritas yang dimiliki untuk membantu

orang bersandar untuk kemudian berkembang (Rosenberg, 2015).

Dalam kebudayaan yang patriarki perempuan seringkali menjadi objek otoritas dari laki-laki. Di berbagai Negara perempuan cenderung menjadi korban dari kebijakan-kebijakan yang dihasilkan, sementara representasi politik terjadi apabila actor politik berbicara, melakukan advokasi atau bertindak atas nama yang diwakili (Susilastuti, 2013). Keberadaan perempuan dan cerita hidupnya belum banyak mampu disentuh oleh para pemilik otoritas dan seringkali diabaikan. Kontestasi perempuan di kancah politik pada akhirnya harus tunduk pada otoritas yang lebih dominan yaitu patriarki dan hal itu terjadi bahkan tanpa disadari oleh perempuan itu sendiri. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengamati bagaimana pemimpin perempuan menjalankan otoritasnya.

Komunikasi adalah penentu. Semakin masyarakat memiliki kualitas komunikasi yang baik mereka akan sampai pada cara merespon problem-problem yang ada di masyarakat(Wahyuni, 2020). Bagi Luhmann, masyarakat tidak lagi terdiri dari manusia, melainkan terdiri dari komunikasi dan hanya komunikasi (Wahyuni, 2020), Maka dapat dikatakan sistem sosial yang ada di masyarakat merupakan sistem komunikasi itu sendiri. akan tetapi, kondisi komunikasi yang seperti apakah yang berpotensi mendorong ketercapaian komunikasi yang optimal? Bila Luhmann menekankan pada istilah meaningful communication, maka Rosenberg menyebutnya sebagai Non Violent Communication. Gagasan mengenai komunikasi tanpa kekerasan ini, lebih menekankan pada "needs" atau kebutuhan, dan pada saat sekarang atau present times, bukan pada kesalahan masa lalu. NVC adalah untuk tetap terhubung satu sama lain. Toleransi dan

keseimbangan merupakan tujuan dari NVC ini. Komunikasi dengan cara yang memaksa, mengatur dengan menghukum, menyerang dan bentuk kekerasan lainnya oleh Rosenberg dianggap sebagai cara yang mengalienasi manusia dari keadaan alami manusia yang memiliki nurani atau yang ia sebut sebagai compassion. Oleh karena itu, NVC adalah cara yang mampu melihat apa yang dibutuhkan, apa yang penting, dan bagaimana terhubung satu sama lain dan menemukan keseimbangan dengan memahami perspektif lain tanpa menghakimi (Rosenberg, 2015).

Jumlah perempuan yang berada di ruang publik sebagai pemimpin maupun anggota memang terus mengalami peningkatan, tapi di beberapa Negara, jumlah itu belum sebanding dengan kebijakan-kebijakan yang adil gender, yang memahami pengalaman perempuan yang berbeda sehingga memiliki kebutuhan dan kebijakan yang tidak bisa di generalisir. Tidak dipungkiri, hal itu boleh jadi karena sistem patriarki yang sudah mendarah daging dan terus berlangsung dalam ketidaksadaran bahkan oleh perempuan sendiri. Itu mengapa masih banyak pemimpin perempuan yang justru terjebak dalam kebisuan dan akhirnya tunduk dalam tata cara yang sesungguhnya tidak membawa perubahan bagi kehidupan kaumnya, perempuan. Padahal, harapan bagi perempuan memimpin adalah mampu menjadi corong bagi kebutuhan para perempuan agar dapat hidup lebih adil dan setara.

Adalah Ibu Kepala Desa (yang selanjutnya disebut ibu kades) di Desa Bandung Jaya, Kepahiyang, yang merupakan salah satu pemimpin perempuan yang berhasil memenangkan lawan politiknya yang cukup kuat, dan menjadi perempuan penantang satu-satunya. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrastiti dan Kusdinar, ibu kades ini memenangkan

kontestasi pemilihan kepala desa tanpa melakukan kampanye terbuka, bahkan ia satu-satunya calon yang saat itu tidak berkampanye secara terbuka (Hendrastiti dan Kusdinar, 2019). Dalam tulisannya Hendrastiti menambahkan ibu kades menyebutkan “pendekatan personal” adalah cara yang dipilihnya. Menghindari cara agresif dan memilih cara yang lebih persuasif dan sama sekali tidak melakukan politik transaksional demi melancarkan jalannya (p,g:79, 2019).

Hal menarik lainnya dari kepemimpinan perempuan tersebut, yang oleh Kusdinar disebut sebagai Pejuang “Tanah Ibu” (2017), adalah segera setelah terpilih, ibu kades langsung dihadapkan pada tugas yang berat, yaitu menyelesaikan konflik hutan Taman Wisata Alam (TWA) Bukit Kaba di Kabupaten Kepahiang. Dari hasil penelitian itu ada beberapa poin yang cukup berat dan menjadi tantangan dalam resolusi konflik. Pada akhirnya usaha ibu kades untuk menyelesaikan konflik berkenaan dengan bagaimana ia memilih menjalankan otoritas formalnya di desa. Bagaimana ia memelihara konesinya dengan warga agar dapat memainkan peran dan strategi untuk mengatasi segala desakan dan tantangan sebagai pemimpin perempuan yang seringkali dipaksa tunduk pada kebijakan yang tidak memperhatikan perempuan. Sementara itu banyak diskursus mengenai tata kelola hutan yang masih menggunakan perspektif maskulin, dimana pola pendisiplinan yang dipakai lebih cenderung menggunakan mekanisme panoptik, landasan dalam menjalankan otoritas melulu dari perspektif ekonomi, sehingga pola-pola komunikasi yang dijalankan dalam rangka menjalankan otoritas cenderung mengeksplorasi orang-orang yang dikuasai dan kurang mampu memberikan resolusi konflik. Sementara ketika bicara hutan, maka perempuan adalah baris paling depan yang terkena dampak dari

kerusakan hutan akibat korporasi yang ingin mendominasi dan mengeksplorasi hutan.

Penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi pengalaman masyarakat desa yang dipimpin langsung oleh perempuan pemimpin desa sebagai Kepala Desa dalam menyelesaikan berbagai konflik terutama konflik hutan taman wisata alam, dan pengalaman perempuan pemimpin desa itu sendiri dalam mengatasi berbagai konflik. Sehingga penting untuk mengetahui pemikiran, hidup, dan pekerjaan serta pandangan ibu Kades selaku pemegang otoritas formal di Desa Bandung Jaya, Kepahiyang ketika menjalankan otoritas. Gambaran mengenai hal itu kemudian digunakan untuk melihat bagaimana gagasan non violent communication diterapkan dalam kepimpinan tersebut. Selanjutnya akan mengungkap perspektif apa yang digunakan kepala desa dalam pola kepemimpinannya yang pada akhirnya mengungkap hubungan gagasan non violent communication dengan perspektif adil gender dalam kepemimpinan perempuan kepala desa yang mempengaruhi berbagai kebijakan yang dibuat oleh kepala desa. Dengan gambaran diatas, maka peneliti bertitik tolak dari latar belakang inilah maka uraian tulisan ini ingin menjawab pertanyaan bagaimana pandangan masyarakat Desa Bandung Jaya, Kepahiyang tentang kepemimpinan perempuan kepala desa? Lalu ingin menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pemikiran, kehidupan, pekerjaan dan pandangan ibu Kepala Desa Bandung Jaya, Kepahiyang, sebagai agensi perempuan dalam menjalankan otoritasnya sebagai Kepala Desa terutama dalam tantangan menyelesaikan Konflik Hutan? Dengan begitu diharapkan pula dapat diidentifikasi bentuk komunikasi non kekerasan seperti apa yang diterapkan oleh Kepala Desa.

Tujuan Penelitian

Uraian tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk dan tingkatan komunikasi non kekerasan sebagai praktek dalam menjalankan otoritas formal pada pemimpin perempuan di tingkat Desa dalam menyelesaikan konflik hutan dan bagaimana pandangan masyarakat dengan praktek kepemimpinan tersebut. Dengan tujuan tersebut akan dapat dilihat bagaimana gagasan non kekerasan sebagai praktek kepemimpinan berdampak pada masyarakat sekitar.

Tantangan Perempuan Pemimpin

Beberapa literatur ataupun artikel yang membahas tentang perempuan dan pengembangan sumber daya masyarakat menggunakan pendekatan politik ekologi feminis (FPE). Pendekatan ekologi politik feminis menyediakan satu cara untuk mempertimbangkan bagaimana sosial dan faktor lingkungan berinteraksi dengan ide-ide identitas dan hubungannya dengan proses ekologis (Sundberg, 2017).

Salah satu tokoh feminis yang berfokus pada FPE adalah Rocheleau. Dalam setiap pekerjaannya yang menitikberatkan pada FPE, Rocheleau telah memberikan perspektif yang berbeda dan menawarkan pendekatan yang mampu meningkatkan pemahaman terhadap situasi kompleks yang dialami oleh masyarakat terkait pengembangan sumber daya alam. Rochelau, mengembangkan teori FPE untuk mengatasi ketidakseimbangan gender antara hak dan tanggung jawab dalam manajemen sumber daya alam. Menurut Rochelau pentingnya mengatasi dan memahami tanggung jawab tersebut terkait dengan kemampuan masyarakat pedesaan untuk mempertahankan beragam mata

pencaharian serta melindungi ekosistem dimana masyarakat selama ini bergantun (Barriors et al, 2019).

Perspektif adil gender tentu dibutuhkan untuk memahami kondisi perempuan yang kompleks dalam kehidupan pedesaan yang dekat dengan hutan dan segala ekosistem di dalamnya. Perspektif adil gender dapat menyentuh dan melayani keinginan dan kebutuhan perempuan. Penyelidikan mengenai keterlibatan perempuan dalam pengembangan sumber daya alam ini, air salah satunya, menunjukkan bahwa perempuan dapat berperan dalam mengelola sumber daya air dan merebut hegemoni sikap terhadap pemanfaatan air yang selama ini hanya semakin menekan agensi perempuan dan berbasis gender yang tidak setara (Adams et al, 2018).

Keterlibatan perempuan sebagai subjek politik, dapat mendorong pada perubahan lingkungan yang lebih peka terhadap kebutuhan perempuan terkait persoalan lingkungan. Maka itu, agensi perempuan pedesaan semakin dibutuhkan dan metode FPE semakin dikembangkan agar studi tentang lingkungan dapat meyentuh pada relasi alam dan masyarakat, sehingga dimensi pengetahuan, kekuasaan, dan praktik dapat didekati dengan cara-cara yang lebih adil gender (Hendrastiti, 2019).

Metode FPE yang saat ini banyak dikembangkan untuk mendorong dimensi keadilan gender dalam persoalan lingkungan sangat membutuhkan keterlibatan perempuan agar bisa menarik isu keadilan gender menjadi inti utama, karena bagaimanapun untuk dapat menjaga lingkungan yang dibutuhkan bukan hanya pengetahuan semata, melainkan juga otoritas atau kekuasaan untuk dapat menjalankan praktik-praktik dalam penjagaan lingkungan yang lebih peka

terhadap kebutuhan dan keinginan perempuan akan alam dan lingkungan, serta menantang narasi-narasi dominan yang telah lama mengontrol masyarakat.

Pentingnya perempuan memimpin adalah agar perempuan dapat mendapatkan pengalaman, berpartisipasi dalam praktik politik secara luas serta agar dapat merubah norma sosial dalam masyarakat yang mendorong keadilan gender ke inti utama dalam setiap kebijakan yang dibuat. Kepemimpinan perempuan dapat mengubah sifat dan kualitas publik dimana masyarakatnya dipimpin, dan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pemberian layanan publik adalah kapasitas pemimpin perempuan (Chattopadhyay dan Duflo, 2004, Deininger et al, 2019).

Akan tetapi, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perempuan pemimpin dalam menjalankan otoritasnya. Kekuasaan yang begitu memesona, seringkali membuat perempuan pemimpin justru terjebak dalam kencenderungan yang menafikan perbedaan. Sementara, memahami pengalaman perempuan yang berbeda adalah penting untuk membongkar kedok teknik kekuasaan yang umum dijalankan dengan cara memaksakan norma kebenaran tertentu untuk diakui dan diterima (Haryatmoko, 2016). Mekanisme kekuasaan yang banyak dijalankan dengan perspektif maskulin cenderung menciptakan situasi yang diskriminatif, dan perempuan adalah pihak yang paling rentan.

Mengenai kepemimpinan perempuan, apakah terdapat cara yang berbeda antara perempuan dan laki-laki pada saat memimpin merupakan hal yang cukup kompleks untuk dijawab. Bisa iya dan bisa jadi tidak. Namun, terdapat beberapa bukti yang kuat bahwa perempuan cenderung mengadopsi cara-cara yang kolaboratif, kooperatif, atau demokratis dan bagi laki-laki cenderung mengadopsi cara-

cara dengan gaya kompetitif, memberi arahan atau otokratis, hal ini muncul hamper di setiap studi yang mengkaji tentang kepemimpinan perempuan dan laki-laki (Chin, 2011).

Perjuangan perempuan pemimpin tentu membawa pada harapan berbeda. Posisi perempuan yang sering menjadi pihak yang kurang diuntungka dari kebijakan-kebijakan yang dibuat, membawa pada pengharapan yang besar ketika ada perempuan pemimpin yang maju pada kontestasi politik. Ketika perempuan pemimpin, mereka tidak hanya mengidentifikasi persoalan sebagai seorang pemimpin, melainkan sebagai seorang perempuan, sebagai ibu dan lain-lain, dan menjangkau banyak aspek kehidupan mulai dari keseimbangan kerja-keluarga, tanggung jawab pemeliharaan, harapan peran gender, keterhubungan dan afiliasi dengan banyak komunitas (Chin, 2011). Oleh Karena itu, pola komunikasi perempuan pemimpin perlu memiliki cara-cara yang berbeda dengan cara-cara maskulin. Mengingat pentingnya komunikasi sebagai jalan pertukaran komoditas, informasi, pengetahuan, kedudukan dan sebuah dialog, yang dalam kepemimpinan komunikasi yang efektif adalah yang tidak lagi terpisah dengan menang kalah antara pemimpin dan yang dipimpin, melainkan saling menghidupkan dan gembira (Fromm, 2019).

Nonviolent Communication

Komunikasi tanpa kekerasan membimbing kita untuk memikirkan ulang dan membingkai ulang tentang bagaimana kita mengekspresikan diri kita, mendengarkan orang lain dan terkoneksi satu sama lain. Bukan tentang bagaimana secara otomatis kita bereaksi atas satu hal, tapi mengenai kesadaran penuh dalam menata kata, memilih bahasa bahkan dalam

keadaan sulit sekalipun. Nonviolent Communication yang dikemukakan oleh Rosenberg (2015) mengganti pola lama kita dalam mempertahankan, atau menyerang dalam menghadapi penilaian dan kritik, yang semula lebih sering dan cenderung pada cara-cara mempertahankan, menyerang, curiga, atau memaksa, NVC yang diasumsikan oleh Rosenberg mulai memahami diri kita sendiri dan orang lain.

NVC Menitikberatkan pada niat dan relasi kita terhadap siapapun. Meskipun tidak ada yang benar-benar baru di dalam konsep NVC, karena semua yang diintegrasikan di dalam NVC sudah ada sejak berabad-abad lalu, namun tidak semua ahli menyadari bahwa pentingnya manusia mengingat bahwa kita manusia dimaksudkan untuk saling terhubung satu sama lain – dan untuk membantu kita hidup dengan cara yang secara konkret memanifestasikan pengetahuan ini, namun begitu kita bias menganggap NVC sebagai sebuah dalam pandangan baru yang mencoba menggeser pola lama yang telah berabad-abad digunakan dan dianggap sebagai cara yang paling efektif.

Dalam NVC Resistansi, pertahanan diri, dan reaksi kekerasan diminimalkan. Komunikasi yang dilakukan tidak lagi terfokus pada mendiagnosis dan menilai, sebaliknya mengklarifikasi apa yang sedang diamati, dirasakan, dan dibutuhkan sehingga kita menemukan kedalaman belas kasih kita sendiri dan secara perlahan dapat terhubung dengan yang lainnya. Melalui penekanannya pada pendengaran yang dalam kepada diri kita sendiri dan juga orang lain NVC menumbuhkan rasa hormat, perhatian, dan empati dan menghasilkan keinginan bersama untuk memberi dari hati yang pada akhirnya mendorong pada perkembangan dan resolusi konflik (Rosenberg, 2015).

NVC adalah cara komunikasi untuk menuntun agar memberi dari hati, dengan welas asih. Meskipun dalam

bukunya, Rosenberg menyebutkan bahwa NVC merupakan sebuah proses komunikasi atau bahasa kasih sayang, namun sesungguhnya NVC lebih dalam daripada definisi tersebut. NVC dapat disebut sebagai pengingat yang berkelanjutan agar tetap fokus mengenai tujuan keberadaan diri. Rosenberg juga menambahkan bahwa NVC tidak menuntut syarat bahwa mereka yang diajak berkomunikasi atau yang dipimpin juga harus memiliki pengetahuan dan keterampilan NVC yang sama atau setidaknya termotivasi untuk memiliki hubungan welas asih yang setara. NVC dilakukan tanpa obsesi penaklukan seperti yang ada pada pola komunikasi dengan kekerasan/paksaan yang meskipun dilakukan tanpa tindakan fisik, namun pengawasan yang mencekam membuat disiplin dan kepatuhan itu terasa sangat represif. (Foucault, 2008).

Ada empat proses di dalam NVC yang dirancang oleh Rosenberg (2015):

1. Observation
2. Feeling
3. Needs
4. Request

Dalam proses NVC, tahapan paling pertama adalah observasi. Sering kali dalam komunikasi dengan kekerasan kita jarang melakukan observasi atau lebih sering terjebak dalam penyimpulan tanpa melakukan observasi lebih lanjut atas apa yang ada dihadapan kita. Dalam NVC obeservasi adalah tahapan paling awal dimana kita mengamati apa yang sebenarnya terjadi dalam suatu situasi, terdapat proses mendengarkan di dalam observasi. Mengumpulkan potongan-potongan situasi dan menyatukannya seperti puzzle. NVC tidak berhenti hanya pada obserevasi lalu menuntut, melainkan mengeskpresikan diri atas situasi yang baru saja diamati, entah itu perasaan takut, perasaan ceria, jengkel atau

apapaun perasaan yang sedang dirasakan. Mengekspresikan dalam hal ini tetap dilakukan tanpa kekerasan, dalam artian tanpa tudingan, penghukuman, menyiksa atau memaksa. Lalu pada tahap ketigaberdialog mengenai keinginan masing-masing pihak atas apa yang dibutuhkan dalam situasi yang baru saja atau sedang diamati. Hingga sampai pada tahap paling spesifik dari proses NVC ini, yaitu request atau "permintaan". Apa langkah yang tepat dilakukan agar dapat mengakomordir perasaan dan kebutuhan atas situasi yang ada.

Dalam NVC, klasifikasi dan menghakimi orang lain hanya akan mendorong pada tindakan kekerasan. Penundukan yang di dapat tidak akan berlangsung lama, dan perubahan hanya bersifat singkat. Tidak ada saling percaya dan rasa memiliki yang menjadi modal untuk melaju pada tahap yang lebih penting yaitu, perubahan kebijakan yang didasarkan pada kebutuhan masing-masing pihak.

Proses NVC dianggap mampu untuk mengatasi persoalan diskriminasi yang semakin runcing akibat pola-pola kepemimpinan dengan kekerasan. Sementara terdapat banyak persoalan perempuan yang perlu di dekati dengan cara yang sepenuhnya berbeda dari cara-cara lama yang pada akhirnya hanya merawat kondisi yang tidak setara. Seperti yang dikatakan oleh Hobbes, bahwa pelaksanaan kekuasaan tidak pertama-tama melalui kekerasan atau masalah persetujuan, melainkan seluruh tindakan yang mendorong tindakan lain melalui rangsangan (2017) Rangsangan inilah yang oleh Rosenberg perlu dilakukan dengan hati.

Konflik Hutan Taman Wisata Alam (TWA)

Akar Foundation telah melakukan penelusuran panjang mengenai konflik tata kelola yang terjadi di TWA bukit kaba, Kabawetan. Konflik terjadi ketika terdapat

perusahaan yang mulai memperluas lahan perkebunannya, dan mengganggu lahan milik masyarakat asli (Hendrastiti, 2019). Konflik tidak berhenti sampai disitu. Konflik pada akhirnya semakin meruncing sejak terjadinya tumpang tindih kelola, yang terjadi antara tanah masyarakat asli diklaim juga oleh Negara sebagai kawasan Hutan Lindung Bukit Kaba (Kusdinar, 2017).

Periode konflik terus berlanjut, hingga puncaknya terjadi pada tahun 2011. Warga asli yang semula memang harus berhadapan dengan Negara melalui BKSDA dalam memperjuangkan tanahnya, harus menerima pengusiran warga asli dari TWA yang diklaim sebagai milik Negara walau sebenarnya mereka bertanam di atas kebun warga. Situasi semakin diperparah dengan surat edaran yang melarang warga untuk menerima atau membeli hasil pertanian dan perkebunan dari hutan TWA. Hingga pada tahun 2017, salah seorang warga Desa Bandung Jaya yang masih berkebun di tanah asli/margo ditangkap dan ditahan selama tiga hari. Bebasnya warga tersebut juga merupakan upaya Ibu Kades, Desa Bandung Jaya tersebut. (wawancara September 2019, Kusdinar 2017). Disinilah titik temu isu pemimpin perempuan dalam mengatasi konflik.

METODE

Wawancara mendalam digunakan untuk menyelidiki tanggapan warga terkait kepemimpinan perempuan dalam menyelesaikan konflik, selain itu juga untuk menyelidiki konsep diri dari perempuan pemimpin desa tersebut sehingga memilih pola-pola komunikasi tertentu dalam memimpin dan mengatasi berbagai konflik di desa tersebut, terutama konflik hutan. Metode penelitian kualitatif seperti wawancara mendalam memungkinkan para peneliti untuk

mendapatkan rincian tertentu tentang pengalaman masyarakat dan kepala desa yang mungkin tidak diperoleh dengan menggunakan metode penelitian lain.

Wawancara mendalam mendalam yang dilakukan dengan livi-in pendek di desa tersebut adalah untuk melihat langsung bagaimana keseharian yang dilakukan oleh perempuan pemimpin desa ini dalam memimpin desanya, dan bagaimana sikap masyarakat terhadap kepemimpinan tersebut dilakukan dengan kurang lebih 15 orang warga dan kepala desa itu sendiri untuk memberikan gambaran dan evaluasi terhadap kepemimpinan perempuan kepala desa dalam menyelesaikan konflik hutan. Kemudian, 15 informan itu dilakukan diskusi bersama-sama, 15 informan menyampaikan berbagai pengalaman selama kepemimpinan kepala desa saat ini yang dipimpin oleh perempuan, termasuk di dalam 15 orang itu adalah warga oposisi dari kepala desa saat ini. Hal itu dilakukan untuk melihat berbagai sudut pandang sehingga bisa melihat lebih jelas kepemimpinan perempuan kepala desa tersebut. Setiap wawancara berlangsung antara 30 dan 45 menit, dan setiap wawancara direkam dan ditranskripsi. Setiap informan ditanya dengan lebih dulu mengenai kehidupan mereka, setelah itu dialog dimulai ketika informan diminta untuk menceritakan pengalaman yang mereka rasakan selama dipimpin kepala desa perempuan, terutama terkait penyelesaian konflik hutan. Beberapa dari mereka ada yang mengkomparasi dengan saat desa dipimpin oleh laki-laki. Selanjutnya adalah mendengarkan dari pemimpin desa itu sendiri. Mengenai pengalaman, kehidupan, dan konsep diri kepala desa tersebut. Lalu mendengarkan pengalamannya selama menjadi pemimpin desa terutama terkait dengan mengurai konflik hutan dan konflik-konflik lain di desa tersebut.

PEMBAHASAN

Tanah merupakan subyek yang penting dan seringkali menjadi sumber dasar terjadinya konflik antara para pemangku kepentingan dan masyarakat lokal. Seperti yang terjadi pada masyarakat Sengkuang. Konflik yang terjadi antara masyarakat lokal dengan pemangku kepentingan dimulai pada tahun 2007 sejak BKSDA meminta masyarakat setempat untuk tidak lagi berkebun di kawasan TWA. Masyarakat pada saat itu tentu saja bereaksi, dikarenakan hutan tersebut adalah tempat masyarakat bergantung.

Keresahan masyarakat semakin meningkat sejak adanya surat edaran dari Kecamatan Kabawetan No 158/KBWT/IX/2016 yang meminta masyarakat untuk tidak menerima/membeli hasil pertanian/ perkebunan dari hutan (Koesdinar, Akar Foundation, 2017). Tentu saja, hal itu memicu reaksi dari masyarakat hingga sempat terjadi aksi kejar-kejaran antara masyarakat lokal dengan polisi kehutanan. Para pemangku bahkan dengan terang-terangan menahan beberapa warga masyarakat dengan tuduhan kepada warga tersebut sebagai provokator atas terjadinya konflik. Hal tersebut memicu protes dari 8 desa untuk menuntut pembebasan warga tersebut.

Dalam kasus konflik hutan antara para pemangku kawasan (yang tentu saja didukung oleh pemerintah) dengan warga masyarakat, adafakta menarik lainnya yang patut untuk diberikan spotlight.. Yaitu, diantara ke-8 desa yang melakukan aksi protes, satu desa dikomandoi oleh perempuan kepala desa, satu-satunya kepala desa perempuan yang juga paling lantang melawan korporasi ataupun pemerintah.

Supriyanti (41th), adalah warga trasmigrasi yang seluruh keluarganya menjadi peserta warga transmigrasi sejak

zaman rezim orde lama dan ia sendiri adalah generasi ketiga. Perempuan kelahiran Pagar Alam ini adalah yang paling dituakan di desa sengkuang, desa yang dulunya adalah Tanah Bengko. Sejak terpilihnya ia sebagai kepala desa pada tahun 2015, Supriyanti memang sudah aktif meorganisir kelompok perempuan. Supriyanti juga selalu mendorong para perempuan di desa tersebut untuk terlibat di ruang-ruang publik. Usahanya dalam menghimpun kelompok perempuan tidak pernah melemah sehingga dibawah kepemimpinannya ia mengaktifkan kembali kelompok PKK di Desa tersebut.

Masyarakat desa pun merasakan perubahan kepemimpinan pada masa sebelum Supriyanti dan sejak Supriyanti memimpin desa. Pembangunan desa menjadi salah satu hal mencolok yang membedakannya. Banyak perubahan terjadi pada masa kepemimpinan Supriyanti sebagai kepala desa sejak Tanah Bengko mengalami pemekaran dan menjadi desa Sengkuang. Akan tetapi, selain dari pembangunan desa yang terjadi, masyarakat selalu menekankan pada pola komunikasi yang dilakukan Supriyanti selaku kepala desa Sengkuang yang menjadikannya mendapatkan support dari masyarakat.

Seperti dalam konsep NVS (non-violent communication), komunikasi antara pemimpin dan yang dipimpin tidak lagi berlangsung top-down. Dalam banyak definisi komunikasi tanpa kekerasan ini merupakan keterampilan yang dapat membahasakan gagasan, pemikiran, perasaan yang kemudian dapat memengaruhi orang lain, tanpa pemaksaan yang membuat orang lain berada dalam suatu situasi tertekan. Rosenberg yang menggagas konsep komunikasi tanpa kekerasan ini menyebutkan bahwa NVC adalah cara komunikasi yang meuntun pelaku komunikasi untuk memberi dari hati.

Apa yang dilakukan Supriyanti adalah bukti penerapan pola komunikasi tanpa kekerasan. Sebagian besar masyarakat setuju, bahwa supriyanti memiliki pola komunikasi yang baik kepada masyarakat. Perjuangannya untuk masyarakat juga disampaikan dengan cara yang tidak melibatkan kekerasan. Sehingga gagasannya dapat diterima dengan sadar oleh masyarakat dan secara tidak langsung menimbulkan dalam diri masyarakat untuk memerangi segala macam bentuk kekerasan dan dominasi baik dari individu maupun gejala sosial yang terjadi.

Dalam observasi yang dilakukan menjelaskan bahwa sebagai kepala desa, Supriyanti selalu menghadapi berbagai persoalan dengan jalan musyawarah dan berusaha untuk melihat segala sesuatunya dengan jelas serta memahami terlebih dulu latar belakang dari setiap permasalahan, "karena persoalan yang terjadi hari ini, barangkali bukanlah persoalan yang terjadi begitu saja tanpa rangkaian peristiwa sebelumnya" (Supriyanti, 41th). Sehingga justifikasi yang premature tidak berlaku dalam pola kepemimpinannya. Hal tersebut merupakan ciri dari pola komunikasi tanpa kekerasan yang dikemukakan oleh Rosenberg.

Akibat dari pola komunikasi yang diterapkan oleh Supriyanti, banyak perubahan yang juga terjadi di dalam masyarakat. Gagasan untuk "menyeret" perempuan dalam ranah publik bukanlah sebuah gagasan yang ideal biladilihat dari tradisi patriarki yang terlalu kuat di dalam masyarakat. Namun, pada kenyataannya Supriyanti dapat melakukan itu. Hal itu terbukti dengan aktifnya kelompok perempuan di desa tersebut dalam melakukan berbagai program untuk melestarikan lingkungan dan menjaga hutan adat. Tidak hanya aktif karena berada di bawah kepemimpinan Supriyanti, akan tetapi kelompok tani perempuan ini memiliki

kesadaran penuh pada akhirnya mengenai kondisi perempuan yang telah amat sangat lama terpinggirkan dari ruang publik, sehingga kesadaran itu juga yang mendorong para perempuan untuk ikut bergerak.

Gagasan ini jelas bukan sebuah gagasan yang dengan mudah dapat menjadi gagasan semua perempuan. Karena dominasi patriarki yang begitu kuat sehingga perempuan sendiri seringkali tidak menyadari berada dibawah dominasi tersebut dan malah menjadi agen nilai-nilai patriarki yang diteruskan turun temurun dan membentuk generasi ke generasinya. Ketika gagasan ini kemudian diterima oleh para perempuan khususnya kelompok tani perempuan Desa Sengkuang, maka tentu saja pola komunikasi pemimpin mempengaruhi masuknya gagasan tersebut dalam kesadaran masyarakat terutama perempuan.

Musyawarah, pelayanan, peduli, gotong royong, hati ke hati adalah cara-cara yang dipilih oleh Supriyanti untuk menyampaikan bentuk perlawanannya. Semua usaha yang dilakukannya bagi desa sebenarnya juga adalah bentuk perlawanannya terhadap mitos-mitos bagi perempuan jawa untuk berperilaku tunduk, harus rela, halus, patuh. Mitos-mitos semacam itu menuntut para perempuan untuk menerima saja segala bentuk keputusan yang dibuat baik pada level keluarga hingga keputusan yang dibuat oleh masyarakat karena gejala sosial tertentu. Supriyanti dengan semua pola komunikasi dan segala bentuk gerakan dan pembangunan yang dilakukannya bersama masyarakat dan kelompok tani perempuan merupakan wujud nyata dari perlawanannya terhadap mitos-mitos tersebut.

Penyelesaian Konflik

Pada masa dimana masih maraknya terjadi pengejaran antara aparat kehutanan dan masyarakat setempat yang tidak jarang berujung pada penangkapan warga yang dituduh begini dan begitu oleh aparat, kelompok perempuan yang sedang mengadakan arisan ketika itupun ikut tertuduh sebagai komunis sehingga dibubarkan secara paksa oleh para aparat. Hal tersebut berdampak pada kehidupan masyarakat. Aktivitas warga menjadi amat terganggu, kecurigaan aparat pada akhirnya menimbulkan kekerasan verbal terhadap masyarakat bahkan penangkapan beberapa warga. Tentu masyarakat menjadi hidup dalam ketakutan dan ancaman.

Penangkapan warga yang terjadi pada masa itu mengundang protes dari warga setempat. Namun, tidak adanya bantuan dari pihak luar dalam proses menyelesaikan konflik menjadi agak sulit bagi warga untuk terhindar dari berbagai ancaman. Akan tetapi, pada masa itu, masyarakat berhasil melakukan negosiasi kepada pemerintah dan pihak polisi untuk membebaskan warga yang ditahan. Dalam negosiasi tersebut masyarakat juga dengan tegas mendesak para aparat untuk tidak lagi menggunakan cara-cara seperti menahan warga dan menuduh warga sebagai perambah, karena pada saat itu segala bentuk kekerasan yang telah dilakukan aparat kehutanan terhadap masyarakat telah dilaporkan kepada pihak Ombudsman Bengkulu. Dalam proses negosiasi dan tatap muka itu, ada 1000 warga yang mendesak pemerintah dan aparat, dan hal itu diinisiasi oleh Supriyanti. Dengan negosiasi tersebut akhirnya warga yang ditahan kemudian dilepaskan dan hanya ditahan selama 3 hari.

Tidak hanya sebatas itu saja konflik terus terjadi. Dominasi masih terus dilakukan terhadap warga desa agar hutan yang ada tidak lagi disentuh oleh warga masyarakat. Sementara warga setempat sudah secara turun temurun menjadikan hutan sebagai satu-satunya sumber penghasilan mereka. Hasil berkebun itulah yang menjadi mata pencaharian mereka. Sehingga tidak mungkin bagi warga untuk tidak berkebun di lahan yang selama ini telah mereka kelola sendiri. Dengan begitu pada akhirnya Supriyanti dengan powernya sebagai kepala desa dan sebagai perempuan yang sangat dekat dengan tanah dan lingkungan, mendorongnya untuk melakukan negosiasi.

Ketika itu upaya negosiasi yang dilakukan oleh Supriyanti berhasil mencapai sebuah kesepakatan. Bahwa masyarakat tetap dibolehkan untuk berkebun di hutan namun juga menanam tanaman keras seperti kayu dimana bibitnya akan disediakan oleh pemerintah. Pada satu waktu kesepakatan itu tidak mendapatkan hasil yang baik karena tanaman yang disyaratkan oleh pemerintah pada kenyataannya telah merusak tanaman warga (Sayur, Palawija, dll). Sampai saat ini warga memang tidak mendapatkan sertifikat atas tanah yang selama ini mereka telah kelola sendiri secara turun temurun. Kesepakatan warga dan pemerintah terkait TWA hanya berlangsung 10 tahun. Dalam artian selama rentang waktu tersebut warga diperbolehkan untuk tetap berkebun di hutan tersebut. Bila masa kontrak berakhir, maka perjanjian bisa diperpanjang kembali.

Penyelesaian konflik memang mungkin belum ideal atau seperti yang diharapkan oleh warga masyarakat. Akan tetapi berbagai kesepakatan yang terjadi, dan bagaimana konflik ini diatasi adalah bukti kepiawaian Supriyanti sebagai perempuan pemimpin desa dalam berkomunikasi. Hal ini

juga menunjukkan powernya sebagai perempuan yang juga mampu berkuasa pada kata "tidak". Mampu menolak usaha penundukan diri dan perampasan hak yang dilakukan oleh pemerintah dan aparat kehutanan ketika itu. Gagasan mengenai pembebasan, kesetaraan, memperjuangkan hak , adalah gagasan yang dijadikan prinsip oleh Supriyanti untuk berjuang bagi masayarakat hingga saat ini. Hal itu tentu tidak lepas dari kepercayaannya terhadap tanah dan kehidupan yang harus terus dirawat dan dipertahankan karena setiap tanah menjadi kehormatan dan martabat bagi pemiliknya.

Prinsip tersebut jelas adalah pinsp membawa keadilan yang substantif. Sebagai perempuan Supriyanti tentu menyadari betul bahwa pada tubuh perempuanlah seluruh diskriminasi peredaban terus berlangsung, karena itu pembebasan diri dari dominasi dan perampasan hak semacam ini menjadi kepentingan politik bagi perempuan, justru karna perempuanlah yang menjadi korban utamanya.

Kepekaan moral, rasa keadilan, *ethics of care* dianggap sebagai keunggulan natural perempuan. Akan tetapi keterwakilan perempuan pada posisi strategis masih seringkali tidak diikuti oleh agenda politik perempuan yang membawa ide keadilan, sehingga kepekaan dan rasa peduli terhadap persoalan perempuan yang beragam seringkali hilang dari agenda politik perempuan. Bagaimanapun kekuasaan berbiak melalui politik, sehingga akan selalu ada usaha-usaha untuk menyeragamkan suara perempuan dengan suara para pemangku kekuasaan atau kepentingan, untuk itu butuh langkah dan usaha yang strategis pula untuk membuat masyarakat bertransformasi, dari ketidaksadaran menjadi sadar secara penuh untuk meruntuhkan berbagai dominasi yang semakin memperburuk kondisi marginal perempuan.

Namun, Supriyanti memilih menjadi "wakil" dengan membawa prinsip keadilan, kesetaraan dan pembebasan sebagai dasarnya dalam bertindak, yang kemudian mewujud dalam bentuk komunikasi yang mengedepankan dialog. Pola komunikasi tanpa kekerasan yang diterapkan oleh Supriyanti inilah yang menjadikan ia mampu pada akhirnya mengubah potensi konflik menjadi dialog perdamaian hingga membuat kesepakatan yang paling tidak masih menguntungkan bagi warga masyarakat, karena menyelesaikan konflik hutan semacam ini tentu tidaklah mudah.

Pola komunikasi tanpa kekerasan ini, berfokus pada kesadaran terhadap 4 komponen. *Observations, Feelings, Needs, dan Request*. Keempat komponen itu jelas telah sedikit banyak diterapkan oleh Supriyanti, bahkan tanpa sedikitpun ia mengetahui secara teoritis model komunikasi NVC yang dirumuskan oleh Rosenberg ini. Dalam hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis dan tim, masyarakat mengakui bahwa pola komunikasi yang diterapkan oleh kepala desa membuat masyarakat merasa dilibatkan. Hal itu karena Bu Kades selalu mengajak musyawarah masyarakat dalam setiap langkah yang akan dilakukan. Ditambah menurut pengakuannya, selalu bermusyawarah dan berdialog dengan warga dilakukannya agar ia mampu mengamati (*Observe*) lebih jauh dan agar tidak terjebak dalam penilaian dan evaluasi lebih jauh tanpa pengamatan secara utuh.

Dari hasil wawancara memang menunjukkan bahwa kekhasan dari kepemimpinan Supriyanti sebagai kepala desa adalah karena dalam waktu-waktu tertentu sangat mungkin ia menangis di hadapan warga, ia melakukan apa yang disebut oleh warga sebagai *mengomel*, atau bila senang akan menunjukkan ekspresi senang secara natural. Akan tetapi, sebagian besar masyarakat justru menganggap wajar apa yang

dilakukan oleh Supriyanti, karena tidak mudah menjadi pemimpin, meskipun begitu pemimpin juga adalah seorang manusia. Apa yang dilakukan Supriyanti juga menunjukkan jarak keberkuasaan yang rendah, sehingga masyarakat tidak merasa dipimpin dengan gaya otoriter, sebaliknya mereka merasa memiliki tempat untuk mengeluarkan keluh kesah atau uneg-uneg. Meskipun begitu, tetap ada yang menolak gaya kepemimpinan beliau karena dianggap tidak menunjukkan pemimpin yang kuat.

Namun, dalam pandangan komunikasi tanpa kekerasan ini komponen *Feelings* juga merupakan komponen yang penting karena menyatakan apa yang dirasakan secara spesifik tanpa menyembunyikan apapun dapat mengurangi ganjalan yang barangkali akan mungkin terjadi pada hasil akhir. Meskipun dalam masyarakat kekhasan cara kepala desa berekspresi dianggap sebagai cara "perempuan" namun dalam pandangan NVC apa yang dilakukan kepala desa berada dalam jalur yang tepat, yaitu secara spesifik mengungkapkan sedih, kesal marah atau bahkan bahagia karena tidak melakukan usaha-usaha memanipulasi perasaan. Bahkan bila kepala desa berada dalam situasi yang membuatnya ragu pun, Supriyanti tidak segan mengungkapkan keragu-raguan itu kepada warganya dan berdialog untuk mendapatkan solusi yang tepat.

Dari cerita sebelumnya mengenai kepala desa yang mengatasi konflik hutan, kita dapat melihat bahwa dalam pola komunikasi yang diterapkan kepala desa, ia berkomunikasi dengan saling mengakui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan (*Needs*) satu sama lain. Bukan hanya kepada warga masyarakat ketika ia menghadapi komunikasi sehari-hari dengan warga setempat, melainkan juga pada saat mengatasi konflik atau berhadapan dengan lawan. Bahkan tidak hanya

itu, kepala desa sangat menyadari bahwa tidak semua caranya atau kebijakan yang dtempuhnya disetujui oleh semua warga. Ada salah satu warga yang dengan jelas menyebutkan tidak menyetujui langkah-langkah yang dilakukan oleh Bu Kades terkait hutan TWA. Akan tetapi Supriyanti tetap mengamati apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pihak yang bertentangan olehnya, dan terus mencoba mengamati secara utuh, sehingga meskipun berbeda pandangan politik, pihak-pihak yang tidak setuju tersebut masih tetap menghargai dirinya sebagai pemimpin di desa tersebut.

Komponen yang keempat dalam model komunikasi tanpa kekerasan ini adalah, *request*. Ini adalah proses dimana pelaku komunikasi menyelipkan harapan yang menjadi kebutuhan, dan hal itu harusnya tersampaikan dengan baik sehingga hasilnya bukanlah langkah dominasi dan terdominasi yang terjadi. Melainkan dilakukan secara sadar dan utuh. Jelas dalam hal ini Supriyanti menunjukkan adanya self-emphaty yaitu empati terhadap diri sendiri terlebih dahulu untuk membangun energy agar mampu berempati dengan kondisi orang lain. Dalam konteks yang baik, hal tersebut memang perlu. Dengan mengetahui dirinya sebagai perempuan, berempati terhadap berbagai situasi yang memarginalkan perempuan dan bahwa memahami bahwa perempuan juga memiliki hak, itu yang membuatnya bisa pada akhirnya berempati pada situasi diskriminasi yang dialami oleh seluruh warganya secara umum dan perempuan secara khusus.

KESIMPULAN

Dari seluruh pengamatan secara utuh yang dilakukan penulis di Desa Bandung Jaya, Kepahiang. Menunjukkan bahwa Kepala Desa memang tidak secara teoritis memahami konsep komunikasi tanpa kekerasan, akan tetapi beliau menganggap bahwa komunikasi yang memaksa tidak lagi bisa dilakukan oleh masyarakat yang semakin cerdas dan berkembang. Untuk itu ia memilih pendekatan dari hati-hati, sehingga ia menyebutkan pola komunikasinya termotivasi untuk memberi dan menerima dengan penuh kasih dan melakukan apapun yang bisa dilakukannya agar prinsip kesetaraan, pembebasan dan har warga yang dipimpinnya tidak dirampas begitu saja oleh para pemangku kepentingan.

Pada akhirnya komunikasi yang humanis memanglah perlu untuk selalu diterapkan, agar kita dapat memutus mata rantai kekerasan verbal yang menjadi cikal bakal kekerasan lainnya tumbuh subur di tengah masyarakat. Selain itu, kekerasan verbal hanya akan membuat gurita patriarki semakin melilit dan terus memarginalkan keadaan perempuan. Usaha yang dilakukan oleh kepala desa adalah bentuk usahanya memutus kekerasan dalam komunikasi, sebagai seorang pemimpin ia tidak menunjukkan sikap mendominasi melainkan mendengarkan, membina, membimbing dan mengasihi warganya. Tentu dengan pola komunikasi tanpa kekerasan ini diharapkan dapat pada akhirnya mencegah kekerasan yang sampai saat ini masih banyak terjadi dimasyarakat dan selalu dianggap sebagai hal yang wajar.

KEPUSTAKAAN

- Adams, E., Juran, L., Ajibade, I. 2018. 'Spaces of Exclusion' in community water governance: A Feminist Political Ecology of gender and participation in Malawi's Urban Water User Associations. *Geoforum.* 95, pp.133-142.
<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.06.016>
- Barrios, Lina M, 2019. Sustainable development and women's leadership: A participatory exploration of capabilities in Colombian Caribbean fisher communities. *Journal of Cleaner Production,* doi:10.1016/j.jclepro.2020.121277
- Chin, Jean Lau. 2011. Women and Leadership: Transforming Visions and Current Contexts.
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ944204.pdf>
- Deininger, Klaus et al 2019. Women's political leadership and economic empowerment: Evidence from public works in India. *Journal of Comparative Economics* er,
<https://doi.org/10.1016/j.jce.2019.12.003>
- ER -. DO - 10.2139/ssrn.2410525
- Foucault, Michel. 2008, *Le Gouvernement de soi et des autres*, Paris, Gallimard/Suil, terjemahan
- Fromm, Erich, 2019, *To have or To Be?*, IRCiSoD, Yogyakarta
- Haryatmoko, 2016. *Membongkar Rezim Kepastian.* Kanisius. Yogyakarta
- Hendrastiti, TK & Kusdinar PA, 2019, keterlibatan perempuan pemimpin desa mengembangkan dialog pada resolusi konflik kehutanan, *Jurnal Perempuan* vol 24, no.4, hh. 67-91

Hobbes, Locke et al, 2017. Summary of Social Contract Theory.
SSRN Electronic Journal

Kusdinar, PA 2017, kronologis konflik tanah; Masyarakat Transmigrasi Sengkuang, Kabawetan dengan Taman Wisata Alam Bukit Kaba Kepahiang,
<http://www.akar.or.id?p1580>

Kusdinar, PA 2017, supriyanti, perempuan tangguh dari sengkuang; pejuang ‘tanah ibu’
<http://www.akar.or.id?p1584>

Mulayana, Deddy. 2007. Komunikasi Efektif, Sebuah pendekatan lintas budaya. Remaja Rosdakarya Bandung.

Muthaleb, AA. 2019, Perempuan Desa dan Informasi SUmber Daya Alam: Perjuangan Agensi Perempuan Desa di Aceh, Jurnal Perempuan vol.24, no. 4, hh 47-66

Rocheleau, D. 2010. Feminist Political Ecology Encyclopedia of Geography. Sage Publications Inc

Rosenberg, M. McLuhan. 2015. Nonviolent Communication: A Language of Life, puddle dancer press. USA

Sundberg, J., 2017. Feminist political ecology. The International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology. John Wiley & Sons.
<https://doi.org/10.1002/9781118786352.wbieg0804>

Susilastuti, Dewi Haryani. 2013. Kepemimpinan Perempuan: Perubahan paradigm dari Politik Gagasan ke Politik Kehadiran. Jurnal Perempuan, vol. 18, no. 4 pg 7-21.

Wahyuni, H.I. 2020. Keriuhan Komunikasi. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

**Analisis Komposisi Foto Jurnalistik Pilgub Pada Rubrik
Pilihan Utama Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu Edisi
Oktober-November 2020**

Mia Miranda¹, Dwi Aji Budiman² Yuliati³

Email: miamiranda68@gmail.com

Universitas Bengkulu Jl. WR. Supratman, Kandang Limun,
Bengkulu, 38371

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui media Surat kabar Rakyat Bengkulu menampilkan foto jurnalistik selama masa kampanye pemilihan gubernur Provinsi Bengkulu tahun 2020. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober-November 2020 dengan menggunakan metode studi kasus analisis deskriptif kualitatif melalui model foto jurnalistik dari Audi Mirza Alwi. Model foto jurnalistik dari Audi Mirza alwi ini untuk melihat komposisi gambar, konsep visual dan cara penyajian dari foto jurnalistik.. Pengumpulan data pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara, serta dokumentasi. Dalam penelitian ini informan wawancara dipilih berdasarkan kategori penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul penelitian analisis foto jurnalistik pilgub pada rubrik pilihan utama Surat Kabar Rakyat Bengkulu serta menggunakan uji keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber dengan menguji kredibilitas data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Studi kasus penulis menjelasaskan 15 foto berita kampanye pemilihan gubernur di Provinsi Bengkulu pada rubrik pilihan utama dalam surat kabar Rakyat Bengkulu Dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa Media Cetak Rakyat Bengkulu dalam komposisi gambar yang digunakan lebih banyak menempatkan foto dengan sepertiga bagian , dengan sudut pengambilan gambar

lebih banyak menggunakan *eye level* serta dengan format Horizontal kemudian juga dimensi yang ada menceritakan tentang peristiwa yang diberitakan serta menggunakan teknik pengambilan gambar berdasarkan komposisi *view* nya. Kemudian untuk konsep visual foto yang disajikan sudah menggunakan standar media cetak pada umumnya serta lebih menampilkan group shoot dari pada *point of view*. Dan untuk penyajian jenis foto yang digunakan berfokus pada *general news photo* atau foto yang diabadikan berdasarkan agenda yang telah terjadwal.

Kata Kunci : *Foto Jurnalistik, Rubrik, Kampanye*

ABSTRACT

This research aims to analyze and find out the Bengkulu People's Newspaper media displaying journalistic photos during the 2020 Bengkulu Province governor election campaign. This research was conducted in October-November 2020 using a qualitative descriptive analysis case study method through a journalistic photo model from Audi Mirza Alwi. . This photojournalism model from Audi Mirza alwi is used to see the composition of the image, visual concept and the presentation method of photojournalism. The data collection in this research includes observation, interviews, and documentation. In this study, interview informants were selected based on the category of research conducted by researchers with the title of photojournalism analysis of the governor's election on the main choice rubric of the Bengkulu People's Newspaper and used a data validity test with a source triangulation technique by testing the credibility of the data that had been obtained from several sources. In this study, the author can conclude that the Bengkulu People's Print Media in the composition of the images used place more photos with a third of the part, with the angle of shooting. more

using eye level and with Horizontal format then the existing dimensions also tell about the events that are reported and use shooting techniques based on the composition of the view. Then for the visual concept of the photos presented already using print media standards in general and showing more group shoots than point of view. And for the presentation of the types of photos used, it focuses on general news photos or photos that are immortalized based on a scheduled agenda.

Keywords: Photo Journalism, Rubric, Campaign

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Faktor utama kajian dalam penelitian ini terdapat pada foto dirubrik pilihan utama pada koran Rakyat Bengkulu dengan mengkaji bagaimana penyajian foto jurnalistik, konsep visual dan komposisi gambar, pada pengambilan gambar yang dihasilkan, pada foto-foto jurnalistik di Rubrik Pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu edisi Oktober-November 2020. Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai foto jurnalistik di media cetak Rakyat Bengkulu karena salah satu media cetak lokal yang keberadaannya sudah cukup dikenal di Kota Bengkulu, yang memberikan seputar pemberitaan yang menjadi informasi regional di Provinsi Bengkulu. Media cetak ini sudah menjadi salah satu hal penting dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang ada di provinsi Bengkulu. Pada setiap pemilihan kepala daerah Koran Rakyat Bengkulu sudah membuat rubrik tersendiri untuk membahas berita seputar pemilihan kepala daerah. Publikasi mengenai foto yang diterbitkan media cetak haruslah berdasarkan kaidah foto jurnalistik yang baik dan

benar. Berikut foto rubrik yang membahas tentang pilkada 2020 dalam kurung waktu Oktober-November 2020.



NOMOR SATU: Helmi Hasan di tengah keramaian pendukungnya di Bengkulu Selatan.

Gambar 5. PILKADA 2020

Dari latar belakang tersebut peneliti mengambil judul penelitian yaitu *“Analisis Komposisi Foto Jurnalistik Pilgub Pada Rubrik Pilihan Utama Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu Edisi Oktober-November 2020”*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana tampilan foto jurnalistik Pemilihan Gubernur di surat kabar Harian Rakyat Bengkulu pada rubrik pilihan utama?

Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. komposisi gambar foto jurnalistik pada koran Rakyat Bengkulu edisi Oktober-November 2020.
2. konsep visual foto jurnalistik yang ditampilkan surat kabar harian rakyatBengkulu.
3. cara penyajian foto jurnalistik pada Rubrik Pilihan Utama surat kabar harian Rakyat Bengkulu.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Foto Jurnalistik

Pentingnya berita yang termasuk dalam foto jurnalistik. Foto juga harus menyertakan informasi 5W + H, yang mencakup Apa, Siapa, Kapan, Di Mana, Mengapa, dan Bagaimana, agar dapat diklasifikasikan sebagai berita. Keterangan / keterangan gambar umumnya disertakan dengan foto berita. Salah satu sekolah fotografi yang menghargai realitas atas aliran lainnya adalah fotografi jurnalistik. Foto adalah item yang paling penting dalam jurnalisme untuk menggambarkan berita atau informasi yang tidak dapat disampaikan melalui teks saja. Jika tulisan dapat menjelaskan atau melaporkan berita, foto berfungsi sebagai suplemen untuk tulisan, yang memungkinkan pesan untuk diterima dan dipahami dengan mudah.

Jenis-jenis Foto Jurnalistik

Jenis-jenis foto jurnalistik dapat diketahui melalui kategori *World Press Photo foundation* atau yang disebut badan foto jurnalistik dunia yang merupakan organisasi profit yang independen, pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan seluruh dunia, dengan kategori sebagai berikut:

- 1. Spot Photo atau Foto Berita**
- 2. General News Photo**
- 3. People in The News Photo**
- 4. Daily Life Photo atau Human Interest**
- 5. Sport Photo**
- 6. Science and Technology Photo**
- 7. Art and Culture Photo**
- 8. Social and Environment**

Penerapan Komposisi Dalam Memotret

Dalam bukunya *Tips for Success*, Dieniek mengklaim bahwa Dalam Fotografi dan Stok Foto (2016: 88), Deniek G. Sukarya menyatakan bahwa menguasai aturan komposisi diperlukan dalam kemasan foto untuk mengesankan dinamisme dan menyebabkan kompatibilitas. Menurut buku foto jurnalistik Taufan Wijaya, antara lain:

- 1. Rule of Thirds (Sepertiga Bagian / Rumus Pertigaan)**
- 2. Sudut Pemotretan (Angle of View)**
- 3. Format : Horizontal dan vertical**
- 4. Dimensi**
- 5. Sudut Pengambilan Gambar (Camera Angle)**

Teknik Foto Jurnalistik

Teknik foto jurnalistik yang baik harus diketahui oleh seorang fotografer jurnalistik. Urutan atau tahap pengambilan objek yang dilakukan oleh fotografer untuk menghasilkan karya foto yang dapat dinikmati, melibatkan perasaan, dan menggugah emosi pembaca adalah apa yang dimaksud dengan proses teknik foto jurnalistik. Foto jurnalistik yang baik secara teknis dan naratif terfokus. Fokus teknis adalah pada gambar dengan kabur dan ketajaman yang wajar. Ini adalah fotografi yang secara teknis memenuhi syarat.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini, sebuah metode yang berangkat dari keberadaan bahan dan tidak berorientasi pada penemuan teori-teori baru, melainkan berusaha untuk menggambarkan apa yang terjadi tentang objek penelitian. Penelitian ini akan menganalisis foto jurnalistik pada rubrik pilihan utama di koran rakyat Bengkulu edisi Oktober -November 2020 berdasarkan dengan konsep visual foto jurnalistik yang ditinjau dari cara penyajian serta teknik komposisi gambar.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah media cetak lokal Rakyat Bengkulu edisi Oktober – November 2020. Koran rakyat Bengkulu merupakan media cetak lokal yang sudah cukup lama diakui keberadaannya di daerah Bengkulu, dengan memiliki pembaca yang cukup banyak dan juga mempunyai potensi lebih mampu memunculkan opini publik yang cukup penting. Objek penelitian ini adalah foto-foto yang di kumpul

selama kurang lebih dua bulan pada periode waktu Oktober-November di rubrik pilihan utama pada koran Rakyat Bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini yang digunakan pada teknik pengumpulan data adalah:

1. Observasi
2. Dokumentas
3. Wawancara

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menganalisis sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data, dalam penelitian ini adalah foto jurnalistik pada rubrik pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu guna membangun teori dari data tersebut.
- b. Kemudian peneliti juga sudah menampilkan/mencatat foto-foto pilihan utama edisi Oktober-November 2020 untuk memahami isi dari foto yang ditampilkan.
- c. Peneliti juga mengamati dan menganalisis data dengan menggunakan model foto jurnalistik dari Audi Mirza Alwi untuk mengetahui visualisasi gambar yang dapat ditinjau dari cara penyajian juga komposisi gambar.
- d. Peneliti juga sudah menyimpulkan penelitian yang telah dilakukan.

Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini data yang telah terkumpul dianalisis dan diuji kebenaranya melalui tahap uji keabsahan data oleh peneliti dengan membaca berbagai referensi buku, jurnal, hasil penelitian, serta dokumen terkait. Selain itu juga peneliti juga melakukan teknik dengan mengekpose hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan teman-teman sejawat dimana bisa berdiskusi langsung dengan dosen. Hasil diskusi ini bisa menyediakan pandangan baru, menguji hipotesis kerja dan membantu mengembangkan langkah kerja.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, penulis meneliti 15 dari 60 rubrik terhitung dari awal bulan Oktober-November 2020 dikoran rakyat Bengkulu, Peneliti tertarik untuk meneliti rubrik pilihan utama yang terdapat dikoran tersebut untuk dianalisis lebih dalam dengan alasan koran tersebut memiliki rubrik mengenai pilkada, dan alasan peneliti hanya membahas 15 foto dari 60 foto rubrik yang ditampilkan karna 15 foto tersebut dianggap 15 foto yang memebahas mengenai masa kampanye para pasangan calon dalam Pilgub, sehingga mampu memberikan uraian dan penjelasan lebih lanjut mengenai metode memotret foto jurnalistik yang dilihat dari segi komposisi gambar, cara penyajian dan juga konsep visual dari foto tersebut. Hasil penelitian yang dibahas merupakan hasil wawancara dengan pimpinan redaksi RB koran yang juga ditinjau dari teori Audi Mirza Alwi dalam buku “Foto Jurnalistik, Metode Memotret Dan Mengirim Foto Kimedia Massa” .

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 15 foto jurnalistik pada rubrik pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu yang sudah dianalisis berdasarkan kategori yang telah peneliti tentukan. Menurut Audy Mirza dalam bukunya yang berjudul “Foto Jurnalistik, Metode Memotret Dan Mengirim Foto Kemedia Massa” (2017), seperti koran Rakyat Bengkulu (RB) yang harus memenuhi beberapa unsur-unsur dan komponen foto jurnalistik yang dimuat.

Melalui unsur dan komponen foto jurnalistik dalam menganalisis foto jurnalistik yang terdapat pada rubrik pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu edisi Oktober-November 2020 ditinjau dari teknik komposisi gambar, konsep visual foto dan cara penyajiannya maka dihasilkan, sebagian besar Surat Kabar Rakyat Bengkulu menggunakan komposisi gambar yang meletakkan objek pada bagian tengah kemudian dengan pengambilan gambar yang sejajar dengan mata objek serta menggunakan ukuran yang standar. Kemudian pada tampilan gambar lebih menampilkan tampilan foto grup serta foto yang disajikan merupakan jenis foto *general news foto* yakni foto yang diabadikan dari peristiwa yang telah terjadwal.

Proses dari analisis cenderung memfokuskan pemberitaan terhadap kedua pasangan calon yakni pasangan calon nomor urut satu Rohidin-Rosjonsyah dan pasangan calon momor urut dua Helmi-Muslihan, dikarenakan pasangan calon nomor urut tiga Agusrin-Imron terdapat kendala sengketa kampanye KPU yang mempermasalahkan calon wakil gubernur yakni Agusrin yang sebelumnya terlibat kasus korupsi di Provinsi Bengkulu, sehingga dalam proses kampanye nya banyak menampilkan pemberitaan yang berisi

figure foto saja dibandingkan pemberitan kampanye yang melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Pembahasan di atas Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu tidak menerapkan foto jurnalistik berdasarkan model dari Audi Mirza alwi, dan hanya menerapkan foto jurnalistik berdasarkan kode etik saja. Namun dalam tampilan gambar yang disajikan tetap menarik minat pembaca karena foto disuguhkan dengan *caption* yang menjelaskan makna dari suatu berita yang ditampilkan, sehingga Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu tetap menjadi koran yang paling diminati oleh masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tampilan foto jurnalistik pilgub dalam Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu pada rubrik pilihan utama menurut model foto jurnalistik dari Audi Mirza Alwi adalah :

1. Komposisi foto jurnalistik dari segi teknik yang biasa digunakan oleh media massa :
 - a. Rule of third : penempatan objek pada rubrik Pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu kebanyakan meletakkan objek pada sepertiga bagian dari foto dan sedikit meletakkan objek pada bagian tengah atau middle ground.
 - b. Sudut pengambilan gambar : kebanyakan foto dalam rubrik pilihan utama ini menggunakan sudut pengambilan gambar eye level yakni sejajar dengan mata objek,
 - c. Format merupakan ukuran dari foto dari rubrik

pilihan utama pada koran Rakyat Bengkulu ini menggunakan format horizontal dengan ukuran yang standar.

- d. Dimensi adalah bagaimana foto tersebut menceritakan kejadian atau peristiwa yang ada pada foto dan disajikan pada rubrik pilihan utama.
 - e. Field of view : dilihat dari sisi field of view pada rubrik pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu banyak menggunakan knee shoot, medium shoot, full shoot dan long shoot dengan pengambilan gambar berdasarkan komposisi viewnya.
2. Konsep visual foto jurnalistik : tampilan yang disajikan pada rubrik pilihan utama dikoran Rakyat Bengkulu dari bentuk design sesuai dengan hasil yang di peroleh tanpa melakukan editing foto, dari segi tampilan visual foto jurnalistik yang ditampilkan pada rubrik pilihan utama lebih banyak menampilkan tampilan group shoot dari pada point of view.
3. Penyajian foto jurnalistik : kebanyakan foto pada rubrik Pilihan utama yang dianalisis menggunakan penyajian foto tunggal dengan jenis general news foto dimana foto tersebut merupakan foto yang diabadikan dari peristiwa yang telah terjadwal seperti halnya saat kampanye.

SARAN

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi agar hasil penelitian lebih bagus dan lebih lengkap lagi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mengkaji Studi pendahuluan yang mendalam dan terarah terhadap penelitian yang telah diteliti, orang yang ahli dibidang yang akan dikaji dalam penelitian, ataupun dengan dosen- dosen

KEPUSTAKAAN

Alwi Mirza,Audy. (2017) *Foto Jurnalistik : Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*, Jakarta: Bumi Askara.

Deniek G , Sukarya . (2016) . *Kiat Sukses Deniek G. Sukarya Dalam Fotografi Dan Stok Foto* . Jakarta: Elex Media Kumputindo .

Dewi , Elsitra. 2019. *Analisis Foto Headline News Koran Kompas edisi 1 maret sampai dengan 31 maret 2019 terkait Pemilu 2019*. Skripsi. Jurusan S1 Jurnalistik Universitas Bengkulu.

Effendy, Onong Uchjana.(2017). *Kamus Komunikasi*. Bandung : Mandar Maju. Effendy, Onong Uchjana.(2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan Ke-

- Fardiana. 2014. *Analisis Penyajian Foto Berita Pada Surat Kabar Harian Umum Rakyat Bengkulu*. Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.1 No.1 Februari 201.
- Kasali, Rhenald.(2017). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Lexy J. Moleong.(2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: RemajaRosdakarya.
- Poerwandari, E. K. 2017. *Pendekatan Kualitatif Dalam penelitian Psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rita Gani & Ratna Rizki Kusumalestari . (2019) *Jurnalistik Foto Suatu Pengantar* . Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- sepuluh. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sudarma, I Komang. (2014) *Fotografi* . Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Ulfa, Siti Rumiana. 2017. *Analisis Foto Jurnalistik Dalam Rubrik Ramadhan 1436 H Pada Surat Kabar Harian Riau Pos. Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Wijaya , Taufan . (2017) . *Foto Jurnalistik Dalam Dimensi Utuh* . Jakarta: Sahabat.

Analisis Pada Newsroom Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Bengkulu Ekspress.Com

Elviana¹, Lisa Adhrianti², Dioni Ditya Perdana³

Email: elvianamelvi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dan mendeskripsikan bentuk strategi konvergensi media yang telah diterapkan pada newsroom surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan strategi konvergensi media model newsroom Taufiqorahman. Dari kedua narasumber yakni pimpinan redaksi surat kabar harian Bengkulu ekspress dan pimpinan redaksi bengkuluekspress.com Hasil penelitian menunjukan bahwa Surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com menggunakan strategi konvergensi model newsroom 3.0 dimana proses news writing atau penulisan berita dilakukan secara konvergen dan diproduksi dalam satu newsroom untuk seluruh platform media baik cetak maupun online dan juga pada model ini wartawan atau jurnalis dituntut untuk dapat melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh platform lain (*news gathering*).

Kata Kunci: Konvergensi Media, Newsroom, Surat Kabar Harian, Bengkulu Ekspress, dan bengkuluekspress.com

Abstract

This study was conducted with the aim of knowing and describing the forms of media convergence strategies that have been applied to the newsrooms of the Surat Kabar Harian

Bengkulu Ekspress and Bengkuluekspress. The research method used is qualitative method with descriptive analysis. This study uses the media convergence strategy of the Taufiqorahman newsroom model. From the two resource persons, namely the editor-in-chief of the Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress and the editor-in-chief of bengkuluekspress.com, the results of the research show that the Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress and Bengkuluekspress.com use a convergence strategy of the newsroom 3.0 model where the news writing process is carried out convergently and produced in one newsroom for all media platforms, both print and online, and in this model journalists or journalists are required to be able to do the work done by other platforms (news gathering).

Keywords: Media Convergence Strategy, Newsroom, Surat Kabar Bengkulu Ekspress, and bengkuluekspress.com

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa dampak positif dalam bidang komunikasi. Informasi yang datang dari setiap orang dapat kita terima tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Ilmu teknologi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat baik dalam kota maupun desa, dalam proses peyebaran informasi dapat dilakukan secara cepat dan akurat keseluruh penjuru.

Isu-isu baru dalam ilmu komunikasi telah muncul sebagai komunikasi dan teknologi informasi telah berkembang. Karena itulah komunikasi dan teknologi informasi mengubah cara orang berkomunikasi. Sebagai contoh, perubahan dalam komunikasi massa dapat dikutip. Jika komunikasi massa identik dengan komunikasi yang dilakukan oleh atau setidaknya melalui organisasi/institusi

media massa pada saat media massa dengan platform media cetak dan media elektronik, maka komunikasi massa kini dapat dilakukan oleh individu kepada khalayak (Sulton, 2017).

Proyek ARPANET, yang awalnya dibangun untuk tujuan militer saja, melahirkan Internet. Departemen Pertahanan AS pada saat itu mengembangkan sistem jaringan komputer dan menyebarkannya dengan menghubungkan komputer di daerah yang rentan atau penting. Keberadaan jaringan dimaksudkan untuk memecahkan masalah dalam kasus serangan bermusuhan atau campur tangan nuklir. Pada bulan Oktober 1972, proyek ARPANET diresmikan secara publik. Periode waktu ini juga dikenal sebagai tahun web awalnya didirikan.

Istilah "jaringan yang saling berhubungan" atau "Interconected Network" mengacu pada sistem komputer yang dapat berkomunikasi satu sama lain. Internet juga dapat dianggap sebagai jaringan global sirkuit komputer yang memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, file, data, suara, foto, dan jenis media lainnya. Internet telah mengubah cara orang berkomunikasi, bagaimana mereka mendapatkan berita dan informasi, dan bagaimana mereka membaca berita di media cetak, melihat foto di majalah, mendengarkan radio, dan menonton acara televisi. Ishadi (2010), p. 129.

Perusahaan surat kabar tidak boleh tinggal diam dalam menghadapi ancaman media internet jika mereka ingin bertahan hidup. Karena kemajuan teknologi menghasilkan terobosan baru dalam waktu singkat. Teknologi dapat menciptakan media baru dalam segala bentuknya dalam hitungan detik. Pada Kongres XXVII di Jakarta pada tahun 2007, perusahaan media yang tergabung

dalam Serikat Perusahaan Pers (SPS) menjawab positif hal ini. Kongres menghasilkan sejumlah saran, termasuk bahwa konvergensi media adalah keniscayaan yang tak terelakkan yang harus dipersiapkan oleh penerbit media cetak dengan meningkatkan sumber daya manusia mereka dalam pengetahuan informasi dan teknologi (Kompas, 2011).

Dengan mengirimkan salinan materi online di internet, berbagai media lama, seperti media cetak dan media siaran berbasis elektronik, mengalami penyesuaian yang signifikan. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan daya saing digital. Di Indonesia, media cetak bergegas untuk beradaptasi dan membangun portal berita online untuk menawarkan berita dalam format digital. Republika Online (ROL-republika.co.id), media online pertama yang tercatat di Indonesia, diluncurkan di internet pada tanggal 17 Agustus 1995, dua tahun setelah Harian Republika awalnya diterbitkan. Selanjutnya Kompas online yang berdiri 14 September 1995 namun 29 Mei 2008 kompas melakukan rebranding menjadi kompas.com, tempo.com juga pelopor berita online sejak 1995, kemudian ada bisnis.com yang dirilis pada tahun 1996, dan waspada online resmi didirikan pada januari 1997. Secara umum, media online mengacu pada semua jenis media yang hanya dapat dilihat melalui internet. Sedangkan istilah "media online" mengacu pada segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet, baik itu media cetak maupun elektronik (Vera, 2016: 89).

Kehadiran media lokal telah membawa angin segar pada perkembangan informasi, salah satunya dikota Bengkulu. Media lokal seperti surat kabar harian Bengkulu ekspress juga mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan konvergensi media dengan membentuk media

online. Media lokal hadir untuk meyeimbangi perkembangan informasi dan komunikasi. Peningkatan media lokal yang saat ini sedang berkembang pesat, begitu juga dengan tantangan untuk bertahan ditengah perkembangan teknologi. Dalam mencapai serta mempertahankan eksistensi setiap redaksi. Media lokal juga memiliki cara tersendiri agar media tetap bertahan atau bahkan bisa lebih baik dari pencapaian sebelumnya.

Media online bengkuluekspress.com berdiri pada tahun 2013, awalnya kehadiran online hanya untuk mensuport berita yang ada di surat kabar harian Bengkulu ekspress sistem redaksinya juga meyatu. Berita-berita yang di upload pada laman bengkuluekspress.com berita yang sudah terbit dikoran sehingga menjadikan berita yang ada dibengkuluekspress.com itu menjadi tidak menarik. Tetapi seiring berjalan nya wakru dan perkembangan industri media bengkuluekspress.com harus memisakan diri dari surat kabar harian bengkulu ekspress dengan membentuk redaksi sendiri. Walaupun berita yang ada di bengkuluekspress.com juga ada di surat kabar Harian Bengkulu Ekspress, akan tetapi berita yang ada di online itu berita yang informasinya bersifat cepat dan tidak terlalu mendalam, sedangkan pada cetak itu berita yang mendalam da lengkap.

Media lokal saat ini sangat membantu dalam penyampaian informasi yang ada, dengan adanya media lokal memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang lebih cepat serta mudah di dapatkan. Berdasarkan yang dimiliki dewan pers diperkirakan ada sekitar 47.000 media yang ada diindonesia saat ini.

Adapun beberapa media di bengkulu yang saat ini sangat populer dikalangan lokal maupun nasional antara lain Harian rakyat Bengkulu, Bengkulu Ekspress,

Rmolbengkulu.com, Dutawarta.com, Nusantaraterkini.com, bengkuluekspress.com, namun hal penting yang harus kita ketahui dibalik perkembangan media yang sangat pesat saat ini yaitu bagaimana strategi mereka agar bisa bertahan atas media-media yang dibangun.

Berangkat dari pokok-pokok pikiran diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi konvergensi media cetak ke media online. Disini penulis akan menjelaskan strategi yang dilakukan di media cetak dengan adanya perkembangan teknologi di era sekarang. Dengan demikian, peneliti berusaha mengangkat permasalahan ini yang mengambil judul “Strategi Konvergensi Media Cetak Ke Media Online (Analisis pada Newsroom Surat Kabar Harian Bengku Ekspress dan Bengkuluekspres.com)”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah : Bagaimana bentuk strategi konvergensi media yang telah diterapkan pada newsroom Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Bengkuluekspres.com?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: Mengetahui dan mendeskripsikan bentuk strategi konvergensi media yang telah diterapkan pada newsroom Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Bengkuluekspres.com.

Dalam hal transmisi informasi, itu berbeda dari media tradisional, seperti media cetak dan elektronik. Internet telah mengubah cara orang berkomunikasi, bagaimana mereka mendapatkan berita dan informasi, dan bagaimana mereka membaca berita di media cetak, melihat foto di majalah, mendengarkan radio, dan menonton acara televisi. Ishadi (2010), p. 129. Intinya, media baru tidak mengubah mekanisme fungsi para pakar media massa. Ini hanya mempengaruhi pengiriman pesan yang telah didigitalalkan. Ada empat fitur media baru, menurut (Adiputra, 2010: 142):

1. Komunikasi yang termediasi melalui komputer
2. Jaringan komunikasi
3. Pesan yang terdigitalisasi
4. Semua pesan media menjadi konvergen

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian jenis kualitatif. Penyajian data diterapkan dengan metode deskriptif melalui kalimat tertulis dari hasil pengamatan. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana strategi konvergensi media cetak ke media online (analisis pada surat kabar harian Bengkulu Ekspress dan Bengkuluekspress.com).

Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam Penelitian ini adalah strategi konvergensi yang dilakukan Surat Kabar Harian Bengkulu dan Bengkuluekspress.com dalam menghadapi perkembangan teknologi.

Sedangkan yang menjadi Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan redaksi Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan Bengkuluekspress.com Terhadap strategi konvergensi apa yang diterapkan.

Sumber Data Penelitian

Ada dua bentuk data studi dalam penelitian kualitatif: data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari kata-kata dan tindakan, serta data mentah yang harus diproses lagi untuk membuat informasi yang dapat digunakan. Data sekunder (ekstra) dimaksudkan untuk melengkapi data primer dengan menyediakan dokumentasi (Moleong, 2002: 112).

Data primer

Data primer terdiri dari kata-kata dan tindakan, serta data mentah, yang harus diproses lagi untuk menjadi informasi yang bermakna. Penelitian ini melihat ke dalam (Sugiono, 2016:62). Hasil wawancara mendalam dengan informan digunakan untuk mengumpulkan data primer.

Data Sekunder

Data sekunder, sebagai pendukung data primer sebelumnya, adalah sumber data yang diperoleh dari sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2016: 62). Para penulis menggabungkan jenis teknik pengumpulan data ini dengan teknik dokumentasi dalam penelitian ini. Dokumentasi adalah

catatan peristiwa masa lalu yang dapat mengambil bentuk tulisan, foto, atau karya monumental yang dibuat oleh seseorang. Semua jenis rekaman atau alat perekam data sekunder yang berkaitan dengan masalah penelitian, seperti foto, buku, sastra, arsip, atau dokumen lainnya, dipertanyakan sebagai metode komunikasi (Moleong, 2002: 112).

Sumber data dalam penelitian kualitatif deskriptive yaitu melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Sumber data primer yaitu peneliti dapat memperoleh data melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer dalam hal ini adalah pengamatan langsung pada program acara *Beolok- olok* edisi *Keluarga* 69 episode 5 dan 7 di media RBTV. Sedangkan wawancara dilakukan oleh peneliti dengan melibatkan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Bengkulu, perwakilan tokoh masyarakat serta Badan Musyawarah Adat Provinsi Bengkulu.
2. Sumber data sekunder diperoleh melalui dokumentasi yaitu gambaran-gambaran pendukung dari penelitian ini. Sumber data sekunder dalam hal ini dapat berupa hasil dokumentasi dari pengamatan berupa potongan-potongan adegan dan realitas gender yang sesungguhnya di masyarakat sekitar dan dokumentasi wawancara yang dikaji secara bersamaan hingga menjadi sumber pendukung peneliti mengkaji hasil penelitian tersebut.

Reduksi

Reduksi merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis penelitian dilapangan (Pawito, 2008 :14). Dalam penelitian ini, ada beberapa tahap dalam mereduksi data, yakni :

1. Pengumpulan semua data yang diperoleh, baik itu transkip wawancara, hasil observasi yang berhubungan dengan masalah penelitian menjadi data tertulis. Setelah itu, dilakukan pengeditan data dengan mengelompokkan dan memilih data-data yang relevan dengan masalah penelitian.
2. Menyusun data-data yang relevan dengan masalah penelitian untuk kemudian dikelompokkan dan disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
3. Penyusunan konsep-konsep serta penjelasan berkenaan dengan kelompok data yang diperoleh saat penelitian.

Penyajian Data

Presentasi data memerlukan langkah-langkah yang mengatur data, secara khusus membangun data satu sama lain, sehingga semua data yang dianalisis benar-benar terlibat dalam satu unit. Setelah pemilihan data yang relevan dan pengurangan data yang tidak relevan dengan penelitian ini, data akan disajikan dalam bentuk rekaman wawancara dan beberapa sumber tertulis. Data akan dikombinasikan dengan narasi penulis, kemudian dianalisis dengan teori yang relevan, agar mudah dipahami dan tidak di luar koridor penelitian. Akhirnya, proses analisis, yang menggabungkan

teori dan hasil wawancara, mampu menghasilkan kesimpulan studi.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan ini merangkum temuan analisis dan interpretasi data. Verifikasi dilakukan melalui pemikiran ulang selama proses penulisan, memeriksa catatan lapangan, dan bertukar pikiran dengan orang lain (Sugiyono, 2011: 252). Setelah presentasi data, analisis data yang tersedia akan dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan darinya. Data selanjutnya akan diverifikasi dengan memeriksa ulang analisis data untuk melihat apakah itu cocok dengan catatan lapangan dan temuan pengamatan, memikirkan kembali analisis, dan mendiskusikannya dengan pembimbing penelitian.

Uji Keabsahan Data

Setiap penelitian harus dapat dievaluasi, dengan validitas data yang diperoleh selama penelitian menjadi ukuran kualitas penelitian. Kapasitas untuk menilai data dari elemen validitas data penelitian dapat digunakan untuk menentukan validitas data. Dalam penelitian ini, tes validitas menggunakan teknik triangulasi sumber, yang melibatkan membandingkan temuan pengamatan dan data wawancara untuk menentukan tingkat kepercayaan informasi yang dikumpulkan. Bukti proses penelitian lapangan, seperti gambar, transkrip wawancara, dan lampiran lainnya, juga dapat membantu meningkatkan tes validitas ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penerlitian

Perkembangan industri media yang diwarnai dengan banyaknya kemunculan media online dan digital. Membuat sebagian media lokal seperti surat kabar harian Bengkulu ekspress melakukan adaptasi dengan mengikuti tren tersebut. Dengan adanya perubahan strategi baru membuat surat kabar harian Bengkulu ekspress lebih fokus dan serius dalam mengembangkan bisnis media online.

Media online bengkuluekspress.com berdiri pada tahun 2013, awalnya kehadiran online hanya untuk mensuport berita yang ada di surat kabar harian Bengkulu ekspress dengan kata lain hanya memindahkan berita dari persi cetak ke persi online. Berita-berita yang di upload pada laman bengkuluekspress.com berita yang sudah terbit dikoran sehingga menjadikan berita yang ada dibengkuluekspress.com itu menjadi tidak menarik dan terlalu lama. Tetapi seiring berjalan nya wakru dan perkembangan industri media bengkuluekspress.com harus memisakan diri dari surat kabar harian bengkulu ekspress dengan membentuk redaksi sendiri. Walaupun berita yang ada di bengkuluekspress.com juga ada di surat kabar Harian Bengkulu Eksress, akan tetapi berita yang ada di online itu berita yang informasinya bersifat cepat dan tidak terlalu mendalam, sedangkan pada cetak itu berita yang mendalam da lengkap.

Strategi lain yang dilakukan surat kabar harian Bengkulu ekspress yaitu dengan melakukan konvergensi newsroom. Dengan adanya pengembangan newsroom sesuai perkembangan dan praktik-praktik terbaik yang terjadi dalam

industry media merupakan wujud dari inovasi dan adaptasi dengan kemajuan teknologi.

Menurut pandangan Taufiqorahman dalam praktik pengolaan newsroom dibagi menjadi empat model yaitu newsroom 1.0, newsroom 2.0, newsroom 3.0, dan newsroom 4.0. dari kedua narasumber yakni pimpinan redaksi surat kabar harian Bengkulu ekspress dan Bengkuluekspress.com mengenai pertanyaan terkait strategi konvergensi media cetak ke media online (analisis pada newsroom surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com).

a. Strategi 1.0

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi konvergensi newsroom model 1.0 yaitu model newsroom dengan system produksi media yang dilakukan secara terpisah disetiap unit bisnis atau plat form. Setiap plat form juga memiliki tim redaksi tersendiri. Adapun sistem produksi media pada surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com dilakukan secara bersama dalam satu rungan atau newsroom tanpa harus terpisah.

Yang dilakukan secara bersama dan dalam satu ruangan redaksi yang sama, tetapi dalam proses ini walapun dalam sistem produksi yang dilakukan secara bersama surat Kabara Harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com juga memiliki struktur yang berbeda. Media online bengkuluekspress.com juga memiliki program yang ada media sosial seperti youtube,facebook,instagram yang harus mereka kendalikan.

b. Strategi 2.0

Strategi konvergensi model newsroom 2.0 yaitu konvergensi Yang hanya dilakukan pada level proses pencarian bahan berita saja, terutama yang berasal dari lapangan. Untuk peroses pengolahan berita masih dilakukan pada tiap-tiap unit bisnis atau plat form.

Penerapan stategi konvergensi newsroom pada surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com tidak hanya sampai level pencarian berita saja, para wartawan atau jurnalis yang sudah mendapatkan tugas mereka masing-masing untuk meliput atau mencari berita kemana itu langsung turun kelapangan tanpa harus datang terlebih dahulu kekantor.

Sealain mencari bahan berita mereka juga bertanggung jawab dalam menulis berita dalam bentuk file word yang disertakan juga foto-foto pendukung yang berasal dari lapangan. Setelah menulis berita dengan target tema yang telah ditentukan pada saat rapat redaksi mereka meyerakan hasil tulisan mereka dengan tim redaksi untuk diseleksi kembali setelah itu berita baru bisa diterbitkan utnuk kedua plat form baik cetak atau online.

c. Strategi 3.0

Strategi konvergensi newsroom model 3.0, proses new gathering dan news writing yang dilakukan secara konvergen dan diproduksi untuk seluru plat form. Bedasarkan hasil penelitian surat kabar harian Bengkulu Ekspress dan

bengkuluekspress.com dalam pencarian beritan wartawan melakukan pencarian berita dan menulis berita untuk dua plat form yaitu cetak dan online.

Dalam system redaksi surat kabar harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com disatukan dalam satu ruangan tau newsroom yang sama untuk bekerjasama dalam produksi berita untuk kedua plat form. Akan tetapi walaupun mereka disatukan dalam satu ruangan yang sama pimpinan redaksi mereka tetap berbeda.

d. Strategi 4.0

Strategi konvergensi model newsroom 4.0 yang itu konvergensi yang mulai melibatkan bagian riset. Riset dalam konteks ini berbedan dengan riset untuk kepentingan berita, riset yang dimaksud disini yaitu dengan membentuk sebuah tim untuk menghasilkan produk yang bernilai jual.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan surat kabar harian Bengkulu Ekspress dan Bengkulu ekspress.com juga mela kukan riset. Riset yang dilakukan oleh surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com dengan melakukan pengecekan ulang data yang didapat pada saat dilapangan. Selain itu Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com juga melakukan jalinan kerjasama dengan pihak kepolisian jika diperlukan dalam kasus beritanya.

PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini penulis akan menjelaskan sesuai dengan hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa bagaiman strategi konvergensi media cetak ke media online (analisis pada newsroom surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com) menggunakan model newsroom menurut Taufiqurahman (2005:71-78), yaitu model newsroom 1.0, model newsroom 2.0, model newsroom 3.0 dan model newsroom 4.0. Dari hasil wawancara kepada 2 informan yaitu pimpinan redaksi surat kabar harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com. strategi konvergensi newsroom adalah cara bagaiman media beradaptasi dalam menghadapi perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi dengan memamfaatkan newsroom pada media. Surat kabar harian Bengkulu ekspress dan bengkuluekspress.com menggunakan strategi konvergensi model newsroom 3.0 dimana segala proses news gathering dan news writing dilakukan secara konvergen dan diproduksi dalam satu newsroom untuk seluruh platform. Tujuan dari penerapan strategi konvergensi newsroom 3.0 yaitu supaya terpenuhinya kebutuhan berita untuk kedua platform tersebut sehingga media masih mendapatkan kepercayaan pembaca baik itu untuk online maupun cetak.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian yang berjudul "Strategi Konvergensi Media Cetak ke Media Online (Analisis Pada Newsroom Surat Kabar Harian Bengkulu Ekspress dan bengkuluekspress.com) ini,

berikut merupakan beberapa saran yang peneliti harapkan bisa bermamfaat dikemudian hari:

1. Surat kabar harian Bengkulu ekspress tetap mengembangkan bengkuluekspress.com yang terus berinovasi mengikuti perkembangan media.
2. Diharapkan kepada wartawan atau jurnalis tetap mengembangkan kemampuan diri untuk mengikuti perkembangan teknologi.
3. Diharapkan kepada para pembaca yang berminat melakukan penelitian serupa khususnya pada kajian konvergensi newsroom hendaknya mampu mengembangkan penelitian tentang konvergensi newsroom dengan teori yang sesui dengan kajian tersebut agar kedepannya lebih banyak mendapat referensi serta peneliannya lebih kritis lagi

KEPUSTAKAAN

Aminuddin, A Taqwim., N. Hasfi. 2020. Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal *Jateng Pos. Jurnal Kajian Jurnalisme* 03(02):137-152.

Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK PTM). 2017. *Komunikasi, Religi, dan Budaya*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Buku Litera Yogyakarta. Yogyakarta.

Bambang, Aa. 2014. PERIODE PERKEMBANGAN MEDIA MASSA (Sebuah Tinjauan). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 18(1):119-132.

Derviana, A., R.Akbari Fitriawan. 2019. KONVERGENSI PADA MEDIA MASSA (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika). *Jurnal COMNEWS*:404-413.

<https://lokadata.id/artikel/para-pengukir-sejarah-media-daring-indonesia>

Prihartono, A Wahyu. 2016. Surat Kabar & Konvergensi Media(Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Jurnal CHANNEL* 4(1):105-116.

Rumata, V Mutiara. 2018, DIGITALISASI DAN EKSISTENSI MEDIA CETAK (STUDI KUALITATIFMAJALAH GO GIRL DAN HARIAN SUARA PEMBAHARUAN). *Jurnal Komunikologi* 15(2):128-136.

Samatan, N. 2009. STRATEGI PENGEMBANGAN MEDIA:ANTARA BISNIS DAN IDEOLOGI, *Jurnal Ekonomi Bisnis* 14(3):190-199.

Sucahya, M. 2009. TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN MEDIA : 6-21.

Sugiya, A. 2012. *STRATEGI TRANSFORMASI KONVERGENSI MEDIA (Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas)*. Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Jakarta.

Vivian, J. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Edisi Kedelapan. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Wibisono, I., Pawito., I. Dwi Astuti. 2019. KEBIJAKAN REDAKSIONAL DALAM KONVERGENSI MEDIA (Studi Kasus Jawa Pos). *Jurnal Acta Diurna* 15(1):1-16



ISBN 978-623-96548-6-3



9 78623 654863