

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

COMMED

Jurnal Komunikasi dan Media

ISSN. 2527-8673
E-ISSN. 2615-6725

Volume 3. Nomor 2. Februari 2019

Jurnal komunikasi dan media diterbitkan dua kali setahun oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam. Jurnal ini merupakan sarana publikasi karya ilmiah bagi kaum akademisi dan praktisi. Jurnal ini menerbitkan artikel dari hasil penelitian baik penelitian lapangan (laporan penelitian) maupun penelitian pustaka (kajian pustaka), artikel kajian konseptual, rensensi buku ilmiah terkait dengan permasalahan dan isu-isu aktual ilmu komunikasi.

Pelindung : Rektor Universitas Putera Batam
Penanggung Jawab : Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
Ketua Redaksi : Ghina Novarisa, S.I.Kom, M.Si

Penyunting Ahli : 1. Dr. Ilona V. Oisina Situmeang, M.Si (UPI Y.A.I Jakarta)
2. Dr. Zikri Fachrul Nurhadi, M.Si (Universitas Garut)
3. Dr. Redi Panuju, M.Si (Universitas DR. Soetomo Surabaya)
4. Dr. Tine Silvana, M.Si (Universitas Padjajaran Bandung)
5. Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si (UII Yogyakarta)
6. Dr. Poppy Ruliana (STIKOM Inter Studi)
7. Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si (Universitas Putera Batam)

Penyunting Pelaksana : 1. Sholihul Abidin, S.Sos. I, M.I.Kom (Universitas Putera Batam)
2. Arlan Firnandi, M.A (Universitas Putera Batam)
3. Muhammad Syafii, S.Sos. M.I.K. (Universitas Putera Batam)
4. Ghina Novarisa, S.I.Kom., M.Si (Universitas Putera Batam)
5. Drs. Ukas, S.H., M.H (Universitas Putera Batam)
6. Frangky Silitonga, S.Pd., M.SI (Universitas Putera Batam)
7. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI (Universitas Putera Batam)

Umum : Ariefqi Ramadhani
Desain/Layout : Arlan Firnandi, M.A

Alamat Redaksi :

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Putra Batam
Jl.R. Soeprapto, Kel. Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Propinsi Kepulauan Riau
Kodepos 29422
Telp/Fax 0778364035/0778455422
email: commed.ilkomupb@gmail.com

PEDOMAN PENULISAN

A. Informasi Umum

Jurnal komunikasi dan media menerima artikel dari hasil penelitian baik penelitian lapangan (laporan penelitian) maupun penelitian pustaka (kajian pustaka), artikel kajian konseptual, resensi buku ilmiah terkait dengan permasalahan dan isu-isu aktual ilmu komunikasi. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan pedoman umum EYD dan atau bahasa Inggris.

B. Format Naskah

Naskah diketik pada kertas A4 29,7 cm X 21 cm, batas atas, bawah, samping kiri dan samping kanan 3 cm, spasi 1.5 pt, font Times New Roman ukuran 12 pt, panjang naskah 15-20 halaman

C. Sistematika Penulisan

1. Sistematika artikel hasil penelitian adalah (1). judul, (2). nama penulis (alamat afiliasi, alamat *email*), (3). abstrak (disertai kata kunci), (4). pendahuluan, (5). metode, (6). hasil, (7). pembahasan, (8). simpulan, dan (9). daftar rujukan.
2. Sistematika artikel konseptual adalah (1). judul, (2). nama penulis (disertai alamat institusi dan alamat *e-mail*), (3). abstrak (disertai kata kunci), (4). pendahuluan, (5). bagian inti/pembahasan yang berisi sub-judul-sub-judul (sesuai kebutuhan), (6). penutup, dan (7). daftar rujukan.
3. Untuk *book review* (resensi buku) buku yang dirensensi telah terbit maksimal 2 (dua) tahun. Panjang tulisan maksimal 10 (sepuluh) halaman kertas ukuran A4, spasi 1.5 pt. Menyerahkan copy cover buku yang dirensensi disertai biodata peresensi seperlunya.
4. Sistematika *book review* adalah judul artikel (RESENSI BUKU), judul buku yang dirensensi, yang diikuti oleh pengarang buku dan data publikasi serta jumlah halaman, (3) isi ringkas buku, (4) analisis kritis, (5) rekomendasi penganalisis, dan (6) daftar pustaka. Butir (3) hingga (5) ditulis mengalir dalam bentuk artikel tanpa subjudul.
5. Tabel dan gambar harus diberi judul, berspasi tunggal, nomor dan sumber harus jelas. Judul tabel/gambar berada di atas tabel/sumber berada di bawah tabel. Jika terdapat foto atau gambar, sebaiknya dalam format hitam putih.
6. Daftar rujukan disusun dengan tata cara yang merujuk *APA Style* edisi ke 6 yang diurutkan secara alfabetis dan kronologis. Pencantuman sumber pada kutipan langsung hendaknya disertai keterangan tentang nomor halaman tempat asal kutipan. Contoh: Baran (2009, h. 45).

D. Pengiriman Naskah

Naskah dikirim rangkap dua dilengkapi CD dengan program MS Word dialamatkan kepada : Redaksi Jurnal COMMED d/a. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Putra Batam Jl.R. Soeprpto, Kel. Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Propinsi Kepulauan Riau Kodepos 29422, Selambat-lambatnya 2 bulan sebelum penerbitan (terbit setiap Agustus dan Februari) atau dapat dikirim melalui email : commed.ilkomupb@gmail.com. Pada naskah disertai halaman biodata penulis atau peneliti dengan menyebutkan nama, pendidikan terakhir, pekerjaan, alamat surat, nomor telepon/hp dan alamat surel (email).

E. Ketentuan Lain

1. Karya yang dikirim merupakan karya asli penulis bebas plagiarism yang dilengkapi surat pernyataan bebas plagiarism. Naskah yang sudah dimuat dalam jurnal ini tidak diperkenankan untuk dikirim kepada jurnal lain.
2. Semua naskah ditelaah secara anonim oleh mitra bestari (*reviewers*) yang ditunjuk oleh penyunting menurut bidang kepakarannya. Penulis diberi kesempatan untuk melakukan perbaikan (revisi) naskah atas dasar rekomendasi/saran dari mitra bestari dan penyunting. Kepastian pemuatan atau penolakan akan diberitahu melalui alamat *e-mail* Penulis.
3. Sebelum dimuat, redaksi berhak untuk mengubah dan memperbaiki ejaan, tata tulis, dan tata bahasa naskah yang dimuat tanpa mengubah isi dan jika diperlukan, penulis bersedia menunjukkan data lengkap penelitiannya.
4. Segala sesuatu yang menyangkut perizinan pengutipan atau penggunaan *software* komputer untuk pembuatan naskah atau ihwal lain yang terkait dengan HAKI yang dilakukan oleh penulis, berikut konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, menjadi tanggung jawab penuh penulis.
5. Penulis yang artikelnya dimuat akan mendapatkan bukti pemuatan sebanyak 1 buah eksemplar dan cetak lepas berdasarkan permintaan penulis. Artikel yang tidak dimuat *tidak akan dikembalikan*, kecuali atas permintaan penulis secepat-cepatnya selama 6 bulan sejak naskah dikirimkan.

DAFTAR ISI

COMMED

Jurnal Komunikasi dan Media

ISSN. 2527-8673

Vol 3. Nomor 2. Februari 2019

| | |
|---|---------|
| 1. IMPLIKASI LITERASI MEDIA DALAM MENGUBAH PERILAKU MASYARAKAT KOTA PONTIANAK TERHADAP KABAR BOHONG Netty Herawati, Aliyah Nur'aini Hanum, Dewi Utami | 102-120 |
| 2. REMAJA DAN PANDANGANNYA TERHADAP <i>CYBERBULLYING</i> PADA MEDIA <i>FACEBOOK</i> Yunus Winoto, Adi Rahmat Sopian | 121-132 |
| 3. PROSES DIFUSI INOVASI <i>E-AGRIBUSINESS</i> : REGOPANTES PADA <i>END-USER</i> KOMODITAS PERTANIAN DI JABODETABEK. Eki Yoan Meydora | 133-149 |
| 4. WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (Studi Fenomenologi Motif Pengaturan Privasi <i>Chatting</i> Pengguna Whatsapp dalam Komunikasi Antarpribadi) Dwi Ridho Aulianto | 150-158 |
| 5. MAKNA DIBALIK TRADISI NIKI PALEG SUKU DANI DI PAPUA Bagaskoro Bisono Putro, Ananda Salsabila Nadira | 159-167 |
| 6. KOMUNIKASI KELOMPOK DI DALAM RUMAH REHABILITASI KELUARGA KEMBANG CAHAYA Kuswidianti Dharma Prewitasari, Wiwik Novianti | 168-174 |
| 7. FUNGSI MEDIA SOSIAL GRUP WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI GURU SEKOLAH ALAM KOMUNITAS FITRAH LEBAH. Fadel Mubarok, Undang Suryatna, Ali Alamsyah Kusumadinata | 175-179 |

IMPLIKASI LITERASI MEDIA DALAM MENGUBAH PERILAKU MASYARAKAT KOTA PONTIANAK TERHADAP KABAR BOHONG

Netty Herawati¹, Aliyah Nur'aini Hanum², Dewi Utami³

^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tanjungpura
e-mail: ¹nettynj@gmail.com,

Abstract

Whether consciously or not, social media users are active spreaders of fake/false news. Those who have an understanding of media literacy should be able to overcome the spread of fake/false news. This study intended to examine how media literacy values acquired beforehand by individuals can compete with stimulus in the form of potentially fake/false news before it is finally decided to be disseminated or not. This research rests on the principles of social judgment theory and uses in-depth interviews to collect data. The result shows that there is an attitude of restraint when the characteristics of fake/false news on a message are successfully marked. In addition, the mismatch of value references possessed by individuals with ideas offered by fake/false news lead to 3 types of behavior: muting, compromising, or actively rejecting.

Keywords: media literation, hoax, false news, fake news, social judgment

1. PENDAHULUAN

Media massa kerap dituding menjadi sumber penyebaran kabar bohong. Hal ini memang sering terjadi terutama di jenis media daring, ketika pihak media melalaikan akurasi hanya karena mengejar kecepatan publikasi berita atau menciptakan judul sensasional demi menarik pengunjung padahal isi berita sama sekali berbeda. Kenyataannya saluran interpersonal adalah saluran utama penyebaran kabar bohong, terbukti dengan hasil survei Mastel (2017) yang menyebutkan media sosial dan aplikasi percakapan sebagai sarana utama penyebaran berita bohong. Pengguna aplikasi percakapan WhatsApp di Indonesia berdasarkan data dari We Are Social sudah mencapai 40% dari pemilik akses Internet. Melalui WhatsApp, orang dengan mudah mendapatkan kabar dari lingkaran terdekatnya (We Are Social, 2018).

Apalagi, menurut Pablo Ortellado, peneliti berita palsu dan profesor kebijakan publik di Universitas Sao Paulo, orang lebih cenderung mempercayai rumor dari keluarga dan teman. Tidak ada algoritme yang memediasi pengalaman. Ketika informasi yang salah itu datang dalam bentuk teks dan video yang diteruskan — yang terlihat sama dengan pesan pribadi di WhatsApp — mereka memberikan lapisan legitimasi lain. Kemudian Anda mendapatkan efek peracikan jaringan (*network compounding effect*); jika Anda berada dalam banyak obrolan grup yang semuanya menerima berita palsu, pengulangan membuat mereka lebih dapat dipercaya (Molteni, 2018).

Aplikasi percakapan merupakan sarana komunikasi bermedia bagi proses komunikasi interpersonal. Pengaruh emosi dan kedekatan personal yang dimunculkan melalui aplikasi percakapan membuat kabar bohong mudah

tersebar luas, namun masih menyisakan pertanyaan lain berkaitan dengan pengetahuan literasi media pengguna. Apakah pengetahuan tersebut dapat mencegah atau setidaknya menghambat seseorang untuk menyebarkan sebuah kabar yang belum jelas kebenarannya?

Mastel, atau Masyarakat Telematika, sebuah wadah bagi pemangku kepentingan di bidang Telekomunikasi, Teknologi Informasi, Komunikasi dan Penyiaran, melaksanakan sebuah survei daring mengenai wabah hoaks pada tanggal 7 Februari 2017. Salah satu hasil temuan yang didapatkan adalah mengenai frekuensi menerima hoaks. Sebanyak 44,30% responden mengakui menerima hoaks setiap hari, dan sebanyak 84,5% merasa terganggu dengan adanya berita hoaks. Untuk menanggulangi problem ini, sejumlah 57,7% responden menyebut cara terbaik adalah melalui edukasi masyarakat. Upaya memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dengan isi media ini kerap disebut dengan istilah literasi media.

Banyak pihak sepakat bahwa literasi media adalah jawaban dari masalah kabar bohong. Tingginya pendidikan formal tidak menjamin seseorang mampu mengontrol dirinya untuk menyebarkan sebuah kabar yang belum diketahui kebenarannya. Kesepakatan ini dapat dilihat dari terbentuknya forum-forum di dalam masyarakat dan lembaga-lembaga resmi pemerintah yang mendeklarasikan perang

terhadap kabar bohong. Beberapa grup yang lahir karena gerah dengan maraknya kabar bohong, antara lain Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), *Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster*, *Fanpage Indonesian Hoaxes*, dan Grup Sekoci. Empat grup ini semuanya terdapat di Facebook (Yusuf, 2017).

Di antaranya yang terbesar adalah MAFINDO, Masyarakat Anti Hoax Indonesia. MAFINDO adalah organisasi perkumpulan resmi yang didirikan pada tanggal 19 November 2016, beranggotakan para relawan yang mengelola situs TurnBackHoax.ID dengan mengambil sumber konten dari Forum FAFHH, Forum Anti Fitnah Hasut dan Hoax yang beralamat di <http://facebook.com/groups/fafhh>.

Melalui situs tersebut, selain menampilkan arsip mengenai kabar bohong, MAFINDO juga memberikan akses bagi masyarakat untuk melakukan pelaporan mengenai suatu kabar yang diindikasikan bohong, untuk ditelusuri lebih lanjut dan diketahui apakah benar, salah, atau hanya perlu diluruskan saja.

Di kota Pontianak dalam kurun waktu 2017-2018 sudah dilakukan sedikitnya 10 kali kegiatan yang bertujuan untuk melawan kabar bohong, belum termasuk kegiatan-kegiatan internal lembaga yang tidak dipublikasikan di media massa lokal. Kegiatan-kegiatan tersebut masih di luar pidato, ceramah, maupun sambutan yang banyak disampaikan oleh pejabat-pejabat pemerintah yang mengingatkan

bahaya berita bohong. Tak kurang banyaknya diskusi kelas yang dilakukan para pendidik dan pengajar di sekolah-sekolah dan universitas.

Belakangan, kegiatan ini marak diadakan di kota Pontianak dan sekitarnya terutama menyusul jatuhnya korban jiwa akibat kabar bohong mengenai korban yang tewas dihakimi massa gara-gara dituduh sebagai pelaku jual beli organ tubuh anak-anak (Sinaga, 2017).

Tidak ada yang bisa memastikan apakah jatuhnya korban jiwa memang menjadi semacam terapi kejut bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam menyikapi sebuah kabar atau kesadaran intelektualitas individual yang timbul berkat kegiatan-kegiatan literasi media yang giat memberantas kabar bohong. Kabar bohong terus muncul setiap hari langsung masuk tanpa permissi ke perangkat yang sehari-hari kita pegang, telepon seluler.

Penelitian ini menggunakan *Social Judgment Theory* (Teori Penilaian Sosial) dari Muzafer Sherif sebagai landasan untuk analisis. Teori ini memberikan perhatian pada bagaimana orang menilai segala informasi atau pernyataan yang didupatkannya. Tepatnya, berupaya memperkirakan bagaimana orang menilai pesan dan bagaimana penilaian yang dibuat tersebut dapat memengaruhi sistem kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya.

Menurut teori penilaian sosial, ada 4 hal yang menentukan seseorang akan menerima, menolak, atau bersikap netral terhadap suatu pesan, yakni apakah pesan tersebut berada di

latitude of acceptance, *latitude of rejection*, *latitude of noncommitment*, dan seberapa besar keterlibatan ego orang tersebut di dalamnya.

Dengan demikian, peneliti berharap dapat mengetahui, apakah dan bagaimana kabar bohong dapat memengaruhi orang-orang yang sudah memiliki pengetahuan mengenai literasi media untuk mempercayai dan menyebarkan kabar bohong tersebut.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena pada penelitian ini peneliti tidak bermaksud untuk mengukur secara angka-angka dan statistik sebuah fenomena, melainkan untuk memahami karakter dari fenomena tersebut. Terdapat 2 kategori informan yang terbagi atas mereka yang mengikuti pelatihan mengenai literasi media/anti hoaks dan mereka yang mempelajari hal ini secara otodidak.

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan 10 orang warga kota Pontianak untuk mendapatkan pemahaman mereka mengenai literasi media dan kabar bohong, juga mendengar pengalaman mereka saat berhadapan dengan kabar bohong.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Maraknya kasus berita bohong diiringi gencarnya istilah hoaks menghiasi aneka pemberitaan oleh media, membuat khalayak mau tidak mau penasaran untuk mencari tahu

apa maksud hoaks. Bahkan Kamus Besar Bahasa Indonesia segera menyerap istilah asing *hoax* menjadi hoaks sehingga membuatnya semakin akrab di telinga masyarakat. Secara umum, para informan dapat memahami unsur utama dari sebuah hoaks, yakni adanya kebohongan yang dibuat dengan sengaja. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang informan, Dini, yang memaknai hoaks sebagai berita palsu yang dikemas seolah-olah benar. Demikian pula Destiandi yang menyebutnya kabar yang tidak bisa dipertanggungjawabkan atau tidak sesuai fakta. Senada pula dengan jawaban dari Mutadi, yang mengatakannya sebagai sebuah informasi tentang sesuatu yang tidak benar-benar terjadi atau sesuatu yang terjadi tetapi tidak faktual atau bertolak belakang dengan fakta sesungguhnya.

Seperti yang telah diungkapkan oleh penelitian-penelitian terdahulu, media sosial adalah kendaraan utama penyebar luas kabar bohong. Itu pula yang diyakini oleh Asep. Ia menyebut hoaks sebagai berita dan atau informasi yang dibuat atau sengaja dibuat dan disebarkan kepada umum, biasanya melalui media sosial. Tentu saja berita atau informasi ini yang belum jelas kebenarannya atau belum terbukti keakuratannya. Asep secara objektif merujuk kepada dua kemungkinan, ketika informasi tersebut dibuat atas ketidaktahuan atas ketidakakuratan peristiwa, dan ketika memang dibuat atas dasar kesengajaan. Hal ini berbeda dengan Habib yang meyakini bahwa

kabar bohong adalah semata-mata sebuah usaha untuk menipu atau mempercayai sesuatu kebenaran dengan kepalsuan. Pernyataan ini memiliki kemiripan dengan pemahaman dari Cindy, hoaks dipandang sebagai berita yang tidak sesuai dengan realita, atau dengan kata lain sengaja dimanipulasi demi kepentingan tertentu.

Lebih jauh lagi, informan berikutnya, Atiqa, menyoroti soal kerugian yang kelak ditimbulkan berkat penyebaran kabar bohong tersebut. Atiqa juga memilih menyebut hoaks sebagai “informasi” ketimbang “berita”, yakni informasi yang disebarkan kepada khalayak ramai dengan tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Dengan kata lain, tidak berisi fakta sehingga tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenaran isi informasinya dengan maksud tertentu yang dapat dapat merugikan pihak tertentu. Bukan sekedar kerugian secara umum. Informan lainnya, Dwi, menekankan potensi timbulnya konflik di masyarakat serta aksi-aksi radikalisme. Kabar bohong sendiri menurut Dwi, bisa berupa berita, ujaran, atau pemahaman tentang bagaimana berita itu seolah-olah benar.

Pernyataan Asep menunjukkan adanya pemahaman lebih yang ia miliki dibandingkan informan lainnya. Mengingat dalam kenyataannya tidak semua kabar bohong atau hoaks yang beredar di masyarakat dibangun atas keinginan untuk melakukan penipuan atau

manipulasi, melainkan bisa terjadi karena misinformasi dan disinformasi. Dalam modulnya yang berjudul *Combatting disinformation dan misinformation through Media and Information Literacy* (Ireton & Posetti 2018), Magda Abu-Fadil mencontohkan misinformasi dengan kasus penyelamatan seorang gadis di Meksiko yang terperangkap reruntuhan bangunan akibat gempa tahun 2017. Setelah ditelusuri ternyata diketahui gadis itu tidak benar-benar ada, alias fiktif. Misinformasi mengacu pada informasi keliru atau salah, sementara disinformasi merujuk pada penyebaran informasi salah yang disengaja demi menimbulkan kebingungan dan menyesatkan masyarakat.

Asep membagikan pengalamannya ketika ia merasa dirugikan oleh pihak yang menggunakan foto dirinya. Ada 2 hal yang patut diwaspadai berkaitan kabar yang beredar di masyarakat, yakni disinformasi dan misinformasi, Asep menyampaikan kejadian yang merujuk pada disinformasi. Ketika dirinya yang tidak memiliki sangkut paut dengan lembaga simpan pinjam tersebut ternyata malah fotonya dipergunakan untuk kepentingan promosi. Menurut Asep, jika sampai dianggap menguntungkan tentulah hanya dialami oleh sekelompok orang saja.

Kabar bohong pada umumnya merugikan dan ia tak pernah diuntungkan, malah merasa dirugikan atas beberapa kejadian, salah satunya adalah ketika identitasnya wajahnya dipakai,

“yang paling fenomenal adalah penggunaan foto saya oleh salah satu *channel* BBM tanpa izin.” Kondisi ini membuat seolah-oleh dirinyalah yang menangani *channel* di aplikasi Blackberry Messenger tersebut, mengirim semua informasi, dan merespon terhadap semua percakapan yang terjadi.

Motif ekonomi juga menjadi sorotan Dini terkait keuntungan dari penyebaran kabar bohong,

“mungkin saja [menguntungkan], yaitu bagi para pelaku kejahatan dunia maya yang memanfaatkan *hoax* sebagai *clickbait* dalam rangka mendapatkan banyak *views* untuk *web* atau video mereka di YouTube.”

Lazim di media yang kontennya diunggah oleh para pengguna [*user generated content*], para pengiklan akan tertarik untuk berpromosi di *channel* yang dikunjungi dan ditonton banyak orang. Semakin sensasional judul video — lepas dari benar atau tidaknya kejadiannya, atau ada kesesuaian atau tidak antara judul dan isi video — semakin banyak orang yang penasaran untuk berkunjung dan menonton video tersebut. Dini melanjutkan,

“jika penerima berita percaya berita begitu saja tanpa melakukan *cross check* akan kebenaran berita, bisa jadi merugikan. Apalagi jika *hoax* tersebut terkait misalnya, praktik kesehatan yang dapat membahayakan keselamatan masyarakat.”

Secara pribadi, ia mengakui belum pernah merasa dirugikan oleh kabar bohong, namun di sisi lain ia juga tidak merasa diuntungkan sama

sekali oleh kabar bohong. Ia yakin, kabar bohong itu merugikan.

Dorongan untuk mendapatkan keuntungan berupa materi juga menjadi pendapat Habib berkaitan dengan penyebaran kabar bohong, “Karena studi kasus di Indonesia, hoaks memiliki agen yang besar di media sosial dan tentunya memiliki jaminan keuntungan materi atau finansial, seperti kasusnya Saracen News.” Habib menilai masyarakat sangat merugikan, karena kabar bohong membungkus kebenaran dengan kepalsuan, membuat masyarakat bahkan dirinya sendiri bingung menentukan mana yang benar dan palsu.

Manfaat kabar bohong diduga juga dirasakan oleh mereka yang bergerak mencari dukungan politik atau justru menjatuhkan lawan politik. Seperti dikemukakan oleh Atiqa,

“mungkin saja [menguntungkan], terutama keuntungan bagi para penyebar hoax itu sendiri karena penyebar informasi memiliki tujuan khusus...tertentu. Mungkin para pendukung salah satu caleg atau capres diuntungkan dengan berbagai penyebaran informasi *hoax* sehingga menaikkan elektabilitas salah satu calon atau orang tersebut. Jelas [kabar bohong] merugikan karena informasi yang disebarkan tidak bernilai positif justru sebaliknya [negatif]. Informasi yang disebarkan kepada orang lain dengan tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya dapat merugikan pihak lain karena informasi bernilai guna salah satunya sebagai pengambil keputusan seseorang. Jika seseorang salah mengonsumsi informasi maka dapat berakibat salah dalam pengambilan keputusan dan ini jelas merugikan pihak tersebut pada saat itu juga ataupun di kemudian hari.”

Sejalan dengan pendapat Atiqa yang menilai adanya kepentingan sepihak, Mutadi mengaku mengetahui ada pihak-pihak yang diuntungkan berkat penyebaran kabar bohong, “misalnya klaim pemerintah atas pembangunan 65 bendungan, 300 lebih ruas jalan tol baru, keuntungannya jelas dinikmati oleh pemerintah yang akan kembali berkuasa.” Di sisi lain, kabar bohong juga merugikan karena dapat membentuk opini negatif pada diri sebagian orang lain.

Kerugian lain yang mungkin timbul akibat kabar bohong ini menurut Dwiyoogo, “mungkin saja [merugikan] bila berita atau muatan itu dapat menimbulkan konflik sosial.” Kemudian ia mempertegas jawabannya dengan mengatakan bahwa kabar bohong sangat merugikan berbagai pihak karena tidak dapat dipertanggungjawabkan dan bertentangan dengan Undang-Undang ITE pasal 27. Pengaturan UU ITE di pasal 27 ini berisi soal perbuatan yang dilarang (*cybercrimes*).

Sebagian informan dalam penelitian ini tidak pernah secara formal duduk di sebuah ruang kelas untuk mendapatkan pelatihan mengenai apa itu literasi media atau apa itu hoaks. Namun kesemua informan memiliki kesamaan sikap, bahwa kabar bohong perlu diperangi, dan untuk memerangnya perlu amunisi yang cukup. Separuh dari informan mengaku secara aktif mencari tahu sendiri apa dan bagaimana menghadapi dan mengatasi kabar bohong.

Asep, satu-satunya informan yang pernah mengikuti pelatihan untuk menjadi “Kader Anti Hoax” menyebutkan bahwa literasi media pada prinsipnya adalah pemahaman atau pengetahuan tentang media secara umum. Ia mengaku mendapatkan informasi dan teknik-teknik sederhana mengecek hoaks. Tak hanya itu, pemahaman tentang hoaks juga ia teruskan kepada yang lain, karena ia percaya bahwa setiap orang punya tanggung jawab yang sama melawan hoaks.

Pemaparan sedikit berbeda muncul dari Habib yang lebih mengacu kepada kecerdasan dalam menggunakan sebuah produk media, yakni bagaimana seseorang memahami dan menganalisa sebuah produk dari media, sehingga mampu memilah dan memilih mana produk media yang baik dan bisa menjadi referensi dalam berpikir dan bertindak. Setelah mengikuti pelatihan, Habib merasa mendapatkan sebuah pemahaman baru yang mempengaruhi perilakunya,

“setelah mengikuti kegiatan tersebut saya lebih berhati-hati dalam membagikan sebuah kabar berita yang tidak menutup kemungkinan terkandung dan terdapat kabar bohong atau hoaks. Jadi bukan hanya judul yang dibaca lalu dibagikan tanpa memahami dan mengetahui sumber dan referensinya apakah kredibel atau tidak.”

Kontrol terhadap sikap menjadi penekanan Meriana,

“cara menghindari menurut saya, jangan pernah cepat bereaksi atau bersikap atas suatu pemberitaan, jangan langsung percaya atas suatu pemberitaan, dan jangan langsung

menyebarkan pemberitaan tersebut tanpa mengetahui kebenaran berita tersebut.”

Berbeda dengan mereka yang mengikuti pelatihan secara khusus, para informan yang secara swadaya memperkaya ilmunya mengenai literasi media ternyata menangkap maknanya secara lebih sempit, yakni literasi media berarti mampu melakukan determinasi antara pemberitaan bohong dan berita yang berbasis fakta. Dikatakan dikatakan Dwiyoogo, “dengan literasi media berarti bisa mencari serta menganalisa suatu berita apakah dikatakan nyata atau berpotensi kebohongan dengan mencari literatur-literatur lain. “

Informan lainnya, Atiqa, mengaku juga tidak pernah mengikuti kegiatan seperti itu,

“hanya saja [saya] membaca artikel dan mengikuti suatu diskusi di forum atau grup media sosial di mana beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menghindari *hoax* adalah dengan pengecekan sumber, baik keabsahan sumber yang menyebarkan informasi, kredibilitas sumber, tahun atau waktu penyebaran. Tentu hal tersebut menambah pengetahuan saya agar terhindar dari informasi *hoax*.”

Apa yang ia pelajari, juga diterapkan oleh Atiqa,

“penerapan sehari-hari, misalnya ketika mendapatkan *broadcast* tentang suatu informasi, sebaiknya analisis atau membaca informasi yang disebarkan dengan cermat, kemudian coba lakukan pengecekan ke beberapa sumber yang membahas topik tersebut. Jika data di dalam informasi yang disebarkan sama dengan beberapa sumber yang diperoleh, maka informasi tersebut

dapat dipertanggungjawabkan dan layak konsumsi.”

Senada dengan apa yang dijabarkan oleh Atiqa, Dini memahami literasi media sebagai kemampuan masyarakat untuk memahami berita yang mereka dapatkan melalui media, serta kecakapan masyarakat dalam menyikapi suatu berita. Dini melanjutkan,

“Sejak membaca lebih detail mengenai *hoax* dan *printilan*-nya, saya jadi lebih berhati-hati dalam memercayai sebuah berita. Saya juga selalu melakukan verifikasi berita jika ingin ikut menyebarkan sebuah berita lewat akun media sosial pribadi.”

Diungkapkan oleh Mutadi, yang juga sempat menjalani profesi sebagai jurnalis, memaknai literasi media sebagai kemampuan seseorang untuk melihat, membaca, mendengar, memahami sesuatu informasi melalui media dan menggunakannya secara efektif dan mampu mengkomunikasikan informasi tersebut ke dalam berbagai format yang jelas dan mudah dipahami.

Tampak jelas para informan menyadari bahayanya kabar bohong, sehingga baik secara mandiri mencari informasi tentang literasi media atau mengikuti pelatihan, muncul keinginan untuk menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab. Tidak hanya mereka merasa perlu menyaring untuk kepentingan personal, melainkan juga kaitannya dengan penyebaran kabar tersebut ke pihak-pihak lain.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa di berbagai belahan dunia orang muda tidak bisa melepaskan hidupnya dari perangkat seluler. Dengan alat ini mereka mendapatkan sebagian besar berita mereka melalui aplikasi obrolan, media sosial, dan, kadang-kadang, situs media tradisional dan blog (Abu-Fadil dalam Ireton & Posetti, 2018). Oleh karena itu, penting bagi penelitian ini untuk memahami kebiasaan informan dalam mengonsumsi berita setiap harinya.

Walaupun kerap mendapatkan berita dari *group chat* Whatsapp dan akun-akun di Instagram, *tirto.id* adalah portal berita favorit dan dianggap terpercaya oleh Habib. Menurutnya, artikel-artikel yang ia jumpai di *tirto.id* ditulis berdasarkan analisis, “Referensi [sumber] berita yang mereka gunakan sangat kredibel, [menyajikan] fakta, dan independen.”

Senada dengan Habib, Dini juga mendapatkan variasi berita harian dari ragam sumber daring, seperti Facebook, Instagram, Twitter, detik forum, dan beberapa portal berita yang muncul di beranda saat membuka halaman Google di browser Chrome pada smartphone. Dini menaruh kepercayaannya pada portal berita, “...karena portal yang saya akses merupakan portal yang *insyaallah* valid dan terpercaya.”

Mengunjungi satu portal berita ke portal berita lainnya bisa menjadi pekerjaan melelahkan bagi sebagian orang. Apalagi portal berita kerap dipenuhi oleh iklan yang

mengganggu kenyamanan membaca. Jalan keluar yang bisa diambil adalah dengan menggunakan aplikasi yang secara otomatis melakukan kompilasi atas berita-berita terakhir dari berbagai sumber, yang disebut juga *aggregator*. Saat ini salah satu *aggregator* yang populer di Indonesia adalah Line Today, yang terintegrasi dengan aplikasi percakapan Line. Atiqa menyukai Line Today karena bisa mendapatkan ragam berita dari yang ringan sampai yang hangat dengan mudah. Ia juga sering mendapatkan ragam berita dari akun-akun yang ia ikuti di media sosial Twitter, Facebook, dan Instagram. Walaupun usianya tergolong generasi Z yang umumnya terpicat pada media Internet, ternyata Atiqa menganggap yang paling dapat dipercaya adalah televisi,

“...karena dengan televisi, bisa membandingkan beberapa berita yang memiliki kesamaan topik melalui berbagai varian *channel* televisi. Apalagi yang beritanya sedang menjadi *trending* atau *headline* maka hampir semua saluran televisi akan membahasnya dari situ bisa membandingkan antara berita di *channel* satu dengan lainnya.”

Media massa kerap dituding menjadi sumber penyebaran kabar bohong. Hal ini memang sering terjadi terutama di jenis media daring, ketika pihak media melalaikan akurasi hanya karena mengejar kecepatan publikasi berita atau menciptakan judul sensasional demi menarik pengunjung padahal isi berita sama sekali berbeda. Kenyataannya saluran

interpersonal adalah saluran utama penyebaran kabar bohong, terbukti dengan hasil survei Mastel (2017) yang menyebutkan media sosial dan aplikasi percakapan (*chatting*) saluran penting penyebaran berita bohong yakni sebanyak 62,80%, menyusul di belakang media sosial yang sebagai sarana utama yakni sebesar 92,40%. Bagaimana dengan para informan penelitian ini?

Asep mengaku hari-harinya nyaris tak pernah sepi dari kabar bohong yang mampir melalui aplikasi pesan singkat atau *WhatsApp*-nya. Ia meyakini pesan-pesan tersebut adalah kabar bohong karena kerap disertai ajakan-ajakan untuk menyebarkan, “pada umumnya [di dalam pesan] ada ciri [kata-kata] ‘sebarikan’ atau ‘viralkan’... saya tidak pernah menanggapi.” Apabila ada informasi yang dianggap meresahkan, Asep kerap menggunakan alat bantu perangkat lunak untuk mengecek kebenarannya seperti *hoax checker*, dan banyak perangkat lainnya.

Dari banyak berita yang ia terima, Mutadi menandai berita bohong yang minim atau bahkan tidak memiliki data jelas mengenai institusi medianya, “...bukan media resmi sebagaimana diatur dalam UU tentang Pers dan narasumbernya tidak kredibel dan tidak memiliki kapabilitas.” Dari cara berita itu disajikan juga cenderung memiliki ciri-ciri tertentu, seperti judul yang bombastis, bermuatan SARA, provokatif, dan memunculkan nada (*tone*) negatif.

Dalam ruang lingkup pergaulan, seseorang seringkali harus mengakomodir keinginan berbagai pihak untuk memasukkan dirinya ke dalam grup percakapan di telepon seluler. Semakin luas pergaulannya, semakin banyak bergabung di dalam grup percakapan, yang notabene akan semakin banyak juga pesan yang masuk mengalir memenuhi telepon seluler.

Atiqa adalah salah satu contoh penerima berita bohong melalui grup percakapan di WhatsApp. Menurutnya, kabar yang tidak mencantumkan informasi sumber yang jelas dan kredibel di akhir pesan sudah menunjukkan ciri awal bahwa informasi tersebut adalah hoaks. Selesai membaca informasi biasanya Atiqa juga langsung menganalisisnya untuk mengetahui kebenaran berita tersebut dengan mengecek kredibilitas sumber yang tercantum pada informasi yang disebar.

Analisis isi pesan juga dilakukan oleh Habib, "...dengan analisis dan bukan hanya membaca setengah-setengah." Membaca berita tak sampai selesai bahkan sekedar membaca judulnya saja adalah kebiasaan buruk banyak orang yang tidak memahami bahayanya kabar bohong. Ketika judul sebuah berita atau foto menggugah emosi, berpotensi untuk disebar oleh banyak orang dalam waktu singkat. Lebih jauh lagi, Habib mengecek akurasi berita menggunakan layanan yang disediakan di hoaxornot.detik.com

Di luar segala aksi proaktif yang bisa dijalankan untuk mengetahui apakah suatu

kabar itu benar atau tidak, sebenarnya seseorang bisa melakukannya secara pasif dengan menunggu perkembangan berita. Menurut Dini, biasanya, kabar bohong yang tersebar akan mendapatkan bantahan selang waktu beberapa hari kemudian bahkan dalam beberapa jam saja. Hanya dengan memantau laman Facebook yang berisi kabar tersebut, segala jenis komentar akan muncul, termasuk yang memberikan klarifikasi maupun bantahan.

Sebaik apapun seseorang memilih sumber informasi yang paling dipercaya, tetap saja tidak mungkin bisa menghindari datangnya kabar bohong, seperti paparan Atiqa,

"karena informasi saat ini sangat mudah untuk diciptakan kapan saja, dimana saja, oleh siapa saja, dan menggunakan media apa saja, tanpa melalui proses *editing* dari ahlinya, sehingga ini berpotensi banyaknya informasi yang tidak bernilai guna positif dikonsumsi oleh masyarakat awam yang belum melek terhadap informasi dan media yang dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengambilan keputusan mereka. Perlu diketahui bersama bahwa informasi yang beredar tiap detiknya saat ini justru banyak memberikan informasi ringan yang hanya berisi propaganda, tidak mendidik, persuasif, dan doktrin. Sehingga sangat perlu untuk setiap orang melek terhadap media dan informasi."

Risiko tinggi yang ditimbulkan penyebaran kabar bohong menyebabkan semua informan sepakat bahwa pengecekan akurasi berita amatlah penting. Asep bahkan memandangnya sebagai tanggung jawab moral setiap individu. Habib menilai aktivitas meneruskan berita bohong sama saja dengan bertindak pelaku

utama yang memunculkan kabar itu pertama kali, "...maka harus lebih bijak dan hati-hati, karena jempolmu harimaumu." Ditambahkan pula oleh Dini soal mempertajam kemampuan mental, "[pengecekan akurasi berita] itu perlu, agar tidak tersesat dengan informasi yang keliru dan membentuk pola pikir kritis."

Sepandai-pandainya menghindari peran sebagai penyebar kabar bohong, terkadang kecerobohan juga terjadi. Beberapa informan mengakui keteledoran mereka saat ikut menyebarkan sebuah kabar yang ternyata tidak benar melalui media sosial, seperti pengalaman Atiqa,

"...pernah [menyebarkan kabar bohong], ketika orang yang menyebarkan berita tersebut adalah orang yang punya posisi seperti pimpinan, keluarga, atau teman dekat, sehingga ada kepercayaan...ketidakraguan saya untuk menyebarkan informasi tersebut kepada orang lain."

Teori Penilaian Sosial yang dikembangkan oleh Muzafer Sherif menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses penilaian yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses "menilai" isu atau objek sosial tersebut menurut Sherif berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka rujukan inilah yang pada gilirannya menjadi "jangkar" untuk menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan persuasif yang diterimanya. Lebih jauh

Sherif menegaskan bahwa tindakan memposisikan dan menyortir pesan yang dilakukan oleh alam bawah sadar kita terjadi sesaat setelah proses persepsi. Di sini kita menilai setiap gagasan baru yang menerpa kita dengan cara membandingkannya dengan sudut pandang kita saat itu.

Dengan kata lain teori ini menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses penilaian yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses menilai isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional. Dalam konteks implikasi literasi media, penelitian ini bermaksud untuk mencari tahu, apakah persuasi yang disampaikan oleh sumber atau penyebar kabar bohong dapat membujuk masyarakat untuk mempercayai kabar tersebut sekaligus menyebarkan ketikanya ketika informan telah mengenali dan memahami misinformasi dan disinformasi.

Di era berbagi informasi saat ini, konten yang viral menjadi cita-cita semua pembuat konten, tak cuma pembuat materi promosi, melainkan juga pembuat konten hoaks. Viralnya pesan menjadi subjek penelitian yang menarik, termasuk yang dilakukan oleh Berger

& Milkman (2012) yang berupaya mencari jawaban dari pertanyaan mengapa potongan konten daring tertentu — misalnya iklan, video, atau artikel berita — bisa lebih viral daripada yang lain. Dalam artikelnya yang berjudul *“What Makes Online Content Viral?”* mereka menjelaskan pendekatan psikologis yang dipergunakan untuk memahami difusi. Menggunakan kumpulan data unik dari semua artikel New York Times yang diterbitkan selama periode tiga bulan, para penulis menyelidiki bagaimana emosi membentuk viralitas. Hasilnya menunjukkan bahwa konten positif lebih viral daripada konten negatif. Viralitas sebagian didorong oleh gairah fisiologis. Konten yang membangkitkan emosi positif tinggi (kagum) atau negatif tinggi (marah atau kecemasan) lebih bersifat viral. Konten yang membangkitkan rangsangan rendah, atau menonaktifkan emosi (misalnya, kesedihan) kurang viral.

Konten yang membangkitkan emosi tinggi adalah hal yang jamak dijumpai dari kabar-kabar bohong yang tersebar di berbagai media. Emosi positif kerap diasosiasikan dengan kegembiraan yang bersumber dari sesuatu yang disukai dan diminati. Masing-masing individu memiliki minat dan kebutuhan pada bidang tertentu, sehingga konsumsinya terhadap informasi pun mengacu kepada dua hal tersebut. Dengan kemudahan untuk berbagi melalui perangkat seluler, hal-hal yang menjadi perhatian seorang individu pun berpotensi

untuk disebarluaskan. Dengan kata lain, diindikasikan bahwa kabar bohong yang muncul dalam topik yang disukai informan akan menjadi stimulus yang sulit ditolak oleh mereka.

Peneliti telah menanyakan kepada para informan mengenai topik-topik apa yang kerap menarik perhatian mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa stimulus semacam ini ternyata tidak berada di area garis lintang penerimaan, melainkan berada di dalam garis lintang ketidakterlibatan.

Di antaranya, Cindy. Ia mengaku sangat menyukai segala sesuatu yang terlihat lucu dan unik dalam bentuk gambar. Sesekali ia juga membagikan lelucon dalam bentuk gambar. Lelucon atau humor memiliki titik kritis karena memiliki banyak ragam. Salah satu jenisnya adalah parodi atau satir yang kerap mengelabui apabila orang menangkap maknanya secara harfiah. Padahal parodi membutuhkan telaah yang lebih mendalam untuk bisa mengerti arti pesan yang hendak disampaikan. Ternyata Cindy juga memahami titik kritis ini, “biasanya saya lebih tertarik untuk membagikan sesuatu yang bersifat hiburan. Termasuk juga humor, tetapi juga dipertimbangkan [terlebih dahulu]. Konteks gurauan tidak [boleh] menyinggung siapapun, yang sifatnya umum.” Dari pernyataan ini terbaca bahwa Cindy tidak memiliki komitmen apapun terhadap apa yang ia sukai. Apa yang ia sukai tak lantas harus dibagikan. Jikalau harus dibagikan pun, Cindy

ingin memastikan bahwa semuanya akan aman-aman saja.

Emosi negatif biasanya dihubungkan dengan kemarahan dan kecemasan, emosi yang lazim menjadi “barang dagangan” para penyebar kabar bohong yang bertemakan politik, agama, atau suku. Salah satu informan, Mutadi, menyebutkan bahwa politik adalah salah satu tema favoritnya untuk berbagi,

“[saya] ingin berbagi apa yang dapat menjadi informasi positif kepada pembaca atau pengguna media sosial lainnya. Sejak akhir tahun 1998 saya menjadi jurnalis di sebuah media cetak hingga memiliki media *online* sendiri pada tahun 2010, meski tahun 2013 terpaksa dipindahtangankan pengelolaannya kepada pihak lain karena tidak adanya sumber daya manusia untuk menanganinya. Dari pengalaman itu saya selalu suka dengan informasi-informasi yang bersifat positif untuk dibagikan kepada pembaca lainnya.”

Mutadi juga sering memilih artikel dengan bahasan yang detail agar pembaca langsung memiliki pemahaman tentang sebuah informasi yang dibaca. Dengan kepeduliannya untuk berbagi, tidak lantas Mutadi melupakan selektivitas dalam memilih media, “... bisa dipercayai. Alasannya, sumber informasi yang dibagikan berasal dari media massa *online* yang memenuhi persyaratan undang-undang sebagai media.” Mutadi tidak terbuju untuk meneruskan rantai kabar bohong politik.

Sama halnya dengan Habib. Sajian berita mengenai politik adalah yang utama ia pilih untuk dibagikan, dimotivasi oleh keinginan untuk memberikan pemahaman politik

sekaligus membantu menyebarkan mana berita yang benar dan berita yang palsu. Untuk memastikan keakuratan fakta, Habib berupaya mencari referensi artikel berita yang mendetail. Dipaparkannya,

“karena [saya] memiliki *background* keilmuan berkaitan dengan bidang ilmu politik [dan saya juga mendapatkan fakta] yang berdasarkan hasil survey [oleh] Masyarakat Telematika Indonesia pada tahun 2017 [yang menyebutkan bahwa] dari 1000 reponden merilis data bahwa 91.8 % masyarakat Indonesia menerima kabar *hoax* perpolitikan dan isu SARA dari aplikasi media sosial. Maka saya tertarik turut membantu menyebarkan sebuah berita yang sudah terbukti keasliannya sesuai fakta yang ada.”

Bahasan mengenai agama sering menjadi perdebatan panas di media, emosi tinggi kerap terpancing melalui diskusi ini. Bagi Dini, berbagi ilmu agama adalah hal yang penting,

“...misalnya tentang pentingnya melunasi hutang dan menjauhi riba. Karena informasi tersebut bermanfaat untuk saya secara pribadi, dan saya merasa teman-teman saya pun dapat merasakan manfaat dari informasi yang saya bagikan. Kadang saya membagikan informasi singkat dan umum saja. Misalnya, tentang hadits mengenai gempa bumi. Atau artikel tentang pembahasan hadits mengenai orang munafik. Sewaktu-waktu saya pun membagikan informasi yang mendetail, dengan harapan, seperti yang saya sebutkan, teman-teman saya ikut mendapatkan manfaat dari informasi yang saya dapat, meskipun mungkin memiliki pemahaman dan persepsi berbeda mengenai berita yang saya bagikan.”

Bagi Dini stimulus yang diberikan kabar bohong dengan bungkus agama adalah hal yang berbeda. Ia berupaya mencari referensi sebanyak-banyaknya untuk memastikan bahwa ilmu mengenai agama yang ia sampaikan tidak salah karena memang tak boleh salah, "...hal yang bersifat prinsip seperti agama yang memang sudah ada pedoman dari sananya."

Dari pemaparan di atas, ditemukan pola menarik dari garis lintang ini. Semula diduga bahwa konten yang cenderung mengundang emosi tinggi dapat membujuk para informan peminat isu panas sehingga membuat mereka berada di wilayah garis lintang penerimaan. Namun ternyata, pemahaman informan berkenaan dengan misinformasi dan disinformasi dari literasi media membuat mereka mampu melepaskan komitmen dengan cara memfilter isi pesan dan hanya membagikan kabar yang nyata positif untuk masyarakat.

Penelitian ini juga menemukan efek asimilasi yang ditimbulkan oleh isu yang seharusnya muncul di dalam wilayah garis lintang penolakan malah hadir di dalam wilayah garis lintang penerimaan. Sebagian informan secara tegas mampu menandai kabar bohong, menolak untuk menyebarkannya, namun merasa berat untuk menentang ide itu secara terbuka sehingga terkesan menerima atau seolah-olah memberikan kompromi terhadap ide yang keliru tersebut.

Diceritakan oleh Ganis, niat baiknya untuk meluruskan kabar bohong dalam grup percakapan keluarga di WhatsApp ternyata tidak mendapatkan respon sama sekali dari anggota grup lainnya. Ini merupakan suatu kondisi yang menunjukkan fenomena *post-truth*. Dijelaskan dalam artikel *Era Post-Truth: Melawan Hoax dengan Fact Checking* (Hartono, 2018) produksi berita palsu atau bohong tersebut tidak lepas dari fenomena *post-truth*, dimana kebenaran tidak lagi bersandar pada fakta melainkan pada perspektif subjektif (politik, agama, golongan, dst). Fenomena ini telah menempatkan masyarakat kepada situasi saling mencurigai. Khalayak tidak lagi dapat membedakan mana berita atau informasi valid, mana yang hoax. Dalam kasus yang dialami Ganis, ia menyadari bahwa anggota grup keluarganya tidak lagi bisa membedakan, apakah kabar yang pertama disampaikan yang benar, ataukah klarifikasi dari Ganis.

Hal serupa juga dialami oleh Meriana yang lebih memilih bersikap pasif mendingankan kabar bohong yang beredar, "saya memilih diam untuk menghindari konflik dan perdebatan panjang."

Sementara Cindy memberikan contoh pada kasus-kasus perundungan di media sosial. Tanpa kejelasan latar belakang dan tanpa didukung informasi valid, seseorang bisa dihujani kritik bahkan sumpah serapah dari warganet. Untuk kejadian semacam ini, Cindy memilih bersikap pasif,

“kalau ada orang yang minta viralkan sesuatu secara langsung kepada saya, bisa saya tolak, juga beritahu kalau itu salah. Tapi kalau kejadiannya pada orang lain, tidak ada kaitannya dengan saya, baiknya diam saja. Sudah pasti ada yang menyuarakan pendapatnya sesuai opini saya. Jadi saya tidak perlu.”

Pertempuran antara nilai pribadi dan nilai sosial ini kerap kali berujung pada kekalahan nilai pribadi. “Terpaksa berkompromi” adalah jalan keluar yang dianggap terbaik. Seperti yang dikatakan Dini,

”diamkan dan senyum saja. Saya malas berdebat. Tentang agama, misal mengenai pandangan liberalisme, pandangan tentang LGBT, dan semacamnya. Dalam agama saya, hal tersebut sudah jelas-jelas dijelaskan sebagai perbuatan keji dan mungkar sehingga tidak ada kompromi untuk memaklumi, namun tetap berusaha untuk menghargai orang lain yang memiliki perspektif berbeda. [Saya rasa ini disebabkan] faktor enggan berkonflik dan cinta damai. Saya ingin menjaga hubungan baik dengan tidak membahas topik-topik yang sensitif.”

Contoh lain dikemukakan Dini,

“Belakangan ini saya sedang berusaha untuk meminimalisir membagikan info seputar politik, terlebih jelang pilpres, karena saya memiliki beberapa teman yang saya tahu, memiliki pandangan dan pilihan politik yang berbeda dari saya. Selain ingin menjaga hubungan baik dengan mereka, saya pun merasa tidak ahli dalam politik. Misalnya, berita yang *nyerempet* ke capres cawapres, cukuplah dikomentari dalam hati saja. Saya diamkan saja karena tidak ada gunanya mendebat orang yang sudah punya pendirian sendiri, misalnya saja topik vaksin dan antivaksin, wah, membaca perdebatannya saja bikin lelah.”

Jika seseorang individu melibatkan dirinya sendiri dalam situasi yang dinilainya sendiri, maka ia akan menjadikan dirinya sendiri sebagai patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya mau diterimanya. Makin terlibat individu itu, maka ambang penerimaannya makin tinggi dan makin sedikit hal-hal yang mau diterimanya. Asimilasi jadi makin kurang. Sebaliknya, ambang penolakan makin rendah, sehingga makin banyak hal-hal yang tidak bisa diterimanya. Hal ini makin terasa jika individu diperbolehkan menggunakan patokan-patokannya sendiri seberapa banyak pun dia anggap perlu.

Latitude of rejection yang mencakup gagasan yang ditolak karena tidak rasional juga muncul di dalam penelitian ini. Informan secara terang-terangan menolak menyetujui ide yang bertentangan apalagi menyebarkannya.

Mutadi sering mengurungkan niatnya untuk membagikan berita yang sebenarnya berasal dari fakta, namun berpotensi dipahami secara keliru,

“... khawatir jika informasi disalahartikan, semakin diketahui oleh umum justru semakin tidak baik kemudian menimbulkan *excess* negatif di masyarakat. Contohnya saja untuk berita berjudul ‘Masjid Dirobohkan Akibat Proyek Tol’ atau ‘Delapan Vihara Dirusak Massa yang Marah.’”

Apa yang dikatakan Mutadi memang beralasan, karena judul berita semacam itu memang tergolong disinformasi ketika terjadi

koneksi yang salah antara judul dan isi berita dan dapat mengakibatkan salah paham.

Dalam rangka menyetop persebaran kabar bohong, seseorang memang tidak cukup melaksanakan perilaku yang hanya diketahui oleh dirinya sendiri, melainkan juga perlu secara terbuka mengingatkan pihak-pihak yang aktif menyuarakan pendapat salah ini. Atiqah membuka kesempatan untuk tawar menawar,

“terlebih dahulu saya akan meminta dasar atau alasan menyampaikan hal tersebut kemudian menganalisis alasannya untuk dipertimbangkan dan dibandingkan dengan pendirian [saya sendiri]. Menurut saya tidak ada yang mutlak maka bisa saja informasi yang ia sampaikan memiliki nilai kebenaran. Maka perlu adanya diskusi dengan menunjukkan data-data dan fakta-fakta pendukung informasi yang sedang dibahas atau diinformasikan. Tidak serta merta langsung ditolak tergantung pada dasar menyampaikan informasinya seperti apa atau sejauh mana. Jika dasar atau alasan yang diberikan bisa masuk logika saya, akan saya pertimbangkan.”

Posisi negoisasi juga menjadi pilihan Habib, ia beralasan bahwa diskusi untuk menyamakan persepsi. Yang salah harus diluruskan dan yang benar harus dilanjutkan. Ia menyebut informasi, konfirmasi, dan diskusi merupakan 3 hal penting. Tidak menolak dan menolak merupakan sebuah asumsi dari hasil diskusi.

Penolakan secara keras bukan berarti tidak menjadi pilihan. Efek kontras pun muncul saat pertimbangan sosial terjadi di dalam diri informan. Ganis mengakui bahwa argumentasinya pernah membuat

pertemanannya dengan seseorang di media sosial berakhir.

“Banyak orang meremehkan *mental health issues*. Ada yang menyederhanakannya jadi depresi saja, ada pula yang malah menganggapnya sama dengan gila. Saya tidak bisa membiarkan orang dengan pemikiran seperti itu karena dia tidak mengalami apa yang saya alami.”

Perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial dan isu tertentu merupakan hasil proses penilaian yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses ”menilai” isu atau objek sosial tersebut menurut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka rujukan inilah yang pada gilirannya menjadi ”jangkar” untuk menentukan bagaimana seseorang memposisikan suatu pesan persuasif yang diterimanya. Tindakan memposisikan dan menyortir pesan yang dilakukan oleh alam bawah sadar terjadi sesaat setelah proses persepsi. Di sini setiap gagasan baru yang menerpa dinilai dengan cara membandingkannya dengan sudut pandang saat itu.

Dengan kata lain teori penilaian sosial menyatakan bahwa perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang

menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

4. PENUTUP

Simpulan Implikasi literasi media dalam perubahan perilaku masyarakat kota Pontianak dalam menanggapi kabar bohong terlihat pada sikap individu yang mampu menahan diri untuk tidak dengan mudah membagikan suatu kabar kepada pihak lain walaupun kabar itu dianggap menarik. Sikap menahan diri ini muncul ketika mereka menandai ciri-ciri berita bohong pada suatu pesan.

Walaupun nilai-nilai mengenai anti misinformasi dan disinformasi telah dimiliki para individu, ternyata tidak selalu merespon stimulus berupa kabar bohong dengan cara yang sama. Hal ini bukan disebabkan oleh manipulasi yang dibuat kabar bohong mampu mengelabui mereka, melainkan karena kabar tersebut juga disebarkan oleh pihak-pihak lain yang belum memiliki nilai-nilai serupa, yang tidak mungkin bisa ditahan lajunya oleh para individual yang paham literasi media.

Mengacu pada teori penilaian sosial, kesesuaian rujukan nilai yang dimiliki individu dengan ide yang ditawarkan oleh kabar bohong, khususnya berkaitan dengan adanya persuasi karena kesamaan kepentingan dan minat tidak selalu berujung pada penerimaan ide. Individu melakukan penyaringan pesan dan hanya mau

menyebarkan ide yang memang telah diyakini akurat dan tidak merugikan pihak lain. Hal ini menempatkan individu di dalam wilayah garis lintang nonkomitmen.

Di lain pihak, ketidaksesuaian rujukan nilai yang dimiliki individu dengan ide yang ditawarkan oleh kabar bohong, baik diperkuat oleh keterlibatan ego maupun tidak, bermuara pada beberapa jenis perilaku:

1. Berdiam diri, tidak secara aktif menyuarakan ketidaksetujuan, namun memilih diam demi menjaga hubungan sosial, yang membawa individu justru berada di dalam wilayah garis lintang penerimaan.
2. Kompromi, melakukan diskusi untuk mencapai kesepakatan mengenai fakta dan data yang akurat, yang juga membawa individu berada di dalam wilayah garis lintang penerimaan.
3. Penolakan aktif, mengajukan argumentasi dengan tujuan agar ide individu balik diterima oleh lawan, yang membawa individu berada di dalam wilayah garis lintang penolakan.

Saran Literasi media merupakan keterampilan yang wajib dimiliki oleh semua orang di era berbagi informasi saat ini. Sebagian orang sudah menyadarinya dan berupaya mempelajari keterampilan ini secara mandiri dengan cara banyak membaca. Pelatihan-pelatihan keterampilan mengenainya

harus terus digiatkan terutama melalui sekolah-sekolah dan kampus-kampus.

Para pegiat literasi media juga perlu mendorong para partisipan kegiatan literasi media tidak berhenti hanya pada secara pasif menahan diri untuk tidak menyebarkan berita bohong saja, justru secara aktif menyebarkan kesadaran mereka mengenai literasi media ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2017). *Infografis Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Diakses dari <http://apjii.id> pada 10 Mei 2018.
- bbcindonesia.com. (2018). *Ungkapan 'hoax membangun' ketua Badan Siber Djoko Setiadi yang 'hanya pancingan'*. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42563616> pada 1 September 2018.
- fisip.untan.ac.id. (2017). *Literasi Media Bersama HIMAKOM*. Diakses dari <http://fisip.untan.ac.id/index.php/2017/10/05/literasi-media-bersama-himakom/>
- Griffin, Em. (2002). *A First Look at Communication Theory*. 5th ed. New York: McGraw-Hill.
- Hartono, Dudi. (2018). *Era Post-Truth: Melawan Hoax dengan Fact Checking. Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan*. Diakses dari <http://repository.fisip-untirta.ac.id/952/1/Naskah%205.pdf> pada 1 September 2018.
- Ireton, Cheryl and Julie Posetti (Ed.). (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*, France: UNESCO.
- Kriyantono, Rachmat. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Mastel. (2017). *Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional*. Diakses dari <http://mastel.id> pada 10 Mei 2018.
- Miles, Matthew B. & Huberman, A Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : UI Press
- mimbaruntan.com. (2017). *Ketua AJI Pontianak Sampaikan Tips Lawan Hoaks*. Diakses dari <http://mimbaruntan.com/ketua-aji-pontianak-sampaikan-tips-lawan-hoax/>
- Molteni, Megan. 2018. *When WhatsApp's Fake News Problem Threatens Public Health*. Diakses dari <https://www.wired.com/story/when-whatsapps-fake-news-problem-threatens-public-health/> pada 10 Mei 2018.
- Oxtora, Rendra (2017). *Workshop anti hoax di Pontianak*. Diakses dari <https://kalbar.antarane.ws.com/berita/360924/workshop-anti-hoax-di-pontianak>
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- pontianakpost.co.id. (2017). *Galakkan Literasi Media, Sejumlah Organisasi Gelar Aksi Solidaritas*. Diakses dari <https://www.pontianakpost.co.id/galakkan-literasi-media-sejumlah-organisasi-gelar-aksi-solidaritas>
- Remotivi. (2016). *Savic Ali: Media-media Garis Keras Punya Semangat Mengimpor Konflik* <http://www.remotivi.or.id/wawancara/274/Savic-Ali:-Media-Media-Garis-Keras->

- Punya-Semangat-Mengimpor-Konflik pada Diakses pada tanggal 1 April 2018.
- safenetvoice.org. (2018). *Laporan Kegiatan Bulan #AmanInternetan Pontianak: Menjegal Mata-Mata di Kantong Kita*. Diakses dari <http://id.safenetvoice.org/2018/03/laporan-bulan-amaninternetan-pontianak-menjegal-mata-mata-di-kantong-kita/>
- sinarharapan.net. (2017). *Provinsi Kalbar Gelar Kampanye Lawan Hoax*. Diakses dari <http://sinarharapan.net/2017/03/provinsi-kalbar-gelar-kampanye-lawan-berita-hoax/>
- Sholih, Mufti. (2018). *Memangnya Ada Hoax yang Positif dan Membangun?* Diakses dari <https://tirto.id/memangnya-ada-hoax-yang-positif-dan-membangun-cCKb> pada 1 September 2018.
- Sudarso. (2006). *Prosedur Penelitian*. Dalam Suyanto & Sutinah (ed). *Metode Penelitian Sosial*. Hal 53-56. Jakarta: Kencana Media Prenada Group.
- Taba, Abdul Salam. (2018). *Hoax Membangun?* Diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-3804390/hoax-membangun> pada 10 Mei 2018.
- teraju.id. (2017). *108 Peserta Pontianak Ikuti Workshop Literasi Media Melawan Radikalisme dan Terorisme*. Diakses dari <http://teraju.id/berita/108-peserta-pontianak-ikuti-workshop-literasi-media-melawan-radikalisme-dan-terorisme-4861/>
- turnbackhoax.id. (2018). *AJI Pontianak Gelar Pelatihan Anti Hoaks di RRI*. Diakses dari <https://turnbackhoax.id/2018/04/16/berita-aji-pontianak-gelar-pelatihan-anti-hoaks-di-rri/>
- Sinaga, Edo. (2017). *Isu Hoax Penculikan Anak di Kalbar Makan Korban, Seorang Kakek Tewas Dihakimi Massa*. Diakses dari http://kbr.id/nasional/03-2017/isu_hoax_penculikan_anak_di_kalbar_makan_korban_seorang_kakek_tewas_dihakimi_massa/89442.html
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. (2018). The spread of true and false news online. *Science* 09 Mar 2018:Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
- We Are Social. (2018). *Digital in 2018 in Southeast Asia Part 2 - South-East*. Diakses dari <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464> pada 10 Mei 2018.
- Widhyatmoko, Danu. (2011). *Ponsel Lebih Dari Sekedar Alat Komunikasi*. *Jurnal Humaniora*, 2 (1), April, 360-367.
- Yusuf, Oik. (2017). *Perlawanan "Netizen" Lahirkan Masyarakat Anti-"hoax"*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2017/01/08/10495047/perlawanan.netizen.lahirkan.masyarakat.anti-.hoax> pada 10 Mei 2018.

REMAJA DAN PANDANGANNYA TERHADAP *CYBERBULLYING* PADA MEDIA *FACEBOOK*

Yunus Winoto¹, Adi Rahmat Sopian²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Email : yunuswinoto@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to determine the views of teenagers on cyberbullying activities on Facebook media. The study was conducted on high school students. In the context of communication there are two aspects that are examined in relation to cyberbullying activities, namely verbal and non verbal aspects with three indicators namely interactivity, connectivity and access. The method used in this study is quantitative with a descriptive survey approach. The theory used as a basis in examining this problem is the theory of radical change which measures how much the views of adolescents see cyberbullying activities. The population in this study were students and for the sampling technique using simple random sampling technique. Data analysis was performed using descriptive analysis techniques. Based on the results of the study, it was found that teenagers were seen from aspects of interactivity, connectivity and access which were generally quite good. Whereas seen from the form of communication in cyberbullying activities, teenagers are of the view that cyberbullying that is verbally treated will look more violent, cruel and more sadistic. Whereas if cyberbullying is conveyed by using non-verbal language, especially if it is presented using funny pictures and symbols even though it is still an act that is less commendable in the eyes of the teenagers, it will not be so painful for the person bullied. This research is expected to contribute to teenagers to wisely use social media, especially Facebook media.

Keywords: cyberbullying, adolescents, verbal and non-verbal language, facebook.

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini mulai berkembang dengan pesat sehingga perkembangan teknologi ini dapat menandai bahwa teknologi di Indonesia sudah menjadi bentuk kehidupan, salah satu kemajuan teknologi yang sangat berkembang di masyarakat adalah Internet karena Internet saat ini menjadi salah satu sarana informasi dan komunikasi. Bukan hal tabu lagi bagi masyarakat dengan kehadiran internet karena internet sangat membantu manusia dalam menjalankan aktivitasnya, dengan kehadiran

internet itu sendiri berbagai informasi pun dapat diperoleh dengan waktu dan tempat yang tidak dibatasi sehingga internet dapat diakses di mana saja.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2014) dalam jurnal Yuniarin Putri Haryanto yang dilakukan pada bulan 1 November 2014 sampai 28 Februari 2015 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet sebesar 71,2 juta pada tahun 2013 menjadi sebesar 88,1 juta pada tahun 2014-2015 ini, dari jumlah pengguna internet tersebut 84.7% adalah pengguna aktif media sosial. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh hasil

riset dari *We Are Social* pada tahun 2016 menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 88,1 juta pengguna internet aktif dan 79 juta nya adalah pengguna media sosial aktif, dimana 85% mengakses media sosial menggunakan perangkat *mobile* atau *handphone*, dari hasil riset tersebut menunjukkan bahwa hampir semua pengguna internet memiliki dan menggunakan media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online yang memudahkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Saat ini media sosial yang berkembang di masyarakat cukup banyak, antara lain, Instagram, Facebook, Twitter, Google+, Tumblr, You Tube, Blog, Path, dan lain-lain. Menurut Liputan6.com yang di muat pada tanggal 21 april 2017 dalam artikel yang di tulis oleh Jeko Jeko I.R Indonesia menduduki peringkat ke-4 di dunia dengan pengguna Facebook paling aktif. Hal ini diungkap dari laporan riset *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dirilis di Lin kedIn, Jumat (21/4/2017). Facebook diklaim kian mendominasi jagat media sosial di dunia. Sampai saat ini, raksasa media sosial milik Mark Zuckerberg itu sudah mengantongi 1.968 miliar pengguna aktif. Sebanyak 89 persen di antaranya mengakses *via smartphone* dan 61 persen mengakses Facebook setiap harinya. Setelah dipecah berdasarkan gender, 44 persen pengguna adalah wanita dan 56 persen merupakan pria

Facebook telah menjadi bagian dari gaya hidup yang mana gaya hidup diciptakan dari aktivitas rutin setiap orang (Reyns, 2010). Withall dalam (Sheldon, 2008) yang dikutip oleh Siti Nurjanah pada tahun 2014, mengungkapkan bahwa murid-murid menjadikan Facebook sebagai *Social Bible* atau menjadi pedoman dalam kehidupan sosial yang penting untuk mencari informasi dan berhubungan dengan teman sekelas, orang yang ditaksir, teman yang sudah lama mereka tidak ditemui, hingga orang yang baru mereka kenal. Konten-konten dalam facebook terdiri dari artikel, berita, video, dan lain sebagainya. Konten facebook memiliki sifat positif dan negatif. Konten yang bersifat negatif itu dapat memicu terjadinya tindakan bullying atau yang lebih dikenal dengan istilah *cyberbullying*. Konten negatif tersebut dapat berupa komen-komen negatif terhadap suatu artikel atau tulisan yang di posting dalam suatu akun facebook (Hate speech), gambar-gambar atau foto editan yang bersifat mengejek atau menjatuhkan seseorang, berita-berita yang belum tentu benar kebenarannya dan lain sebagainya. Sedangkan konten yang bersifat positif dalam facebook yaitu bertambahnya pertemanan, mempromosikan produk/jasa, dan lain sebagainya.

Bully juga memiliki arti yaitu tindakan menyakiti orang lain baik itu secara fisik maupun psikologis, yang seringkali dilakukan oleh individu atau kelompok yang lebih kuat

atau berkuasa. Korban bully akan merasa sangat tertekan dan banyak korban bully berakhir dengan bunuh diri. Menurut Ken Rigby (2008), Bully adalah sebuah hasrat untuk menyakiti, hasrat ini diperlihatkan dalam sebuah aksi dan menyebabkan seseorang menderita. Aksi ini dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang lebih kuat, tidak bertanggung jawab, biasanya berulang dan dilakukan dengan perasaan senang.

Cyberbullying merupakan bentuk perilaku mengintimidasi atau mengejek melalui sarana teknologi atau dunia maya (*cyber*) yang dilakukan secara berulang yang menyebabkan ketidaknyamanan pada orang lain (korban *cyberbullying*). Menurut Patchin dan Hunduja (2012) mengemukakan bahwa korban bully di media sosial berkemungkinan besar menjadi korban bully juga di sekolah. *Cyberbullying* kini banyak dilakukan oleh para remaja terutama dalam media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path dan masih banyak lagi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh www.knowthenet.org.uk, mendapatkan hasil bahwa media sosial Facebook menempati posisi tertinggi sebagai media atau tempat untuk melakukan tindakan *cyberbullying* yaitu sebesar 87%. Menurut hasil penelitian ini juga dikatakan bahwa sebanyak 49% remaja diketahui menjadi korban *bully* pada dunia nyata sedangkan 65% dari mereka adalah korban dari *cyberbullying* (Akbar, 2015, 4). Hal ini dikarenakan internet atau media sosial bisa

dilihat dan diakses oleh semua orang di seluruh dunia, sehingga menimbulkan tekanan yang lebih besar pula dibandingkan dengan bully biasa yang hanya diketahui di lingkungan sekitar saja, biasanya korban *cyberbullying* dilakukan oleh remaja.

Remaja pada saat ini menganggap bahwa dunia maya merupakan dunia bagi mereka untuk bisa berekspresi, mengutarakan pendapat, menuangkan perasaan dalam bentuk kekaguman, kesukaan ataupun ketidaksukaan dan bahkan kemarahan terhadap suatu hal tertentu. Bentuk ekspresi tersebut dapat berupa tulisan, gambar, foto ataupun bentuk audio visual. Remaja merasa bebas untuk menuliskan atau berkomentar apa saja pada media sosial tanpa memikirkan akibat yang mungkin akan timbul dari hasil tulisan atau komentar mereka. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pengawasan dari orang tua atau bahkan bentuk pembiaran dari orang tua dan atau bahkan ketidaktahuan orang tua terkait dengan kegiatan anak-anak remaja di media sosial, dan juga kurangnya *self-control* dari remaja itu sendiri. *Cyberbullying* ini dapat terjadi karena kurangnya pemahaman remaja dalam menggunakan internet yang baik dan benar. Dampak lain dari ketidakpahaman ini bisa berhubungan langsung pada sikap dan tindakan mereka. *Cyberbullying* juga terjadi dikarenakan pengalaman-pengalaman yang dilihat dan didengar dari tontonan di televisi yang bernada hinaan dan hujatan.

Tindakan *cyberbullying* pada media sosial tidak mengarah kepada perempuan atau laki-laki saja, dengan kata lain *cyberbullying* tidak mengenal jenis kelamin (*gender*). Juvonen (2008) dan Patchin & Hinduja (2012) menyatakan bahwa *cyberbullying* tidak mengenal jenis kelamin. Dalam pemaparan Lindfors et al (2012), beberapa penelitian menunjukkan keseimbangan dalam hal siapa yang menjadi korban *cyberbullying* baik laki-laki maupun perempuan.

Menurut Ayunintgyas (2013), perilaku *cyberbullying* di Indonesia sebenarnya adalah masalah baru seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Belum banyak penelitian yang memfokuskan diri untuk mengangkat masalah ini sehingga kasus *cyberbullying* ini juga tidak dapat terungkap kepermukaan seluruhnya, padahal dampak kasus ini cukup berbahaya. Dampak *cyberbullying* hampir sama dengan bullying tradisional bahkan dampaknya bisa lebih dari tradisional bullying.

Menurut kasus *cyberbullying* pada Facebook, komunikator adalah pelaku *cyberbullying* dan komunikan adalah korban *cyberbullying*. Pesan dalam kasus *cyberbullying* adalah interaksi teks antara dua belah pihak. Teks dalam sosial media Facebook dapat dikirimkan melalui pesan personal, komentar maupun status. Pesan inilah yang menjadi dominan dalam perilaku *cyberbullying* yang dilakukan remaja di Facebook. Pesan

menjadi medium utama dalam mengirimkan serangan verbal pelaku terhadap korban.

Komunikator mempunyai cara sendiri dalam mengkode pesan dan tiap komunikator berbeda dalam mengemas pesan. Begitu juga dengan komunikan mempunyai cara sendiri dalam bereaksi terhadap pesan. Tiap komunikator juga berbeda dalam menggunakan kata-kata dalam pesannya sehingga membentuk kategori *cyberbullying* yang berbeda satu sama lain.

Melihat fenomena ini, dapat terlihat bahwa kegiatan *cyberbullying* dapat terjadi akibat ketidaktahuan seseorang dalam menggunggah suatu konten yang dapat menimbulkan tindakan *cyberbullying*. Oleh karena itu, sebaiknya pengguna media facebook lebih bisa memilih konten mana yang seharusnya diunggah, sehingga tidak terjadi tindakan *cyberbullying*. Berkaitan dengan hal ini peneliti terkait untuk mengkaji pandangan remaja terhadap kegiatan *cyberbullying* pada media facebook.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survey. Adapun mengenai penelitian survey yaitu suatu metode dalam penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok". (Singarimbun 1989, 3). Populasi dalam penelitian ini adalah para siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Rancaekek dengan teknik pengambilan sampel menggunakan

simpel random sampling. Untuk teknik pengambilan sampelnya dilakukan melalui angket, wawancara, observasi serta melalui studi kepustakaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana yang telah dikemukakan di awal tulisan ini, penelitian ini bermaksud mengkaji tentang pandangan para remaja terhadap kegiatan *cyberbullying* pada media sosial facebook. Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan teori perubahan radikal. Adapun mengenai teori perubahan radikal ini menurut Eliza T. Dresang (1981) di latar belakang dari aspek informasi kekinian yang dengan nyata menguasai alam pemikiran dan aktivitas masyarakat saat ini sehingga informasi itu lebih bersifat global dan untuk mendapatkannya cukup berbasis elektronik, seperti internet.

Masih tentang teori Perubahan Radikal (radical change theory) yang di kembangkan Eliza T. Dresang memiliki tiga konsep yang dapat mempengaruhi perilaku anak muda atau remaja, yakni :

- 1) *Interaktivitas*, yakni aktivitas interaktif anak muda baik bertatap muka secara langsung maupun tidak langsung (menggunakan media). Disini interaktivitas dipandang sebagai suatu 'event' yang melibatkan 'pemakai, media dan informasi'. Sedangkan William Rice dan Rogers

mendefinisikan interaktivitas adalah sebagai derajat dimana partisipan dalam proses interaksinya tetap memiliki kontrol, dan dapat bertukar peran dalam aspek mutual discourse (Jancowski dan Hansen, 1996). Dalam teori perubahan radikal (radical change theory), konsep interaktivitas itu dinamis, dan sejalan dengan pandangan masyarakat dan budaya.

- 2) *Konektivitas*, lebih dikaitkan dengan konsep ruang dan waktu dalam terjadinya suatu peristiwa, atau bersifat kausalitatif (sebab-akibat). Konektivitas itu didasari oleh suatu kesadaran dan pengembangan sosial yang menghubungkan suatu kelompok dengan kelompok lain, sehingga memiliki jangkauan yang semakin luas
- 3) *Akses*, yakni kemudahan yang dimiliki seseorang ataupun society (masyarakat) untuk mendapatkan informasi publik dengan cepat.

Dari ketiga indikator di atas yakni interaktivitas, konektivitas dan akses terhadap media sosial facebook terungkap bahwa :

1. Aspek Interaktivitas

Dilihat dari aspek interaktivitas remaja yang menggunakan media facebook berkaitan dengan *cyberbullying* termasuk dalam kategori

cukup. Hal ini terlihat pada tabel sebagai berikut :

Table 1 : Aspek Interaktivitas

| Sub Variabel | Kategori | f | % |
|----------------|----------|-----------|------------|
| Interaktivitas | Buruk | 19 | 22.6 |
| | Cukup | 47 | 56.0 |
| | Baik | 18 | 21.4 |
| Jumlah | | 84 | 100 |

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 84 orang responden yang disajikan pada tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa para remaja sebenarnya tidak menyukai kegiatan atau aktivitas yang bersifat *cyberbullying* yang dilakukan melalui media facebook. Hal ini sangat beralasan karena hakekatnya setiap orang juga tidak mau diperlakukan tidak baik apalagi di *bullying* oleh orang lain.

Berbicara tentang pengertian *bullying* sebenar berasal dari asal kata *bully*, yakni mengacu pada pengertian adanya “ancaman” yang dilakukan seseorang terhadap orang lain yang menimbulkan gangguan psikis bagi korbannya berupa stress yang muncul dalam bentuk gangguan fisik atau psikis, atau keduanya. Menurut Ken Rigby dalam (Astuti 2008 ; 3, dalam Ariesto, 2009 ; Ela Zain, 2017) *bullying* adalah “sebuah hasrat untuk menyakiti. Aksi ini dilakukan secara langsung oleh seseorang atau kelompok yang lebih kuat, tidak bertanggung jawab, biasanya berulang, dan dilakukan dengan senang.

Lebih jauh tentang pengertian *bullying* merujuk pada batasan yang dikemukakan Komisi Nasional Perlindungan Anak adalah kekerasan fisik dan psikologis berjangka panjang yang dilakukan seseorang atau kelompok terhadap seseorang yang tidak mampu mempertahankan diri. Dapat dikatakan pula *bullying* adalah tindakan yang dilakukan seseorang secara sengaja membuat orang lain takut atau terancam sehingga menyebabkan korban merasa takut, terancam, atau setidaknya tidak bahagia. Dalam konteks ini juga *bullying* dikategorikan sebagai perilaku antisosial atau *misconduct behavior* dengan menyalahgunakan kekuatannya kepada korban yang lemah, secara individu ataupun kelompok, dan biasanya terjadi berulang kali. *Bullying* dikatakan sebagai salah satu bentuk delinkuensi (kenalakan anak), karena perilaku tersebut melanggar norma masyarakat, dan dapat dikenai hukuman oleh lembaga hukum.

Kemudian jika dilihat dari bentuknya *bullying* dapat dikelompokkan dalam tiga kategori, yaitu :

- a) *Bullying* fisik, meliputi tindakan: menampar, menimpuk, menginjak kaki, menjegal, meludahi, memalak, melempar dengan barang, serta menghukum dengan berlari keliling lapangan atau *push up*.
- b) *Bullying* verbal, terdeteksi karena tertangkap oleh indera pendengaran, seperti memaki, menghina, menjuluki, meneriaki, memalukan di depan umum, menuduh, menyebar gossip dan menyebar fitnah.

c) *Bullying* mental atau psikologis, merupakan jenis *bullying* paling berbahaya karena *bullying* bentuk ini langsung menyerang mental atau psikologis korban, tidak tertangkap mata atau pendengaran, seperti memandang sinis, meneror lewat pesan atau sms, memperlakukan, dan mencibir.

Apabila di atas dikemukakan bullying, maka pengertian *cyberbullying* adalah segala bentuk kekerasan yang dialami anak atau remaja dan dilakukan teman seusia mereka melalui dunia *cyber* atau internet. *Cyberbullying* adalah kejadian manakala seorang diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan orang lain melalui media internet, teknologi digital, atau telepon seluler. Misalnya pelaku dengan sengaja dan sadar memosting di FB atau mention ke *twitter* lawan untuk mencomoooh atau mengintimidasi (Nasrullah, 2015 : 188).

2. Aspek Konektivitas

Setelah mengetahui akibat dari adanya *cyberbullying* sebagai suatu tindakan yang buruk langkah selanjutnya adalah untuk menegetahui seberapa besar pengaruh internet dalam aksi *cyberbullying* dilihat dari sisi verbal maupun non verbal. Adapun dari tabel di bawah ini terungkap bahwa :

Table 2 : Aspek Konektivitas

| Sub Variabel | Kategori | f | % |
|---------------|----------|-----------|------------|
| Konektivitas | Buruk | 18 | 21.4 |
| | Cukup | 51 | 60.7 |
| | Baik | 15 | 17.9 |
| Jumlah | | 84 | 100 |

Tabel di atas, menjelaskan tentang pandangan respondeng mengenai kegiatan *cyberbullying* pada media facebook dilihat dari aspek komunikasi verbal dan non-verbal. Berdasarkan hasil penyebaran angket terhadap 84 orang responden terungkap bahwa bahwa sebagian besar responden atau sebanyak 51 (60.7%) menunjukkan aspek pendekatan atau metode yang digunakan termasuk dalam kategori cukup baik, sebanyak 18 orang (21.4%) berada pada kategori buruk serta sisanya yakni sebanyak 15 orang lagi atau sekitar (17.9%) berada dalam kategori baik. Jadi berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa untuk Konektivitas yakni pandangan remaja terhadap kegiatan *cyberbullying* pada media *Facebook* dilihat dari sisi verbal dan non-verbal tersebut dapat dikatakan cukup baik, karena sebagian orang lebih tidak suka terhadap kegiatan *cyberbullying* akan tetapi untuk pilihan verbal dan non-verbal para remaja lebih cenderung lebih menyukai kegiatan *cyberbullying* yang berbentuk non verbal.



Gambar 1 : Bahasa Nonverbal dalam Cyberbullying Media Facebook

Berbicara tentang perilaku cyberbullying hakekatnya adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang pada orang lain. Berkaitan dengan hal ini Onong Ucjhana Effendy (2000 : 13) mengartikan komunikasi adalah suatu proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang di harapkan. Dalam konsep komunikasi dikenal adanya istilah komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.

Pengertian komunikasi verbal adalah komunikasi yang didasarkan pada interaksi antarmanusia yang menggunakan kata-kata lisan atau tertulis secara sadar dan dilakukan untuk berhubungan dengan manusia lain

(Deddy Mulyana, 2002). Komunikasi verbal bisa juga bermuatan konten negatif salah satunya *Cyberbullying*, seperti dalam penelitian ini yaitu dapat dilakukan melalui tulisan, contohnya mengomentari orang lain, membuat kata-kata hinaan, pendapat yang merendahkan, dan pemberian nama negative terhadap orang lain.

Masih tentang perilaku cyberbullying, selain melalui komunikasi verbal kegiatan cyberbullying juga dapat dilakukan melalui komunikasi atau pesan non verbal. Adapun komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan isyarat bukan kata-kata (Mulyana 2010, 343). Sedangkan Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Samovar and Porter 1991, 179).

3. Kemudahan Akses Informasi

Aspek ketiga dalam perilaku *cyberbullying* melalui media facebook adalah berkaitan dengan kemudahan akses informasi. Hal ini berkaitan dengan kemudahan dalam mengases informasi serta kemudahan dalam menyebarkan informasi pada orang lain. Berkaitan dengan aspek kemudahan akses informasi ini dapat dikemukakan pada tabel sebagai berikut.

Table 3 : Kemudahan Akses

| Variabel | Kategori | f | % |
|---------------|----------|-----------|------------|
| AKSES | Buruk | 18 | 21.4 |
| | Cukup | 49 | 58.3 |
| | Baik | 17 | 20.2 |
| Jumlah | | 84 | 100 |

Tabel di atas menjelaskan tentang padangan responden berkaitan perilaku cyberbullying pada media facebook kaitannya dengan kemudahan dalam mengakses informasi baik pesan yang bersifat verbal maupun pesan-pesan yang bersifat non verbal. Dari tabel tersebut terungkap bahwa sebagian besar responden berpandangan bahwa dengan adanya kemudahan dalam mengakses informasi melalui media facebook responden bisa dengan mudah menyebarkan konten-konten apa saja yang ingin mereka kirim termasuk konten *cyberbullying* verbal maupun non verbal, untuk hasil yang didapatkan dari kusioner yang dibagikan konten non-verbal lebih disukai karena konten non-verbal memuat konten hinaan yang sudah termanipulasi dengan warna, gambar, tanda dan simbol yang lebih bisa diterima dikarenakan memiliki artian dan/atau pemaknaan yang lebih terbuka.



Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat dikemukakan perilaku Cyberbullying pada media facebook dalam padangan remaja dipengaruhi oleh tiga hal yakni interaktivitas diantara orang-orang yang terlibat berinteraksi dalam media facebook, konektivitas serta kemudahan akses informasi. Semakin mudah akses informasi akan semakin

mudah seseorang dalam menerima dan juga menyebarkan pesan-pesan cyberbullying pada orang lain. Sedangkan mengenai pesan komunikasi yang disampaikan dalam cyberbullying menurut pandangan para remaja akan lebih pesan-pesan yang bersifat verbal akan lebih terasa kasar, vulgar dan terasa sangat kejam jika dibandingkan perilaku cyberbullying yang disampaikan melalui pesan-pesan non verbal.

4. PENUTUP

Hadirnya media sosial seperti media facebook telah memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Orang akan dengan mudah untuk mengakses informasi dan menyebarkan pada orang lain termasuk informasi yang bersifat bullying. Berkaitan dengan hal tersebut berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kegiatan *cyberbullying* dalam media facebook dipengaruhi oleh tiga hal yakni interaktivitas yakni seberapa besar proses interaksi diantara para pengguna facebook; konektivitas yakni berkaitan dengan kemampuan dan jangkuan akses diantara pengguna facebook. Hal ini juga terkait dengan beberapa kelebihan dari media facebook yang terkait dengan masalah konektivitas, serta kemudahan akses informasi. Dengan kata lain semakin

mudah dalam mengakses informasi melalui media facebook maka akan semakin mudah seseorang dalam menerima dan menyebarkan informasi-informasi yang bersifat bullying.

- 2) Kemudian berkaitan dengan pesan-pesan verbal dan non verbal kaitannya dengan perilaku *cyberbullying*, menurut pandangan para remaja cyberbullying pada media facebook yang disampaikan melalui pesan-pesan yang bersifat verbal akan terasa kasar, vulgar dan terasa lebih menyakitkan dibandingkan dengan pesan yang disampaikan secara non verbal, karena *cyberbullying* yang disampaikan dalam bentuk non verbal bisa dikemas dalam bentuk gambar, meme dan simbol-simbol lainnya sehingga tidak akan begitu terasa pada orang yang menerimanya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad Alam dan Praharsiwi Utari.(2015). Cyberbullying pada Media Sosial (Studi Analisis isi tentang Cyberbullying pada Remaja di Facebook). *Jurnal Komunikasi Massa*, ISSN. 1411-268x Vol. 1. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta. <http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf/>
- Arifin, Hasnul. (2009). *Nongkrong Asyik di Internet Dengan Facebook*. Jakarta: Buku Kita.
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Hall, Stuart. (2002). *Encoding and Decoding in*

- Television Discourse. Birmingham, England: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham*
- Hertz MF, David-Ferdon C. *Electronic Media and Youth Violence: A CDC Issue Brief for Educators and Caregivers*. Atlanta (GA): Centers for Disease Control; 2008.http://www.cdc.gov/ncipc/dvp/YVP/electronic_aggression
- Liliweri, Alo. 1994. *Komunikasi Verbal Dan Nonverbal*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Maya, N. (2015). Fenomena cyberbullying di kalangan pelajar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(3), 443–450. Diambil dari [http://digilib.unila.ac.id/25131/8/SKRIPSI TANPA BAB PEMBAHASAN.pdf](http://digilib.unila.ac.id/25131/8/SKRIPSI_TANPA_BAB_PEMBAHASAN.pdf)
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung Rosda karya.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosda karya, 2010.
- Nasrullah, R. (2013). *Cybermedia*. Yogyakarta : IDEA Press.
- Nasrullah,R. (2015). *Media Sosial*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nurjanah, S. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Siswa SMAN 12 Pekanbaru, 1(2), 1–8. Diambil dari <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-paper-24346-5208100061-Paper.pdf>
- O’Keefe, B. J. dan Bruce L. L. (1988). *Effect of Message Design Logic on The Content and Communication of Situation Presentasion*. Indiana : University of Illinois
- Patchin, Justin W dan Sameer Hinduja. (2006). Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cybebrullying. Florida Atlantic University. *Youth Violence and Juvenile Justice*, Vol.4 No. 2 h.148169.https://www.researchgate.net/profile/Sameer_Hinduja/publication/258201014_Bullies_Move_Beyond_the_Schoolyard_A_Preliminary_Look_at_Cyberbullying/links/554cbf9b0cf29f836c99ea10.pdf/
- Pearson, Judy. *Human Communication*. New york: Mc Graw Hill Companies, 2003.
- Prijana, Wina Erwina dan Yunus Winoto. (2017). *Model & Teori Ilmu Informasi dan Perpustakaan*. Bandung : Unpad Press
- Purwanto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, Fanny Aulia. (2014). Opini Siswa terhadap Cyberbullying di Media Sosial. Medan: Universitas Sumatera Utara.
[http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf/](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf)
- Riyantoro, B. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih, 5, 8–9. Diambil dari www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/download/923/813
- Rohman, F. (2016). Analisis Meningkatnya Kejahatan Cyberbullying Dan Hatespeech Menggunakan Berbagai Media Sosial Dan Metode Pencegahannya. *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan*, 387. Diambil dari <http://konferensi.nusamandiri.ac.id/prosiding/index.php/snipstek/article/view/45>
- Samovar, Laar A., and Richard E. Porter. *Communication Between Culture*. Belmont: Wadsworth, 1991.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Zittrain, J.L. "Reflections on internet culture." *Journal of Visual Culture* 13, no. 3 (2014): 383-394.
- Setyawati, I. (2016). Pengaruh Cyberbullying di Media Sosial ASK.FM Terhadap Ganggana Emosional Remaja. Diambil dari [http://digilib.unila.ac.id/25131/8/SKRIPSI TANPA BAB PEMBAHASAN.pdf](http://digilib.unila.ac.id/25131/8/SKRIPSI_TANPA_BAB_PEMBAHASAN.pdf)
- Utami, Y. C. (2014). Cyberbullying Dikalangan Remaja, 12. Diambil dari

journal.unair.ac.id/download-
fullpapers-kmmts73d7a00d3dfull.pdf

Zakiah, Ela Zain, S. H. (2017). Faktor yang mempengaruhi remaja dalam melakukan Bullying. *Penelitian Dan PPM*, 4, 324–330. Diambil dari <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/viewFile/14352/6931>.

PROSES DIFUSI INOVASI *E-AGRIBUSINESS* : REGOPANTES PADA *END-USER* KOMODITAS PERTANIAN DI JABODETABEK

Eki Yoan Meydora

Corporate Communication, STIKOM The London School of Public Relations

email: eymeidora@gmail.com

Abstract

This study analyzes the information dissemination process of RegoPantes, an e-agribusiness innovation to connect farmers to agricultural commodity users directly, thus cutting the long chain of distribution. RegoPantes is a platform developed by 8villages to help farmers receive fair price for every agricultural commodity they sell, with the aim to help improve the farmer welfare. The purpose of this study is to identify constraints faced by diffusion agencies that disseminate information about RegoPantes to the public specifically housewives as end users of agricultural commodities. This study uses descriptive qualitative methods to provide an in-depth understanding of the diffusion of RegoPantes. Data was collected through in-depth interviews and document studies. Based on the result of research known that 8villages chose a public relations approach that included press relations in disseminating information about RegoPantes. Although there have been many publications from various media, the adoption of innovations by end users of agricultural commodities is still not optimal.

Keywords: *e-agribusiness, agriculture, technology, innovation, diffusion of innovation, the process of diffusion of innovation*

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris, inovasi pada kegiatan di sektor agrikultural menjadi suatu kebutuhan bagi Indonesia. Iqbal (2017) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi untuk pertanian yang dikenal dengan istilah *agritech* atau *agricultural technology* sudah berkembang selama lebih dari satu abad terakhir. Namun, yang membuat *agritech* saat ini berbeda yaitu *environment business (iklim usaha)*. Iklim usaha yang sedang berkembang kini didominasi oleh teknologi informasi yang sangat kental. Hal ini ditunjukkan dengan kemunculan berbagai *agritech* berbasis teknologi informasi (Iqbal,2017).

Soekartawi (2007) menjelaskan bahwa teknologi informasi dan komunikasi yang memasuki kegiatan di sektor pertanian seperti proses produksi, panen, pasca panen, pemasaran dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan pertanian adalah cikal bakal munculnya istilah *e-agriculture* atau *e-*

agribusiness. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa *e-agriculture* atau *e-agribusiness* merupakan pemanfaatan teknologi internet pada sektor pertanian.

Latar belakang kemunculan *e-agribusiness* di Indonesia didorong dengan penggunaan internet yang masif di masyarakat. Berdasarkan data yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa dengan total populasi penduduk sejumlah 262 juta jiwa, Indonesia memiliki 143,26 juta pengguna internet. Dengan kata lain, sebanyak 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia merupakan pengguna internet (Widiastuti, 2018).

Laporan yang dipublikasi oleh Dailysocial.id menunjukkan bahwa lanskap startup digital sebagai perusahaan rintisan yang mengembangkan inovasi *e-business* atau *e-commerce* dalam berbagai sektor terus berkembang, termasuk pada sektor *e-*

agribusiness (Startup Report 2017, 2018). Beberapa startup mengembangkan platform yang terdiri dari aplikasi dan website untuk memfasilitasi kegiatan *e-agribusiness*, diantaranya adalah Eragano, iGrow, 8Villages, SayurBox, Simbah, Pantau Harga, Karsa, Kecipir, TaniHub, Lima Kilo, Sikumis, Crowde, dan PanenID (Pratama, 2017).

Diantara start up tersebut, 8Villages merupakan satu-satunya *start up* pengembang *e-agribusiness* yang telah diakui secara internasional oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui *International Telecommunications Union* (ITU) untuk mendukung akselerasi pembangunan dan kemajuan sosial-ekonomi, khususnya perwujudan Agenda Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Bentuk pengakuan tersebut diberikan melalui penghargaan PBB bagi inisiatif teknologi informasi dan komunikasi pada acara *World Summit on the Information Society (WSIS) Prize 2017*, yang dilaksanakan pada 12-16 Juni 2017 di Jenewa, Swiss (PBB Serahkan Penghargaan WSIS Prize, 2017).

Sebagai pengembang aplikasi yang fokus pada permasalahan di pedesaan, insiatif yang diusung 8Villages telah berkontribusi dalam menghadirkan inovasi berupa *e-agribusiness* yaitu RegoPantes, sebuah platform niaga elektronik yang menjembatani transaksi langsung antara petani dengan pengguna akhir atau *end user* (Syarif, 2017). Perbedaan RegoPantes dengan *e-agribusiness* yang dikembangkan oleh startup lain adalah *e-agribusiness* ini memiliki fitur yang memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi detail mengenai petani yang dibeli hasil panennya (wawancara pra riset, Oktober 2017). Selain itu,

Kelebihan RegoPantes adalah platform ini menawarkan harga komoditas pertanian yang lebih murah dibandingkan di pasar modern serta kesegaran prima karena waktu panen sampai rumah hanya dalam waktu 24 jam (Hidayat, 2017).

RegoPantes berasal dari bahasa Jawa yang berarti harga pantas. Sesuai dengan namanya, RegoPantes memberikan harga pantas untuk setiap komoditas pertanian yang diproduksi oleh petani (Santhika, 2018). Melalui RegoPantes petani langsung bertindak sebagai penjual, dimana komoditas pertanian yang akan dipanen dalam waktu dekat diposting melalui aplikasi RegoPantes langsung oleh petani (wawancara pra riset, 2017).

Bekerjasama dengan pemerintah provinsi Jawa Tengah, 8villages meluncurkan RegoPantes kepada petani pada 23 September 2017 di Magelang dengan disaksikan langsung oleh Menteri Pertanian, Andi Amran Sulaiman (Pribadi, 2017). Pasca peluncuran, dilakukan rangkaian sosialisasi cara menggunakan aplikasi RegoPantes kepada petani (Handayani, 2017). Sebulan pasca diluncurkan kepada petani, pada 23 Oktober 2017 8Villages berkolaborasi dengan BNI meluncurkan RegoPantes di Jakarta kepada *end user* termasuk ibu rumah tangga sebagai pengguna komoditas pertanian (Primus, 2017).

Tiga bulan setelah diluncurkan di Jakarta yaitu pada Januari 2018, baik website maupun aplikasi RegoPantes telah diakses oleh 8.004 pembeli dan 2.847 petani yang saling terkoneksi. Dengan transaksi yang berhasil dilakukan melalui RegoPantes adalah sebanyak 5.715 kg hasil tani dari Magelang, Batang, Brebes, dan Wonogiri (Kusdiantono, 2018).

Dalam memperkenalkan platform RegoPantes, 8Villages mengusung gerakan “Membeli Itu Membantu”. Melalui gerakan tersebut, 8Villages menghimbau masyarakat agar lebih menghargai kerja keras para petani. Melalui gerakan #MembeliituMembantu, RegoPantes mengajak publik untuk peduli pada petani dan masalah pertanian di Indonesia. Gerakan ini menyuarakan bahwa dengan membeli komoditas hasil pertanian melalui RegoPantes, bukan semata-mata merupakan tindakan pemenuhan kebutuhan fisik melainkan juga memiliki nilai sosial berupa kepedulian terhadap kesejahteraan petani di Indonesia (RegoPantes.com menghubungkan petani, 2017).

8villages mengklaim selain untuk kesejahteraan petani, gerakan tersebut juga menguntungkan dari sisi pembeli karena RegoPantes menawarkan harga komoditas pertanian yang lebih murah dibandingkan harga di pasar modern (Wulandari, 2017).

Berdasarkan penjelasan mengenai RegoPantes, maka pengguna inovasi *e-agribusiness* ini meliputi petani sebagai penyedia komoditas pertanian dan ibu rumah tangga sebagai *end user* atau pengguna akhir komoditas pertanian tersebut. Pada penelitian ini yang menjadi fokus utama yaitu pengguna akhir komoditas pertanian yaitu ibu rumah tangga yang memiliki kebiasaan pergi ke pasar dan berbagai gerai yang menjual komoditas pertanian untuk memenuhi kebutuhan akan sayur dan buah serta komoditas hasil tani lainnya.

Penelitian ini akan melihat bagaimana 8Villages sebagai salah satu *startup* yang mengembangkan *e-agribusiness* dalam memperkenalkan dan

menyebarkan informasi mengenai RegoPantes sebagai sebuah inovasi untuk membantu ibu rumah tangga sebagai *end user* dalam memperoleh komoditas pertanian. Selain itu penelitian ini juga akan menganalisa kendala-kendala apa saja yang dihadapi 8Villages dalam menyebarluaskan informasi mengenai inovasi yang ditawarkan (RegoPantes) agar dapat diterima dan diadopsi oleh ibu rumah tangga, yang sudah terbiasa memenuhi kebutuhan akan buah dan sayur dengan membeli langsung kepada pedagang. Bagaimanakah 8Villages menangani kendala-kendala tersebut juga akan dibahas pada penelitian ini.

Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut penting untuk diketahui, agar inovasi 8Villages dengan menghadirkan *e-agribusiness* yaitu RegoPantes dapat terus berkembang guna membantu meningkatkan kesejahteraan petani di pedesaan sesuai dengan misinya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menginvestigasi dan menggambarkan serta memberi pemahaman mengenai proses difusi inovasi *e-agribusiness*, RegoPantes, pada ibu rumah tangga. Metode penelitian ini dapat membantu memahami proses tersebut dengan menganalisa pandangan ibu rumah tangga yang berbeda-beda terhadap inovasi baru yang ditawarkan.

Metode penelitian kualitatif dipilih berdasarkan penjelasan Daymon dan Holloway (2008, p. 4) bahwa metode penelitian ini memiliki kemampuan yang baik untuk menghasilkan pemahaman dari perspektif para *stakeholder*, sehingga memungkinkan peneliti untuk melihat berbagai hal sebagaimana dilihat oleh para pelakunya.

Adapun informan pada penelitian ini terdiri dari Wilda Romadhona, Head of RegoPantes, Dickson Leo, public relations consultant yang membantu 8Villages dalam mengkomunikasikan RegoPantes, serta ibu rumah tangga sebagai penerima inovasi. Ibu rumah tangga yang dipilih untuk membantu memperoleh data pada penelitian ini memiliki kriteria yaitu wanita yang sudah menikah dengan usia 25 - 50 tahun, dan tinggal di sekitar daerah Jabodetabek, serta sudah pernah membeli komoditas pertanian melalui RegoPantes.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan peneliti melalui wawancara mendalam. Selain pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi literatur termasuk buku, artikel jurnal, berita di berbagai media, juga dokumen terkait topik penelitian, seperti data mengenai 8Villages di berbagai media baik cetak maupun elektronik.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah interaktif model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Teknik analisis ini menurut Pawito (2008, p.104) pada dasarnya terdiri dari komponen-komponen yaitu reduksi data, data display, pengambilan keputusan dan verifikasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pemeriksaan keterpercayaan data yaitu triangulasi sumber, dimana peneliti memeriksa keterpercayaan data melalui beberapa sumber data baik primer maupun sekunder.

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2018 – September 2018. Dalam jangka waktu tersebut, peneliti mendapatkan informasi mendalam dari informan. Tempat penelitian disesuaikan dengan ketersediaan informan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Severin dan Tankard (2001, p.247) menyimpulkan bahwa riset difusi merupakan penelitian proses sosial mengenai bagaimana inovasi-inovasi sosial (ide, praktik, dan objek baru) menjadi diketahui dan tersebar ke sistem sosial. Sesuai dengan pengertian tersebut, riset difusi inovasi *e-agribusiness* yang dilakukan oleh peneliti akan menganalisis bagaimana inovasi *e-agribusiness* yaitu RegoPantes menjadi diketahui dan tersebar kepada ibu rumah tangga sebagai bagian dari sistem sosial.

Sebagai perusahaan yang menawarkan inovasi baru dalam bidang teknologi pertanian, 8villages melakukan difusi inovasi atau penyebarluasan informasi mengenai *e-agribusiness*, RegoPantes. Berdasarkan pernyataan Head of RegoPantes yakni Wilda Romadhona, tujuan difusi inovasi yang dilakukan oleh 8villages adalah untuk meningkatkan jumlah pengadopsi atau pengguna RegoPantes.

Dalam proses difusi inovasi, terdapat istilah *change agent* atau agen perubahan. Severin dan Tankard (2001, p.251) menjelaskan bahwa *change agent* atau agen perubahan adalah seorang profesional yang berusaha untuk memengaruhi keputusan adopsi dalam arah yang menurutnya dikehendaki. Severin dan Tankard lebih lanjut menjelaskan bahwa *change agent* berperan sebagai perwakilan dari perusahaan yang mempromosikan inovasi kepada pengadopsi potensial.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan *change agent* yang berperan dalam penyebaran informasi mengenai RegoPantes yaitu divisi-divisi yang dipimpin oleh Wilda Romadhona selaku Head of RegoPantes. Selain itu, penyebaran informasi

juga dilakukan oleh pihak ketiga yaitu sebuah *public relations agency*. Pada penelitian ini pihak ketiga tersebut diwakili oleh Dickson Leo, selaku *public relations consultant* yang membantu aktivitas komunikasi 8villages dengan media.

Everett. M. Rogers (1983, p.11-24) mengungkapkan elemen-elemen yang terdapat pada difusi inovasi meliputi inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial. Berikut ini akan dijelaskan secara mendalam keempat elemen difusi inovasi pada penelitian mengenai teknologi baru dibidang pertanian *e-agribusiness* ini.

1. Inovasi

Rogers (1983,p.11) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit lain yang mengadopsinya. Selain itu, menurut Rogers (1983, p.138) kata "teknologi" sering digunakan untuk menyatakan inovasi.

E-agribusiness adalah wujud peran teknologi informasi dan komunikasi yang telah merambah kegiatan pertanian (Soekartawi, 2007). Di Indonesia *e-agribusiness* mulai berkembang sejak tahun 2016, ditandai dengan mulai diluncurkannya inovasi ini oleh para penggiat startup, dan berkembang hingga menjadi tren start up pada tahun 2017 (Jeko, 2017). Para penggiat *start up* menawarkan inovasi berupa *e-agribusiness* sebagai pasar online yang menghadirkan berbagai komoditas pertanian kepada *end user* atau pengguna akhir. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dinyatakan bahwa *e-agribusiness* tergolong baru berkembang di masyarakat terutama ibu rumah tangga pada saat ini.

Menurut Rogers (1983, p.135) proses perkembangan inovasi terdiri dari keputusan, aktivitas, dan dampak yang terjadi akibat dari identifikasi kebutuhan atau masalah melalui penelitian, pengembangan, dan komersialisasi sebuah inovasi, melalui difusi dan adopsi inovasi tersebut oleh pengguna.

Berikut ini akan dijelaskan tahapan perkembangan inovasi *e-agribusiness*, RegoPantes, sebelum diluncurkan kepada publik secara khusus ibu rumah tangga sebagai *end user*.

a. Kesadaran terhadap Masalah atau Kebutuhan

Wilda Romadhona selaku Head of RegoPantes mengungkapkan masalah yang menjadi perhatian 8villages hingga akhirnya mengembangkan RegoPantes sebagai solusi yaitu adanya ketidakadilan harga, baik di tingkat konsumen, maupun di tingkat petani. Misalnya pada saat lebaran tahun 2017, harga cabai di tingkat petani hanya tiga belas ribu, sedangkan harga cabai di Jakarta sekitar tujuh puluh hingga delapan puluh ribu. Terdapat ketimpangan harga yang cukup jauh.

Ketimpangan harga ini yang melatarbelakangi 8villages mencari solusi dalam bentuk inovasi untuk menghubungkan petani dengan pengguna akhir secara langsung sehingga petani dapat memperoleh harga pantas dari setiap komoditas pertanian yang dijual.

Selain data primer yang diperoleh dari hasil wawancara, peneliti juga melakukan studi dokumen untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang RegoPantes dikembangkan. Terdapat sebuah artikel pada media online yang mendeskripsikan bagaimana founder of

RegoPantes, Wim Prihanto termotivasi untuk mengembangkan inovasi ini.

Pada tahun 2015, harga jahe merah sedang turun membuat petani di lereng Gunung Sewu, Jawa Tengah, enggan untuk panen. Kondisi itu disampaikan oleh salah seorang teman kepada Wim Prihanto. Wim kemudian menawarkan ide untuk menjual jahe ke industri di daerah Solo, namun ditolak karena harga yang juga tidak bagus (Wulandari, 2018).

Berdasarkan penjelasan founder of RegoPantes maupun Head of RegoPantes tersebut maka dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang menjadi perhatian *e-agribusiness* ini adalah ketimpangan harga komoditas pertanian yang diperoleh petani dan dibayarkan oleh pembeli. Petani mendapatkan harga yang tidak layak untuk komoditas yang ditanam.

b. Penelitian

RegoPantes merupakan hasil karya dari penelitian terapan (*applied research*) tanpa melalui penelitian dasar (*basic research*). Hal ini disampaikan oleh Wim Prihanto, founder of RegoPantes pada kutipan media online bahwa pasca ide untuk menjual jahe ke industri di daerah Solo ditolak karena harga yang juga tidak bagus, Wim mengusulkan ide lain sebagai solusi untuk memasarkan jahe yaitu dengan mengadakan sebuah acara penjualan dengan harga yang pantas atau berkeadilan, Argo Fair Price. Hasilnya, dalam waktu dua minggu, event itu bisa menjual 250 kilogram (kg) jahe dengan harga pantas (Wulandari, 2018).

Pemasaran jahe merah tersebut merupakan bentuk validasi ide Wim Prihanto bahwa gagasan untuk membeli sekaligus membantu petani dapat dilakukan bersamaan. Wim selaku pelaksana kegiatan memberikan harga yang pantas, tidak terlalu kecil bagi petani tetapi juga tidak tinggi kepada konsumen (Wulandari, 2018).

Penjelasan tersebut juga dikonfirmasi oleh Head of RegoPantes pada wawancara yang telah dilakukan, bahwa pada awalnya sudah ada prototipe bisnis secara offline selama dua tahun sejak 2015, yang dicoba ke konsumen juga kepada petani.

Ternyata membawa hasil yang positif untuk kedua belah pihak.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa RegoPantes berangkat dari penelitian terapan dengan tujuan untuk memecahkan masalah sosial. Acara Argo Fair Price merupakan wujud penerapan model bisnis secara offline sebagai bentuk validasi ide bisnis sebelum diterapkan secara online.

c. Pengembangan

Pada tahap pengembangan, ide bisnis baru yang sudah divalidasi selama dua tahun tersebut dikembangkan menjadi platform yang terdiri dari website dan aplikasi, seperti yang diungkapkan oleh Head of RegoPantes dalam wawancara maupun founder of RegoPantes dalam kutipan artikel di media. Ide bisnis tersebut dikembangkan dalam bentuk aplikasi untuk petani, dimana petani dapat memposting sendiri komoditas pertanian yang ingin dijual, dan website untuk pengguna membeli komoditas pertanian. 8villages merupakan pengembang baik aplikasi maupun website RegoPantes.

d. Komersialisasi

Komersialisasi *e-agribusiness* RegoPantes terjadi pada saat proses pengerjaan model bisnis RegoPantes dari offline menjadi online yang dilakukan oleh 8villages sejak RegoPantes bergabung pada April 2017 (Wulandari, 2017). 8villages merupakan *start up* yang berperan sebagai perancang website dan aplikasi RegoPantes termasuk design visual sebelum digunakan oleh petani dan *end user*.

e. Difusi Inovasi

Pada proses perkembangan inovasi, menurut Rogers (1983, p. 144) tahap yang paling penting adalah keputusan untuk mulai menyebarkan inovasi kepada pengadopsi potensial atau dikenal dengan istilah difusi. 8villages memutuskan untuk mulai menyebarkan informasi mengenai RegoPantes kepada publik melalui dua kegiatan, yaitu peluncuran RegoPantes pada 23 September 2017 kepada petani di Magelang, Jawa Tengah (Primus, 2017), dan peluncuran RegoPantes kepada *end user* di Jakarta pada 23 Oktober 2017 bekerjasama dengan salah satu bank pemerintah yang juga menjadi penerbit Kartu Tani, BNI (Primus, 2017).

Sejak diluncurkan kepada pengguna akhir atau *end user*, melalui laman regopantes.com, publik dan petani dihubungkan secara langsung untuk melakukan transaksi komoditas pertanian. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Head of RegoPantes, agensi difusi yang digunakan 8villages untuk menyebarkan informasi mengenai RegoPantes sebagai inovasi baru di bidang pertanian meliputi pihak internal yaitu tim 8villages yang bertanggungjawab untuk divisi RegoPantes dan pihak eksternal yaitu sebuah *public*

relations consultant yang membantu kegiatan komunikasi RegoPantes dengan media.

Selanjutnya akan dijelaskan secara mendalam, bagaimana cara 8villages dan agensi difusi tersebut melakukan difusi inovasi atau menyebarkan informasi mengenai RegoPantes kepada publik termasuk pengadopsi potensial melalui berbagai kegiatan komunikasi dengan media massa maupun melalui komunikasi interpersonal.

f. Konsekuensi

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, pada Oktober 2017 terdapat 850 petani yang mengunduh aplikasi RegoPantes (Primus, 2017). Jumlah ini meningkat signifikan pada bulan Desember 2017 menjadi 2.847 petani (Kusdiantono, 2018). Peningkatan jumlah juga terjadi pada *end user* atau pengguna akhir. Pada Oktober 2017, jumlah *end user* yang terdaftar mencapai 4.500 (Primus, 2017). Pada bulan Desember 2017, total jumlah *end user* yang terdaftar mengalami peningkatan menjadi 8.004 (Kusdiantono, 2018).

Berdasarkan data diatas maka dapat dinyatakan bahwa selama dua bulan beroperasi, terdapat penambahan jumlah petani sebanyak 1.997 petani yang terdaftar di RegoPantes. Sedangkan, jumlah pengguna akhir meningkat sebanyak 3.504 pengguna yang terdaftar. Lonjakan yang signifikan terhadap jumlah pengguna RegoPantes baik petani maupun *end user* komoditas pertanian tersebut membuktikan bahwa konsekuensi dari inovasi yang ditawarkan 8villages berupa *e-agribusiness* telah dapat memecahkan masalah dilihat dari antusias petani maupun pengguna.

2. Saluran Komunikasi

Rogers (1983, p.198) mengategorikan dua saluran komunikasi yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan ide atau inovasi baru kepada publik. Kedua saluran komunikasi tersebut yaitu media massa dan komunikasi interpersonal. Berikut ini akan dijelaskan dua saluran komunikasi yang dimanfaatkan 8villages dalam mengkomunikasikan RegoPantes sebagai inovasi baru untuk publik secara khusus ibu rumah tangga.

a. Media Massa

Dalam menggunakan media massa, 8villages dibantu oleh sebuah *public relations consultant*, seperti yang diungkapkan oleh Head of RegoPantes pada wawancara. Oleh sebab itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan *public relations consultant* yang membantu kegiatan komunikasi 8villages. Dickson Leo selaku *public relations consultant* 8villages, menyampaikan bahwa sebagai pihak ketiga yang ditunjuk untuk membantu kegiatan komunikasi RegoPantes, pihaknya telah melakukan berbagai kegiatan atau aktivitas komunikasi.

Pada wawancara yang telah dilakukan, Dickson Leo menjelaskan bahwa sebagai *public relations consultant* RegoPantes, pihaknya membantu kegiatan atau aktivitas komunikasi yang merupakan bagian dari *press relations*. Hubungan dengan media atau *press relations* menurut Ruslan (2016,p. 167) merupakan alat pendukung untuk kepentingan publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja untuk kelancaran aktivitas komunikasi dengan pihak publik. Berdasarkan penjelasan mengenai kegiatan *press relations* atau hubungan dengan media tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa

tujuan utama *press relations* adalah untuk menghasilkan publisitas.

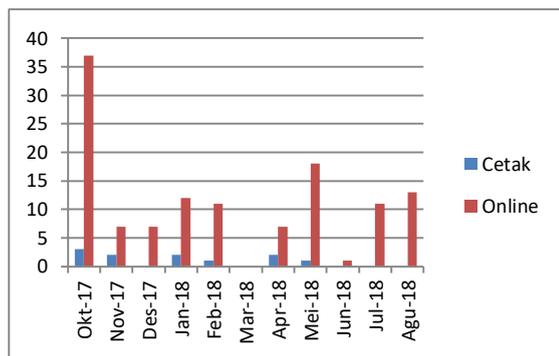
Kegiatan-kegiatan untuk menghasilkan publisitas yang telah dilakukan oleh *public relations consultant* RegoPantes meliputi konferensi pers, wawancara pers, *press interview*, *press briefing*, *special events*, dan *feature articles*. Berdasarkan data media monitoring, sejak awal diluncurkan kepada publik pada Oktober 2017 hingga Agustus 2018, RegoPantes telah mendapatkan sebanyak 135 artikel media melalui berbagai kegiatan atau aktivitas *press relations* sebagai berikut.



Dari kegiatan komunikasi tersebut, *special events* menyumbang artikel terbanyak yaitu 58 artikel. Pada wawancara yang telah dilakukan, *public relations consultant* yang membantu kegiatan komunikasi RegoPantes dengan media menyampaikan bahwa untuk mengkomunikasikan RegoPantes digunakan beragam media termasuk media cetak (koran dan majalah), serta media online.

Sejak diluncurkan kepada pengguna akhir pada Oktober 2017, RegoPantes mendapatkan total publisitas dari media cetak maupun online sebanyak 135 artikel terdiri dari 124 artikel dari media online dan 11 artikel dari surat kabar, dengan rincian sebagai berikut.

Publisitas RegoPantes Okt 2017 - Agust 2018



RegoPantes memperoleh publisitas pada media online setiap bulan kecuali pada bulan Maret 2018. Namun hingga Agustus 2018, RegoPantes tidak mendapatkan publisitas media cetak pada beberapa bulan termasuk Desember 2017, Maret, Juni, Juli, dan Agustus 2018.

Adapun, publisitas terbanyak diperoleh RegoPantes pada bulan Oktober 2017 yaitu sebanyak 37 artikel pada saat platform *e-agribusiness* ini diluncurkan kepada publik melalui kegiatan *press conference*. Berdasarkan data *media monitoring* tersebut dapat disimpulkan bahwa RegoPantes mendapatkan lebih banyak publisitas di media online dibandingkan media cetak.

Banyaknya publisitas yang diperoleh RegoPantes baik dari media cetak maupun online ternyata tidak menjangkau seluruh ibu rumah tangga sebagai *end user*. Hal ini dapat dilihat dari total delapan ibu rumah tangga sebagai *end user* yang telah diwawancarai peneliti, tidak satu pun yang pernah membaca atau melihat berita mengenai RegoPantes di surat kabar.

Namun, media online berperan dalam menyediakan informasi tambahan kepada pengguna potensial. Dari delapan informan yang telah menggunakan RegoPantes, seorang ibu rumah

tangga mencari informasi tambahan mengenai RegoPantes melalui media online. Hal ini membuktikan pernyataan Ruben dan Steward (2014, p. 208) bahwa media massa berfungsi untuk memperkuat pesan.

Selain media cetak dan online, RegoPantes juga memperoleh publisitas dari televisi. Menurut Elvinaro dan Erdinaya (2005, p.128) fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, namun fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Beberapa televisi yang pernah menayangkan berita tentang RegoPantes termasuk Jawa Pos TV dalam program talkshow Beranda dan TV One dalam program Coffee Break.

Dalam mengkomunikasikan RegoPantes, 8villages juga memanfaatkan beberapa media sosial yaitu facebook, instagram, youtube, dan twitter. Pada media sosial ini RegoPantes menginformasikan berbagai komoditas pertanian yang tersedia serta manfaatnya, juga profil petani yang telah bergabung di RegoPantes, *special event* yang sedang diikuti RegoPantes, termasuk juga resep-resep sederhana yang dapat dicoba. Tim RegoPantes aktif menggunakan media sosial ini untuk berkomunikasi dengan pengadopsi potensial atau *end user* komoditas pertanian. Testimoni *end user* komoditas pertanian yang telah mendapatkan komoditas pertanian dari RegoPantes juga tersedia di instagram yaitu pada fitur instastory.

Media sosial lain yang digunakan RegoPantes adalah facebook. Konten yang terdapat pada media sosial ini kurang lebih sama seperti pada instagram. Kelebihan facebook ialah terdapat fitur toko, dimana publik dapat melihat komoditas pertanian

yang dijual RegoPantes serta harganya. Selain itu juga terdapat fitur ulasan dan rekomendasi, dimana publik dapat memberikan komentar tentang *e-agribusiness* ini.

Berdasarkan analisa peneliti, tim RegoPantes tidak aktif menggunakan media sosial twitter. Hal ini dapat dilihat dari postingan terakhir yaitu pada 14 September 2017. Saat ini, jumlah followers twitter RegoPantes hanya 171.

RegoPantes juga memiliki account Youtube yang berisi enam video termasuk video peluncuran website RegoPantes dan cerita petani. *Subscriber* Youtube ini hanya 14. Adapun video yang paling banyak ditonton yaitu sebanyak 479 adalah video RegoPantes - Launching Story.

Berdasarkan analisa peneliti, dari keempat media sosial yang digunakan RegoPantes, instagram merupakan yang paling populer. Hal ini dapat dilihat dari jumlah followers yang sudah mencapai 3.572, paling banyak diantara media sosial lainnya. Selain itu, dari wawancara yang telah dilakukan peneliti, beberapa informan menyebutkan bahwa mereka mengetahui keberadaan RegoPantes pertama kali dari media sosial yaitu instagram.

Dari delapan orang informan yang diwawancarai peneliti, lima diantaranya mengetahui keberadaan RegoPantes dari instagram. Selain mengetahui dari instagram ada pula yang mencari informasi tambahan mengenai RegoPantes di instagram. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram dapat menjangkau target publik lebih banyak dibandingkan dengan media sosial lainnya dan media massa yang meliputi media cetak dan online. Selain mengetahui keberadaan

RegoPantes dari instagram, *end user* yaitu dalam hal ini ibu rumah tangga juga mencari informasi lebih mendalam mengenai inovasi *e-agribusiness* ini melalui media sosial tersebut.

b. Komunikasi Interpersonal

Rogers (1983, p.18) menjelaskan saluran interpersonal lebih efektif dalam mempersuasi *audience* untuk mengadopsi ide atau inovasi yang ditawarkan. Saluran komunikasi interpersonal yang digunakan oleh RegoPantes adalah melalui chat personal via whatsapp.

Berdasarkan laporan Cheetah Data dari divisi big data Cheetah Mobile, WhatsApp masih menjadi pilihan nomor satu aplikasi *social messenger* yang digunakan oleh netizen Indonesia (Fauzi, 2017). Oleh sebab itu, pemilihan whatsapp sebagai saluran komunikasi interpersonal RegoPantes merupakan hal yang tepat.

Selain sebagai saluran komunikasi whatsapp juga dimanfaatkan untuk melayani pengguna inovasi yang mengalami kesulitan dalam melakukan pemesanan komoditas pertanian.

Berdasarkan pernyataan ibu rumah tangga dalam wawancara yang telah dilakukan, saluran komunikasi interpersonal melalui whatsapp diminati oleh ibu rumah tangga karena dianggap mempermudah proses pemesanan.

3. Waktu

Waktu adalah elemen penting dalam proses difusi. Beberapa dimensi waktu yang perlu diperhatikan dalam proses difusi termasuk dalam proses pengambilan keputusan dimana seorang individu beranjak dari pengetahuan akan inovasi

menuju keputusan untuk mengadopsi atau mengabaikannya, relatifitas inovasi diadopsi lebih awal atau terlambat (Rogers, 1983, p.20).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengguna RegoPantes, diperoleh informasi bahwa pengguna inovasi tertarik untuk menggunakan RegoPantes setelah mereka mencari informasi lebih detail mengenai inovasi ini. Jadi jarak dimana seorang individu beranjak dari pengetahuan menuju keputusan untuk mengadopsi inovasi melalui tahap pencarian informasi yang lebih detail mengenai inovasi *e-agribusiness* tersebut.

Menurut Rogers (1983, p. 213 - 232) terdapat beberapa atribut inovasi yang berhubungan dengan relatifitas inovasi diadopsi lebih awal atau terlambat. Dari kelima atribut tersebut, keuntungan relatif, kecocokan, kemampuan untuk dicoba, dan kemampuan untuk diamati oleh sistem sosial berhubungan dengan tingkat kecepatan adopsi (*rate of adoption*) suatu inovasi. Sedangkan kerumitan tidak berhubungan dengan tingkat adopsi inovasi tersebut. Berikut ini akan dijelaskan empat atribut inovasi yang berhubungan dengan kecepatan adopsi *e-agribusiness* RegoPantes.

a. Keuntungan Relatif

Rogers (1983, p. 213) menyatakan bahwa keuntungan relatif dapat dilihat dari sejauh mana sebuah inovasi dianggap sebagai ide yang lebih baik dari yang digantikannya. Tingkat keuntungan relatif ini sering dinyatakan dalam bentuk profitabilitas ekonomi, status sosial, dan lainnya.

Pada wawancara yang telah dilakukan peneliti, Head of RegoPantes menjelaskan keuntungan-

keuntungan yang ditawarkan RegoPantes termasuk *traceability* (RegoPantes mencantumkan nama petani, lokasi lahan, anggota kelompok tani apa, tanggal panen kapan sehingga pengguna dapat melacak informasi tersebut) , proses yang transparan baik di sisi konsumen maupun di sisi petani, dan gratis ongkos kirim. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan ibu rumah tangga diperoleh informasi bahwa keuntungan secara ekonomi seperti yang diungkapkan oleh Rogers tidak menjadi atribut inovasi utama pada RegoPantes. Keuntungan yang menarik bagi pengadopsi inovasi adalah *traceability* dan transparansi.

b. Kecocokan

Rogers (1983, p.223) mengungkapkan bahwa *compatibility* merupakan tingkat kecocokan suatu inovasi terhadap nilai-nilai yang ada, pengalaman, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Sebuah ide yang cocok berarti sudah lebih pasti untuk pengadopsi potensial. Sebuah inovasi dapat cocok atau tidak dengan sosial budaya dan kepercayaan, ide yang sudah ada, atau dengan kebutuhan akan inovasi tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti, nilai-nilai yang dibawa oleh RegoPantes sesuai dengan nilai sosial yang terdapat pada masyarakat dalam hal ini ibu rumah tangga. Hal tersebut dinyatakan oleh ibu rumah tangga pada wawancara yang dilakukan peneliti, bahwa misi sosial yang dibawa oleh RegoPantes yaitu Membeli itu Membantu memiliki kecocokan dengan nilai-nilai sosial yang ada. Nilai sosial tersebut adalah membantu meringankan beban petani dengan membeli komoditas langsung dari petani.

c. *Trialibility*

Menurut Rogers (1983, p.231) *trialibility* adalah kemampuan suatu inovasi dapat diujicoba secara terbatas. Cara yang dipilih 8villages agar pengguna potensial dapat mencoba RegoPantes secara terbatas adalah melalui promosi berupa kode voucher yang diberikan pada saat acara tertentu.

d. *Observability*

Rogers (1983, p.232) menjelaskan bahwa *observability* adalah bagaimana hasil dari suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Dari hasil pengamatan peneliti, pada media sosial instagram RegoPantes terdapat *end user* yang telah menerima komoditas pertanian yang memposting di instagram miliknya. Postingan tersebut berupa foto sayur dan buah disertai caption dan mention ke instagram RegoPantes. Postingan tersebut dapat dilihat dan diamati oleh orang lain.

Selain dengan mengunggah foto komoditas pertanian dan menandai RegoPantes, cara lain untuk mengamati *e-agribusiness* ini adalah melalui fitur instagram story. Pada fitur ini, pengguna RegoPantes juga mengunggah komoditas pertanian yang telah diperoleh langsung dari petani.

Berdasarkan penjelasan mengenai atribut yang berpengaruh pada keputusan untuk menggunakan inovasi RegoPantes, terdapat tiga atribut yang menonjol yaitu keuntungan, kecocokan, dan kemampuan untuk diamati. Dalam rasio pengadopsian inovasi di dalam sebuah sistem sosial, dihitung berapa jumlah anggota dalam sistem yang mengadopsi inovasi pada kurun waktu tertentu (Rogers, 1983,p.20).

Data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa pada bulan Juni 2018 atau dalam kurun waktu delapan bulan setelah diluncurkan kepada pengguna potensial di Jakarta, pengguna RegoPantes mencapai 1.389. Sedangkan petani yang aktif menggunakan RegoPantes untuk menjual hasil panennya berjumlah 3.907 (Tumiwa, 2018). Jumlah pengguna akhir atau *end user* masih terlalu sedikit dibandingkan dengan jumlah petani yang sudah aktif menjual komoditas pertanian yang ditanam di RegoPantes.

4. Sistem Sosial

Pada teori difusi inovasi, masyarakat dipandang sebagai sebuah sistem sosial yang sangat besar. Kaitannya dengan penelitian ini yaitu ibu rumah tangga merupakan bagian dari masyarakat. Oleh sebab itu, ibu rumah tangga merupakan bagian dari sistem sosial yang menjadi fokus perhatian peneliti. Selain itu, ibu rumah tangga juga berperan sebagai pengambil keputusan dalam hal pembelian kebutuhan pangan.

Pertimbangan pemilihan ibu rumah tangga yang tinggal di Jabodetabek sebagai target publik dijelaskan oleh *Consultant Public Relations* 8villages bahwa bagian dari masyarakat sebagai sistem sosial yang dipilih 8villages sebagai target publik untuk RegoPantes adalah ibu rumah tangga yang tinggal di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

Berdasarkan data ibu rumah tangga yang diwawancarai peneliti telah menggunakan RegoPantes, dapat disimpulkan bahwa pengadopsi inovasi *e-agribusiness* RegoPantes memiliki pendidikan yang cukup tinggi yaitu S1. Selain

berprofesi sebagai ibu rumah tangga, pengadopsi inovasi juga bekerja pada berbagai profesi.

Rogers (1983, p.248 - 250) mengelompokkan pengadopsi inovasi menjadi beberapa bagian. Berdasarkan analisa peneliti, informan yang telah diwawancarai termasuk kategori *innovators* dan *early adopters*. Menurut Rogers, *innovators* merupakan kelompok yang berani dan suka berpetualang mencoba ide baru meskipun mengetahui kemungkinan terjadinya resiko (Rogers, 1983, p.248). Ibu rumah tangga yang mengetahui RegoPantes dari instagram, mencoba menggunakan inovasi ini, meskipun mengetahui bahwa terdapat resiko-resiko yang mungkin terjadi.

Sedangkan, *early adopters* memiliki pengaruh yang cukup tinggi sehingga kelompok ini dimanfaatkan untuk mempercepat proses difusi (Rogers, 1983, p.249). Ibu rumah tangga ini juga dikelompokkan kedalam *early adopters* karena meskipun inovasi ini belum terlalu populer, namun mereka sudah menggunakannya.

Proses Keputusan Inovasi

Rogers (1983, p.163) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan inovasi merupakan tahapan saat seorang individu melalui pengetahuan akan inovasi, membentuk sikap terhadap inovasi tersebut, hingga keputusan untuk mengadopsi atau menolak untuk mengimplementasikan inovasi, dan mengkonfirmasi keputusan tersebut. Berikut ini akan dijelaskan tahapan pada proses keputusan inovasi RegoPantes.

a. Pengetahuan

Ruslan (2016,p.167) menyatakan hubungan dengan media atau pers dapat sebagai saluran

(*channel*) dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan (*awareness*) dan informasi atau pemberitaan dari pihak sumber informasi merupakan prioritas utama. Hal tersebut karena salah satu fungsi pers adalah kekuatan pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif melalui media massa.

Pengetahuan mengenai inovasi *e-agribusiness* yaitu RegoPantes disebarakan melalui berbagai media termasuk media massa atau pers dan media sosial yang dikelola oleh RegoPantes. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, lima dari delapan orang ibu rumah tangga yang diwawancarai mengetahui keberadaan RegoPantes dari media sosial instagram. Sedangkan sisanya mengetahui RegoPantes secara langsung melalui teman.

Berdasarkan temuan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat digunakan dalam membentuk *awareness end user* pada *e-agribusiness* ini. Selain itu, saluran komunikasi interpersonal juga berperan penting dalam tahap menyebarkan pengetahuan akan inovasi.

b. Persuasif

Pada tahap persuasi dalam proses pengambilan keputusan, seorang individu membentuk sikap baik atau tidak baik terhadap inovasi. Menurut Rogers (1983, p.169), pembentukan sikap tersebut tidak selalu mengarah langsung kepada keputusan adopsi atau menolak inovasi. Aktivitas mental pada tahap pengetahuan merupakan kognitif, namun tipe pemikiran utama pada fungsi persuasif adalah afektif (perasaan).

Berdasarkan informasi yang peneliti peroleh dari hasil wawancara, setelah mengetahui keberadaan

inovasi RegoPantes, pengguna potensial kemudian mencari informasi lebih detail melalui media online, website, dan instagram. Terdapat beberapa hal yang membuat pengguna potensial ini memutuskan untuk menggunakan RegoPantes, diantaranya adalah misi sosial yang terdapat pada RegoPantes, pengguna dapat mengetahui dari mana asal komoditas pertanian yang dibeli, dan petani siapa yang dibantu.

Faktor-faktor tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Rogers yaitu tipe pemikiran utama pada fungsi persuasif adalah perasaan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan ibu rumah tangga sebagai *end user* maka dapat disimpulkan bahwa pesan persuasif yang diusung RegoPantes, Membeli itu Membantu, dapat diterima dan menjadi salah satu pertimbangan *end user* dalam menggunakan RegoPantes. Selain misi sosial tersebut, keuntungan-keuntungan yang ditawarkan seperti kesegaran prima, kualitas komoditas pertanian dan kemudahan pemesanan menjadi pertimbangan lainnya.

c. Keputusan

Pada tahap ini, individu menimbang keuntungan dan kerugian dari inovasi tersebut serta memutuskan untuk mengadopsi atau menolak inovasi yang ditawarkan (Rogers, 1983, p.173). Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari wawancara, selain pengadopsi inovasi terdapat pula yang menolak RegoPantes.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Head of RegoPantes, dapat disimpulkan bahwa terjadi penolakan terhadap RegoPantes yang dilakukan oleh ibu yang tidak dekat dengan

teknologi dan tidak mengetahui isu atau masalah pertanian.

d. Implementasi

Tahap ini terjadi ketika individu memilih untuk mengadopsi inovasi yang ditawarkan, dengan mencoba menerapkan inovasi tersebut (Rogers, 1983, p.174). Dalam mengadopsi RegoPantes, terdapat dua pilihan yang ditawarkan yaitu membeli melalui website atau melalui whatsapp. Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, tujuh dari delapan informan lebih memilih menggunakan whatsapp karena lebih mudah dan praktis. Selain itu, tim RegoPantes secara aktif menawarkan komoditas pertanian melalui whatsapp setiap minggunya.

Dalam menggunakan RegoPantes, informan yang diwawancarai peneliti mengaku tidak menemukan kesulitan, karena dilayani dengan whatsapp meskipun ada yang masih melakukan pemesanan langsung melalui website. Namun, Head of RegoPantes menyatakan bahwa masih ada pengguna pemula yang kesulitan melakukan pemesanan.

Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengguna pemula RegoPantes atau yang baru pertama kali mencoba yang menghadapi kesulitan, namun untuk pengguna lainnya operasional RegoPantes dapat dikatakan mudah untuk diimplementasikan.

e. Konfirmasi

Pada tahap konfirmasi, individu (unit pengambilan keputusan lainnya) mencari penguatan atau pembenaran atas keputusan yang telah dibuat. Perlu diwaspadai, seseorang mungkin akan berbalik

arah dari keputusan mengadopsi inovasi jika menemukan sesuatu yang tidak sesuai atau bertentangan tentang inovasi (Rogers, 1983, p.184).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan kedelapan ibu rumah tangga pengguna RegoPantes, semuanya menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh RegoPantes dan mereka akan terus menggunakan inovasi baru di bidang pertanian ini. Selain itu, para ibu rumah tangga ini juga mengkonfirmasi bahwa mereka merekomendasikan RegoPantes kepada teman dan keluarga.

4. PENUTUP

Sebagai sebuah inovasi baru di bidang pertanian, *e-agribusiness* dalam hal ini RegoPantes diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengurangi rantai distribusi yang panjang diantara petani dan ibu rumah tangga selaku pengguna akhir komoditas pertanian. Proses difusi inovasi atau penyebaran informasi mengenai RegoPantes dimulai saat 8villages memutuskan untuk menyebarkan informasi mengenai kehadiran RegoPantes kepada publik melalui peluncuran inovasi baru ini kepada petani di Jawa Tengah pada 23 September 2017, kemudian dilanjutkan dengan peluncuran kepada pengguna potensial pada 23 Oktober 2017 di Jakarta.

Dengan dibantu oleh sebuah agensi difusi yaitu *public relations consultant*, 8villages melakukan berbagai kegiatan media sebagai bagian dari proses difusi inovasi RegoPantes. Kegiatan media tersebut meliputi *press conference*, *special events*, *media interview*, dan *editorial visit*. Sejak diluncurkan kepada publik, RegoPantes telah memperoleh

sejumlah publisitas dari berbagai media termasuk media online, cetak dan elektronik.

Namun, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, media sosial yaitu instagram adalah media yang paling banyak menjangkau ibu rumah tangga sebagai pengguna akhir komoditas pertanian. Pesan sosial "Membeli itu Membantu" yang diusung RegoPantes berpengaruh dalam mempersuasi ibu rumah tangga untuk menggunakan atau mengadopsi inovasi ini. Selain itu, keuntungan yang ditawarkan RegoPantes berupa kesegaran komoditas pertanian dan transparansi identitas petani juga mampu mempersuasi ibu rumah tangga untuk menggunakan RegoPantes.

Meskipun berbagai upaya difusi inovasi telah dilakukan baik melalui media massa maupun saluran komunikasi interpersonal, RegoPantes masih menghadapi penolakan oleh sebagian ibu rumah tangga. Dari data yang diperoleh, RegoPantes diadopsi oleh sedikit target publik sementara petani yang aktif berkontribusi jumlahnya lebih banyak. Berdasarkan analisa peneliti, terdapat satu elemen penting pada teori difusi inovasi yang tidak digunakan secara maksimal oleh 8villages dalam proses difusi inovasi RegoPantes yaitu *opinion leader*.

Adapun agensi difusi baik internal maupun eksternal tidak menemukan kendala dalam mengkomunikasikan RegoPantes melalui media massa maupun media sosial. Kendala yang dihadapi terdapat pada karakteristik sebagian *end user* yang menolak informasi karena dianggap kompleks.

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk perusahaan pengembang inovasi serupa dalam menentukan saluran komunikasi untuk melakukan

penyebaran informasi mengenai *e-agribusiness*. Peneliti menyarankan agar perusahaan menggunakan lebih banyak saluran komunikasi interpersonal yang memfasilitasi terjadinya komunikasi tatap muka antara perusahaan dengan target publik.

Beberapa yang dapat dipertimbangkan seperti bekerja sama dengan komunitas wanita melakukan kegiatan kreatif contohnya cooking class dengan memanfaatkan bahan baku dari RegoPantes. Selain itu, peneliti menyarankan perusahaan untuk menggunakan *opinion leader* yang dapat membantu meningkatkan pengetahuan publik terhadap RegoPantes. Walaupun RegoPantes fokus pada instagram, sebaiknya media sosial lain seperti facebook dan twitter juga diperbaharui kontennya untuk menarik lebih banyak perhatian publik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Erdinaya, L.K. (2005). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Daymond, C. & Holloway, I. (2008). *Qualitative Research Method in Public Relations and Marketing Communications*. Yogyakarta : Bentang
- Fauzi, M.P. (2017). Whatsapp Youtube BBM Siapa yang Paling Populer di Indonesia. Diperoleh dari <https://techno.okezone.com/read/2017/09/29/207/1785603/whatsapp-youtube-bbm-siapa-yang-paling-populer-di-indonesia>
- Handayani, R. (2017, Oktober 25). Teknologi yang menyejahterakan petani. *Republika*. p. 15
- Hidayat, F. (2017, Oktober 23). Platform RegoPantes Hubungkan Petani dengan Konsumen. *Beritasatu.com*. Diperoleh dari : <http://www.beritasatu.com/bisnis/45962-2-platform-regopantes-hubungkan-petani-dengan-konsumen.html>
- Iqbal, M. (2017, Mei 29). FinTech, AgriTech, dan PropTech. *Hidayatullah.com*. Diperoleh dari : <https://www.hidayatullah.com/kolom/ila-hiyah-finance/read/2017/05/29/117552/fintech-agritech-dan-proptech.html>
- Jeko. (2017, Mei 8). Tren Startup Indonesia Didominasi Sektor Pertanian dan Kesehatan. *Liputan6.com*. Diperoleh dari : <https://www.liputan6.com/teknoread/2945029/tren-startup-indonesia-didominasi-sektor-pertanian-dan-kesehatan>
- Kusdiantono, Y. (2018, Januari 12). 8Villages berdayakan petani dengan IT. *Koran Sindo*. p.20
- Pawito .(2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKis Pelangi Aksara PBB Serahkan Penghargaan WSIS Prize 2017 pada Indonesia di Jenewa. (2017, Juni 15). *Presidentpost.id*. Diperoleh dari : <http://old.presidentpost.id/2017/06/15/pb-b-serahkan-penghargaan-wsis-prize-2017-pada-indonesia-di-jenewa/>
- Pratama,A.H. (2017, November 2016). Kumpulan Startup dan Aplikasi Pertanian di Indonesia. *Techinasia*. Diperoleh dari : <https://id.techinasia.com/kumpulan-emstartupem-dan-aplikasi-pertanian-di-indonesia>
- Pribadi, B. & Amanda, G. (2017, September 23). Mentan Kagumi Aplikasi RegoPantes Pemprov Jawa Tengah. *Republika*. Diperoleh dari : <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/09/23/owq60e423-mentan->

kagumi-aplikasi-regopantes-pemprov-jawa-tengah

Primus, J. (2017, Oktober 23). Kartu Tani jadi Syarat Bisnis E-commerce.

Kompas.com. Diperoleh dari :

<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/23/193121226/kartu-tani-jadi-syarat-bisnis-e-commerce>

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York, NY: The Free

RegoPantes.com menghubungkan petani.

(2017, Oktober 24). *Warta Kota*.

Diperoleh dari :

<http://wartakota.tribunnews.com/2017/10/24/regopantescom-menghubungkan-petani-dengan-konsumen-meretas-delapan?page=3>

Ruben, B.D., & Steward, L.P.(2014).

Komunikasi dan Perilaku Manusia.

Jakarta : Rajawali Pers

Ruslan, R.(2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi :*

Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta :

Rajawali Pers

Santhika, Eka. (2018, Januari 14). RegoPantes layanan jual beli buah segar langsung dari petani. *CNNIndonesia*. Diperoleh dari :

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180104163813-185-266750/regopantes-layanan-jual-beli-buah-segar-langsung-dari-petani>

Severin, W.J., & Tankard, J.W. (2001). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Prenada Media

Soekartawi. (2007, Juni 16). *e-Business : Teori dan Aplikasinya*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (p.19-25). Yogyakarta, Indonesia

Startup Report 2017. (2018). Diperoleh dari : <https://dailysocial.id/report/post/startup-report-2017>

Syarif, M. (2017, Oktober 24). Platform RegoPantes Jembatani Petani dengan Konsumen. *Neraca.id*. Diperoleh dari : <http://www.neraca.co.id/article/91940/platform-regopantes-jembatani-petani-dengan-konsumen>

Tumiwa, D. (2018, Juni 2). RegoPantes, Mendigitalkan Petani Kita. Diperoleh dari : <https://kumparan.com/daniel-tumiwa1525778091610/regopantes-mendigitalkan-petani-kita>.

Widiastuti, R.N. (2018, September). *Generasi Milenial Sebagai Audiens Kehumasan Pemerintah*. Dipresentasikan pada Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Bidang Komunikasi (KNP2K), September 5-6, 2018. Jakarta

Wulandari, D. (2017). 8villages Indonesia Rilis Platform E-commerce RegoPantes. Diperoleh dari : <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/8villages-indonesia-rilis-platform-e-commerce-regopantes>

Wulandari, S.T. (2018, Mei 17) Wim Prihanto Jalan Keadilan Petani dan Konsumen. Diperoleh dari: <http://mediaindonesia.com/read/detail/161256-wim-prihanto-jalan-keadilan-petani-dan-konsumen>

WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
(Studi Fenomenologi Motif Pengaturan Privasi *Chatting* Pengguna Whatsapp dalam Komunikasi Antarpribadi)

Dwi Ridho Aulianto
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Padjadaran
Email: dwiridhoaulianto@gmail.com

ABSTRACT

The use of WhatsApp as media of communication is expected to facilitate people in doing remote interaction between person and community. Every people can set a privacy of chat on WhatsApp. However, people have several perceptions on it because it can be a symbol which has certain meaning. There are some people who are intentionally activate the privacy settings and some do not. Communication is established whether it remains effective or is hampered by chat privacy settings because someone cannot find out their online status, read messages or not. The purpose of this study is to determine the motives of privacy settings for whatsapp user chat in interpersonal communication. The study uses qualitative method with a phenomenological approach. The data collection is conducted through interviews with 13 whatsapp users who activated the chat privacy feature. It is taken from whatsapp researchers' friend contact. The results of the study on the motives of whatsapp chat privacy settings produce 2 main concepts, first is privacy (personal) which has 4 sub concepts (free, does not want others to be disappointed, so that others do not wait for an immediate answer, and important matters), and those second is work that has 2 sub concepts (business activities and office affairs).

Keywords: *Communication; Interpersonal Communication; WhatsApp; Private Chatting.*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi antara satu orang dengan orang lain dapat berjalan efektif jika percakapan terjadi dalam dua arah, pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima dan terjadi proses timbal balik antara satu orang dengan orang lainnya. Komunikasi merupakan suatu hubungan yang melibatkan proses ketika informasi dan pesan dapat tersampaikan dari satu pihak (orang, benda atau media) ke pihak lain (Soekanto, 1985:58). Komunikasi antarpribadi yang dilakukan secara tatap muka langsung lebih efektif karena pesan verbal maupun pesan nonverbal dapat langsung diketahui tanpa perantara media tertentu. Lain halnya ketika komunikasi terjadi secara tidak langsung atau melalui media tertentu seperti

media daring, kelancaran komunikasi yang berlangsung dipengaruhi oleh banyak faktor seperti koneksi internet, antara satu orang dengan orang lain harus sama-sama sedang menggunakan aplikasi, ataupun aplikasi yang digunakan untuk komunikasi. Menurut Balson (dalam Abriyoso, 2012), komunikasi yang efektif terjadi apabila orang yang mengungkapkan keprihatinan dan masalah, tahu bahwa pendengarnya memahami pesan yang sedang disampaikan.

Joseph A. Devito dalam bukunya berjudul *“The Interpersonal Communication Book”* menuliskan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan

beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (Devito, 1989: 4). Proses komunikasi antarpribadi berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, pesan dan informasi yang dikirimkan bisa beragam tidak hanya teks, suara, bahkan juga video dapat dikirimkan sebagai pesan komunikasi. Salah satu media daring yang digunakan sebagai alat berkomunikasi adalah whatsapp. Aplikasi whatsapp merupakan aplikasi berbagi pesan secara daring (chatting) yang dapat dipasang pada berbagai jenis smarthandphone berbasis IOS pada Iphone, maupun smartphone Android. Aplikasi ini bisa digunakan apabila satu orang dengan orang lain sama-sama memasang aplikasi di smartphonenya. Berkomunikasi melalui whatsapp banyak hal yang bisa dibagi antara lain pesan teks, pesan suara, pesan gambar, pesan video, pesan dokumen, pesan kontak, pesan lokasi, serta informasi mengenai status pengguna. Komunikasi menggunakan whatsapp ternyata tidak selamanya berlangsung lancar karena sering terjadi kendala atau permasalahan komunikasi karena derasnya arus informasi. Permasalahan dalam berkomunikasi yang sering terjadi adalah miskomunikasi, suatu proses komunikasi yang berjalan kurang atau tidak baik yang dapat menyebabkan informasi yang akan disampaikan tidak berjalan sesuai yang diharapkan.

Fenomena yang pernah terjadi akibat permasalahan komunikasi yang disebabkan

oleh komunikasi melalui whatsapp bisa dilihat pada artikel berita harian Jawa Pos yang ditulis oleh Armanto, pada tanggal 1 mei 2018 yang berjudul “Akibat suami sering abaikan pesan whatsapp”, berita yang disampaikan menceritakan mengenai konflik suami istri yang terjadi dikarenakan suami lama dalam membalas pesan whatsapp yang dikirim oleh istri, padahal penggunaan whatsapp dimaksudkan agar komunikasi mereka berlangsung lancar. Contoh kasus lain, artikel pada laman Kompasiana yang diposting tanggal 21 agustus 2015 ditulis oleh Azani dengan judul “kok cuma di read?”. Artikel berisi informasi mengenai alasan seseorang hanya “read” pesan yang dikirim oleh seseorang dari whatsapp. Alasan-alasan kenapa seseorang hanya “read” pesan whatsapp tanpa membalas pesannya antara lain: bahwa komunikasi yang terjadi antar kehabisan bahan obrolan; tidak tahu tanggapan yang tepat untuk pesan tersebut; menganggap pesan kita tidak terlalu penting untuk dibalas; malas menanggapi pesan; gengsi untuk membalas pesan; sedang sibuk sehingga hanya sempat membaca tanpa membalas; sudah mengirim pesan balasan namun sinyalnya jelek sehingga tidak sampai pada si pengirim atau kehabisan paket internet”. Kasus yang terjadi merupakan beberapa contoh nyata permasalahan yang terjadi ketika menggunakan whatsapp sebagai media komunikasi.

Komunikasi sebagai interaksi komunikasi dipahami sebagai proses sebab- akibat, aksi-

reaksi, yang arahnya bergantain. Komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Komunikasi menurut Rogers dan Lawrence Kincaid yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi” berpendapat bahwa Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 1998: 20). Whatsapp sebagai media komunikasi mempunyai fitur privasi chatting, apabila seorang pengguna mengaktifkan maka orang lain tidak dapat mengetahui apakah orang tersebut aktif atau tidak, sehingga dapat menyebabkan timbulnya masalah komunikasi. Lamanya membalas pesan whatsapp yang dilakukan seseorang, tidak ada tanda apakah pesan sudah terbaca atau belum merupakan contoh yang terjadi dalam proses komunikasi menggunakan whatsapp. Sebagian orang mengaktifkan fitur privasi namun sebagian lagi tidak mengaktifkan, oleh karena itu peneliti tertarik dengan fenomena yang terjadi, sebenarnya apa alasan dan motif seseorang yang mengaktifkan fitur privasi chatting pada aplikasi whatsapp.

Penelitian sejenis tentang aplikasi whatsapp sebagai media komunikasi pernah dilakukan oleh Riskyta Rahmansari pada tahun 2017 dengan judul “Penggunaan Aplikasi Whatsapp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo”.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan peranan aplikasi whatsapp dalam komunikasi organisasi pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa whatsapp sangat membantu dalam hal komunikasi yang dilakukan oleh pegawai pada Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo. Whatsapp memiliki peran penting dalam mendukung fungsi komunikasi organisasi yang meliputi fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, dan fungsi relasional tetap dapat terkomunikasikan, dengan percepatan dan efisiensi dari fasilitas whatsapp yang ditawarkan. Namun masih terdapat beberapa kendala yang dialami dalam komunikasi organisasi yang terjadi di Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan whatsapp, yaitu baterai telepon yang cepat habis dan kesulitan dalam mencari sinyal yang baik ketika berada di lapangan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penggunaan whatsapp sebagai media komunikasi, perbedaan dengan penelitian sekarang adalah penelitian dilakukan untuk mengetahui motif pengaturan privasi chatting pengguna whatsapp dengan pendekatan fenomenologi. Sebuah keunikan ketika pengguna whatsapp melakukan

pengaturan privasi chatting yang orang lain tidak bisa mengetahui apakah pengguna tersebut sudah membaca pesan atau belum. Suatu permasalahan mungkin terjadi dan komunikasi yang diharapkan efektif apakah masih bisa berlangsung dengan kondisi seperti itu. Berdasarkan uraian di atas, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui motif pengaturan privasi chatting para pengguna whatsapp dalam komunikasi antarpribadi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Jane Richie dalam Moleong (2001:6) penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia dari segi konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Pendekatan fenomenologi termasuk dalam pendekatan subjektif atau interpretif (Mulyana, 2003:59), sebagai salah satu dari dua sudut pandang tentang perilaku manusia yaitu pendekatan objektif dan pendekatan subjektif. Pendekatan objektif atau sering disebut pendekatan behavioristik dan struktural berasumsi bahwa manusia itu pasif, sedangkan pendekatan subjektif memandang manusia aktif (fenomenologis dan interpretif).

Pengumpulan data dilakukan selama bulan desember 2018 melalui wawancara. Pengumpulan data menunjukkan cara-cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh data

yang dibutuhkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan oleh peneliti secara mandiri artinya data primer tidak dapat diambil dari penelitian - penelitian sebelumnya, dikarenakan data primer diperoleh dari subjek penelitian secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan data-data dari hasil wawancara terhadap key informan.

Orang yang dijadikan sebagai informan merupakan orang yang telah dikenal dan berstatus pertemanan dalam whatsapp peneliti, sehingga peneliti memiliki kemudahan dalam mendapatkan data dan informasi. Proses *Gaining Access and Making Rapport* yang peneliti lakukan melalui interaksi langsung menggunakan whatsapp yang sebelumnya sudah sering dilakukan dalam komunikasi sehari-hari, sehingga peneliti mendapatkan kedekatan dengan informan dan akhirnya peneliti menyampaikan maksud dan tujuan peneliti terhadap informan tersebut. Key informan berjumlah 13 orang yaitu pengguna whatsapp yang mengaktifkan fitur privasi chatting dalam berkomunikasi.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

| No. | Nama Inisial | Jenis Kelamin | Profesi |
|-----|--------------|---------------|------------|
| 1 | BW | Laki-Laki | PNS |
| 2 | YS | Laki-Laki | Mahasiswa |
| 3 | AS | Laki-Laki | PNS |
| 4 | WN | Laki-Laki | Pustakawan |
| 5 | FM | Perempuan | Mahasiswa |
| 6 | FS | Laki-Laki | Kontraktor |
| 7 | DK | Perempuan | Pustakawan |
| 8 | EE | Perempuan | PNS |
| 9 | SM | Perempuan | Dosen |
| 10 | YNH | Laki-Laki | Dosen |
| 11 | WS | Perempuan | Pelajar |
| 12 | ADR | Laki-Laki | Staff IT |
| 13 | SEP | Perempuan | Mahasiswa |

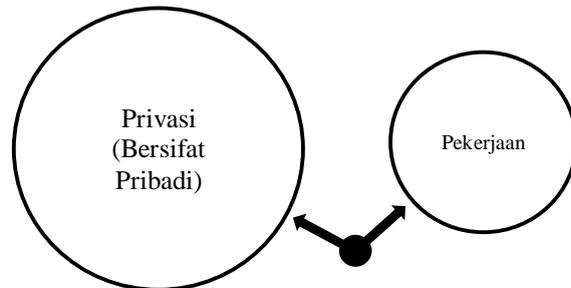
Sumber: Data Primer Hasil Penelitian, 2018

Validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Prastowo, 2011). Proses diawali dengan mengumpulkan data, pemilihan data, menyederhanakan, meng- abstrasikan, menyajikan dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan informasi mengenai motif pengaturan privasi chatting pengguna whatsapp dalam komunikasi antarpribadi, menghasilkan 2 konsep utama yaitu privasi (bersifat pribadi) dan Pekerjaan (lihat gambar 1). Konsep privasi digambar dengan lingkaran lebih besar yang berarti mempunyai sub konsep lebih banyak yaitu 4 sub konsep (bebas, tidak ingin orang lain kecewa, agar orang lain tidak menunggu jawaban dengan

segera, dan urusan penting), sedangkan konsep pekerjaan dengan lingkaran lebih kecil yang mempunyai 2 sub konsep (aktifitas bisnis dan urusan kantor).



Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018
Gambar 1. Motif Pengaturan Privasi *Chatting* Pengguna Whatsapp

KONSEP 1. PRIVASI (BERSIFAT PRIBADI)

Komunikasi antarpribadi menggunakan whatsapp merupakan hal pribadi yang dilakukan oleh pengguna dalam berinteraksi dengan seorang lainnya. Percakapan yang dibahas merupakan hal yang memang perlu dikomunikasikan antar masing-masing orang. Sifat privasi atau bersifat pribadi yang menjadikan pengguna whatsapp mengaktifkan fitur privasi chatting.

“Agar saya bisa membalas pesan yang penting saja, sebab tidak sedikit orang yang mengirim pesan dan menunggu balasan dengan segera, dengan setting hidden, saya merasa tenang, tidak terganggu oleh pesan-pesan yang masuk (Informan FM)”.

Sub konsep 1. Bebas

Bebas mempunyai makna bahwa pengguna whatsapp dapat membalas pesan

kapan saja, dan tidak terikat waktu saat itu juga. Pengaturan privasi chatting menjadikan lawan bicara tidak bisa mengetahui apakah pengguna whatsapp aktif atau tidak. Aktifitas yang sedang dikerjakan seseorang mempengaruhi lama tidaknya seseorang membalas pesan, ketika mempunyai waktu luang dan sedang online menggunakan whatsapp seseorang cenderung lebih cepat merespon pesan.

“privasi, karena ingin bebas, bisa menjadi alasan bilang maaf baru sempat baca. atau tidak membuat orang kecewa kalau saya tidak segera membalas (Informan BW)”.
“biar bebas merespon chat, tidak ada beban harus membalas segera, lebih santai apalagi kalau tidak terlalu penting (Informan SM)”.

Pengguna whatsapp (informan) juga berpendapat jika informasi atau pesan yang disampaikan merupakan hal yang penting, seharusnya bisa dilakukan dengan menelpon agar langsung mendapatkan respon dari orang yang dituju, dan tidak menggunakan chatting atau bahkan menunggu balasan chatting dari seseorang.

“Saya lebih baik menelpon jika butuh informasi secepatnya dibanding chat, paketan telpon sudah murah sekarang (Informan BW)”. *“Saya tidak pernah memperhatikan tanda cek list, selama ini saya biasa saja, paling kalau urgen ya telpon (Informan SM)”.*

Sub konsep 2. Tidak ingin orang lain kecewa

Kekecewaan seseorang bisa dialami ketika pesan whatsapp tidak segera dibalas oleh

lawan bicaranya. Pengguna whatsapp yang mengatur privasi chatting berharap agar orang yang sedang chatting dengan mereka tidak kecewa karena pesan tidak langsung dibalas serta menghindari seseorang menjadi tersinggung karena pesan yang dikirim telah dibaca namun belum dibalas.

“jika ada chat masuk, gak pengen baca dulu, takut dia tersinggung karena saya sudah baca namun belum balas, itulah mengapa saya setting WA (Informan SEP)”.
“tidak membuat orang kecewa kalau saya tidak segera membalas (Informan BW)”.

Sub konsep 3. Agar orang tidak menunggu jawaban dengan segera

Menanti jawaban dari seseorang merupakan hal yang tidak disukai banyak orang, namun dalam kasus ini justru pengguna whatsapp mengatur agar whatsapp mereka tidak bisa dideteksi apakah pengguna whatsapp sudah “read” atau membaca pesan atau belum karena tidak ada simbol checklist biru yang menandakan pesan telah dibaca. Hal ini dilakukan oleh pengguna whatsapp agar orang yang sedang chatting dengan mereka tidak menunggu balasan atau jawaban yang cepat dan segera.

“memberikan waktu bagi saya untuk berfikir balasan chat yang sesuai sehingga pemberi pesan tidak tersakiti jika pesannya dibalas beberapa jam atau hari kedepan. Saya lebih baik menelpon jika butuh informasi secepatnya dibanding chat, paketan telpon sudah murah skrg (Informan AS)”. *Biar tak ditunggu balasannya, karena mereka tahu*

kalau saya tidak mengaktifkan centang biru (Informan WN)”.

Sub konsep 4. Urusan penting

Media komunikasi online seperti whatsapp digunakan untuk membantu urusan pekerjaan lebih efektif, komunikasi lebih lancar sehingga urusan penting dapat berlajalan sesuai rencana. Namun sekarang ini banyak sekali orang yang menggunakan whatsapp untuk bercerita hal-hal yang tidak berguna, tidak berfaedah, dan lebih banyak gurauan saja. Para pengguna whatsapp yang mengatur privasi chatting lebih menggunakan whatsapp untuk hal-hal penting dan menghindari komunikasi yang hanya berisi candaan.

“Agar saya bisa membalas pesan yang penting saja, sebab tidak sedikit orang yang mengirim pesan dan menunggu balasan dengan segera. Dengan setting hidden, saya merasa tenang, tidak terganggu oleh pesan-pesan yang masuk (Informan YNH)”. Alasan privasi, lebih mengutamakan urusan penting dibanding hanya candaan (Informan FM)”. “kalau pesan penting buat kedua pihak, maka tanpa centang biru komunikasi dua arah tetap berjalan efektif. kalau penting tapi tidak cepat respon. bisa voice call atau telpon biasa (Informan BW)”

KONSEP 2. PEKERJAAN

Penggunaan whatsapp selain untuk aktifitas pribadi, juga digunakan oleh sebagian orang untuk urusan pekerjaan. Tuntutan komunikasi yang cepat dan efektif menjadikan seseorang menggunakan whatsapp untuk media

komunikasi. Koordinasi melalui whatsapp mudah dilakukan. Banyaknya fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dan aplikasinya yang mudah digunakan “user friendly” merupakan faktor yang mempengaruhi para pekerja menggunakan whatsapp. Namun, para pengguna whatsapp justru dengan sengaja mengaktifkan privasi chatting dikarenakan urusan pekerjaan tambahan yang mereka lakukan, hal ini untuk menghindari terjadinya permasalahan diantara mereka.

“Nomor whatsapp saya digunakan untuk pekerjaan sebagai kontak pengelola jurnal dan sebagai dosen, terkadang pesan yang masuk dari penulis atau mahasiswa di luar lebih jam kerja, sehingga perlu saya hidden agar saya bisa membalas tidak saat itu juga (Informan SM)”.

Sub konsep 1. Urusan Bisnis

Penggunaan whatsapp untuk urusan bisnis sebagai sarana komunikasi banyak dipilih oleh orang karena mudah digunakan, mudah menjangkau konsumen atau pasar. Selain itu, whatsapp banyak fitur yang dapat dimanfaatkan terutama mempromosikan produk melalui foto dan video. Pengaturan privasi chatting tidak mempengaruhi komunikasi bisnis yang dilakukan oleh para pengguna whatsapp, apabila membutuhkan respon yang cepat dilakukan melalui telepon.

“kalau untuk bisnis harus jelas, orang yang mau transaksi pasti menelpon, jadi whatsapp hanya digunakan untuk komunikasi saja, untuk memperlancar bisnis

karena bisa kirim banyak lampiran bisa suara dan foto yang sering dipake (Informan FS) ”.

kendala tidak akan terjadi. Hanya saja ketika komunikasi itu butuh cepat jadi kondisi whatsapp yang seperti itu dapat menjadi kendala karena kita tidak tahu kapan akan di feedback atau dibalas (Informan BW) ”.

Sub konsep 2. Urusan Kantor

Pekerjaan kantor yang beragam dan banyaknya aktifitas komunikasi melalui chatting di jam kerja, membuat para pengguna whatsapp mengaktifkan privasi chatting. Hal ini dilakukan agar pengguna whatsapp bisa memilih untuk membalas pesan penting dahulu dari pada pesan biasa tanpa diketahui oleh si pengirim pesan.

“Sejak saya merasa banyak pesan masuk dari mahasiswa. Ada beberapa mahasiswa yang tidak tahu waktu menghubungi saya, bahkan sudah larut malam. Sehingga saya menyetel hidden agar tidak diketahui oleh mahasiswa (khususnya) bahwa sebenarnya saya sedang online (Informan YNH) ”.

Temuan hasil penelitian kemudian dikonfirmasi ke pengguna whatsapp yang mengatur privasi chatting dan didapatkan informasi bahwa pengaturan whatsapp tidak mengganggu berjalannya komunikasi yang efektif walaupun mereka tahu konsekuensi yang terjadi apabila pengaturan privasi whatsapp diaktifkan. Whatsapp sebagai media komunikasi dipilih karena dianggap lebih efektif dan mudah untuk berinteraksi dengan satu orang atau bahkan dengan sekelompok orang.

“Komunikasi yang efektif itu tentunya komunikasi yang membangun dan ada simbiosis. Asal kita bisa membedakan persoalan penting, urgen atau tidak tentu

Komunikasi efektif perlu dilakukan untuk dapat membangun sebuah kesamaan keinginan dari sebuah informasi yang disajikan, sehingga tujuan yang ingin diraih dapat dilakukan secara bersama-sama (Mulyana, 2008: 3). Komunikasi dikatakan efektif apabila terjadi pengertian, mempengaruhi sikap, menimbulkan kesenangan, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks. Komunikasi efektif dianggap penting karena ragam dinamika kehidupan bisnis dan pekerjaan yang biasa terjadi menghadirkan situasi-situasi kritis yang perlu penanganan secara cepat dan tepat, timbul kecenderungan untuk tergantung pada teknologi komunikasi, serta berbagai kepentingan lain yang muncul.

4. PENUTUP

Whatsapp sebagai media komunikasi memiliki peran besar dalam proses komunikasi antarpribadi. Pemaknaan terhadap pesan yang dikirim oleh seseorang kepada orang lain sangat penting karena bisa berdampak pada cepat atau lambatnya respon dan jawaban dari orang yang mendapatkan pesan. Proses komunikasi yang dilakukan oleh pengguna whatsapp yang mengaktifkan pengaturan privasi chatting tetap

berlangsung secara efektif. Diketahui bahwa motif pengaturan privasi chatting whatsapp yang dilakukan oleh pengguna whatsapp dikarenakan oleh 2 konsep utama, yaitu privasi (bersifat pribadi) dan yang kedua adalah pekerjaan. Privasi (bersifat Pribadi) mempunyai 4 sub konsep yaitu bebas, tidak ingin orang lain kecewa, agar orang lain tidak menunggu jawaban dengan segera, dan urusan penting. Sedangkan, konsep pekerjaan memiliki 2 sub konsep yaitu aktifitas bisnis dan urusan kantor. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pengelola Beasiswa Saintek Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan bantuan dana penelitian kepada penulis, terima kasih disampaikan kepada narasumber (pengguna whatsapp) yang telah bersedia memberikan data dan informasi untuk penyelesaian artikel ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abriyoso. (2012). *Hubungan Efektivitas Komunikasi Antar pribadi dalam Keluarga dengan Motivasi Belajar Anak di Sekolah*. e-Journal Vol 1 No 1 Tahun 2012.
- Armanto, Fandi. (2018, Mei 01). *Akibat Suami Sering Abaikan Pesan WA*. Jawa Pos. Diakses dari <https://radarbromo.jawapos.com/read/2018/05/01/69409/akibat-suami-sering-abaikan-pesan-wa>
- Azani, Audia. (21 Agustus 2015). *Kok cuma di "read"*. Kompasiana. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/audiaaa/55d69a154b7a61e104a3f380/kok-cuman-di-read>
- Cangara, Hafied. 1998. Pengantar Ilmu komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. (1989). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harper & Row.
- Moleong, L. (2001). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. (2003). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rahmansari, Riskyta. (2017). *Penggunaan Aplikasi WhatsApp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo*. Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial. Vol. 1 No. 2 Tahun 2017 Hal. 77-90.
- Soekanto, Sarjono. (1985). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: CV. Rajawali.

MAKNA DIBALIK TRADISI NIKI PALEG SUKU DANI DI PAPUA

¹Bagaskoro Bisono Putro, ²Ananda Salsabila Nadira

^{1,2}Progran Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jakarta, email : bagaskbp@gmail.com., email : ansabilna23@gmail.com

Abstract

This paper aims to find out the meaning behind the Dani Niki Paleg Tradition from Papua. This study was made using a type of literature study, which is done by finding references to relevant theories with the topics to be discussed. For Dani, togetherness is a matter That is very important. Then from there if there are some of those who lose their family members, the Dani tribe has a tradition called Iki Paleg. Where they will cut a portion of the finger segment as a symbol to represent the feeling of loss. what meaning is contained in every tradition of Iki Paleg that is carried out.

Keywords: *tradition, Dani Tribes, symbol, mean.*

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara yang terkenal dengan kemajemukannya atas keragaman suku bangsa, budaya, agama serta adat istiadat, membuat Indonesia kaya sekali akan kebudayaan nasional. Tak terlebi dengan berbagai macam suku bangsa yang diketahui memiliki ciri khasnya masing-masing. Kebudayaan yang mereka miliki merupakan kebudayaan yang sudah ada dari generasi ke generasi. Kebudayaan tersebut akan tetap ada secara turun temurun dan berlangsung secara terus menerus. Hal tersebut mencakup hasil dari karya cipta, rasa dan karsa manusia mengenai aspek kehidupan seperti hukum, keyakinan, seni, kebiasaan, moral dan yang lainnya.

Papua sebagai salah satu pulau dengan wilayah terluas di Indonesia, terdiri

atas bermacam-macam suku yang masih memegang erat adat istiadat maupun tradisinya tanpa ada pengaruh dari budaya asing. Sebut saja suku Asmat, suku Biak, suku Sentani dan juga suku Dani yang merupakan penduduk asli pulau Papua.

Berbicara mengenai kebudayaan suku-suku di Papua, suku Dani yang mendiami wilayah Pegunungan Tengah, Papua memiliki sebuah tradisi yang dapat dinilai sebagai tradisi ekstrim yang cukup mengerikan. Untuk menggambarkan perasaannya atas rasa kehilangan dan duka akibat ditinggal orang-orang terkasih, suku Dani melambangkan rasa sedihnya bukan hanya dengan menitihkan airmata melainkan juga dengan memotong jari-jari mereka. Hal tersebut wajib dilakukan jika terdapat anggota keluarga atau kerabat dekat seperti ayah, ibu, adik dan kakak yang

meninggal. Suku Dani mengartikan tradisi memotong jari tersebut sebagai sebuah simbol dari pedihnya hati ketika ditinggal seseorang yang dikasihi. Namun, tak jarang pula tradisi tersebut dianggap sebagai pencegah dari adanya malapetaka yang merenggut nyawa anggota keluarga yang meninggal.

Kematian merupakan realita yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan umat manusia. Setiap individu pun memiliki cara yang berbeda-beda untuk menangani masa dukanya, bahkan tak hanya individu sekelompok masyarakat pun mempunyai upaya tidak sama dalam menangani pengalaman dukacitanya. Disebutkan bahwa dukacita bermakna kesedihan yang mendalam disebabkan karena kehilangan seseorang yang dicintainya (misalnya kematian). Mengutip dari Wiryasaputra (2003) bahwa “pengalaman kedukaan bersifat universal, tanpa membedakan pekerjaan kedudukan suku bangsa, warna kulit, asal-usul, agama dan tempat tinggal”, bahwa tak ada satu orang pun di bumi ini sanggup menyisihkan atau menaklukkan rasa duka yang hadir apalagi mengabaikannya, sebab peristiwa dukacita tersebut mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku manusia.

Dalam suatu kalangan masyarakat tertentu, terdapat tradisi yang sangat

berpengaruh, dimana aturan-aturan tersebut sudah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya tanpa mengalami suatu perubahan yang mana cenderung monoton. Karena kematian adalah bagian terbesar dari kehidupan manusia, maka setiap kebudayaan pasti memiliki kebijakan dalam mendukung warganya melewati masa dukacita. Dimana pastilah setiap suku dengan kebudayannya masing-masing memiliki perspektif yang berbeda mengenai konsep sebuah kematian.

Mengartikan sebuah kematian adalah bagaikan separuh hidup mereka yang direnggut secara paksa. Yang mana tentunya berdampak pada duka mendalam atas kehilangan tersebut, suku Dani mengungkapkan perasaannya itu dalam perbuatannya memotong jari-mari mereka. Orang-orang suku Dani menjalani tradisi tersebut secara sadar hingga membuat hal tersebut sebagai simbol atas dukacita sekaligus penghargaan terhadap orang-orang tercinta dalam keluarga yang telah meninggal.

Hubungan kekeluargaan merupakan bagian utama bagi masyarakat suku Dani, sebab merupakan susunan dasar yang dianggap penting dalam sistem masyarakatnya. Segi kekeluargaan dalam hal itu mencakup budaya pemotongan jari-jari anggota keluarga yang masih hidup,

karena dinilai bagaikan simbol kerukunan, persatuan, dan kekuatan dalam sebuah keluarga. Alasan mengapa jari dipilih sebagai simbol dukacita oleh suku Dani karena mereka menyebutkan walaupun jari di tangan manusia hanya terdapat ibu jari selaku representasi keluarga. Meskipun begitu, ukuran bentuk dan panjang setiap jari yang tidak sama tetap merupakan sebuah satu kesatuan yang saling memenuhi sebagai kesepadanan dalam hidup. Maka kalau satu bagian pergi, lenyaplah unsur kebersamaan dan kekuatan.

Selain itu, terdapat alasan lain mengenai kaidah dasar menjalin kehidupan sebagai satu keluarga, satu suku, satu asal dan sebagainya. Perihnya luka dan tetesan darah yang tertinggal menjadi lambang suasana dukacita seseorang yang ditinggal oleh anggota keluarganya. Barulah ketika luka-luka potongan pada jari-jari tersebut sembuh dan tak terasa lagi, maka masa berduka pun dianggap telah berakhir.

Orang-orang suku Dani tak dapat mengambil tindakan apa-apa atas tradisi pemotongan jari yang biasa disebut dengan *Niki Paleg* ini karena sudah merupakan adat istiadat yang melekat di tanah Papua. Mereka pun sudah menganggap budaya ini sebagai sebuah kewajiban sehingga mereka akan melakukannya secara sukarela.

Walaupun, di lain sisi orang-orang suku Dani mengaku tak dapat berbuat banyak dengan jari-jari mereka yang tidak utuh. Secara sederhana, arti keluarga bagi suku Dani dapat dianalogikan seperti lima jemari dengan satu kegunaan gerak yang sama.

Biasanya, seorang suku Dani yang sudah menuntaskan kewajibannya menjalani tradisi *Niki Paleg* akan menyandang rasa bangga dan lebih diterima di lingkungan sekitarnya sebab telah melunasi keharusan adat istiadat yang dimiliki sebagai simbol pilu atas kepergian orang terkasih. Lain halnya dengan seorang Dani yang menolak dan tidak mau mengorbankan jari-jarinya untuk dipotong. Mereka secara tidak langsung akan dihakimi oleh sanksi sosial dari masyarakat sekitarnya. Keberadaan mereka tidak akan diterima dan lambat laun akan dikucilkan oleh sesamanya sebab dinilai akan membawa banyak musibah dan bencana bagi kehidupan warga suku Dani yang lain.

Tradisi *Niki Paleg* sebagai simbol atas kehilangan dan dukacita perginya orang-orang terkasih menjadikan hal tersebut bukti bahwa kebudayaan merupakan keseluruhan yang mengandung pengetahuan, kepercayaan, adat istiadat, hukum, moral dan yang lainnya yang diperoleh sebagai bagian dari masyarakat. Untuk itu, makna dan pesan simbolik yang

terkandung dalam tradisi *Niki Paleg* merupakan cara dari bagaimana orang-orang suku Dani menginterpretasikan dunia mereka. Menurut teori interaksionisme simbolik Poloma (2004) oleh G. H. Mead dan Herbert Blumer bahwa interaksi simbolik mengarah pada karakter khas dan unik dalam hubungan antar manusia (h. 257). Hal unik tersebut terwujud dalam bentuk bahwa manusia menginterpretasikan setiap perbuatannya tidak sama dengan manusia lainnya. Begitupula dengan masyarakat Dani yang mengartikan sebuah peristiwa menyedihkan layaknya kematian melalui sebuah simbol yang menampakkan bentuk perbuatan. Simbol tersebut dijadikan sebagai isyarat atas rasa dukacita dalam

2. METODE

Dalam melakukan penelitian ini, telah dilakukan penyusunan yang sistematis untuk memudahkan hasil yang ingin dicapai. Begitu pula yang dilakukan penulis dalam penelitian ini. Karena jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, maka langkah pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan studi literatur

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tradisi *Niki Paleg* dianggap bertujuan agar ruh tetap berada di dalam honai atau

berkomunikasi sehingga tidak perlu diutarakan dengan menggunakan kata-kata.

Tradisi ini merupakan sebuah kenyataan yang berada di bumi Indonesia, khususnya tanah Papua. Budaya ini begitu dikenal sebagai suatu tragedi dimana seseorang merelakan satu atau bahkan keempat jarinya dipotong sebagai perwujudan rasa cinta kepada orang yang sudah meninggal. Namun, hal itu pula yang membuat penulis tertarik untuk bertujuan mengetahui dan membahas lebih jauh mengenai makna tradisi *Niki Paleg* oleh suku Dani. Penulis juga berharap tulisan ini nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

pada buku-buku yang membahas tentang Tradisi Suku Dani, jurnal, dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang akan diangkat dalam penelitian ini. Data-data yang nantinya akan dikumpulkan berupa hasil kutipan dari sumber data yang berada di kajian pustaka.

rumah adat suku Dani hingga luka pada jari yang dipotong sembu. Pematangan

berlaku pada semua jari kecuali ibu jari. Biasanya, bagian yang akan dipotong adalah dua ruas jari. Tradisi ini sudah dilakukan sejak zaman nenek moyang dan dilakukan secara turun-temurun, walaupun dalam pandangan medis hal tersebut adalah ekstrim.

Ritual pemotongan jari kebanyakan ditujukan kepada kaum ibu. Namun, anggota keluarga lain yang berasal dari pihak ayah ataupun ibu dapat juga menjadi subjek ritual ini. Makna lain dibalik ritual ini dapat diartikan sebagai usaha untuk menghindari bencana dan musibah yang dianggap telah menjadi faktor kerabatnya meninggal agar tidak kembali lagi menimpa yang lainnya. Terdapat berbagai macam cara untuk melakukan ritual pemotongan ini. Pemotongan dapat dilakukan dengan menggunakan benda-benda tajam seperti pisau, parang dan kapak. Usaha lainnya dapat dengan mengikat jari menggunakan sebuah tali hingga jari menjadi mati rasa kemudian dipotong.

Menurut Neale (1985) mengenai dukacita sebagai sebuah rasa kehilangan dan sebuah metode peralihan dari keadaan yang mengejutkan dan ketidakbisaan menyingkirkan keadaan di masa lampau menuju ke suasana menyedihkan, dan menggunakan nilai yang terdapat didalamnya sebagai fondasi format jalinan

baru yang bermanfaat (h. 469-470). Hal tersebut tergambarkan oleh masyarakat suku Dani yang menilai proses dukacita sebagai proses dalam mengalihkan perasaan tercengang akibat tertampar oleh realita ditinggal orang terkasih selaku proses adaptasi dari kesedihan hingga mencapai keharmonisan yang baru.

Seorang Dani merelakan jari-jarinya dipotong dikarenakan rasa dukacita yang timbul dari emosi jiwa yang melekat selama hidup. Emosi dan perasaan yang terbentuk selama hidup menjadikan mereka mampu menyakiti diri mereka sendiri secara fisik.

Tangan merupakan bagian dari raga manusia yang memiliki fungsi sangat utama mengarungi kehidupan. Manakala keadaan jari tangan sudah tidak lagi lengkap maka dapat diartikan pula bahwa kehidupan yang tengah dijalani tidak lagi sama. Melakukan kegiatan dengan jari yang tidak lagi lengkap pun akan menjadi kesulitan tersendiri. Kesulitan yang dimaksud pun adalah rasa sedih yang mendalam. Bagian jari yang telah dipenggal nantinya akan dikeringkan dan dibakar.

Peristiwa dukacita oleh suku Dani ini merupakan tradisi yang dinilai memiliki corak khas tersendiri. Dimana ritual *Niki Paleg* ini bersifat sangat pribadi, ekstrinsik dan berhubungan dengan konteks. Per

anggota menyimpan pengetahuan tersendiri mengenai pengalamannya menghadapi kematian sehingga masing-masing anggota dapat menentukan pandangan yang tak biasa mengenai ditinggal orang-orang terkasih.

Layaknya yang dikutip dari Wiryasaputra (2003), bahwa manusia mengalami dukacita, namun dengan tingkat dukacita yang berbeda-beda (h.69). Begitupula dengan masyarakat suku Dani, mereka pun melewati masa duka yang intens. Namun, tentu dengan jenjang yang berbeda-beda. Apabila terdapat aturan yang tidak mengizinkan kaum adam untuk menumpahkan tangisnya ketika berduka, maka tidak dengan masyarakat suku Dani. Setiap golongan tanpa terkecuali sama-sama meratapi kepergian orang-orang terkasih yang mati sehebat-hebatnya pada saat hari kematian dan masa berduka.

Dalam keadaan berduka yang dijalani oleh suku Dani, stress merupakan perwujudan atas kepergian yang dihadapi. Hal tersebut pun nampak dalam indikasi secara fisik.

Masyarakat suku Dani enggan untuk menjalani hidup seperti sebagaimana harusnya selama masa berduka. Sebab menurut mereka, kehilangan yang mereka rasakan tak selayaknya terjadi dalam kehidupan khususnya bagi kaum pria

karena sangat mengagungkan nilai hubungan. Realita ditinggal mati oleh orang-orang terkasih membuat mereka menolak menerima kebenaran yang ada. Melalui tradisi *Niki Paleg* mereka seolah tak dapat pergi dari kesedihan mendalam yang berlarut-larut dengan terus memperingati kenangan bersama orang yang telah meninggal. Tak hanya secara fisik, peristiwa duka juga pun turut memengaruhi keadaan batin mereka selama hidup. Semakin dalam tekanan batin yang dialami maka semakin banyak pula jari yang akan dipotong.

Selain tradisi *Niki Paleg*, masyarakat suku Dani kerap melakukan perilaku tidak biasa seperti melemparkan tubuhnya ke kali Wamena sebagai rasa sesal mereka atas kepergian abadi anggota keluarga sebab keberadaan mereka masih sangat dibutuhkan di dunia. Perbuatan tersebut mengandung makna bahwa tubuh yang dilempar ke kali akan pergi bersama dengan kematian yang terjadi karena mereka tak bisa hidup tanpanya. Oleh sebab itu, ketidakmampuan melepaskan kematian orang-orang terkasih mereka bersedia untuk menjalani tradisi *Niki Paleg* dengan penuh penjiwaan terhadap nilai adat yang dipercayai. Tabiat yang melekat dalam tradisi ini bertujuan untuk memelihara

kepaduan ikatan kasih dan sayang antara mereka yang bernyawa dan tidak.

Intensitas dukacita tidak didasari oleh ukuran makna subjek yang tak lagi ada, tetapi juga oleh kadar ikatan jalinan secara emosional antar subjek yang ditinggal dan meninggalkan. Perasaan dukacita yang dimiliki oleh suku Dani tidak hanya ditimbulkan oleh ikatan yang erat antar orangtua dan keturunannya, melainkan masyarakat suku Dani dan suku lainnya. Yang dimaksud adalah kerabat yang sudah tinggal bersama dalam jangka waktu yang tidak sebentar. Kerabat tersebut pun dapat merupakan suku diluar suku Dani namun memiliki peduli terhadap sesama. Bagi orang Dani, jika kerabat tersebut meninggal maka akan dianggap seperti bagian dari keluarga kandung sehingga jari-jari mereka tetap harus dipotong. Sehingga ritual *Niki Paleg* pun akan tetap terlaksana di tempat yang berbeda dan dengan subjek yang tidak sama pula.

Para orangtua seperti ibu dan ayah yang sudah tak lagi memiliki anak atau orang yang dicintai pun tak mampu mengendalikan perasaan mereka jika tidak menunaikan ritual *Niki Paleg*. Dengan memotong jari-jari mereka akan dianggap bahwa mereka telah merelakan kepergian kerabat mereka yang telah meninggal secara resmi. Dan apabila mereka tidak

turut menanggung pilu ketika jari mereka dipotong maka pilu akibat ditinggalkan akan semakin nyata. Masyarakat suku Dani yang tidak sanggup menahan perasaan mereka atas rasa sedih yang mendalam dan amarah atas rasa kehilangan dapat menghadapi pergantian pola berpikir bahkan perbuatan. Terlebih kesehatan mental yang terganggu sehingga muncul niatan-niatan untuk mengakhiri nyawa sendiri. Dilakukannya perbuatan tersebut dimaknai jika mereka melakukan hal demikian maka mereka akan pergi bersama anak atau kerabat yang telah meninggal.

Merupakan sebuah keharusan bagi masyarakat suku Dani agar segala hal dalam hidupnya diatur dalam norma adat. Imbas dari ritual *Niki Paleg* adalah bagian keluarga utama seperti paman dan bibi dari pihak ayah maupun ibu yang tengah berada dalam peristiwa dukacita akan diberikan tanggungan adat. Keharusan tersebut berupa pemberian harta berupa uang atau binatang peliharaan bernilai seperti babi kepada anggota kerabat terdekat seperti ibu atau ayah. Namun, apabila pihak keluarga belum dapat membayarnya, hal tersebut akan dinilai sebagai tunggakan adat. Namun, apabila sudah dapat dilunaskan maka pemimpin suku besar masyarakat suku Dani akan menggelar perjamuan secara besar-besaran untuk meramaikan

peringatan akan kematian anggota keluarga. Dapat ditarik sebuah garis besar adanya tunggakan adat pun memiliki nilai yang bermakna sebagai sebuah norma adat dan memberikan imbas positif dalam bidang sosial-ekonomi masyarakat suku Dani.

Berbagai macam sumber mengatakan jika tradisi *Niki Paleg* ini sudah nyaris tidak

4. PENUTUP

Tradisi *Niki Paleg* dianggap bertujuan agar ruh tetap berada di dalam honai atau rumah adat suku Dani hingga luka pada jari yang dipotong sembuh. Dalam pelaksanaan tradisi ini bagian yang akan dipotong adalah dua ruas jari

Makna lain dibalik ritual ini dapat diartikan sebagai usaha untuk menghindari bencana dan musibah agar tidak terulang lagi. Pemoangan dapat dilakukan dengan menggunakan benda-benda tajam seperti pisau, parang dan kapak. Usaha lainnya dapat dengan mengikat jari menggunakan sebuah tali hingga jari menjadi mati rasa kemudian dipotong.

Masyarakat suku Dani enggan untuk menjalani hidup seperti sebagaimana harusnya selama masa berduka. Menurut mereka, kehilangan yang mereka rasakan tak selayaknya terjadi dalam kehidupan.

berlaku lagi. Kini, sudah jarang masyarakat yang belakangan ini melangsungkan ritual ini. Salah satu akibatnya adalah masuknya pengaruh keagamaan yang berkembang disekitar daerah pegunungan tengah Papua. Namun, pria dan wanita lanjut usia dengan jari-jari yang sudah tak utuh sebagai dampak dari ritual *Niki Paleg* masih dapat ditemui.

Masyarakat suku Dani juga melemparkan tubuhnya ke kali Wamena sebagai rasa sesal mereka atas kepergian abadi anggota keluarganya. Perbuatan tersebut mengandung makna bahwa tubuh yang dilempar ke kali akan pergi bersama dengan kematian yang terjadi karena mereka tak bisa hidup tanpanya. Perasaan dukacita yang dimiliki oleh suku Dani tidak hanya ditimbulkan oleh ikatan yang erat antar orangtua dan keturunannya, melainkan masyarakat suku Dani dan suku lainnya. Karena bagi mereka kerabat yang sudah tinggal bersama dalam jangka waktu yang tidak sebentar sudah mereka anggap sebagai keluarga.

Imbas dari ritual *Niki Paleg* adalah bagian keluarga utama seperti paman dan bibi dari pihak ayah maupun ibu yang tengah berada dalam peristiwa dukacita akan diberikan tanggungan adat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Wanulu, R. (2016). Makna Interaksi Simbolik Pada Proses Upacara adat Cumpe Dan Sampua Suku Buton Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4(3): 265-279
- Haris, A. 2018. Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Risalah*. Vol 29. 16-19
- Rahmawati R. 2017. Makna Simbolik Tradisi *Rebo Kasan*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol 20. 61-74
- Agustianto, A. 2011. Makna Simbol Dalam Kebudayaan Manusia. *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol 8. 1-8
- Wardani, T. 2017. Upacara Adat Mantu Kucing Di Desa Purworejo Kabupaten Pacitan (Makna Simbolis Dan Potensinya Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah). *Jurnal Agastya*. Vol 7. 1
- http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/8510/1/T2_832009008_BAB%20I.pdf (Diakses pada tanggal 13 Juni 2019)
- https://id.wikipedia.org/wiki/Suku_Dani (Diakses pada tanggal 13 Juni 2019)

KOMUNIKASI KELOMPOK DI DALAM RUMAH REHABILITASI KELUARGA KEMBANG CAHAYA

Kuswidianti Dharma Prewitasari¹, Wiwik Novianti²

¹Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Jenderal Soedirman

²Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

The increasingly modern like-day era, or commonly called the millennial era, is increasingly worrying about the rise of drug abuse. Many users or addicts come from children who are still underage. This is a serious problem for the Indonesian people, because generations are very easily involved in drug abuse cases and other legal actions. Related to drug problems, one step that needs to be done in handling this case by providing rehabilitation to users or addictions through drug use. The most important drug addicts in the rehabilitation center for the former drug addicts. One of the rehabilitation places in the city of Purwokerto under the name Kembang Cahaya Family Community. The Kembang Cahaya Family Community (Kekaca) is a group of organizations that want to use drug addicts in the healing process. Memory is a rehabilitation house for drug addicts who really want to recover on their own volition and not from solicitation. The pattern of family communication in the Messages is very pronounced. Communication that is like a relationship between a father and his children. In addition, activities in rehabilitation are also filled with a variety of positive activities, both spiritual and non-spiritual in order to be converted into the busyness and emptiness of the junkies in a more positive direction.

Keywords: Communication, Community, Drugs, Rehabilitation, Kekaca.

1. PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembangunan suatu bangsa adalah sumber daya manusia. Di tengah perkembangan berbagai aspek, tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai masalah sosial pun kian berkembang. Hal ini menjadi suatu kausalitas yang tidak akan pernah terbantahkan. Pemerintah dan juga masyarakat perlu bersama-sama untuk senantiasa meminimalisasi berbagai masalah sosial yang saat ini tengah hadir. Sinergisitas antara pemerintah dan masyarakat diharapkan mampu membangun Negara yang bebas dari masalah sosial masyarakat. Adapun salah satu masalah sosial yang perlu diperhatikan yaitu narkoba.

Narkoba merupakan singkatan dari narkotika dan obat berbahaya. Selain narkoba istilah yang diperkenalkan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia adalah Napza yang merupakan singkatan dari narkotika, psikotropika dan zat adiktif.

Disadari atau tidak, narkoba sudah lama menjadi masalah sosial bagi negara yang hingga saat ini masih terus berkembang.

*Korespondensi Penulis:

Email: dharmaprewitasari@yahoo.com

Dampaknya bagi Negara adalah berbagai hal mengalami degradasi termasuk degradasi kejiwaan. Selain dampak bagi Negara, adapula dampak individu yang didapatkan dari penggunaan narkoba antara lain, kerusakan sistem syaraf, gangguan pencernaan, gangguan pernafasan, depresi, dan yang paling parah adalah kematian. Maka dari itu, peran pemerintah dan masyarakat dalam menanggulangi narkoba diharapkan mampu mengurangi jumlah pecandu narkoba. Selain mencegah dan menanggulangi narkoba, upaya yang dapat dilakukan untuk mengobati para pecandu adalah dengan melakukan pendampingan khusus atau rehabilitasi.

Menurut Agoeng Noegroho, dkk, pencegahan narkoba memerlukan upaya sedini mungkin, bukan hanya dengan penindakan hukum secara tegas,

tetapi juga dengan memberikan penyuluhan dan pemberdayaan masyarakat dari pemerintah dan *civil society* untuk memberikan motivasi, pola pikir pemahaman dan sikap mental bagi masyarakat umumnya, dan para generasi muda supaya bersama menangkal bahaya penyalahgunaan narkoba. Berbagai cara pun dilakukan untuk memberantas tindakan penyalahgunaan narkoba. Baik itu dalam menyelamatkan para korban ataupun pencegahan dini terhadap ancaman bahaya narkoba kepada masyarakat luas melalui seminar dan forum-forum diskusi dengan menjalin koordinasi dengan pihak BNN setempat.

Salah satu kelompok masyarakat yang berperan aktif dalam menangani para korban pecandu narkoba di Banyumas, tepatnya di Purwokerto adalah Komunitas Kembang Cahaya (Kekaca).

Sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 104 UU No.35 Tahun 2009 tentang narkoba yang menyatakan bahwa "*Masyarakat mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk berperan serta membantu pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.*" Maka menjadi hal yang tidak mungkin tidak akan timbulnya inisiatif sekelompok masyarakat dalam upaya mendukung BNN mewujudkan visi Indonesia 2015 Bebas Narkoba.

Menurut Dina Novitasari, Rehabilitasi terhadap pemakai atau pecandu penyalahgunaan narkoba dilakukan sebagai upaya memulihkan kembali kondisi dan merupakan suatu upaya dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pemakai atau pecandu. Alternatif pemidanaan dengan rehabilitasi juga mampu melindungi masa depan generasi muda yang bisa juga disebut sebagai korban penyalahgunaan narkoba agar tidak semakin terjerumus.

Rehabilitasi menurut Lulu Ul Jannah dalam UU No 35 Tahun 2009 tentang narkoba, terdapat setidaknya dua jenis rehabilitasi, antara lain rehabilitasi medis dan rehabilitasi non-medis (sosial). Pasal 1 butir 16 UU No 35 Tahun 2009 menyatakan bahwa: Rehabilitasi medis adalah suatu proses kegiatan pengobatan secara terpadu untuk membebaskan pecandu dari ketergantungan narkoba. Pasal 1 butir 17 UU No 3 Tahun 2009 menyatakan bahwa: Rehabilitasi non-medis

(sosial) adalah suatu proses kegiatan pemulihan secara terpadu, baik fisik, mental, maupun sosial, agar bekas pecandu narkoba dapat kembali melaksanakan fungsi dalam kehidupan masyarakat.

Selain itu dalam masa rehabilitasi, hal yang paling penting dilakukan adalah dengan memberikan pemahaman mengenai konsep diri terhadap para korban penyalahgunaan narkoba. Dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep diri, nantinya diharapkan dapat membentuk konsep pada diri para korban penyalahgunaan narkoba ke arah yang lebih positif.

Menurut Megiyana Djoharwati, Konsep diri adalah bagian diri yang dapat mempengaruhi setiap aspek pengalaman baik itu perasaan, persepsi dan tingkah laku untuk menilai diri mereka sendiri.

Dengan kata lain, konsep diri yang baik akan terbentuk melalui lingkungan yang dapat memberikan efek positif, sebaliknya jika konsep diri terbentuk dari lingkungan yang memberikan efek negatif pada diri, maka yang akan terbentuk dalam diri seseorang tersebut adalah negatif.

Seperti contohnya dalam kasus narkoba ini, lingkungan pertemanan menjadi faktor paling penting sekaligus penentu dalam pembentukan konsep diri pada diri seseorang. Jika seseorang berada di lingkungan pertemanan yang terbiasa mengkonsumsi obat-obatan terlarang atau narkoba, maka nantinya seseorang tersebut akan mengikuti kebiasaan tersebut tanpa memikirkan dampak apa yang akan diterimanya setelah mengkonsumsi barang terlarang tersebut.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Menurut Effendy (2009;32), Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagai panduan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Dari pengertian tersebut, jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, karena hanya kepada manusia-

manusia yang bermasyarakat komunikasi dapat terjadi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya.

Sedangkan pengertian Kelompok menurut Joseph De Vito (1997) kelompok adalah sekumpulan individu yang berhubungan satu sama lain yang memiliki tujuan bersama dan adanya kelompok atau struktur diantara mereka. Di dalam kelompok dikembangkan norma-norma yang dianggap sebagai dasar berperilaku anggotanya.

Komunikasi Kelompok menurut Little John (1989), adalah komunikasi yang fokus pembahasannya pada interaksi diantara orang-orang yang ada dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar pribadi. Adapun teori komunikasi kelompok membahas tentang dinamika kelompok, efisiensi, dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan.

Menurut Dwi Afrimetty Timoera & Agus Martono, dalam menentukan apakah rehabilitasi dan pola pembinaan terhadap pecandu narkotika dapat dikatakan efektif atau tidak, hal ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut ada yang berasal dari dalam diri (faktor internal) dan ada yang berasal dari luar (faktor eksternal). Faktor yang berasal dari dalam yang mempengaruhi efektivitas rehabilitasi dan pola pembinaan terhadap pecandu narkotika terdiri dari berbagai hal, antara lain:

- 1) Kemauan yang kuat dari dalam diri residen itu sendiri untuk sembuh dan terbebas dari ketergantungan terhadap narkoba.
- 2) Pola pikir residen itu sendiri terhadap efek atau dampak buruk yang ditimbulkan jika masih menggunakan narkoba.
- 3) Perubahan perilaku residen selama menjalani proses rehabilitasi dan pola pembinaan.

Faktor yang berasal dari dalam ini sangat memiliki pengaruh yang besar dalam kesembuhan para korban penyalahgunaan narkoba serta efektivitas rehabilitasi dan pola pembinaan yang dilakukan. Selain faktor dari dalam, adapula faktor dari luar (faktor eksternal) yang juga berpengaruh

besar dan dapat menentukan efektivitas rehabilitasi dan pola pembinaan tersebut. Adapun faktor yang berasal dari luar antara lain:

- 1) Dukungan penuh dari orang-orang terdekat, seperti teman-teman, pasangan, dan terutama orang tua atau wali.
- 2) Lingkungan tempat residen (pecandu) bergaul atau menjalani aktivitas sehari-hari sangat menentukan apakah residen akan kembali lagi menjadi pecandu atau tidak. Hal yang sangat menjadi penentu atau faktor utama terhadap dari yang sudah disebutkan diatas adalah lingkungan tempat para korban penyalahgunaan narkoba bergaul atau menjalani aktivitas sehari-hari.

Jika setelah sembuh, korban kembali ke lingkungan atau teman-teman yang membuatnya terkena pengaruh untuk menggunakan narkoba, kemungkinan besar akan membuat korban terpengaruh kembali dan menggunakan narkoba lagi, sehingga efektivitas rehabilitasi dan pola pembinaan terhadap pecandu narkoba akan buruk.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Danim, terdapat ciri dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif memiliki setting alami sebagai sumber data langsung.
2. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif.
3. Penelitian kualitatif lebih menekankan proses kerja.
4. Penelitian kualitatif cenderung menggunakan pendekatan induktif.
5. Penelitian kualitatif memberi titik tekan pada makna.

Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu menggunakan observasi, wawancara mendalam dan penelaahan dokumen. Observasi disini dilakukan dengan mengamati kegiatan yang dilakukan di kelompok atau komunitas Keluarga Kembang Cahaya. Wawancara mendalam dilakukan kepada ketua komunitas kembang cahaya yaitu Bapak Surya Esa dan Roni selaku anggota pengurus kelompok atau komunitas.

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai segala hal yang berkaitan dengan kelompok Keluarga Kembang Cahaya (KeKaCa) mulai dari profil kelompok hingga proses pendampingan yang dilakukan. Sedangkan penelaahan dokumen yang dilakukan disini adalah dengan menelaah dokumen pendirian badan hukum kelompok Keluarga Kembang Cahaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil Keluarga Kembang cahaya

Keluarga Kembang Cahaya atau biasa disebut dengan Kekaca, merupakan rumah bagi para pecandu narkoba yang setidaknya memberikan sedikit angin segar ditengah meningkatnya pengguna narkoba di Indonesia. Diinisiasi oleh Bapak Surya Esa, Kekaca menjadi rumah rehabilitasi atau pendampingan bagi para pencandu narkoba yang benar-benar ingin sembuh atas dasar kemauan sendiri dan bukan dari ajakan orang lain.

Keluarga Kembang Cahaya lahir pada 26 Juni 2013 berawal dari kegiatan Peringatan Hari Anti Narkotika Internasional (HANI) 2013 yang diselenggarakan oleh Badan Narkotika Kabupaten Banyumas melalui acara aksi simpatik bersama dengan LSM Ormas, OKP, dan UKM.

Komunitas Kembang Cahaya (Kekaca) merupakan salah satu contoh kelompok yang memberikan fokus pendampingan untuk para pecandu narkoba yang ingin sembuh dan berada di Kabupaten Banyumas. Karena berdasarkan faktanya tingkat pecandu narkoba yang ada di Indonesia masih cukup tinggi.

Sebagaimana kita ketahui Komunitas ini merupakan kelompok yang ingin membantu para pecandu narkoba dalam proses rehabilitasi atau pendampingan. Sebagian besar anggota-anggota yang tergabung dalam Rumah Keluarga Kembang Cahaya berasal dari banyumas. Akan tetapi ada juga yang berasal dari luar Banyumas, seperti Lampung dan Medan. Anggota yang tergabung juga kurang lebih sekitar 200 orang dan rata-rata yang tergabung adalah yang orang-orang yang berusia 18-40 tahun. Biasanya yang berusia 40 tahun adalah sebagai pengedar narkoba. Para

pecandu yang ingin masuk dalam komunitas ini harus yang memiliki niat dan keinginan dari diri sendiri untuk sembuh dan datang dengan wali atau dengan orang tuanya.

Menurut hasil wawancara bersama dengan Bapak Surya Esa, jika mereka ingin benar-benar memiliki keinginan kuat untuk berubah, “mereka harus datang dengan Wali yang menjadi penanggung jawab”. Karena, disadari ataupun tidak, peran wali/orang tua turut ikut andil dalam upaya penyembuhan. Setelah sepakat, kedua belah pihak membuat pernyataan tertulis, membuat pernyataan verbal yang direkam yang menyatakan keseriusan untuk sembuh. Terakhir, difoto dan resmi memperoleh kartu anggota keluarga sekaligus resmi menjalani rehabilitasi.

Dalam Komunitas Kembang Cahaya (Kekaca) ini para pecandu narkoba yang tergabung dalam Rumah Keluarga Kembang Cahaya (Kekaca) melakukan banyak kegiatan ketika berkumpul seperti bermain musik, melukis, penyuluhan, teater, menyablon. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan yang bersifat positif, sebagai cara untuk merangkul anak-anak atau “korban” yang menggunakan narkoba selain direhabilitasi.

Wujud yang berbeda yang menjadi jembatan BNK Banyumas berkolaborasi dengan masyarakat yaitu Parade Musik 8 Jam Anti Narkoba yang mewarnai kegiatan tahunan ini. Ada beberapa orang dari grup band yang tampil datang kepada menemui Surya Esa, yang mempunyai keinginan untuk terbebas atau sembuh dari ketergantungan obat. Melihat hal itu, BNK Banyumas melakukan fasilitasi di suatu tempat yaitu Wisma Indria Prana Baturraden selama 5 (lima) hari untuk menyelenggarakan kegiatan *Narcotics Anonymous* (NA) yang berlangsung dari tanggal 20 Juli s.d 26 Juli 2013 dibantu oleh dokter psikiater dari RSUD Banyumas (dr. Hilma Paramitha).

Berawal dari kegiatan itu, maka lahirlah Keluarga Kembang Cahaya yang anggotanya adalah anak-anak yang ikut acara tersebut di atas dan menyatakan ingin sembuh dari ketergantungan obat. Sehingga, pada tanggal 26 Juli itu juga lahirlah kesepakatan bersama Keluarga Kembang

Cahaya yang bertujuan untuk membantu anak-anak tersebut keluar atau sembuh dari ketergantungan obat dan mencari solusi untuk kembalinya anak-anak tersebut menjadi manusia seutuhnya atau manusia mandiri.

Keluarga Kembang Cahaya selanjutnya mendapatkan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Banyumas berupa tempat untuk berekspressi. Sebuah bangunan rumah yang beralamat di Jalan Beringin No.3 Purwokerto Utara. Selanjutnya rumah tersebut menjadi pusat atau sentra aktivitas Keluarga Kembang Cahaya.

Kekaca sendiri mempunyai rencana untuk melaksanakan atau memberikan kegiatan melayani perbaikan atau servis alat pendingin, servis motor, membuka salon, pelatihan musik dan lain lain. Sederhananya, Kekaca telah melakukan apa yang bisa dan dianggap benar. Akan tetapi di sisi lain, Kekaca pun membutuhkan bantuan dari berbagai pihak untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia yang terbebas dari narkoba pada umumnya dan Kabupaten Banyumas pada khususnya.

Menurut Nawangsih, Putri Rismala Sari⁷⁾ dikatakan bahwa rehabilitasi merupakan salah satu cara terbaik untuk mengatasi penyalahgunaan narkoba. Masuknya pengguna narkoba ke panti rehabilitasi memberi konsekuensi pentingnya melakukan penyesuaian diri.

Memasuki masa rehabilitasi, yang paling utama akan direhabilitasi secara kejiwaan/medis oleh dokter. Setelah rehabilitasi secara medis, selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Surya Esa dan Ronny selaku anggota komunitas bahwa “rehabilitasi sosial dilakukan dengan menyalurkan tenaga mereka berbagai keahlian diantaranya pada jasa pelayanan servis alat-alat elektronik, servis motor, salon kecantikan dan pelatihan/jasa rental computer, juga les musik. Seluruh kegiatan ini ditujukan bagi masa depan mereka untuk kembali menjadi manusia seutuhnya”.

Pada tahap inilah, proses rehabilitasi sosial para *Junkie* tengah berproses. Bahwa sesungguhnya keberadaan mereka bisa memiliki arti bagi masyarakat sekitar. Bahwa tenaga mereka dibutuhkan. Keahlian mereka diandalkan. Dan pengakuan-pengakuan lain yang pada akhirnya

mampu menumbuhkan rasa kemanusiaan mereka sebagai makhluk sosial. Berbeda dengan keadaan mereka saat menjadi pecandu. Aktivitas yang dilakukan hanya demi memuaskan keinginan diri sendiri. Jangankan dengan masyarakat sekitar, dengan keluarga saja mereka menarik diri dan menjauh. Karenanya Keluarga Kembang Cahaya menerapkan semboyan “Bertegur Sapa Untuk Saling Mengasihi.

Yang menjadi ciri khas dan menarik pada Kekaca yaitu dengan tidak mengajak para *junkie*, akan tetapi harus berdasarkan keinginannya sendiri. Dalam wawancara yang kami lakukan, Bapak Surya Esa yang merupakan bapak dari para *junkie* di Kekaca mengatakan, tidak pernah dan tidak akan mengajak para pecandu untuk mau datang secara terpaksa mencurahkan isi hatinya hanya demi perubahan hidup yang sesungguhnya mereka inginkan. Yakni hidup tenang dan damai, bebas dari narkoba. Tetapi, dengan kesan positif para *junkie* di Kekaca menjalani pola hidup sehat, melayani masyarakat dengan keterampilan yang telah ditekuni, serta menyumbangkan tenaga secara sukarela melalui misi kemanusiaan seperti membantu korban narkoba yang ingin sembuh. Semua itu menyentuh nurani siapapun yang memandang dan merasakan manfaat keberadaan rumah rehabilitasi Kembang Cahaya.

b. Pola Komunikasi

Selain pola kekeluargaan di Kekaca yang sangat terasa, kelompok ini membangun komunikasi seperti layaknya perlakuan seorang bapak kepada anaknya yaitu yang rela melakukan apa saja hanya untuk menyembuhkan anak-anaknya serta untuk melihat anak-anaknya sukses di masa depan kelak. Kasih sayang terjalin satu sama lain, terlebih bagi seorang bapak. Bahkan, menurut pengakuan Bapak Surya Esa, beliau seringkali menangani anak-anaknya yang tertimpa masalah seperti maling helm, masalah di tempat bekerjanya, dsb. Dan beliau akan datang serta siap membantu pada waktu kapanpun. Oleh karena itu, berdasarkan dengan pola komunikasi yang disebutkan di atas maka dalam membangun saluran komunikasi untuk membangun rasa kekeluargaan dalam Kekaca, Bapak Surya Esa melakukan beberapa

komunikasi yang disalurkan kedalam beberapa saluran, seperti melalui penggunaan *WhatsApp*.

Melalui *group WhatsApp* yang tergabung antar satu sama lain, Bapak Surya Esa memiliki filterisasi tersendiri dalam pengelolaannya, sehingga tidak semua *junkie* mampu bertemu di dalam satu grup yang sama. Para *junkie* mempunyai tahapan yang harus dilalui upaya berkembang menjadi lebih baik hingga benar-benar terlepas dari candu narkoba.

Selain itu, berbagai perkumpulan untuk menyelenggarakan suatu agenda pun sering dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengalihkan kesibukan dan kekosongan jiwa para *junkie* ke arah positif, salah satunya diikutsertakan ke dalam kepanitiaan suatu agenda. Selain mengalihkan kesibukan ke arah positif, pun untuk membangun solidaritas serta kerjasama antar sesama manusia. Agar kelak, para *junkie* tidak lagi canggung disaat berbaaur dengan masyarakat setempat.

Saluran lain yang rutin dilakukan yaitu melalui perkumpulan rutin di *basecamp* pada dini hari, tepatnya pukul 01:00. Meski dilaksanakan pada dini hari, perkumpulan ini dinilai penting sebagai saluran komunikasi untuk senantiasa saling curhat satu sama lain membahas berbagai hal.

Perkumpulan pada dini hari ini dikarenakan oleh banyaknya para *junkie* yang sudah bekerja, akan tetapi waktu pulanginya pada malam hari. Dalam upaya rehabilitasi ini, selain dalam penanganan kejiwaan, Kekaca pun berupaya agar para *junkie* kelak mampu berbaaur dan diterima oleh masyarakat.

Maka dari itu, Kekaca melakukan berbagai diskusi dan kegiatan-kegiatan positif lain untuk membuat para *junkie* sibuk, diantaranya dengan cara penggalian hobi, seperti bermusik, salon, dsb. Terbukti, grup band yang dimiliki Kekaca saat ini akan melakukan rekaman bersama label musik Nagaswara di Jakarta. Tidak dapat dipungkiri, sebagian dari anggota Kekaca pun, ada yang ingin bekerja untuk mencari uang. Maka dari itu, Bapak Surya Esa pun menawarkan beberapa pekerjaan untuk senantiasa ditekuni.

4. PENUTUP

Upaya Kekaca untuk merangkul para pecandu narkoba, tentu membutuhkan pola komunikasi yang tidak mudah. Komunikasi menjadi hal utama untuk memahami dan menghubungkan antar sesama pecandu, terlebih ini berkaitan erat dengan mental kejiwaan. Akan tetapi, hadirnya Kekaca di tengah masyarakat, setidaknya menjadi keluarga yang memberikan rasa aman bagi sesama pecandu yang mungkin sudah pasrah terhadap kehidupannya. Selain itu, hadirnya Kekaca pun sebagai upaya memperoleh status serta harga diri para pecandu untuk senantiasa bangkit dari keterpurukan. Pun tidak dapat dipungkiri, Kekaca menjadi kekuatan tersendiri disaat para pecandu narkoba dikucilkan dan dijauhi oleh masyarakat. Pada konteks ini, Kekaca menjadi rumah peneduh yang memberikan dorongan positif bagi sesama pecandu narkoba untuk tidak menyalahkan diri sendiri dan masa lalunya melalui rehabilitasi jiwa dan sosial.

Dari keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh Kekaca, setidaknya sudah mencakup kedalam tiga tipe pencegahan penyalahgunaan narkoba. Diawali dari, pencegahan Primer, yakni melakukan upaya pencegahan sejak dini agar orang tidak menyalahgunakan narkoba.

Keberadaan rumah rehabilitasi Kekaca secara tidak langsung akan menimbulkan *image* di masyarakat setempat mengenai pentingnya menjauhkan diri dari obat-obatan terlarang. Bila kita tidak mempunyai pertahanan yang kokoh terhadap bahaya laten narkoba, maka yang terjadi adalah sebagaimana pengalaman buruk para penghuni rumah Kekaca. Pengalaman saat terjatuh dalam lingkaran narkoba, cukuplah dirasakan oleh mereka saja. Bagi yang belum masuk ke dalamnya, akan lebih baik bila tidak mencoba. Karena sekali mencoba pasti terbuai, selanjutnya akan ketagihan hingga sulit dihilangkan.

Kemudian, pencegahan sekunder, yakni upaya menyadarkan, memberi terapi atau mengarahkan pola hidup sehat bagi mereka yang sudah mulai menginisiasi penyalahgunaan narkoba. Tindakan ini dilakukan agar si korban tidak berkembang menjadi pecandu. Maraknya peredaran gelap narkoba ke berbagai lapisan masyarakat tentu akan mendobrak pertahanan sebagian orang yang

terkena ranjau kenikmatan semu narkoba. Karena para pengedar hanya memikirkan keuntungan besar dari hasil penjualan, tanpa pernah memikirkan dampak negatif dari penyalahgunaan narkoba.

Terakhir, pencegahan tertieri, yakni tindakan rehabilitasi bagi mereka yang sudah berstatus sebagai pecandu, agar dapat pulih dari ketergantungan dan bisa kembali diterima keluarga serta mampu bersosialisasi di lingkungan masyarakat. Pada langkah ini, setidaknya Kekaca sudah membuktikan. Dengan keberadaannya yang baru berdiri beberapa bulan saja telah mampu secara perlahan meraih simpati para pecandu untuk mau direhabilitasi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agoeng, Adhi, dkk, "Pendekatan Spritual Dan Herbal Sebagai Alternatif Rehabilitasi Non Medis Bagi Pecandu Narkoba", Jurnal Hasil-Hasil Penelitian, Volume 13, Nomor 2 (November, 2018).
- Arnold, Hugh J, Daniel C Feldman. 1986. *Individual in Organizations*. New York: McGraw Hill, Series in Management.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Darimis, "Pemulihan Kondisi Remaja Korban Narkoba Melalui Pendekatan Konseling", Jurnal Ta'dib, Volume 13, No.1 (Juni 2010).
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Prifessional Books: Jakarta.
- Dina, "Rehabilitasi Terhadap Anak Korban Penyalahgunaan Narkoba", Jurnal Hukum Khaira Ummah, Vol. 12, No. 4 (4 Desember 2017).
- Djoharwati, Megiyana. 2017. *Konsep Diri Remaja Putra Selama Proses Rehabilitasi di IPWL (Institusi Penerima Wajib Lapor) Yayasan Pendidikan Islam Nurul Ichsan Al-Islami Pondok Pesantren dan Panti Rehabilitasi Narkoba Purbalingga*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri.
- Dwi, Agus, "Efektivitas Rehabilitasi dan Pola Pembinaan Terhadap Pecandu Narkotika di Balai Besar Rehabilitasi Badan Narkotika Nasional Indonesia LIDO Bogor", Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi, Volume 16, Nomor 1 (Oktober 2016).
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Little John, S W. Foss, K A. 2009. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhhammad, Arni. 1995. *Komunikasi Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawangsih, Putri Rismala Sari, "Stres Pada Mantan Pengguna Narkoba Yang Menjalani Rehabilitasi", Jurnal Psikologi Undip, Vol.15, No.2, (Oktober 2016): 99-107.
- UI Jannah, Lulu. 2018. *Rehabilitasi Bagi Penyalahguna Narkotika di Badan Narkotika Nasional Kabupaten Banyumas*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri.

FUNGSI MEDIA SOSIAL GRUP WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI GURU SEKOLAH ALAM KOMUNITAS FITRAH LEBAH

Fadel Mubarok¹, Undang Suryatna², Ali Alamsyah Kusumadinata³

¹²³Program studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda BogorKorespondensi
alialamsyahkusumadinata@gmail.com

ABSTRACT

This research focuses on whatsapp group social media function as teacher communication media consisting of characteristic, utilization, effectiveness of nature school teacher of bee community of nature. The research was conducted in a natural school of bee's nature community in the group of whatsapp teachers. The purpose of the research is (1) to know the characteristics of teachers as members of whatsapp group School of Nature Fitrah Lebah Community. (2) To know how to use whatsapp group as teacher communication media at Nature School of Fitrah Bee Community. (3) To know the effectiveness of whatsapp group as teacher communication media at School of nature Fitrah Lebah community. Analysis in this research using qualitative descriptive analysis, this research using phenomenology method by analyzing experience made consciously by the informant. Data were collected by direct observation, Depth interview and required documents. Qualitative descriptive data analysis to test social media function whatsapp group as communication media. The research results showed the characteristics of teachers as group members, group utilization and effectiveness whatsapp group as a communication media teacher School of Nature Fitrah Lebah Community.

Key words : *Characteristics, Utilization, Whatsapp group, Media, Community.*

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini kita dapat dikatakan sebagai manusia yang hidup di zaman modern, hal tersebut memberikan banyak manfaat pada kehidupan kita. Perkembangan dan kemajuan zaman membuat kita lebih mudah mendapatkan sesuatu maupun mengerjakan suatu hal. Teknologi merupakan salah satu aspek yang mengalami kemajuan pesat dalam proses kemajuan dan perkembangan zaman. Sebagai contoh pada zaman sekarang seseorang dapat melakukan komunikasi dengan orang lain dari tempat dan waktu yang berbeda tanpa harus bertemu satu sama lain dengan sebuah media yang dinamakan *handphone* (telepon genggam) yang menggunakan suara sebagai salurannya.

Hal ini sebagai salah satu contoh kemajuan teknologi.

Pesan Instan (*Instant Messaging*) merupakan sebuah teknologi internet di mana para pengguna jaringan internet dapat mengirimkan pesan-pesan singkat pada saat yang bersamaan (*real time*). Istilah pesan instan ini mengacu pada teknologi yang dipopulerkan oleh *America Online* (AOL), kemudian diikuti *Yahoo!* (*Yahoo Messenger*), *Google* dan *Microsoft* (*Windows Live Messenger*). Bermula ketika orang-orang marak menggunakan teknologi secara *online* awal tahun 1990. Para pengembang peranti lunak menciptakan *software chat room*, yakni suatu grup atau perseorangan bisa mengirimkan pesan kepada

setiap orang di 'room' tersebut. Tahun 1996, pesan instan ini meledak saat diperkenalkan ICQ, sebuah pesan gratis. Namun AOL, menjadi pionir dalam komunitas online pada tahun 1997, karena AOL bisa memberikan kemampuan pengguna berkomunikasi dalam waktu yang sama. Dari sinilah semakin berkembang perusahaan-perusahaan lainnya yang menciptakan mesin pesan instan. *Mobile Chat Messenger* hampir sama seperti pesan instan, namun diaplikasikan kedalam sebuah handphone atau smartphone yang berteknologi tinggi. Ini bisa menggantikan penggunaan layanan SMS yang lebih komplis disertai dengan fitur-fitur menarik dan notifikasi. Ada banyak sekali aplikasi chat yang sangat terkenal, sebagai contoh *Blackberry Messenger*, *Whatsapp*, *Ebuddy*, *Mig33*, *Nimbuzz* dan masih banyak sekali yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Whatsapp mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan media lainnya seperti surat edaran dan SMS (*short message service*) yang hanya menggunakan tulisan tanpa menyertakan gambar dalam proses penyiarnya. *Whatsapp* menyuguhkan kita berbagai macam pilihan yang memberikan kita manfaat misalnya menelpon dan mengirim pesan gratis setiap pengirimannya tidak dikenakan pulsa berbayar langsung tetapi sudah termasuk paket kuota. *Whatsapp* juga digunakan sebagai *personal chat* ataupun grup diskusi perusahaan perusahaan, sama hal

dengan yayasan Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menggunakan *whatsapp* sebagai grup diskusi penyampaian informasi kepada guru. Penelitian terdahulu Sukrillah *et al.* (2017) memerlihatkan bahwa peran dari komunikasi *whatsapp* ditampakkan melalui fungsi menyampaikan informasi, WhatsApp Group juga berfungsi sebagai media diskusi dan mendidik, sebagai media hiburan, serta sebagai media untuk memberikan pengaruh dan pembuatan kebijakan di lingkungan kampus. Selain itu hal ini diperkuat oleh Andjani *et al.* (2018) memerlihatkan bahwa media sosial memberikan dampak multifungsi mampu meningkatkan efektifitas kerja karyawan dan kinerja perusahaan. Oleh karena itu peneliti mengambil kasus pada sekolah alam. Adapun tujuan penelitian adalah (1) Mengetahui karakteristik guru sebagai anggota grup *whatsapp* Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah. (2) Mengetahui bagaimana pemanfaatan grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah. (3) Mengetahui efektifitas grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan menganalisis pengalaman yang dilakukan secara sadar oleh komunikator dalam hal ini

kepala sekolah dasar alam komunitas fitrah lebah dalam menyampaikan pesan kepada anggota grup *whatsapp* yaitu guru sekolah dasar alam fitrah lebah (Mulyana 2004). Fenomenologi dalam penelitian penulis mengarah pada respon kepala sekolah dan guru-guru yang menjadi subyek dianalisis melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dokumen. Secara umum penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami (*understanding*) dunia makna yang disimbolkan dalam perilaku masyarakat menurut perspektif masyarakat itu sendiri (Suprayogo dan Tobroni 2001). Penetapan informan ini dilakukan dengan mengambil orang yang telah terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh responden dan dilakukan penggalan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumen. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah, Gunung Putri, Bojong Nangka, Bogor, Jawa Barat. Analisa dilakukan secara bertahap (1) pengumpulan data, (2) Analisa data dengan membandingkan data dan teori, (3) verifikasi dan simpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah didirikan pada tanggal 6 Maret 2006 oleh ketua yayasan saat ini Budi Santoso S.S bersama dengan istri. Ketika berdiri, nama sekolah ini adalah Lebah Kecil *Preschool* dan hanya membuka satu unit pendidikan jenjang

kelompok bermain. Pada mulanya, Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menempati bangunan sewaan di Perumahan Griya Bukit Jaya Blok J6 No. 01. Sejak bulan Februari 2007 Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menempati lokasi baru hingga sekarang, yaitu di Blok J6 No. 05-07.

Adapun latar belakang didirikannya Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah adalah keprihatinan akan tiadanya lembaga pendidikan yang menggunakan pendekatan yang sesuai dengan tahapan perkembangan psikologi. Oleh karena itu, hingga saat ini Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah berkonsentrasi pada pendidikan untuk anak usia dini Kelompok Usia 2-4 tahun (Play Group), dan 4-6 tahun (Taman Kanak-Kanak). Anggota grup yang bertanya didalam grup seputar pengasuhan anak akan dijawab oleh anggota grup lainnya menjadikannya lebih mudah dan diketahui anggota grup lain dalam proses *edukasi* mengenai pengasuhan murid; (2) *Afektif* berkaitan dengan emosi sikap penilaian seseorang terhadap sesuatu, anggota grup merasa mudah dalam mengunduh informasi terkait sekolah dan terlepas dari ruang dan waktu; (3) *Konatif psikomotorik* berhubungan dengan perilaku nyata meliputi tindakan atau kebiasaan anggota grup bisa langsung ambil keputusan cepat terkait informasi dari pihak sekolah menjadikan anggota grup tak perlu menunggu lama untuk membuat tindak lanjut dari informasi yang diterimanya. karena usia

anggota grup beragam, anggota grup yang lebih senior sering merasa tidak dihargai atau kurang sopan dan beradab dari anggota grup yang masih muda, anggota grup yang masih muda pun sedikit canggung jika dalam konteks bercandaan atau *jokes* dengan guru yang lebih tua.

Respon negatif dari pesan yang sampai didalam grup terkadang keluar dari fungsi grup tersebut yakni sebagai ajang jualan produk pribadi maupun kelompok diluar dari keanggotaan sedangkan grup sendiri dibentuk guna mempermudah proses penyampaian komunikasi antara guru dan sekolah maupun guru dengan rekanan, hal ini beberapa kali terjadi seperti mengiklankan produk herbal produk investasi dibidang waralaba dan iklan casting *entertainment*. *Relationship* merupakan sebuah *personal branding* yang baik akan mampu menciptakan suatu relasi yang baik dengan *klien*, semakin banyak atribut-atribut yang dapat diterima oleh *klien* dan semakin tingginya tingkat kekuasaan seseorang, menunjukkan semakin baiknya tingkat relasi yang ada pada *personal branding* tersebut. Contoh di dalam grup konektivitas antar guru dengan fasilitator, kepala sekolah dan koneksi kepala sekolah dengan pihak lain. Seperti kepala sekolah memberi kontak nomor pembicara kepada guru atau pelatih panahan untuk guru.

4. PENUTUP

Kesimpulan

1. Karakteristik guru sebagai anggota grup *whatsapp* terbagi atas dua yaitu anggota aktif dan anggota pasif.
2. Pemanfaatan grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru dilaksanakan dalam tiga bentuk yaitu *personal branding*, *personal marketing*, dan *entertaining* digunakan oleh guru.
3. Efektifitas grup dapat dilihat dari jumlah respon yang muncul dalam bertukar informasi mengenai informasi akademik, pengasuhan, rencana proses pembelajaran serta memberikan manfaat efisiensi waktu dan jarak.

Saran

Penulis menyarankan kepada pihak sekolah khusus anggota grup *whatsapp* lebih membatasi informasi yang tidak jelas asal usul nya sebaiknya agar dihindari. Selanjutnya penelitian lanjutan agar fungsi media sosial grup sekolah dibatasi dengan pesan yang dibagikan di dalam grup yang sifatnya *edukasi* dan pola pengasuhan anak saja.

Kemampuan menggunakan atribut-atribut secara bebas yang menunjukkan kemampuan anda dalam mengatur harapan-harapan yang ingin orang lain terima dalam pertemuannya dengan anda (Mobray 2009). Montoya dan Vandehey (2008) menjelaskan bahwa membangun *personal branding* diperlukan elemenelemen utama, terdiri dari saling terintegrasi dan dibangun bersamaan.

Personal branding dapat dicirikan dari *you, promise, relationship*.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andjani A, Ratnamulyani IA, Kusumadinata AA. 2018. Penggunaan Media Komunikasi *Whatsapp* terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*. 4 (1) : 41-50.
- Suprayogo I, Tobroni. 2001. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya
- Kotler P, Armstrong G. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi kesembilan, 1st, dialih bahasakan oleh Sindoro A. Jakarta (ID): Indeks
- Mulyana D. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Mobray K. 2009. *The 10Ks of Personal Branding: Create a Better You (paperback)*. New York (US): Universe.
- Montoya P, Vandehey. 2008. *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. New York (US): McGraw-Hill.
- Schrum. 2004. *The Psychology of entertainment: concepts & application*. London (UK): LEA Publisher.
- Sukrillah A, Ratnamulyani IA, Kusumadinata AA. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Melalui *Whatsapp Group* Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*. 3(2): 95-104.
- Suyanto, Hisyam D. 2000. *Refleksi dan Reformasi Pendidikan di Indonesia Memasuki Milenium III*. Yogyakarta (ID): Adicita