

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

COMMED

Jurnal Komunikasi dan Media

ISSN. 2527-8673

E-ISSN. 2615-6725

Volume 4. Nomor 1. Agustus 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.

Editor in chief : Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si
Journal Editor : Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom

Reviewer : 1. Dr. Iona 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)
8. Daniel Susilo., S.I.Kom., M.I.Kom. (Universitas DR. Soetomo)
9. Dr. Niken Febrina., M.Si (Universitas Padjajaran Bandung)
10. Dr. Rustono Farady., S.Sos., M.Med.Kom (Universitas Bunda Mulia).

Section Editors : 1. Sholihul Abidin, S.Sos. I, M.I.Kom (Universitas Putera Batam)
2. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI (Universitas Putera Batam)
3. Drs. Ukas, S.H., M.H (Universitas Putera Batam)
4. Faris, S.Sos., M.Med.Kom (Universitas Yudharta Pasuruan)
5. Syamsul Arif Billah (Universitas Majalengka)
6. Meinati Fajar Rizky, M.I.Kom (Universitas Negeri Jakarta)

Layout Editor : Muhammad Taufik Syastra, S.Kom., M.SI (Universitas Putera Batam)
Administration : Ariefqi Ramadhani (Universitas Putera Batam)

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 NASKAH

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 dan pembahasan, (7). Penutup (simpulan dan saran), dan (8). 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).

PENDAHULUAN -berisi latar belakang, konteks penelitian, masalah penelitian, rencana pemecahan masalah, tujuan penelitian, hasil kajian pustaka (Semua hal yang terkait dengan paparan kajian teori, kajian pustaka, atau definisi-definisi konseptual dipilih yang relevan saja untuk mendukung argumentasi penulis), Hipotesis penelitian (jika ada) harus dibangun dari konsep teori dan didukung oleh kajian empiris (penelitian sebelumnya). Bagian pendahuluan untuk artikel konseptual berisi paparan acuan konteks permasalahan berisi hal-hal menarik (kontroversial, belum tuntas, dan perkembangan baru) dan rumusan singkat hal-hal pokok yang akan dibahas. Seluruh bagian pendahuluan dipaparkan secara terintegrasi dalam bentuk paragraf-paragraf, dengan panjang 15-20% dari total panjang artikel.

METODOLOGI PENELITIAN - Metode berisi paparan dalam bentuk paragraf tentang rancangan penelitian, sumber data, keterangan informan atau (populasi dan sampel) teknik pengumpulan data, dan analisis data yang secara nyata dilakukan oleh peneliti. Untuk penelitian kualitatif seperti penelitian tindakan kelas, etnografi, fenomenologi, studi kasus, dan lain-lain, perlu ditambahkan kehadiran peneliti, subyek penelitian, informan yang ikut membantu beserta cara-cara menggali data-data penelitian, lokasi dan lama penelitian serta uraian mengenai pengecekan keabsahan hasil penelitian. Pada bagian ini dipaparkan dengan panjang 10-15% dari total panjang artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN - Bagian pembahasan memaparkan hasil analisis yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian berdasarkan hasil pengolahan data dengan menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan. Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Panjang paparan hasil dan pembahasan 40-60% dari panjang artikel. Bagian inti/pembahasan untuk artikel konseptual berisi paparan telaah/pemikiran penulis yang bersifat analitis, argumentatif, logis, dan kritis. Paparan pembahasan memuat pendirian/sikap penulis atas masalah yang dikupas. Panjang paparan bagian inti/pembahasan 60-80% dari panjang artikel.

PENUTUP – Terdiri dari simpulan dan saran, **simpulan** Berisikan ringkasan temuan penelitian berdasarkan sintesis hasil penelitian dan hasil pembahasan. Berdasarkan kedua hal tersebut dikembangkan pokok-pokok pikiran baru yang merupakan esensi dari temuan penelitian. Uraian dibuat dalam bentuk alinea (bukan numerik). Hindari penggunaan istilah teknis statistik dan metodologi penelitian. **Saran** Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan. Pada Artikel non penelitian (konseptual). Bagian penutup berisi simpulan, penegasan pendirian/sikap penulis, dan saran-saran. Penutup disajikan dalam bentuk paragraf. Panjang paparan penutup 10-15% dari panjang artikel.

DAFTAR PUSTAKA- Daftar rujukan berisi semua yang dirujuk dalam teks yang berasal dari sumber yang (a) relevan, (b) 80% maksimal 10 tahun terakhir, dan (c) terutama dari artikel jurnal. Penulisan sumber sitasi yang diacu dalam naskah ini *disarankan* menggunakan aplikasi referensi (*reference manager*) seperti Endnote atau sejenisnya. 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.

Buku

Kotler, P and Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New York: Prentice Hall.

Artikel dari website dengan nama penulis

Simmons, B. (2015, January 9). *The tale of two flaccos*. Accessed from: <http://grantland.com/the-triangle/the-tale-of-two-flaccos/>

Artikel dari website tanpa nama penulis

Teen posed as doctor at West Palm Beach hospital: police. (2015, January 16). Diakses dari: <http://www.nbcmiami.com/news/local/Teen-Posed-as-Doctor-at-West-Palm-Beach-Hospital-Police-288810831.html>

Jurnal cetak

Nevin, A. (1990). The changing of teacher education special education. *Teacher Education and Special Education: The Journal of the Teacher Education Division of the Council for Exceptional Children*, 13(3-4), 147-148.

Jurnal online

Jameson, J. (2013). E-Leadership in higher education: The fifth “age” of educational technology research. *British Journal of Educational Technology*, 44 (6), 889-915. doi: 10.1111/bjet.12103

Laporan wawancara

Marino, B. (2014, 18 Octobers). Personal Interview.

Ensiklopedia

Kammen, C. & Wilson, A. H. (2012). Monuments. *Encyclopedia of local history*. (pp. 363-364). Lanham, MD: AltaMira Press.

Surat Kabar Cetak

Rosenberg, G. (1997, March 31). Electronic discovery proves an effective legal weapon. *The New York Times*, p. D5.

Surat Kabar Online

Rosenberg, G. (1997, March 31). Electronic discovery proves an effective legal weapon. *The New York Times*. Diakses dari <http://www.nytimes.com>

Majalah Cetak

Tumulty, K. (2006, April). Should they stay or should they go?. *Time*, 167(15), 3-40.

Majalah Online

Tumulty, K. (2006, April). Should they stay or should they go? *Time*, 167(15). Diakses dari <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1179361,00.html>

D. Ketentuan Lain

1. Karya yang dikirim merupakan karya asli penulis bebas plagiarism dengan melengkapi surat pernyataan bebas plagiarism.
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 diperbolehkan menarik naskah yang telah di kirim ke redaksi commed apabila tidak mendapatkan informasi secepat-cepatnya selama 6 bulan sejak naskah dikirimkan.
6. Penulis wajib memberikan informasi kepada tim redaksi commed apabila akan menarik naskah atau menerbitkan naskah pada jurnal lain.
7. Naskah yang sudah dimuat dalam jurnal ini tidak diperkenankan untuk dikirim kepada jurnal lain.

1. BATIK TULIS SEBAGAI SIMBOL RASA CINTA TANAH AIR GENERASI MUDA INDONESIA. Lim Yudhi, William	01-15
2. RUMAH PINTAR PEMILU SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) DALAM MENINGKATKAN PRESTASI PEMILIH PEMULA Yohana Yulianti Simbolon	16-32
3. <i>POLITICAL BRANDING</i> RIDWAN KAMIL PADA MASA KAMPANYE PILGUB JAWA BARAT 2018 MELALUI TWITTER Sholihul Abidin, Ageng Rara Cindoswari	33-48
4. MODEL KOMUNIKASI TENTANG PRESENTASI DIRI GROUP K-POP <i>CROSS COVER DANCE</i> GROUP EX(SHIT) Zikri Fachrul Nurhadi, Novie Susanti Suseno, Ade Sujana	49-63
5. KASUS BIMBINGAN, DUKUNGAN DAN KONSELING (Studi Komunikasi <i>Interpersonal</i> Pada Kasus Mahasiswa Bermasalah di Fakultas Kedokteran Universitas Methodist Indonesia) Ivonne Ruth Situmeang	64-78
6. KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PADA ADAT PERKAWINAN JAWA. (Pendekatan <i>Gudykunst</i> dan <i>Kim</i> Dalam Adat Perkawinan Jawa Oleh Pasangan Berbeda Budaya di Bengkulu Utara Kundori	79-89
7. PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI. (Kajian Kepustakaan Dalam Perspektif <i>Deductive-Interpretif</i>) Michael Jibrael Rorong	90-107

BATIK TULIS SEBAGAI SIMBOL RASA CINTA TANAH AIR GENERASI MUDA INDONESIA

¹Lim Yudhi1, ²William

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bunda Mulia.
lyudhi@bundamulia.ac.id,

Abstract

Batik tulis, which is one of Indonesia's cultural heritages, is one of the media in instilling a sense of love for the motherland, so that the younger generation feels more ownership and love of authentic Indonesian culture. Cultural preservation through written batik through three stages of the process namely internalization, objectivation and externalization. The cultivation of the value of patriotism or love for motherland by making batik as a symbol is also an effort to preserve the culture of the Indonesian people. The recognition of batik tulis as a global cultural heritage of Indonesia should strengthen the love of the country through actions to preserve batik tulis by using it as an identity or characteristic of the Indonesian nation. This research focuses on how batik tulis as a symbol of the love of the homeland of Indonesia's young generation. This study aims to make people aware of their concept as citizens of Indonesia, so that people can realize the attitude of love in their homeland by using batik tulis in their daily lives. Research that uses sociocultural traditions with symbolic interaction theory focuses on the level of mind, self, and society. Through a process of indepth interviews, researchers explore information and understanding of representatives of young people who have an interest in batik by visiting the batik museum contained in the textile museum complex. This study uses an interpretive paradigm, because researchers view batik tulis as having its own uniqueness and containing original truth, so that the truth or knowledge generated from research is contextual in nature.

Keywords: *patriotism; batik tulis; symbolic interactionism; mind; self; society*

1. PENDAHULUAN

Batik adalah salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Dewasa ini, batik tengah populer dan digandrungi oleh berbagai jenis lapisan masyarakat Indonesia, baik kalangan menengah ke-bawah sampai kalangan menengah ke-atas. Dilansir dari situs liputan 6. com, Batik sendiri memiliki beragam macam jenis, salah satunya adalah Batik Tulis. Proses pembuatan dengan menggunakan canting, proses pewarnaan yang memakan waktu cukup lama, serta diperlukannya keahlian khusus untuk membuatnya. membuat corak dan kualitas Batik Tulis sangat istimewa. Batik yang

diproduksi secara mandiri di Indonesia ini membuat dikukuhkannya batik tulis sebagai Warisan Budaya Dunia oleh UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) pada tanggal 2 Oktober 2009 di Prancis (Nadia, 2015). Pengakuan tersebut turut mendongkrak popularitas batik dan kesadaran masyarakat untuk merasa memiliki batik. Terlihat dari banyaknya penjual batik yang ada, menandakan bahwa peminat batik di Indonesia cukup banyak. Tidak hanya Indonesia, peminat batik dari manca negara juga tidak kalah banyaknya, terbukti dari meningkatnya jumlah ekspor batik Indonesia setiap tahun. Pengakuan

tersebut juga membuat ditetapkannya hari Batik Nasional, yang kemudian diperingati setiap tahunnya pada tanggal 2 Oktober. Selain itu, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk menjawab minat masyarakat akan batik, seperti dengan mewajibkan masyarakat untuk memakai batik setiap hari Jumat, dan diresmikannya galeri batik di Museum Tekstil.

Dengan diresmikannya galeri batik, maka tumbuh inisiatif masyarakat sekitar Museum Tekstil untuk membentuk komunitas Remaja Batik Indonesia. Komunitas yang berdiri pada tanggal 28 Oktober 2009 ini berfungsi sebagai wadah untuk generasi muda Indonesia dalam mengenal batik sebagai warisan budaya bangsa yang tak ternilai. Sebagai warisan budaya bangsa, batik tulis merupakan salah satu media dalam menanamkan rasa cinta tanah air, agar generasi muda lebih merasa memiliki, dan mencintai kebudayaan asli Indonesia.

Adapun menurut Marsudi, diperlukan komunikasi yang interaktif dalam memasarkan batik. Pemasaran batik harus melalui usaha yang interaktif dalam menjangkau pasar khususnya masyarakat Indonesia. Komunikasi interaktif tersebut meliputi penggunaan teknologi internet (website) yang menampilkan beragam batik yang dijual. (Marsudi, 2018). Tidak hanya melalui dunia maya, komunikasi dalam memasarkan batik juga perlu didukung dengan komunikasi word

of mouth. Komunikasi word of mouth dinilai sangat persuasif bahkan dapat memberikan pengetahuan tentang batik melalui pemahaman si komunikator (Raniawati & Totok, 2017). Pemahaman akan batik sayangnya mengalami pergeseran makna yang memudahkan nilai-nilai filosofis. Pergeseran orientasi batik ke arah industri bisnis pakaian menurut Doddy menyebabkan generasi muda tidak lagi memahami nilai filosofis malah cenderung memandang batik hanya sebagai komoditas pakaian. (Doddy, 2015). Oleh karena itu, penelitian ingin mengungkap makna filosofis tentang batik yang dapat dijadikan sebagai simbol rasa cinta tanah air bagi generasi muda Indonesia, melalui pendekatan interaksi simbolik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, maka fokus penelitian ini yaitu bagaimana batik tulis sebagai warisan budaya dunia dalam upaya menanamkan rasa cinta tanah air generasi muda Indonesia.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yang telah dibahas, yakni untuk mengetahui bagaimana batik tulis sebagai warisan budaya dunia dalam upaya menanamkan rasa cinta tanah air generasi muda Indonesia.

Dari sudut pandang akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan dalam mengembangkan ilmu. Adapun manfaat

dari penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi untuk riset berkaitan dengan komunikasi antar budaya dengan pendekatan kualitatif, kemudian memberikan sumbangan informasi berkaitan dengan pengembangan ilmu komunikasi secara teoritis. Bahan referensi dalam menyusun strategi komunikasi antar budaya.

Hasil penelitian dari sisi praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menyadarkan masyarakat akan pentingnya kebudayaan batik tulis sebagai kebudayaan asli Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dengan metode kualitatif tidak terlepas dari paradigma. Menurut Bogdan dan Biklen (1982), paradigma adalah kumpulan dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. Pada penelitian ini, paradigma digunakan peneliti untuk mempersepsikan, memikirkan, mengarahkan, dan menilai segala sesuatunya yang berkaitan dengan pengumpulan serta pengolahan data penelitian. Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang

atau perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengungkapkan fenomena mengenai subjek yang diteliti dengan memperhitungkan konteks yang relevan, dan dalam hal ini adalah mengenai upaya menanamkan sikap cinta tanah air generasi muda Indonesia melalui Batik Tulis. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti harus secara langsung terjun ke lapangan, untuk mengamati dan memperoleh data yang diperlukan. Metode kualitatif yang digunakan diantaranya adalah pengamatan langsung ke Museum

Tekstil, dimana tempat galeri batik tulis disimpan. Peneliti juga melakukan wawancara dengan pengunjung Museum Tekstil. Dalam pendekatan kualitatif, data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah harus objektif serta sama sekali tidak terpengaruh oleh pendapat dan latar belakang peneliti. Dalam rangka menumbuhkan rasa cinta tanah air generasi muda terhadap batik tulis, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodologi penelitian interaksi simbolik.

Pendekatan sosiokultural terhadap teori komunikasi menunjukkan cara pemahaman kita terhadap makna, norma, peran, dan peraturan yang dijalankan secara interaktif dalam komunikasi. Teori – teori tersebut mengeksplorasi dunia interaksi yang dihuni oleh manusia, menjelaskan bahwa realitas bukanlah seperangkat susunan di luar kita,

tetapi dibentuk melalui proses interaksi di dalam kelompok, komunitas, dan budaya.

Konteks secara eksplisit diidentifikasi dalam tradisi ini karena penting bagi bentuk – bentuk komunikasi dan makna yang ada. Simbol – simbol yang penting dalam interaksi apa pun dianggap memiliki makna yang berbeda ketika pelaku komunikasi berpindah dari satu situasi ke situasi lainnya.

Budaya adalah cara hidup yang dimiliki sekelompok masyarakat yang diwariskan secara turun temurun kepada generasi berikutnya. Menurut R. Soekmono, budaya adalah hasil kerja/ usaha manusia yang berupa benda maupun hasil pemikiran manusia di masa hidupnya.

Sependapat dengan R. Soekmono, Soelaiman Soemardi & Selo Sumardjan mengungkapkan bahwa suatu kebudayaan merupakan buah/ hasil karya cipta dan rasa masyarakat, juga mempunyai hubungan yang amat erat dengan perkembangan yang ada di masyarakat.

Menurut Linton, budaya merupakan keseluruhan dari sikap & pola perilaku serta pengetahuan yang merupakan suatu kebiasaan yang diwariskan & dimiliki oleh suatu anggota masyarakat tertentu.

Cinta Tanah Air adalah suatu ilmu yang mempelajari sikap rela berkorban terhadap Negara. Menurut Badjoeri Widagdo, cinta tanah air ialah perasaan cinta terhadap bangsa dan negaranya sendiri. Peneliti

memilih konsep cinta tanah air karena menurut peneliti, konsep ini berkaitan dengan masalah penelitian yang peneliti buat tentang bagaimana batik tulis sebagai salah satu upaya dalam menanamkan cinta tanah air generasi muda Indonesia. Sikap cinta tanah air penting ditanamkan sejak dini, agar generasi muda dapat menjadi manusia yang menghargai bangsa dan negaranya.

Proses komunikasi yang dikategorikan sebagai non verbal adalah dimana pesan yang disampaikan dengan tidak menggunakan kata – kata atau tulisan. Menurut Edward Sapir, komunikasi non verbal adalah sebuah kode yang luas yang tidak ditulis dimanapun juga, tidak diketahui oleh seorang pun, namun dimengerti oleh semua (*an elaborate code that is written nowhere, known to none, and understood by all*).

Peneliti memilih teori komunikasi Non Verbal karena menurut peneliti, batik tulis adalah salah satu cara komunikasi non verbal, dalam menumbuhkan jiwa cinta tanah air generasi muda Indonesia.

Teori Interaksi Simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto. 2007). Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (1993), interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan

bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia.

Interaksi simbolik memiliki 3 ide dasar, yang pertama adalah pikiran (*mind*) yaitu kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Kedua adalah diri (*self*), yaitu kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain. Ketiga adalah masyarakat (*society*), yaitu jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Menurut banyak pakar pemikiran George Herbert Mead, teori interaksi simbolik berlandaskan pada berbagai cabang filsafat, antara lain:

1. Pragmatisme

John Dewey, William James, Charles Peirce, dan Josiah Royce merumuskan pandangan – pandangan aliran ini, yaitu:

- a. Realitas tercipta karena tindakan manusia di dunia.

- b. Manusia mengingat hal – hal tentang dunia yang berguna bagi mereka.
- c. Manusia mendefinisikan objek fisik dan objek sosial yang mereka temui berdasarkan kegunaannya bagi mereka, termasuk tujuan mereka.
- d. Manusia harus mengetahui tindakan yang dilakukan seseorang untuk memahami orang tersebut.

Kaum behavioris berkilah bahwa satu – satunya cara yang sah secara ilmiah untuk memahami semua hewan, termasuk manusia, adalah dengan cara mengamati perilaku mereka secara langsung dan seksama. Mead mengungkapkan bahwa manusia harus dipahami berdasarkan pada apa yang mereka lakukan. Pandangan behaviorisme terbagi menjadi 2, yaitu:

- a. Behaviorisme Radikal John Watson
 1. Behaviorisme radikal mereduksi perilaku manusia kepada mekanisme yang sama dengan yang ditemukan pada tingkat hewan lebih rendah.
 2. Manusia sebagai makhluk yang pasif, dimana perilakunya ditentukan oleh rangsangan di luar dirinya.
 3. Manusia tidak memiliki kesadaran dan terjadi suatu proses mental tersembunyi

yang berlangsung pada diri individu di antara datangnya stimulus dan bangkitnya perilaku.

b. Behaviorisme Sosial George Herbert Mead

1. Behaviorisme sosial merujuk pada deskripsi perilaku pada tingkat manusia yang khas.
2. Konsep ialah tindakan sosial, yang mempertimbangkan aspek tersembunyi, dimana membedakan perilaku manusia dengan perilaku hewan.
3. Manusia dianggap sebagai perilaku sosial, sebab substansi dan eksistensi perilaku manusia hanya dapat dijelaskan dengan pertimbangan basis sosialnya.

Disini terlihat bahwa Mead telah memperluas teori behavioristik dengan memasukkan apa yang terjadi antara stimulus dan respon, sebab manusia dianggap jauh lebih dinamis dan kreatif.

Herbert Blumer menyampaikan rumusan yang paling ekonomis dari asumsi – asumsi interaksionisme simbolik, antara lain:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar makna yang dimiliki benda – benda itu bagi mereka.

2. Makna merupakan hasil dari interaksi sosial dalam masyarakat.
3. Makna dimodifikasi dan ditangani melalui suatu proses penafsiran yang digunakan oleh setiap individu dalam keterlibatannya dengan tanda – tanda yang dihadapinya.

Sedangkan George mengemukakan bahwa makna atau pemahaman muncul dari proses interaksi manusia, baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui tindakan dan tanggapan, manusia membentuk makna tentang suatu kata dan tindakan suatu peristiwa tertentu.

Premis – premis Interaksionisme Simbolik

1. Individu merespons suatu situasi simbolik, maka individu dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, berarti makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, berarti makna sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.

Prinsip – prinsip Teori Interaksi Simbolik

1. Manusia diberkahi dengan kemampuan berfikir, tidak seperti hewan.

2. Kemampuan berfikir manusia dibentuk oleh interaksi sosial.
3. Dalam interaksi sosial, manusia belajar makna dan simbol yang membuat mereka untuk berfikir.
4. Makna dan simbol memungkinkan manusia melanjutkan tindakan dan interaksi yang khas.
5. Manusia mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan, dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi.
6. Manusia mampu melakukan modifikasi karena adanya kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka memerisa tahapan – tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relative, dan kemudian memilih salah satunya.
7. Pola – pola tindakan dan interaksi yang jalin – menjalin ini membentuk kelompok dan masyarakat.

George Herbert Mead dan Cooley menganggap bahwa konsepsi diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Cooley berpendapat dalam teorinya “*the looking – glass self*” bahwa konsep diri individu secara signifikan ditentukan oleh apa yang ia pikirkan tentang pikiran orang lain mengenai dirinya. Sedangkan pandangan Mead tentang diri terletak pada konsep “*taking the role of the*

other”, bahwa tindakan manusia tidak hanya tindakan terbuka, tetapi juga terdapat tindakan tertutup.

1. Pentingnya simbol dan komunikasi

Mead menekankan pentingnya komunikasi, terutama melalui mekanisme isyarat vokal (bahasa). Isyarat vokal potensial menjadi seperangkat simbol yang membentuk bahasa. Suatu simbol disebut memiliki makna apabila simbol itu memiliki persamaan pengertian antara komunikator dengan komunikan. Mead memandang bahwa isyarat yang dikuasai manusia berfungsi untuk membentuk penyesuaian dalam setiap tindakan sosial dengan merujuk pada objek – objek yang berkaitan.

2. Pikiran

Mead menganggap bahwa tindakan verbal merupakan mekanisme utama interaksi manusia. Penggunaan bahasa atau isyarat simbolik oleh manusia dalam interaksi sosial akan memunculkan pikiran (*mind*) dan “diri” (*self*). Menurut teori interaksi simbolik, pikiran adalah bagian dari proses sosial dan proses sosial adalah produk pikiran.

3. Perkembangan “diri”

Mead membagi perkembangan diri kedalam tahap permainan (*play stage*) dan tahap pertandingan (*game stage*). Tahap permainan ialah tahapan dimana

seseorang melihat diri mereka sendiri dari perspektif orang lain yang dianggap penting (*significant others*), sedangkan tahap pertandingan (*game stage*) berasal dari proses pengambilan peran dan sikap orang lain secara umum (*generalized others*).

Menurut teori ini, penelitian tidak dapat dilakukan dengan eksperimen, melainkan harus berdasarkan suatu lingkungan yang alamiah. Denzin membagi teori ini kedalam tujuh prinsip metodologis, antara lain:

1. Penelitian harus berdasarkan simbol dan interaksi yang telah dipadukan.
2. Peneliti dalam memandang dunia harus berdasarkan perspektif / sudut pandang orang lain, dan membedakan konsepsi realitas kehidupan sehari – hari dengan konsepsi ilmiah mengenai realitas tersebut.
3. Peneliti harus mengkaitkan simbol dan definisi dari subjek hubungan sosial dan kelompok.
4. Peneliti harus memperhatikan bentuk perilaku dalam interaksi, serta berdasarkan pengamatan ilmiah.
5. Metode penelitian harus mencerminkan proses/ perubahan, dan bentuk perilaku yang statis.
6. Pelaksanaan penelitian dilihat sebagai suatu tindakan interaksi simbolik.
7. Menggunakan konsep – konsep yang sesuai, yang pertama adalah

mengarahkan(sensitizing), operasional, teori formal, dan proposisi yang dibangun menjadi interaksional dan universal. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode wawancara mendalam terhadap pihak – pihak yang dianggap memiliki kapasitas mengenai batik tulis. Penelitian ini menggunakan data primer dari pengunjung galeri batik di Museum Tekstil. Data sekunder penelitian ini antara lain: studi pustaka yang terdiri dari teori – teori serta analisa yang komprehensif terhadap temuan data primer. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data melalui wawancara mendalam, yang memfokuskan pada peran batik tulis memfokuskan pada upaya batik tulis dalam menumbuhkan rasa cinta tanah air.

Menurut Moleong (Moleong, 2005 : 186), wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini, metode wawancara mendalam dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Jenis wawancara mendalam yang dilakukan ialah wawancara terstruktur. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data, dimana peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa

yang akan diperoleh. Dalam prakteknya, peneliti membawa instrument sebagai pedoman wawancara dan menggunakan alat bantu berupa tape recorder untuk merekam proses wawancara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan pengunjung galeri batik sebagai bentuk pencarian data dan observasi langsung di lapangan yang kemudian peneliti analisis. Analisis ini sendiri terfokus pada narasumber yang berusia 18-25 tahun. Jumlah yang dijadikan data penelitian sebanyak tiga orang yaitu dari pengunjung galeri batik di Museum Tekstil, dimana pekerjaan mereka ialah mahasiswa/i. Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan

Pendekatan ini adalah individu (Soeprapto. 2007). Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (1993) dalam West-Turner (2008:96), interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. Interaksi simbolik ada karena ide – ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (mind), mengenai diri (self), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan

tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (society) dimana individu tersebut menetap. Pikiran (mind) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Ketika ditanya mengenai pelambangan batik tulis bagi Indonesia, terlihat bahwa adanya pengembangan pikiran yang berbeda – beda, dimana Ismi menyatakan bahwa batik tulis hanyalah dimiliki oleh Indonesia, Rudi menyatakan bahwa batik tulis adalah sebuah simbol perjuangan, sedangkan Desvira mengatakan bahwa batik tulis adalah seni yang kreatif.

“nggg.. salah satu warisan budaya yang melambangkan Indonesia yang mungkin emang negara lain tidak punya” – Ismi.

“nngggg.. Batik tulis yaa, nngggg... sebenarnya kurang tau sih ya mengenai batik tulis, tapi memang, nngggg, saya suka dengan budaya Indonesia, terutama batik, karena saya sempat melihat teman saya, teman saya itu sempat di teater, nah dia bermain tentang batik lasem. Nah dari situ saya mulai tertarik tuh dengan batik, batik itu seperti apa, karena kalo lasem itu kan tentang, ngg, kebudayaan di Indonesia, di Jawa kalo ga salah, batik yang ada perpaduan

dengan keturunan tionghoa, nah kalo batik tulis, kalo saya gasalah, batik tulis itu batik yang memang dalam proses pembuatannya, benar benar ditulis gitu, jadi pakai tangan, pakai canting dan malam, nah itu untuk menggambar setiap ukiran ukiran yang ada. Nah batik tulis menurut saya itu merupakan simbol, nnggg, bagi bangsa Indonesia ya, simbol perjuangan, kalau menurut saya.” – Rudi.

“Indonesia yang kreatif, soalnya batik kan lahir dari ide ide kreatif pengrajinnya, bayangin aja kayak batik tulis itu kan jenis nya macem macem, dan misalnya ada batik yang gambarnya a, b, c, dsb. Nah itu tuh setiap batik bisa punya makna yang beda dilihat dari coretan coretan di batiknya.” – Desvira Jufanny.

Ketika disinggung mengenai filosofi/ sejarah batik tulis, terlihat bahwa Ismi dan narasumber Desvira Jufanny tidak mengetahui tentang filosofi batik tulis, sedangkan Rudi menyebutkan bahwa batik tulis itu memiliki filosofi kehidupan bagi masyarakat Jawa, yang merepresentasikan karakter bangsa Indonesia.

“Filosofinya sih kurang tau yaa..” – Ismi.

“Nah jadi setiap ukirannya itu kan menandakan, yang saya tau, ada filosofi filosofinya gitu, filosofi

kehidupan bagi masyarakat jawa, nah itu salah satunya yang saya lihat adalah bisa tentang perjuangan bangsa Indonesia, kalo yang saya lihat itu merepresentasikan karakter bangsa Indonesia.” – Rudi

“Hmmm, kurang tau sih kalau filosofinya” – Desvira Jufanny.

Ketika ditanyakan mengenai adakah kaitan batik dalam menjaga integritas bangsa, terlihat bahwa ketiga narasumber sepakat mengatakan bahwa batik memiliki kaitan dalam menjaga integritas bangsa Indonesia.

“Ada, karena tadi kan dibilang, batik itu kan warisan budaya Indonesia, jadi kalau misalnya dengan adanya batik, jadi ya seharusnya lebih ke integritas bangsa Indonesia itu sendiri.” – Ismi.

“Batik dalam menjaga integritas bangsa itu pasti, karena memang setiap acara pun, acara penting, kita melihat kalau pemerintah juga memakai batik, jadi kemana mana, acara acara resmi, itu pasti memakai batik, karena memang batik itu salah satu simbol yang menjaga integritas kita, bahwa ini adalah bangsa Indonesia” – Rudi.

“Batik sama integritas negara jelas ada kaitannya ya, batik kan identitas kita ya, pembeda dengan negara lain, dengan kita ngejaga apa yang jadi ciri khas kita,

ngejaga salah satu identitas dan bangga sama apa yang menjadi

identitas kita, pastinya bakal mendorong terciptanya integritas negara kita dengan kokoh, salah satu caranya dengan generasi generasi yang cinta sama identitas negaranya.” – Desvira Jufanny.

Diri (self) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain. Ketika ditanya mengenai makna batik bagi dirinya, terlihat bahwa adanya persamaan diantara ketiga narasumber mengenai makna batik bagi dirinya, yaitu sebagai wujud cinta tanah air dan identitas bangsa Indonesia.

“Nngg, seperti yang udah saya bilang, batik itu warisan budaya Indonesia, yang memang negara lain tuh gak punya.” – Ismi.

“Merepresentasikan jiwa cinta tanah air, jadi mencintai tanah air Indonesia.” – Rudi.

“Batik adalah identitas bangsa Indonesia yang kudu dijaga, jangan sampai dicomot negara lain gara gara dianggap kita masa bodo sama batik.” – Desvira Jufanny.

Ketika disinggung mengenai perasaan narasumber terhadap batik terlihat bahwa adanya perasaan positif dari ketiga narasumber

terhadap batik, narasumber Ismi menyatakan bahwa ia senang terhadap batik. Senada dengan Ismi, narasumber Rudi dan narasumber Desvira Jufanny mengatakan bahwa batik itu unik, dan mereka bangga kepadanya.

“Senang, karena belum tentu orang lain bisa ngebatik, gak semua orang bisa ngebatik, tapi tuh ada beberapa yang bisa ngebatik, orang jawa yaa, tangannya itu lebih kreatif, batik kan sulit, dibanding bikin bikin yang lain gitu.” – Ismi.

“Unik, karena jarang ditemukan desain desain yang seperti itu, maksudnya kadang itu ada desain wayang, tokoh wayang juga ada, kadang garis garis yang menurut saya abstrak, ternyata ada polanya, yang kadang kadang ada yang menjelaskan tentang fenomena alam, seperti mega bendung kan ada alam alamnya gitu. Jadi sebenarnya batik itu sesuatu yang unik dan memang senang aja gitu loh. Jadi memang suka aja gitu dengan batik.” – Rudi.

“Bangga, soalnya batik bagus desainnya terus pernah denger kan kalo ada negara yang pernah mau ngeklaim batik, nah jadi bangga aja gitu. Bahkan sampai ada negara lain yang pengen

ngerebut batik dari negara kita.” –
Desvira Jufanny

Masyarakat (society) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Ketika ditanyakan mengenai intensitas pemakaian batik, narasumber Ismi menunjukkan tingkat intensitas sedang, dan narasumber Rudi menunjukkan tingkat intensitas tinggi. Sedangkan narasumber Desvira Jufanny menunjukkan tingkat intensitas yang rendah.

“Setiap hari jumat, sama paling kalo misalnya kuliah doang sih, dan kondangan palingan.” – Ismi.

“Untuk pekerjaan di kantor, saya memakai di hari senin, karena memang diwajibkan hari senin itu kita punya seragam batik yang sama, yang lengan panjang. Kalau hari hari biasanya saya juga memakai batik sih, karena bahannya simple , gak perlu dimasukkin, kalau saya pakai kemeja itu kan harus dimasukkin kedalam celana, kalau batik kan langsung dipakai aja, gak usah dimasukkin, simple jadinya.” – Rudi.

“nnggg,, pernah, tapi udah lama, jarang banget pakai batik soalnya, terakhir pakai pas kelas 2 SMA, 2 tahun lalu, itu karena disuruh sama sekolah buat pakai batik.” – Desvira Jufanny.

Ketika ditanyakan mengenai hal yang dilakukan narasumber untuk menjaga batik sebagai salah satu warisan budaya dunia, terdapat persamaan dari narasumber Ismi dan narasumber Rudi, yaitu menggunakan batik dalam kehidupan sehari – hari. Senada dengan mereka, narasumber Desvira Jufanny juga mencoba untuk memakai batik lagi.

“Hmm, yang saya lakukan, kayaknya menggunakan aja sih.” – Ismi.

“Kalau saya sendiri selain dalam menggunakan baju batik, saya juga mengoleksi kotak pensil, kotak pensilnya modelnya batik, saya ada 3, dan buku notes pun kalau ada motif batik itu saya juga suka, jadi memang kalau menurut saya, batik itu tidak terbatas hanya pada kain, bisa pada kain, bisa pada tas / sepatu, itu saya suka, karena batik itu benar benar khas Indonesia yang buat saya unik, cuma Indonesia yang punya.” – Rudi.

“Secepatnya, akan nyoba untuk pakai batik lagi.” – Desvira Jufanny.

Dalam tataran pikiran (*mind*), terlihat bahwa batik tulis memiliki makna sosial yang

sama bagi mereka, yaitu sebagai simbol bangsa Indonesia. Namun, meskipun terdapat makna sosial yang sama, terlihat adanya pengembangan pikiran masing – masing informan terhadap batik tulis, misalnya informan Ismi yang melihat bahwa batik tulis hanya dimiliki oleh Indonesia, informan Rudi yang melihat batik tulis sebagai suatu simbol perjuangan, dan informan Desvira Jufanny yang menanggapi bahwa batik tulis ialah seni yang kreatif. Pengembangan pikiran informan itu terbentuk karena adanya proses interaksi antara dirinya dengan individu lain, dimana setiap informan menjalani proses interaksi yang berbeda – beda dalam kehidupannya, sehingga menyebabkan adanya pemahaman beragam terhadap batik tulis.

Dalam tataran diri (*self*), terlihat adanya kesamaan refleksi ketiga informan terhadap makna batik tulis bagi mereka, yaitu sebagai wujud cinta tanah air dan identitas bangsa Indonesia. Refleksi itu terbentuk karena adanya penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dimana penilaian atau pendapat itu menjadi acuan informan dalam merefleksikan dirinya terhadap batik tulis. Dalam hal ini, pengetahuan dalam tataran pikiran (*mind*) menjadi dasar informan terhadap pemaknaan batik tulis. Refleksi itu juga terbentuk karena adanya perasaan mereka terhadap batik tulis.

Dalam tataran masyarakat (*society*), adanya perilaku responden secara aktif dan sukarela dalam melakukan tindakan, sehingga nantinya akan berujung pada proses pengambilan peran di tengah masyarakat. Dalam hal ini, adanya tindakan aktif informan dalam menjaga batik, hal tersebut dilakukan informan dengan memakai batik dalam kehidupan sehari – hari, dimana informan Ismi dan informan Rudi menunjukkan tingkat intensitas pemakaian batik yang cukup tinggi, sedangkan informan Desvira Jufanny masih menunjukkan tingkat intensitas yang rendah, namun mencoba untuk meningkatkannya.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan kajian peneliti menggunakan tradisi sosiokultural dengan teori interaksi simbolik, maka dapat disimpulkan bahwa dalam tataran pikiran (*mind*), terlihat bahwa batik tulis memiliki makna sosial yang sama bagi ketiga informan, yaitu sebagai integritas bangsa Indonesia. Namun, meskipun terdapat makna sosial yang sama, terlihat adanya pengembangan pikiran masing – masing informan terhadap batik tulis. Pengembangan pikiran itu terbentuk karena adanya proses interaksi antara diri informan dengan individu lain, sehingga menyebabkan adanya pemahaman yang beragam terhadap batik tulis.

Pemahaman yang beragam itu selanjutnya akan berdampak pada kemampuan

informan dalam merefleksikan diri, dimana dalam tataran diri (*self*), batik tulis direfleksikan sebagai wujud cinta tanah air dan menjadi identitas bangsa Indonesia. Pengetahuan dalam tataran pikiran (*mind*) menjadi dasar informan dalam merefleksikan pemaknaan batik tulis bagi dirinya, refleksi itu juga terbentuk karena adanya perasaan mereka terhadap batik tulis.

Dengan adanya proses refleksi tersebut, akan masuk ke dalam tataran masyarakat (*society*), dimana munculnya perilaku informan yang secara aktif dan sukarela dalam menjaga batik tulis, sehingga nantinya akan berujung pada proses pengambilan peran di tengah masyarakat, seperti menggunakan batik dalam kehidupan sehari – hari. Hal tersebut sebagai upaya ketiga informan dalam mewujudkan batik tulis sebagai sikap cinta tanah air generasi muda Indonesia.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Bambang QAnees. 2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2009). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2010). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Griffin, Em, 2015. A Firt Look at Communication Theory Ninth Edition. Singapore: McGraw-Hill International Edition
- Hariwijaya. (2007). Metodologi dan Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Yogyakarta: Elmatara Publishing.
- Littlejohn, S. W. (2009). Teori Komunikasi, Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W. (2011). Teori Komunikasi, Edisi 10. Waveland Press, Inc.
- Lono, Lastoro Simatupang. 2006. Metode Teori Teknik Penelitian Kebudayaan, Yogyakarta: Widayatama.
- Martin, Judith N. and Thomas K. 2007. Nakayama. Intercultural Communication in Context Fourth Edition. New York: McGraw Hill
- Moeleong, L. J. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif, (edisi revisi). Bandung: Rosdakarya
- Muhammad I. (2007). Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: UII Press.
- Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. (2009). Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurmuharimah, Saniyanti. (2007). Get Smart Pendidikan Kewarganegaraan. Bandung: Grafindo Media Pratama
- Owens, Robert and Thomas C. Valesky. (2014). Organizational Behavior in Education: Leadership and School Reform, eleven edition. Pearson Education.
- Richard West & Lynn. H Turner. 2008. Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Schein, Edgar H. (2010). Organizational Culture and Leadership. John Willey & Sons, Inc.

Semiawan, C. (2010). Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya. Jakarta: Grasindo.

Sumber lain:

Doddy Wihardi, Riyodina G. Pratikto, dan Shinta Kristanty, 2015. Pergeseran Makna Motif Batik Yogyakarta – Surakarta. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna Vol. 5. No.2, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Raniawati Rachman dan Totok Wahyu Abadi. 2017. Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. Jurnal Aspikom, Vol.3, No.2, Januari 2017

Marsudi. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik dalam Customer Engagement. Jurnal Komunikasi Vol 12, No.1, Maret 2018.

Nadya, 2015. Hari Batik Nasional, saat Warisan Indonesia Diakui Dunia. <http://news.liputan6.com/read/2330816/hari-batik-nasional-saat-warisan-indonesiadiakui-dunia>

Lubis, Petti dan Mutia Nugraheni. 2009. Batik Indonesia Menjadi Warisan Budaya Dunia. http://m.life.viva.co.id/news/read/88114batik_indonesia_menjadi_warisan_budaya_dunia

Pujiastuti, Lani. 2015. Diakui Dunia, Ekspor Batik RI Meningkatkan Setiap Tahun. <http://finance.detik.com/read/2015/10/02/132932/3034083/4/diakui-dunia-eksporbatik-ri-meningkat-setiap-tahun>

RUMAH PINTAR PEMILU SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA

Yohana Yulianti Simbolon
Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara,
yohanayulianti89@gmail.com

Abstract

Election Smart House at the district and provincial levels to provide knowledge about electoral and democracy to people, especially beginner voters. So that it is expected to increase voter participation in the 2019 election. The strategies carried out by the General Election Commission, specifically General Election Commission of Toba Samosir Regency in order to increase the participation of beginner voters through Election Smart House. This research method uses descriptive qualitative. The results, Toba Samosir regency carried out a communication strategy by holding electoral classes whose participants came from any school and campus but instead held outside the Election Smart House room Conclusion, The Election Smart House activities and programs did not work properly because some factors. First the manager no time due to being involved in the preparation of 2018 regional elections and 2019 elections. Second, the staff is not supporting who can assist managers in managing Election Smart House. The third, technical guidance facilities held by the Central General Election Commission or the Provincial General Election Commission on Election Smart House in General Election Commission Toba Samosir regency.

Keywords: *Beginner Voter Participation, Election Smart House, General Election Commission.*

1. PENDAHULUAN

Sesuai dengan UU No. 7 tahun 2017 pemerintah memberikan jaminan hak pilih bagi pemilih pemula untuk menggunakan hak pilihnya. Pemilih pemula yang dimaksudkan adalah pemilih yang telah genap berusia 17 tahun pada 17 April 2019. Jumlah pemilih pemula ini sangat besar dan tentunya memiliki kontribusi penting dalam peningkatan jumlah suara untuk memenangkan pasangan calon baik Pemilihan Presiden, Pemilihan Legislatif dan Pemilihan Kepala Daerah.

Masyarakat sebagai pemilih memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan nasib negara Indonesia ke depan. Untuk itu, masyarakat seharusnya memiliki kesadaran penuh untuk menggunakan haknya

dalam penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu). Pemilih memiliki keragaman latar belakang yang mempengaruhi dalam menggunakan hak pilihnya. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi yaitu tingkat kesadaran politik berhubungan dengan masalah pemerintahan dan negara, tingkat pengetahuan masyarakat akan pentingnya pemilu, serta pengaruh sosiologis maupun psikologi pemilih. Pemilih akan cenderung memilih karena latar belakang kesamaan jenis kelamin, asal daerah, pekerjaan, pendidikan kelas ekonomi sosial, agama (Ramadhanil, dkk. 2015: 18). Namun terdapat pula pemilih yang tidak merasa termasuk dalam bagian yang telah dijelaskan sebelumnya. Mereka merupakan pemilih pemula.

Hak pilih pemilih pemula masih belum secara maksimal didapatkan karena berbagai faktor yang menyebabkan pemilih pemula kehilangan hak pilih. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi menyebutkan bahwa tingkat partisipasi pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak 2018 silam berjumlah 73,14 persen.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu memiliki tanggungjawab untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu terutama bagi pemilih pemula. Untuk itu Komisi Pemilihan Umum (KPU) menghadirkan Rumah Pintar Pemilu (RPP). Rumah Pintar Pemilu merupakan suatu konsep pendidikan pemilih yang diselenggarakan dengan pemanfaatan ruangan yang bertujuan untuk melakukan seluruh program aktivitas pendidikan pada masyarakat. Rumah Pintar Pemilu juga memiliki fungsi untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan pengetahuan dan wawasan tentang nilai nilai demokrasi serta kepemiluan. Melalui Rumah Pintar Pemilu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) berharap generasi bangsa dapat menjadi generasi yang menjadi pemilih cerdas (Pedoman Rumah Pintar Pemilu, 2016).

Rumah Pintar Pemilu menyajikan berbagai ragam materi dalam rangka mendidik masyarakat khususnya pemilih pemula untuk menanamkan kesadaran pentingnya nilai nilai demokrasi yang direalisasikan lewat menggunakan hak pilihnya pada pemilu. Pada penelitian ini, Rumah Pintar Pemilu (RPP) yang

dibahas adalah Rumah Pintar Pemilu di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir. Hal ini dikarenakan tidak semua kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki Rumah Pintar Pemilu. Selain alasan sesuai anggaran dari pusat, juga pertimbangan karena Kabupaten Toba Samosir memiliki potensi yang besar terkait pemilih pemula. Kabupaten Toba Samosir merupakan salah satu tujuan orang-orang menimba ilmu. Sebab beberapa sekolah dan perguruan tinggi berkualitas ada disana contohnya, SMA Soporung Balige, SMA Bintang Timur Balige, dan Institut Teknologi DEL.

Rumah Pintar Pemilu merupakan strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula. Smith (2005:3) menyebut strategi komunikasi merupakan kegiatan ataupun kampanye yang bersifat informasional dan persuasif bertujuan membangun pemahaman serta dukungan tentang suatu ide, gagasan maupun kasus, produk dan jasa secara terencana yang dilakukan organisasi laba ataupun nirlaba

R. Wayne Pace dan Don F. Faules (dalam Mulyana, 2006) menyebutkan terdapat tiga tujuan strategi komunikasi antara lain pertama, *secure understanding* yaitu memastikan pesan diterima oleh komunikan. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu memastikan bahwa masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya pada pemilihan umum (pemilu) tahun 2019 diterima oleh

masyarakat secara menyeluruh terutama pemilih pemula. Pesan ini disampaikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir secara langsung melalui tatap muka tanpa menggunakan media/ saluran. Dengan mengadakan sosialisasi pendidikan pemilihan umum (pemilu) secara langsung ke sekolah-sekolah ataupun perguruan tinggi yang ada di wilayah kabupaten Toba Samosir. Selain sosialisasi ke sekolah atau perguruan tinggi, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Toba Samosir juga mengundang pemilih pemula secara langsung untuk mengunjungi Rumah Pintar Pemilu. Kedua *establish acceptance* yaitu membina penerimaan pesan. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu wajib membina pemilih terutama pemilih pemula dengan memberikan berbagai sosialisasi wawasan dan pengetahuan lewat Rumah Pintar Pemilu (RPP). Ketiga *motivate action* yaitu kegiatan yang dimotivasi. Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengadakan kegiatan yang dapat memotivasi pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam pemilu contohnya: Komisi Pemilihan Umum (KPU) *Run* kegiatan jalan santai bersama Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan masyarakat serta Komisi Pemilihan Umum (KPU) Pentas Seni kegiatan lomba menyanyi yang diikuti oleh anak-anak dan remaja.

Beberapa penelitian sebelumnya antara lain adalah Strategi Kampanye Komunikasi Publik Internal (Studi Kasus *Internal Public Awareness Campaign* Badan Pemeriksa

Keuangan Republik Indonesia melalui Media *Digital Signage* periode Tahun 2013) sebuah tesis oleh Veni Friyanti Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada tahun 2014. Hasil penelitian ini aktivitas perencanaan dari pelaksanaan kampanye yakni menyebarkan informasi serta merumuskan strategi kampanye untuk meningkatkan efektifitas kampanye. Faktor yang menjadi pendukung kampanye internal khususnya dalam organisasi publik adanya dukungan pimpinan lewat kebijakan pimpinan. Selain itu penting untuk memperhatikan pesan yang disampaikan, sehingga mudah dimengerti, menarik, dan pesan tersebut adalah hal yang diyakini pegawai.

Penelitian lain, strategi komunikasi direktorat penyiaran dalam mengkomunikasikan peraturan dan kebijakan proses perizinan penyiaran sebuah tesis oleh Adelisa Pratiwi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia tahun 2012. Hasil penelitian ini strategi komunikasi dilaksanakan secara rutin sesuai dengan perencanaan. Strategi komunikasi sudah sesuai dengan perencanaan yang ada, namun pelaksanaan perizinan belum optimal dikarenakan berbagai faktor antara lain wilayah Indonesia yang luas, kurangnya SDM, sulitnya berkoordinasi serta belum adanya database yang berbasis IT.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan

menginterpretasikan dan memaparkan suatu kejadian, peristiwa atau kasus di sekitar kita melalui uraian kata-kata tanpa harus pengolahan data berupa angka-angka. Sejalan dengan yang diungkapkan Bungin (2012:82) bahwa penelitian kualitatif melihat peristiwa apa yang terjadi dalam dunia tersebut serta menyatukan temuan-temuan yang didapat. Moleong (2009) mengungkapkan bahwa alat pada penelitian kualitatif adalah manusia itu sendiri dimana peneliti bertindak sebagai alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan agar dapat menyajikan data sesuai dengan kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan.

Teknik pengambilan data melalui wawancara serta dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan kunci Mindo Simbolon sebagai Kepala Sub Bagian Teknis yang ditunjuk Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk bertanggungjawab mengelola dan informan pendukung Togap Hutahaean sebagai staff pengelola Rumah Pintar Pemilu di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Toba Samosir.

Sejalan dengan yang diungkapkan Bungin, bahwa dokumen merupakan kumpulan data yang berbentuk tulisan. Maka dalam penelitian ini dokumentasi dikumpulkan dari sumber-sumber terpercaya yakni Komisi Pemilihan Umum (KPU) Toba Samosir. Teknik dokumentasi sebagai salah satu metode pengumpulan data bersifat tidak terikat ruang dan waktu. sehingga peneliti mempunyai peluang untuk mengetahui lebih banyak hal-hal

yang terjadi di masa lalu (Bungin, 2012:121-122).

Pengambilan data dilakukan selama Februari- Maret 2019. Selain itu data juga diambil melalui dokumentasi, yaitu pengumpulan data sekunder mengenai obyek penelitian yang didapat dari sumber tertulis sumber arsip, dokumen pribadi, foto, dan dokumen resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir yang mendukung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi

Dalam mensosialisasikan Rumah Pintar Pemilu (RPP) dibutuhkan strategi, Effendy (2003:299) mengungkapkan bahwa faktor utama penentu keberhasilan suatu kegiatan komunikasi adalah strategi komunikasi. Lebih lanjut ia menyebutkan bahwa strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) agar dapat mencapai tujuan (2003:32).

Mulyana berpendapat bahwa strategi komunikasi merupakan upaya-upaya yang telah dirancang dan direncanakan dengan mempertimbangkan berbagai kendala yang akan dihadapi untuk mencapai tujuan tertentu. Ketika strategi komunikasi berhasil maka komunikasi dianggap efektif. Artinya komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama terhadap suatu

pesan. “*The communication it in tune*” yaitu kedua pihak yang berkomunikasi memiliki pengertian yang sama akan pesan yang disampaikan dan diterima (2008:3).

Untuk mencapai komunikasi efektif Marheni Fajar (2009: 197-203) menjelaskan isi pesan yang selaras dengan kondisi khalayak akan turut dipengaruhi berbagai metode penyampaian pesan pada sasaran (komunikas). Dalam prosesnya, komunikasi tidak semata-mata hanya melihat segi pelaksanaannya tanpa memperhatikan isi pesanya. Selain itu juga komunikasi perlu dilihat dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang terkandung di dalamnya.

Ahmad S. Adnanputra dalam Rosady (2007:133-134) menyebut strategi merupakan paduan dari rencana (*plan*) yang merupakan produk perencanaan (*planning*), yang merupakan salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Tahapannya terdiri dari pertama, menetapkan tujuan (objektif) yang hendak diraih dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) bertujuan peningkatan partisipasi pemilih pemula. Kedua, strategi yang digunakan dalam perencanaan agar Komisi Pemilihan Umum (KPU) dapat mencapai tujuan Ketiga, program kerja (*action plan*) yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah strategi yang diuraikan dalam langkah-langkah sesuai dengan perencanaan. Keempat, anggaran (*budget*) yang sudah dipersiapkan pihak Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dialokasikan agar terlaksananya strategi

Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui program Rumah Pintar Pemilu sehingga partisipasi pemilih pemula meningkat.

Dalam strategi diperlukan sosialisasi yang didalannya juga terdapat strategi. Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) sebagai komunikator harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat bahwa Rumah Pintar Pemilu (RPP) hadir untuk mencerdaskan masyarakat dalam berdemokrasi dan memilih. Susanto (1997: 47-48) mengungkapkan terdapat beberapa strategi sosialisasi yang dapat dilakukan.

Pertama. *In House Campaign*: diarahkan pada seluruh anggota Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) mencakup seluruh tingkatan yang ada dalam aktivitas kerja sehari – hari. Dengan memanfaatkan beberapa orang kunci dalam Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI), seperti: *Top manager* (Komisioner dan Sekretaris), untuk menunjukkan komitmen terhadap kebijaksanaan ini; *Core People*, para staff yang bekerja di Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang mempunyai antusiasme yang tinggi terhadap program Rumah Pintar Pemilu yang sudah ditetapkan. *Core people* dapat terdiri dari berbagai tingkatan kerja yang berperan sebagai komunikator. Selain itu dapat digunakan beberapa instrument pendukung lain yakni: *Gimmick products*, Poster, Spanduk Buku pedoman. Kedua, *Outside Campaign*: diarahkan pada lingkungan ekstern organisasi, yaitu masyarakat luas bertujuan untuk

menunjukkan komitmen Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) dalam melayani kepentingan masyarakat.

2. Rumah Pintar Pemilu

Dalam rangka melaksanakan strategi komunikasi maka pada tanggal 21 April 2018 ketua Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) Arief Budiman beserta jajaran inspektur Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) meresmikan Rumah Pintar Pemilu (RPP) di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir. Peresmian Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir, direncanakan agar dapat mendukung segala aktivitas kegiatan pendidikan pemilih. Generasi muda yang menjadi pemilih pemula merupakan sasaran utama (*output*) dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir. Selain itu, Rumah Pintar Pemilu (RPP) juga terbuka untuk seluruh segmen masyarakat umum.

Rumah Pintar Pemilu (RPP) hadir di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir sesuai dengan keunggulan dan potensi Kabupaten Toba Samosir yang menjadi pusat pendidikan diantara kabupaten-kabupaten lain di sekitarnya seperti Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Samosir dan Kabupaten Tapanuli Utara.

Telah disebutkan sebelumnya pada bagian latar belakang bahwa di Kabupaten Toba Samosir terdapat sekolah dan perguruan

tinggi yang berkualitas dan ternama seperti SMA Soposurung, SMA Bintang Timur Balige dan Insittut Teknologi DEL. Hal itu yang menyebabkan besarnya potensi pemilih pemula di Kabupaten Toba Samosir meningkat. Orang-orang datang dari luar kabupaten untuk menimba ilmu di kabupaten Toba Samosir. Demikian penjelasan yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Mindo Simbolon, sebagai pengelola sekaligus Kepala Sub Bagian Teknis dan Hupmas di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir.

Besarnya potensi pemilih pemula di Kabupaten Toba Samosir menjadi fokus utama Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam melakukan sosialisasi. Pemilih pemula membutuhkan banyak informasi dan memahami informasi dengan baik. Sosialisasi yang intens perlu diberikan kepada pemilih pemula yang berawal dari Rumah Pintar Pemilu (RPP).

Rumah Pintar Pemilu (RPP) di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir diharapkan dapat berjalan dengan baik karena didukung berbagai aktivitas program pendidikan secara berkelanjutan (*sustainable*). Dengan demikian cita-cita Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk menghasilkan pemilih yang cerdas dan berwawasan tentang pemilu dan demokrasi dapat tercipta. Dalam rangka mewujudkan target sasaran (*output*), pengelolaan Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir semestinya dirancang dengan

optimal. Rumah Pintar Pemilu (RPP) yang ada di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir dituntut untuk dapat berkreasi dalam setiap aktivitasnya. Sehingga dapat diterima oleh pemilih pemula dan masyarakat umum dari seluruh segmen sebagai *output* Rumah Pintar Pemilu (RPP).

Hasil wawancara peneliti dengan Mindo Simbolon, sebagai Kepala Sub Bagian Teknis dan Hupmas bahwa berbagai kegiatan Rumah Pintar Pemilu (RPP) yang ada di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir dilaksanakan sesuai dengan buku Pedoman Rumah Pintar Pemilu dari KPU Pusat di Jakarta. Di dalam buku tersebut segala sesuatu tentang Rumah Pintar Pemilu (RPP) telah dijelaskan secara terperinci. Mindo juga menyebutkan dalam Rumah Pintar Pemilu (RPP) tersedia berbagai materi tentang kepemiluan dan demokrasi yang menjadi bahan pendidikan pemilih khususnya pemilih pemula. Berikut dijelaskan dalam tabel berbagai materi yang tersedia di dalam Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir.

Tabel 1.
Materi Rumah Pintar Pemilu
KPU
Kabupaten Toba Samosir

No	Informasi/ Pesan	Konten	Materi
1.	Sejarah Pemilu	Mencakup penyelengg	<i>Video, Film,</i> <i>Booklet,</i>

		ara, peserta, sistem, dan hasil pemilu	<i>Kaleidoskop,</i> <i>Audio, Panel</i> <i>Dinding</i> <i>Informasi,</i> <i>Komik.</i>
2.	Pentingnya Pemilu dan Demokrasi	Artikel, tulisan, <i>statement/q</i> <i>uotation</i> (pernyataan yang inspiratif) tentang pentingnya Pemilu dan Demokrasi.	Poster, Kliping dan <i>Video.</i>
3.	Sistem Pemilu	Penjelasan sistem pemilu (Proporsion al terbuka, Distrik Perwakilan , atau campuran)	Panel dinding informasi (<i>analog/digit</i> <i>al</i>), <i>Video/Film</i> Pendek/Ani masi, <i>Booklet.</i>
4.	Tahapan Pemilu	Pembentuk an <i>adhoc</i> , pemutakhir an data pemilih, pendaftaran calon peserta	<i>Booklet,</i> Poster, Panel Dinding Informasi.

		pemilu, kampanye, pemungutan suara dan penghitungan suara, serta penetapan calon terpilih.	
5.	Peserta Pemilu (Pileg dan Pilpres)	Peserta Pemilu (Partai politik dan perseorangan) dalam Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD; Pemilu Presiden dan Wakil Presiden; Pemilukada	Panel dinding (<i>analog/digital</i>), poster, <i>video</i> , miniatur bendera parpol.
6.	Proses Pemilihan	Prosedur pemungutan suara dan penghitungan suara	Denah Tempat Pemungutan Suara (TPS) berupa poster, maket/diorama, panel

			dinding informasi, video, simulasi.
7.	Proses Pemilihan	Penjelasan sistem pemilu (Proporsional terbuka, Distrik Perwakilan, atau campuran)	Panel dinding informasi (<i>analog/digital</i>), <i>video/film</i> pendek/animasi, <i>booklet</i> .
8.	Uji Pengetahuan Pemilu	Pertanyaan mengenai kepemiluan dan demokrasi	<i>Digital game</i> , kuesioner, acak kata (<i>puzzle</i>), Teka Teki Silang (TTS) Pemilu, Mewarnai, lomba cerdas cermat kepemiluan.

Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 2. Pendidikan Pemilih di Institut Teknologi DEL



Sumber: Dokumentasi KPU Toba Samosir

3. Demokrasi: Hak Memilih

Setiap warga negara memiliki hak pilih dalam negara demokratis seperti Indonesia. Peranan penting warga negara sebagai pemilih diperlukan untuk menentukan pilihan siapa yang akan dipilih dan dipercaya untuk memerintah selama periode yang ditentukan. Hak pilih dianggap sebagai salah satu hak asasi manusia dikarenakan pelaksanaan berbagai jenis hak lainnya dapat dijamin dengan menggunakan hak pilih pada pemilu. Setiap warga memiliki tanggungjawab untuk berpartisipasi dalam masalah publik dengan cara menggunakan hak pilihnya. Dalam proses demokrasi, hak pilih adalah sebuah pernyataan kedaulatan rakyat untuk melaksanakan pengelolaan masyarakat. Orang atau partai yang terpilih lewat pemilu mendapatkan mandat dari warga negara berdaulat. Sehingga warga negara memiliki hak untuk meminta pertanggungjawaban kepada orang/ partai yang mereka pilih atas tindakan maupun kebijakan yang dilaksanakan.

Oleh sebab itu pemilu dapat dikatakan sebagai sarana yang digunakan pemilih untuk mengekspresikan hasil penilaian setiap warga negara terhadap kinerja pemerintah secara umum. Setiap warga negara sebagai pemilih berhak menyatakan sikap secara terbuka terhadap kebijakan yang berlaku dan dilaksanakan lewat Pemilihan Umum (Pemilu). Apabila kinerja orang/ partai yang dipilih

dinilai baik maka akan penghargaan (*reward*) atau sebaliknya jika dianggap buruk maka akan diberikan hukuman (*punishment*). Oleh karena itu pemilu juga dapat dianggap sebagai instrumen komunikasi antara yang diperintah (orang/ partai politik) dan yang memerintah (warga negara).

Beberapa Indikator Pemilihan Umum (Pemilu) (Ramadhanil, dkk. 2015: 5-12) disebut demokratis antara lain: Satu, terwujudnya sistem pemilu yang relevan dengan sistem politik demokrasi dan karakteristik masyarakat. Pemilu harus dapat menjamin kesetaraan warga negara dalam perwakilan (*equal representation*) baik dalam penentuan siapa saja yang berhak memilih (*universal suffrage; One Person, One Vote, One Value, OPOVOV*) maupun dalam alokasi kursi parlemen untuk setiap daerah (*apportionment*) yang harus berdasarkan jumlah penduduk. Dua, seluruh tahapan proses penyelenggaraan Pemilu berdasarkan kepastian hukum dan asas-asas demokratis, yakni langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil, transparan dan akuntabel. Tiga, persaingan antar partai atau calon berlangsung bebas dan adil (*free and fair contestation*) dalam kesetaraan. Empat, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara Pemilu harus profesional, independen dan imparial dalam melaksanakan tugas dan kewenangan. Lima, proses pemungutan dan penghitungan suara, tabulasi dan pengumuman hasil penghitungan suara dilakukan secara langsung, umum, bebas,

rahasia, jujur dan adil, transparan dan akuntabel (*electoral integrity*). Enam, sistem penegakan hukum yang mengatur Pemilu (*electoral dispute resolution*) dilaksanakan secara adil dan tepat waktu. Tujuh, partisipasi masyarakat dalam proses penyelenggaraan Pemilu.

4. Partisipasi Politik

Partisipasi pemilih merupakan acuan keberhasilan sebuah pemilihan umum. Selanjutnya tingkat partisipasi pemilih juga seringkali menjadi acuan bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu apakah pemilu mempunyai daya tarik yang kuat bagi warga negara sehingga mau terlibat aktif. Oleh sebab itu Komisi Pemilihan Umum (KPU) memandang bahwa tingkat partisipasi pemilih menjadi angka yang akan selalu diusahakan meningkat dalam setiap pemilu. Peningkatan angka partisipasi ini menjadi agenda utama dalam sosialisasi pada setiap tahapan penyelenggaraan pemilu. Tetapi pada konteks pembangunan demokrasi yang secara umum peningkatan partisipasi pemilih untuk mendongkrak angka partisipasi pemilih bukan hanya tergantung pada kinerja Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Tingkat partisipasi pemilih memerlukan peran semua pihak secara merata. Langkah yang dilakukan kerjasama dari berbagai segmen yang ada di dalam masyarakat sebagai kekuatan demokrasi pemilih. Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan masyarakat

umum bekerja sama dalam mensosialisasikan penyelenggaraan dan tahapan pemilu sehingga masyarakat sebagai pemilih, terutama pemilih pemula dapat berpartisipasi dalam pemilu.

Memberikan suara pada pemilu hanyalah salah satu bentuk partisipasi dalam Pemilu. Berbagai bentuk partisipasi masyarakat selain memberikan suara pada dasarnya bertujuan untuk menjamin agar penggunaan hak pilih itu bermakna dalam arti tidak saja yang diberi mandat memerintah sungguh tepat tapi juga proses penentuan calon terpilih itu juga bebas dan adil. Selain itu juga partisipasi politik sangat diperlukan untuk menghindari pihak-pihak tertentu yang menyalahgunakan suara yang tidak digunakan.

Ada beberapa kegiatan yang dikategorikan sebagai partisipasi pemilu dalam penyelenggaraan pemilu antara lain: melaksanakan sosialisasi pemilu, melaksanakan pendidikan pemilih, memilih pasangan calon dan membahas rencana, visi, misi dan program partai dalam Pemilu, memberikan suara sebagai pemilih. Kemudian menulis atau menyiarkan berita tentang pemilu, mendukung peserta pemilu/ calon tertentu dan mengorganisasi warga lain untuk mendukung atau menolak alternatif kebijakan publik yang diajukan oleh peserta pemilu tertentu. Lalu menyampaikan hasil pemantauan pemilu dan menyampaikan pengaduan tentang dugaan pelanggaran pemilu. Selanjutnya melakukan survey dan menyebarluaskan hasil survey tentang pendapat atau persepsi pemilih tentang

peserta pemilu. Terakhir melaksanakan dan menyebarluaskan hasil perhitungan cepat pemilu (*quick count*).

Berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi pemilih. Pertama kesadaran politik dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Kesadaran politik ini dipahami sebagai kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan wawasan tentang lingkungan dan politik sesuai lingkungan sosialisasinya. Apabila seseorang memiliki sikap acuh terhadap lingkungan maka besar kemungkinan bahwa orang tersebut tidak berpartisipasi dalam pemilihan umum (pemilu). Sedangkan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah merupakan penilaian seseorang pada pemerintah berdasarkan dapat dipercaya dan dipengaruhi atau tidak. Sebagai contoh jika masyarakat memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap pasangan calon tertentu, maka ia akan memilihnya begitu pula sebaliknya.

Sejalan dengan yang diungkapkan Jeffry Paige, seperti yang dikutip Surbakti (1992). Ia berpendapat bahwa terdapat empat kategori yang mempengaruhi partisipasi politik seseorang. Pertama, apabila seseorang mempunyai tingkat kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah tinggi, maka partisipasi politik cenderung aktif. Kedua, apabila tingkat kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah rendah, maka partisipasi politik cenderung pasif (apatis). Ketiga apabila tingkat kesadaran politik tinggi

namun kepercayaan terhadap pemerintah rendah disebut sebagai militan radikal. Keempat apabila tingkat kesadaran politik rendah, tetapi tingkat kepercayaan terhadap pemerintah tinggi, maka partisipasi ini disebut pasif. Namun perlu disadari bahwa faktor kesadaran politik dan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah tidak dapat berdiri sendiri. Kedua faktor itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti status sosial dan status ekonomi, afiliasi politik dan pengalaman berorganisasi. Sehingga dalam partisipasi politik dapat disimpulkan bahwa tingkat partisipasi politik seseorang dipengaruhi bukan hanya dari luar (eksternal) saja melainkan juga didukung dari dalam diri (internal) orang tersebut.

5. Pemilih Pemula

Pemilih pemula dalam penyelenggaraan pemilu menjadi salah satu agenda utama Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pemilih pemula merupakan warga negara yang baru pertama kali menggunakan hak pilih dalam pemilu. Pemilih pemula terdiri dari pelajar, pensiunan TNI/Polri dan warga negara yang belum berusia 17 tahun akan tetapi telah menikah. Pemilih pemula membutuhkan informasi dan pemahaman yang jelas mengenai pemilihan umum (pemilu). Pelajar dan warga negara yang belum 17 tahun akan tetapi telah menikah mengalami kesulitan memperoleh informasi dan pemahaman mengenai hak sebagai pemilih dan cara penggunaan hak pilih.

Pemilih pemula menjadi salah satu fokus utama Komisi Pemilihan Umum (KPU), memiliki alasan yang kuat disebabkan pemilih pemula ini masih belum memahami dan memperoleh informasi yang jelas mengenai pemilu, tatacara pemberian suara dan pemahaman yang jelas terhadap calon yang bersaing dalam pemilihan umum (pemilu).

Jumlah partisipasi pemilih merupakan salah satu acuan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menentukan keberhasilan pemilihan umum (pemilu). Sebagai badan penyelenggara pemilihan umum (pemilu) Komisi Pemilihan Umum (KPU) melaksanakan evaluasi dalam pemilu yang bertujuan sebagai bahan acuan pada pemilihan umum (pemilu) selanjutnya. Salah satu azas umum penyelenggaraan pemilu adalah menjamin setiap warga negara Indonesia menggunakan hak pilih. Setiap warga negara Indonesia harus memenuhi persyaratan untuk menjadi pemilih. Undang-Undang Nomor 1 tahun 2015 pasal 56 dan pasal 57 ada beberapa persyaratan menjadi pemilih; pertama, warga negara Indonesia yang telah berumur 17 (tujuh belas) tahun pada saat pemilu berlangsung ataupun telah/ pernah menikah memilih hak untuk memilih. Kedua, setiap warga didaftarkan oleh penyelenggara pemilihan umum (Pemilu) sebanyak satu kali dalam daftar Pemilih. Ketiga, warga negara Indonesia yang berhak memilih merupakan warga yang telah terdaftar di daftar pemilih tetap (DPT).

Pemilih pemula mempunyai peranan penting dalam penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu). Peranan pemilih pemula dapat dilihat berdasarkan hak suara pemilih dan jumlah pemilih. Selanjutnya pemilih pemula memiliki peranan pada pemilihan umum (pemilu) dalam memberikan suara kepada figur politik. Pemilih pemula yang memberikan hak suaranya pertama kali kepada calon merupakan salah satu cara calon maupun partai politik untuk meraih kursi dalam pemerintahan. Oleh karena itu banyak calon atau partai politik menarik simpati pemilih pemula untuk mendapatkan suara pemilih pemula semaksimal mungkin. Tak heran jika pemilih pemula menjadi target utama untuk meraih suara sebanyakya.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir bertindak sebagai komunikator melalui Rumah Pintar Pemilu (RPP) memiliki pesan yakni kesadaran akan pentingnya pemilihan umum (pemilu) dan berdemokrasi dengan menggunakan hak pilih. Pesan itu disampaikan dengan tujuan agar komunikan (pemilih pemula dan semua pemilih) sebagai target Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki wawasan dan pengetahuan tentang pemilu dan menggunakan hak pilihnya. Teknik dan strategi komunikasi yang dilakukan Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir adalah dalam rangka memperoleh hasil atau efek yang sebesar-besarnya dengan peningkatan jumlah partisipasi pemilih pemula yang ada di

Kabupaten Toba Samosir. Strategi komunikasi Rumah Pintar Pemilu (RPP) merupakan bentuk nyata pelaksanaan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir untuk mencapai tujuan peningkatan jumlah partisipasi pemilih pemula. Dimana dalam rangka mencapai suatu tujuan tersebut strategi bukan hanya berfungsi sebagai petunjuk arah tetapi mampu menunjukkan secara teknis.



Dari hasil wawancara yang dilakukan, menurut Mindo Simbolon Rumah Pintar Pemilu (RPP) Kabupaten Toba Samosir melakukan strategi komunikasi dengan mengadakan kelas pemilihan umum (pemilu) yang pesertanya berasal dari kampus, sekolah yang merupakan kelompok terdapat di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir. Kelas pemilihan umum (pemilu) ini memiliki target segmen pemilih pemula dan pra pemilih. Namun yang disayangkan adalah program kegiatan sosialisasi justru dilakukan di luar Rumah Pintar Pemilu (RPP) itu sendiri. Sosialisasi pendidikan pemilih malah diadakan di Insititut Teknologi DEL (Gambar 2) dan di

SMA Bintang Timur Balige (Gambar 3). Meski telah didukung dengan arahan melalui pedoman Rumah Pintar Pemilu oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) namun Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir masih belum dapat mencapai target sasaran. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir semestinya harus mampu bekerja keras demi partisipasi dari pemilih pemula. Mindo Simbolon sendiri mengakui bahwa Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir belum berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya. Sehingga menyebabkan pesan penting pemilu dan kesadaran berdemokrasi belum diterima oleh masyarakat secara luas terutama pemilih pemula dengan baik. Tentunya hal ini akan berdampak negatif pada pemilu 2019 yang akan diadakan 17 April 2019 mendatang. Lebih lanjut Mindo menyampaikan bahwa pembinaan para pemilih pemula dengan memberikan wawasan dan pengetahuan lewat Rumah Pintar Pemilu (RPP) melalui fasilitas yang telah ada masih jauh dari harapan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sebab strategi yang dilakukan Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Toba Samosir hanyalah kegiatan sosialisasi yang memotivasi pemilih pemula untuk berpartisipasi dalam pemilu dengan kegiatan pendidikan pemilu di luar Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir. Sosialisasi lebih banyak dilakukan justru di luar ruangan Rumah

Pintar Pemilu (RPP) Kabupaten Toba Samosir. Sedangkan publikasi serta undangan untuk datang ke Rumah Pintar Pemilu (RPP) belum dilakukan. Terbukti dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan jawaban dari Mindo Simbolon. Bahwa belum ada orang yang khusus datang ke kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir untuk melihat langsung apa saja yang ada di dalam ruangan Rumah Pintar Pemilu (RPP).

Padahal sebenarnya para pemilih pemula berhak mendapatkan lebih dari sekedar materi sosialisasi di luar Rumah Pintar Pemilu (RPP) saja. Sebab di dalam ruangan Rumah Pintar Pemilu (RPP) yang terdapat di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir ada terdapat banyak sekali materi tentang pemilu dan demokrasi. Seperti yang telah dirinci dalam tabel 1. Mereka dapat melihat langsung dengan berkunjung ke Rumah Pintar Pemilu (RPP) yang terbuka bebas untuk umum selama jam operasi kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir.

Malfungsi dari Rumah Pintar Pemilu (RPP) disebabkan kurang aktifnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir untuk mempublikasikan keberadaan Rumah Pintar Pemilu (RPP) kepada sekolah maupun pelajar. Publikasi seharusnya dapat dilakukan melalui media elektronik, media cetak maupun media sosial yang mudah diakses. Minimnya publikasi menimbulkan sekolah dan pelajar tidak mengetahui adanya Rumah Pintar Pemilu

(RPP) di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir yang dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran pemilu. Dengan minimnya publikasi mengenai Rumah Pintar Pemilu (RPP), Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir berharap akan tinggi kesadaran pelajar maupun sekolah untuk mengunjungi Rumah Pintar Pemilu (RPP). Hal ini terlihat sangat jelas bahwa hingga pelaksanaan pemilihan umum (pemilu) tahun 2019 publikasi mengenai Rumah Pintar Pemilu (RPP) pun masih belum dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir.

Disamping rendahnya publikasi mengenai Rumah Pintar Pemilu (RPP), Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir juga tidak melakukan koordinasi yang baik dengan Pemerintah Kabupaten Toba Samosir terkhususnya Dinas Pendidikan. Koordinasi diperlukan untuk membangun kerjasama diantara kedua instansi sehingga Dinas Pendidikan Kabupaten Toba Samosir dapat menganjurkan sekolah-sekolah di Kabupaten Toba Samosir untuk berkunjung ke Rumah Pintar Pemilu. Didasarkan oleh anjuran tersebut sekolah-sekolah yang berada dalam wilayah Kabupaten Toba Samosir kunjungan ke Rumah Pintar Pemilu (RPP) menjadi agenda rutin.

6. PENUTUP

Simpulan, Rumah Pintar Pemilu (RPP) Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten

Toba Samosir tidak berjalan sesuai dengan perencanaan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula. Dikarenakan berbagai kendala yang dihadapi. Menurut Mindo terdapat beberapa kendala yang dihadapi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Toba Samosir yaitu, pertama kurangnya waktu pengelola karena terlibat dalam kegiatan persiapan Pilkada 2018 dan Pemilu 2019. Kedua, kurangnya tenaga pendukung yang dapat membantu pengelola dalam mengelola Rumah Pintar Pemilu (RPP). Ketiga kurangnya fasilitas bimbingan teknis yang diadakan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) atau Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi tentang Rumah Pintar Pemilu yang ada di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir.

Selain itu Togap Hutahaean menambahkan kendala yang dihadapi dalam mengelola Rumah Pintar Pemilu (RPP) adalah masih kurangnya bahan sosialisasi yang tersedia dalam Rumah Pintar Pemilu (RPP). Lebih lanjut, ia menyampaikan bahan sosialisasi yang tersedia saat ini sudah perlu dilakukan pembaharuan informasi mengenai penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) terakhir.

Tentunya ini berdampak pada rencana awal Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk menjadikan Rumah Pintar Pemilu (RPP) sebagai strategi komunikasi dalam peningkatan partisipasi pemilih terutama pemilih pemula. Kegiatan yang dilakukan Komisi Pemilihan

Umum (KPU) seperti publikasi semestinya dapat mengundang berbagai elemen masyarakat seperti institusi pendidikan mewakili segmen pemilih pemula. Strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dengan mengadakan kelas pemilu di luar Rumah Pintar Pemilu (RPP) sudah cukup baik. Menurut peneliti, sangat disayangkan jika kehadiran Rumah Pintar Pemilu (RPP) hanya sekedar formalitas saja dikarenakan tuntutan dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI). Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir diharapkan dapat memenuhi tanggungjawab yang diberikan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) untuk mengelola Rumah Pintar Pemilu (RPP) dengan maksimal. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir melalui Rumah Pintar Pemilu (RPP) tidak sesuai dengan harapan. Tidak heran jika akhirnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Toba Samosir belum mencapai hasil yang diharapkan.

Saran, pertama pengelola yang ditunjuk memiliki tugas sepenuhnya tersendiri dalam menjalankan Rumah Pintar Pemilu sehingga jika terdapat kegiatan pemilihan umum (pemilu) Rumah Pintar Pemilu (RPP) tetap berjalan seperti biasa. Kedua, menyediakan tenaga pendukung yang dapat membantu pengelola dalam mengelola Rumah Pintar Pemilu (RPP). Ketiga Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI) lebih banyak lagi

memberikan fasilitas bimbingan teknis secara intensif kepada pengelola dan tenaga pendukung Rumah Pintar Pemilu (RPP).

7. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Cetakan ke 6)*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- . 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Friyanti, Veni. (2014). *Strategi Kampanye Komunikasi Publik Internal (Studi Kasus Internal Public Awareness Campaign Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia melalui Media Digital Signage)*. (Tesis). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja. Rosdakarya
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Terjemahan Deddy Mulyana. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Pratiwi, Adelisa (2012), *Strategi Komunikasi Direktorat Penyiaran Dalam Mengkomunikasikan Peraturan Dan Kebijakan Proses Perizinan Penyiaran (Studi Evaluatif pada Kementerian Komunikasi dan Informatika)*. (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU RI), 2016, *Pedoman Rumah Pintar Pemilu*, Jakarta.
- Ramadhanil, Fadhli, Veri Junaidi dan Ibrohim. 2015. *Desain Partisipasi Masyarakat Dalam Pemantauan Pemilu*. Jakarta: Kemitraan
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Smith, D.Ronald. *Strategic Planning For Public Relations*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. London. 2005
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo
- Surbakti, Ramlan, dan Didik Supriyanto. 2013. *Partisipasi Warga Masyarakat Dalam Proses Penyelenggaraan Pemilihan Umum: Seri Demokrasi Elektoral Buku 12*. Jakarta: Kemitraan

Susanto, Astrid S.1997. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bina Cipta.
Jakarta

POLITICAL BRANDINGRIDWAN KAMIL PADA MASA KAMPANYE PILGUB JAWA BARAT 2018MELALUI TWITTER

¹Sholihul Abidin, ²Ageng Rara Cindoswari
^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
sholihul@puterabatam.ac.id

ABSTRACT

Political branding is the use of a strategic way of consumer branding to build a political image. Ridwan Kamil won the election of governor of West Java in 2018. Different campaign strategies carried out by Ridwan Kamil were not only using the face to face communication model, but also direct communication. Social media has a role for Ridwan Kamil to communicate with his public during the campaign period to convey political messages. Ridwan Kamil's political branding during the campaign period of the 2018 elections in West Java's social media Twitter was formed through many aspects which included of appearance, personality and political messages. In addition to these aspects, other aspects that specifically shape political image through social media are the delivery of relations with constituents, the originality of leaders, responsiveness of technology, personal values channeled, as well as key political messages. The key political message of Ridwan Kamil is done by providing development information, development plans, activity reports and conveying political values/ideologies. In addition, appearance as a candidate's identity also reflects the whole messages of political branding through the meaning of the costumes used. Ridwan Kamil indeed so far bears the celebrity social media political branding strategy carried out by Ridwan Kamil describing himself as a candidate figure who is open (minded?), close to the community, credible, and populist (egalitarian).

Keywords: *Political Branding, Campaign, Twitter, election governor of West Java, Ridwan Kamil*

1. PENDAHULUAN

Media menurut McNair (2011:6)dalam konsep komunikasi politik kontemporer digunakan untuk membedakan produk politik yang terdiri dari partai politik dan kandidat.Firmanzah, (2008:17) memberikan penjelasan bahwa dalam konsep ini,proses komunikasi politik yang terjadi berbeda dengan proses komunikasi politik tradisional.Dalam komunikasi politik kontemporer terjadi proses komunikasi

dengan sistem pertukaran informasi, ideologi, sistem nilai, norma dan budaya di masyarakat yang terbuka.

Pasca reformasi, demokratisasi politik, keterbukaan pendapat seiring dengan persaingan politik secara bebas, transparan dan terbuka, adalah tren baru yang hampir bisa dipastikan kehadirannya dalam dunia komunikasi politik. Pemahaman mengenai proses komunikasi politik kontemporer tidak mungkin dilakukan tanpa adanya analisis

terhadap media yang digunakan (McNair, 2011: 13). Dengan kata lain, penggunaan media secara terbuka sudah menjadi hal yang wajar dalam komunikasi politik kontemporer.

Sosial media adalah salah satu media yang memimpin perubahan dramatis struktur komunikasi dari konsumsi komunikasi massa ke era komunikasi digital yang interaktif (Khang & Ye, 2012: 281). Setiap pengguna media sosial termasuk didalamnya politisi dapat memproduksi pesan dengan publik yang lebih terarah karena tersedianya stimulus teknologi yang modern selama kampanye untuk menjalin hubungan kembali dengan pemilih (Vergeer, Hermans & Sams, 2013: 4). Media yang terbuka, didukung dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin maju, serta pengemasan isi pesan mempermudah para aktor politik untuk mendiferensiasikan diri dari persaingan politik yang ada (McNair, 2010: 13). Ditambah dengan kemampuan informasi politik yang *borderless* (tidak terbatas) pembentukan *image* (citra) politik semakin mudah dilakukan termasuk di antaranya adalah *branding* kandidat maupun partai politik sebagai hasil dari proses komunikasi politik kontemporer.

Political branding adalah penggunaan strategi consumer branding untuk membangun citra politik. Salah satu contoh dari branding dalam komunikasi politik kontemporer adalah yang dilakukan Donal Trump dalam pemilu presidensial Amerika Serikat 2017 lalu. Hal serupa juga terjadi dalam dunia komunikasi politik Indonesia. Pasca Reformasi dimana demokratisasi sudah menjadi hal yang seharusnya ada, Ridwan Kamil berhasil menang dalam Pilgub Jawa Barat 2018.

Strategi kampanye berbeda yang dilakukan Ridwan Kamil bukan saja dengan model *face to face communication* atau komunikasi tatap muka. Melainkan juga penggunaan media kampanye yang dipilih. Media sosial memiliki peranan bagi Ridwan Kamil untuk berkomunikasi dengan publiknya selama masa kampanye berlangsung guna menyampaikan pesan-pesan politis. Dari perbandingan *share of awareness* masing-masing kandidat pasangan Ridwan Kamil dan Uu tidak diunggulkan. *Share of awareness* ini menunjukkan tingginya potensi pasangan tersebut untuk memenangkan pilkada dari aktivitasnya di media sosial. Ridwan Kamil merupakan calon Gubernur dengan pengikut dan tweet terbanyak. Selain akun Twitternya

dijalankan secara pribadi, aktivitas Twitter Ridwan Kamil merupakan paling aktif pada masa kampanye dibandingkan dengan pasangan lainnya.

Hari Rabu tanggal 27 Juni 2018 diselenggarakan pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak di seluruh Indonesia. Berbagai calon kepala daerah yang tidak diunggulkan saat Pilkada tiba-tiba justru berhasil meraih suara tertinggi dalam hasil perhitungan Pilkada. Salah satu calon kepala daerah yang tidak diunggulkan dalam Pilkada adalah Ridwan Kamil. Pada malam hari di hari yang sama saat pemilihan dilakukan, berbagai media massa menyiarkan hasil hitung cepat sementara melalui quick count jumlah-jumlah perolehan suara dari pasangan-pasangan peserta Pilkada serentak 2018. Salah satunya adalah pasangan Rindu yaitu Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum yang mendapat suara pemilih sebesar 32,43 persen suara di Pemilihan Umum Gubernur (Pilgub) Jawa barat versi Quick Count. Pasangan Rindu ini bukan merupakan pasangan yang diunggulkan di Pilgub Jawa Barat. Dari berbagai survei pra pelaksanaan Pilgub Jawa Barat, pasangan yang diunggulkan untuk meraih kemenangan adalah pasangan

incumbent yaitu Dedi Mizwar dan Dedy Mulyadi.

Ridwan kamil dikenal sebagai seorang pemimpin yang aktif di dunia sosial media seperti Twitter, Facebook dan Instagram. Akun *twitter* Ridwan Kamil merupakan akun yang memiliki *followers* terbanyak dari seluruh calon gubernur maupun calon Wakil Gubernur di Jawa Barat. Pengikut *twitter* Ridwan Kamil sebanyak 3,15 juta. Jumlah ini terhitung sangat banyak jika dibandingkan dengan jumlah pengikut-pengikut *twitter* dari calon-calon pesaingnya di Pilgub Jawa Barat 2018.

Berikut ini berbagai tampilan akun *twitter* masing-masing calon Gubernur dan wakil Gubernur di Pilgub Jawa Barat 2018:



Gambar. 1.1 Akun Twitter @ridwankamil (calon Gubernur Terpilih Jawa Barat 2018).



Gambar. 1.2. Akun twitter@dedi_mizwar
(Calon Gubernur Jawa Barat di Pilgub 2018).



Gambar 1.3. Akun twitter @TB Hasanuddin
(Calon Gubernur Jawa Barat di Pilgub 2018).



Gambar 1.4. Akun Twitter @MayjendSudrajat
(Calon Gubernur di Pilgub Jawa Barat 2018).

Dari gambar-gambar di atas dapat dilihat bahwa jika dibandingkan dengan ketiga pasangan calon lainnya di Pilgub Jawa Barat, dalam melakukan *political branding* Ridwan Kamil mempunyai urgensi lebih dilihat dari dimensi waktu dimana ia membangun *political branding* tersebut yakni pada masa kampanye guna mendapatkan pilihan masyarakat. McNair (2010: 6) mengemukakan bahwa partai politik mengukur kesuksesan mereka bukan dalam konsep keuntungan, namun jumlah voting serta kekuasaan yang didapat. Berfokus pada pesan yang disampaikan lewat media sosial

Twitter akun personal Ridwan Kamil, yang secara personal dapat melakukan *political branding* dengan berfokus pada dirinya sendiri, peneliti memilih menggunakan metode analisis isi kualitatif untuk menelaah makna lebih dalam dibalik konten teks akun Twitter Ridwan Kamil (www.twitter.com/ridwankamil) dengan batasan konten teks yang diteliti hanya selama masa pemilihan umum Gubernur Jawa Barat 2018 antara tanggal 15 Februari 2018 – 23 Juni 2018. Pemilihan ini berdasarkan pada isi konten tweet Ridwan Kamil yang tidak terbatas pada jumlah tweet namun juga gambar atau foto yang memiliki makna tersendiri sehingga obyek ini tidak dapat dijelaskan jika memilih pendekatan kuantitatif. Maka dari itu judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah *Political Branding* Ridwan Kamil masa kampanye di Pilgub Jawa Barat 2018 melalui media sosial Twitter.

2. METODE PENELITIAN

Komunikasi Politik Indonesia

Denton & Woodward dalam McNair (2011:3) menjelaskan bahwa komunikasi politik adalah diskusi murni tentang alokasi sumber daya publik, otoritas resmi, dan undang-undang resmi. Komunikasi politik juga dilihat sebagai proses interaktif yang

berfokus pada transmisi informasi diantara politisi, media dan publik. Sama halnya dengan kedua bentuk komunikasi politik di atas, kampanye politik sebagai salah satu hasil komunikasi politik di Indonesia tidak dapat dikatakan selalu berada dalam posisi yang sama atau *stagnant*. Berkembangnya bentuk kampanye politik ini berhubungan dengan sistem demokrasi di Indonesia yang mengalami pasang surut.

Masa Orde Lama di bawah kepemimpinan Presiden Soekarno Indonesia menganut sistem demokrasi terpimpin yang hanya satu kali melaksanakan pemilu di tahun 1955. Berlanjut pada masa Orde Baru dibawah kepemimpinan Soeharto, Indonesia menerapkan sistem demokrasi Pancasila. Namun pada praktiknya lebih mengarah pada pemerintahan yang otoriter (Holik, 2005:87). Misalnya saja dengan pelaksanaan program depolitisasi pada tahun 1972, pemerintah melakukan fusi paksa 10 partai politik menjadi tiga partai politik (PPP, Golkar dan PDI). Ketiga partai itu saja yang menjadi peserta pemilu sejak 1977-1997. Selama itu pula tidak ada kebebasan politik bagi rakyat. Keadaan mulai berubah sejak reformasi politik tahun 1998, yang diikuti dengan pemilu 1999 sebagai pemilu demokratis pertama pasca Orde Baru.

Masa Orde Baru, komunikasi politik Indonesia lebih bersifat otoriter dan tertutup apabila dibandingkan dengan masa pasca reformasi. Komunikasi politik yang terjadi lebih terbuka, transparan dan demokratis (Firmanzah, 2008:65). Ini kemudian menunjukkan bahwa komunikasi politik sudah mengarah pada bentuk komunikasi politik baru yang lebih kontemporer. Hal yang paling membedakan antara kedua masa tersebut adalah kebebasan mengeluarkan pendapat hal ini tidak bisa dilepaskan dari penggunaan media.

New Media dalam Politik Indonesia

Media sosial memberikan kontribusi yang sangat terbuka dalam perkembangan demokrasi di Indonesia pasca reformasi. Status-status sosial media begitu sangat bergairah dalam menyampaikan berbagai kritik maupun aspirasi melalui akun-akun resmi yang dimiliki oleh lembaga-lembaga pemerintahan di Indonesia. Menurut Firmansyah (2008: 23) bahwa adanya kontribusi media membuat masyarakat masa kini menjadi masyarakat yang terbuka. Secara umum, didiskusikan bahwa media mainstream gagal melayani publik dengan benar, karena media tidak mampu menyajikan informasi politik yang seimbang. Informasi yang diberikan media sudah diedit

oleh jurnalis sehingga media bergerak sebagai opinion leader karena banyak pesan yang diterima publik tentang kampanye tidak berasal langsung dari aktivis politik tapi dari pesan media. (Kepplinger, 2007: 3, Rdiout & Mellen, 2007: 44). Dapat dikemukakan bahwa dalam era komunikasi politik kontemporer, ditambah dengan kehadiran internet mampu mengevolusi cara berinteraksi dan berpolitik. Selama beberapa tahun terakhir, media sosial sudah menjadi sumber penting untuk berita dan informasi politik, seperti dikemukakan oleh Weeks & Holbert (2013:3) yang ditambah dengan mudahnya akses internet sampai ke ruang-ruang kerja individu dapat dimanfaatkan untuk pembentukan opini publik. Isu tentang emansipasi, keterbukaan, kebebasan dapat dengan mudah ditransfer melalui internet (Firmanzah, 2008: 23).

Sebuah pertanyaan menarik dari Marshment, (2009: 170) yaitu apabila politisi mengerti pemilih, mereka bisa membuat komunikasi yang lebih *efektif* dengan mengetahui siapa pemilihnya, apa yang mereka inginkan dan bagaimana menyentuh mereka dengan mengembang komunikasi yang lebih tertarget dan diinginkan pemilih.

Lievrouw (2013: 6) menjelaskan bahwa new media adalah sebagai informasi dan

teknologi komunikasi serta konteks sosialnya. Sebagai produk dari ide masyarakat, keputusan dan tindakan mereka menggabungkan teknologi lama dan baru, kegunaan dan tujuannya. Hal ini seperti juga yang dikatakan Firmanzah (2008: 22) bahwa dalam era demokrasi ini, internet sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi, berpeluang merevolusi sistem, struktur dan proses demokrasi yang selama ini kita kenal.

Winston (2004) dalam Firmansyah (2008: 23) adalah orang yang pertama kali memunculkan *istilah* “digital democracy” atau “virtual democracy”. Dalam gagasannya tersebut ia menggambarkan tentang bagaimana kehidupan demokrasi berlangsung di dunia internet. Melalui new media sangat memungkinkan bagi masyarakat untuk tidak harus datang langsung ke tempat kampanye namun dapat melakukan interaktivitas melalui new media yang di dalamnya termasuk juga media sosial.

Secara efisien setiap pengguna sosial media termasuk juga politisi berperan sebagai distributor konten pesan (Weeks & Holbert, 2012: 2). E-marketing atau *political marketing* melalui new media memegang potensi untuk memperluas juga pasar

terutama anak-anak muda yang sering kali menolak bentuk komunikasi politik lama tapi menjadi pengguna utama internet dan elektronik digital (Marshment, 2009: 170). Twitter merupakan sebuah media sosial dengan format mikroblogging yang sangat terkenal di *Indonesia*. Penetrasi tingkat penggunaan Twitter di Indonesia adalah yang tertinggi di dunia. Tidak sedikit di antara pengguna Twitter adalah perusahaan-perusahaan terkemuka, politisi, selebriti maupun publik figure lainnya (Hassanuddin, Kristofel. J., Mahatrisni, P.I., Winansis, N.T., Satrio, B., 2011:245).

Political Branding

Sejak banyak konsensus diantara partai politik, diferensiasi selama masa kampanye sekarang berdasarkan citra dan personalitas pemimpin. Mitsikopoulou (2008:112) menjelaskan bahwa citra dan personalitas pemimpin dapat dibentuk oleh proses branding, selain itu branding bahkan bisa membantu kandidat untuk mengubah dan memelihara reputasi serta dukungan. Sementara Marshment (2009: 24) memberikan penjelasan branding adalah satu bentuk baru dalam marketing politik.

Scammell, (2007) dalam Sonnies, (2011:2) mendefinisikan bahwa branding sebagai representasi psikologikal sebuah

produk/organisasi yang lebih mengarah pada simbol dibandingkan kegunaan nilai tangible. Ide dari branding sendiri lebih dari sebuah teori yang bisa diaplikasikan ke kota, negara bahkan politisi dengan memberikan mereka identitas publik.

Political branding adalah cara strategis dari consumer branding untuk membangun citra politik. Scammell(2007) berpendapat bahwa brand yang baik untuk nama perusahaan, kandidat atau produk adalah sama sangat pentingnya karena permintaan konsumen menjadi meningkat dan bisa dengan mudah menjalin relasi dengan taktik moderen untuk memperlakukan kandidat politik sama seperti produk. Sonnies, (2011:3) mengemukakan bahwa dalam tahap dasar, branding politisi dibentuk dari pengertian masyarakat secara subjektif terhadap politisi. Tidak hanya elemen personal kandidat, tapi juga elemen kandidat berupa penampilan seperti gaya rambut, pakaian memberi dampak jelas untuk citra kandidat. Mitsikopoulou (2008:7) menjelaskan tentang pentingnya branding politik sering disimpulkan dengan argumen-argumen sebagai berikut: branding memasukan sisi emosional, memberikan tanda yang membuat pemilih bisa memilih kandidat dengan lebih mudah. Mitsikopoulou

(2008: 5) memberikan sebuah pandangan bahwa komunikasi yang lebih interaktif dan membangun, branding bisa mempunyai potensi untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya sudah tidak tertarik politik.

Kategori *political branding* menurut Sandra (2013: 282) terdiri dari personalitas yang meliputi hubungan, orisinalitas, tanggap teknologi, dan nilai personal, kemudian penampilan yang meliputi pakaian, gaya rambut dan gestur tangan, serta pesan Kunci Politik yang terdiri dari harapan, dukungan publik, laporan aktivitas, dan nilai/ideologi politik

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah *directed content analysis* yang berawal dari teori sebagai *guide*. Elemen *political branding* yakni penampilan dan personalitas yang digunakan sebagai *guide* awal. Kemudian setelah penelitian ini dilakukan akan ada banyak kemungkinan kategori dari teori yang sudah ada tersebut meluas dan tergal lebih dalam lewat temuan data yang ada.

Subjek dari penelitian ini adalah sosial media Twitter Ridwan Kamil (@ridwankamil) pada masa Pilgub Jawa Barat 2018 berlangsung yaitu antara tanggal

15 Februari 2018 – 23 Juni yakni sejak tanggal 24 Juni 2012-16 September 2012. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah *political branding* yang dilakukan Ridwan Kamil selama masa Pilgub tersebut. Unit analisis dari penelitian ini adalah kategorisasi pada jumlah Tweet Ridwan Kamil selama bulan Februari, Maret, April, Mei dan Juni 2018. Tahapan teknik analisis menggunakan teori/riset sebelumnya, peneliti memulai dengan mengidentifikasi konsep kunci atau variable sebagai inisial kategori coding. Potter & Levinne-Donnerstein (1999) dalam Hsieh & Shannon, (2005: 6) definisi operasional dari masing-masing kategori dijelaskan menggunakan teori tersebut, pengkodean seluruh bagian yang sesuai dengan coding yang sudah dibuat sebelumnya. Teks yang tidak bisa dikategorikan dengan skema coding sebelumnya, akan diberikan/dibuat kode baru.

Tabel. Perbedaan Koding Utama diantara 3 Pendekatan dalam Analisis Isi Kualitatif

Jenis Analisis Konten	Belajar Mulai Dengan	Waktu Mendefinisikan Kode atau Kata Kunci	Sumber Kode & Kata Kunci
Analisis isi konvensional	Pengamatan	Kode didefinisikan selama analisis data	Kode diturunkan dari data
Analisis Konten yang Diarahkan	Teori	Kode didefinisikan sebelum dan selama analisis data	Kode berasal dari teori / temuan penelitian

			yang relevan.
Analisis konten sumatif.	Kata kunci	Kata kunci diidentifikasi sebelum dan selama analisis data.	Kata kunci berasal dari minat peneliti / tinjauan literatur.

Kategori *political branding* menurut Sandra (2013: 282) terdiri dari personalitas yang meliputi hubungan, orisinalitas, tanggap teknologi, dan nilai personal, kemudian penampilan yang meliputi pakaian, gaya rambut dan gestur tangan, serta pesan Kunci Politik yang terdiri dari harapan, dukungan publik, laporan aktivitas, dan nilai/ideologi politik. Proses induksi data penelitian ini dengan tahapan analisis dari metode *directed content analysis* akan didasarkan pada kategori yang dikemukakan oleh Sandra di atas untuk melihat tweet Ridwan Kamil selama masa kampanye di Pilgub Jawa Barat 2018.

Tabel 4.2. Kategori *political branding*

Kategori Awal (Sandra, 2013)	Hasil Induksi Data
Personalities (personalitas)	Personalities (personalitas)
<ul style="list-style-type: none"> • Relationship (hubungan) • Originality (orisinalitas) • Technological User (Tanggap Teknologi) • Personal Value (nilai Personal) 	<ul style="list-style-type: none"> • Relationship (hubungan) • Originality (orisinalitas) • Technological User (Tanggap Teknologi) • Personal Value (nilai Personal)
Appereance (penampilan)	Appereance (penampilan)
<ul style="list-style-type: none"> • Pakaian 	<ul style="list-style-type: none"> • Pakaian

<ul style="list-style-type: none"> • Gaya Rambut • Hand Sign (gestur tangan) 	Gaya Rambut dan penutup kepala)*
Political Key Message (pesan Kunci Politik)	Political Key Message (pesan Kunci Politik)
<ul style="list-style-type: none"> • Hope (harapan) • Public Support (dukungan publik) • Activity Report (laporan aktivitas) • Political platform (nilai/ideology politik) 	<ul style="list-style-type: none"> • Development Information (informasi pembangunan)* • Activity Report (laporan aktivitas) • Political platform (nilai/ideology politik) • Plan development (rencana pembangunan)*

Tabel 4.2.)* Kategori baru

Dalam kategorisasi di atas, yang dimaksud dengan subkategori hubungan adalah *tweet-tweet* yang memperlihatkan adanya hubungan secara langsung seperti percakapan antara Ridwan Kamil dengan publik diluar percakapan politik yang mencerminkan keterampilannya dalam bersosialisasi. Sedangkan orisinalitas adalah *tweets* yang menunjukkan Ridwan Kamil sebagai mana adanya dia dari sisi personal, bukan politisi. Seperti kegemarannya, pendapat, hal-hal yang lebih menggambarkan Ridwan Kamil secara personal. Tanggap teknologi adalah *tweets* yang menunjukkan ulang Ridwan Kamil adalah seorang politisi yang menggunakan media teknologi serta aplikasinya dalam berkomunikasi, termasuk menyampaikan pesan-pesan politiknya. Selain itu subkategori nilai personal adalah *tweets* yang

berisikan nilai personal yang dibawa dalam diri Jokowi dan disampaikan melalui *Twitter*.

Sedangkan dari kategori pesan kunci politik, subkategori informasi pembangunan adalah *tweets* yang berisikan tentang informasi yang disampaikan oleh Ridwan Kamil tentang pembangunan-pembangunan di Jawa Barat. Dukungan publik adalah *tweets* Ridwan Kamil yang menyampaikan dukungan public terhadap dirinya maupun *tweet* oleh pemilih kepada Ridwan Kamil yang menyatakan dukungan mereka pada Ridwan Kamil dan di *ReTweet* oleh Ridwan Kamil. Lalu laporan aktivitas adalah *tweet* jadwal kampanye, tentang aktivitas politik yang dijalankan Ridwan Kamil. Kemudian platform politik adalah *tweets* yang memuat nilai atau ideologi serta pandangan Ridwan Kamil dalam berpolitik. Serta rencana pembangunannya yaitu *tweets* yang berisi tentang rencana-rencana pembangunan yang akan dilakukan oleh Ridwan Kamil untuk daerah Jawa Barat. Semua subkategori ini nantinya akan dianalisis lebih dalam.

Tabel. Kategorisasi jumlah tweet Ridwan Kamil pada masa kampanye Pilgub Jabar 15 Februari – 24 Juni 2018. Sumber: Olahan Data

Tanggal/Bulan/Tahun	Jumlah <i>Tweet</i>
15-28 Februari 2018	14
1-31 Maret 2018	31
1-30 April 2018	37
1-31 Mei 2018	31
1-24 Juni 2018	29

Jumlah Total <i>Tweet</i>	142
----------------------------------	------------

Jika di lihat dari tren jumlah tweet di akun pribadi milik Ridwan Kamil, selama masa kampanye di Pilkada Jabar 2018 terdapat sebanyak 142 konten yang di unggah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN Personalitas

Subkategori hubungan menunjukkan menunjukkan adanya intensitas komunikasi dua arah Ridwan Kamil dengan publiknya. Kebanyakan *tweet-tweet* ini berisikan balasan Ridwan Kamil terhadap *tweet-tweet* yang menyampaikansalam dukungan dari para pemilih untuk dia, serta sapaan kepada para *followernya*. Menggunakan media sosial yang bersifat adanya interaktivitas yang bisa berhubungan langsung dengan publiknya, hubungan yang bisa dibangun untuk membangun *branding* ia dekat dengan masyarakat juga semakin mudah dengan pemilihan penggunaan media tersebut. Selain itu orisinalitas juga membangun personalitas Ridwan Kamil, dimana ia meng-*update* kegiatan pribadinya ke Twitter. Selain tanggap teknologi, Ridwan Kamil juga membawa nilai personal, ia sendiri ingin menunjukkan pada masyarakat ada nilai-nilai personal yang sama yang ia bisa bawa sebagai pemimpin masyarakat nantinya, salah satunya nilai keluarga di atas yang

merefleksikan Ridwan Kamil mengayomi masyarakat terlepas dari perbedaan yang ada.

Penampilan

Subbab penampilan ini terbagi menjadi pakaian, gaya rambut serta gaya tangan. Selama pada masa kampanye terlihat Ridwan Kamil selalu bergonta ganti kostum mulai formal hingga non formal. Demikian halnya dengan model rambut yang terkadang terbuka dan kadang menggunakan penutup kepala seperti peci, udeng bali, blangkon sunda. Kemudian beberapa aktivitas lain misalnya saat berkendara dia menggunakan helm dan saat mengunjungi proyek pembangunan ia mengenakan helm keselamatan. Selain sebagai birokrat, penggunaan peci di Indonesia sebenarnya adalah hal yang wajar bagi pejabat. Namun, penggunaan peci juga dapat memberikan kesan lebih relijius kepada pemakaiannya. Artinya Ridwan Kamil dalam hal ini ingin menampailkan kesan diri bahwa dirinya termasuk seorang pemimpin yang relijius. *Fashion* dan pakaian menurut Barnard (2002:29) adalah bentuk komunikasi non verbal dimana tidak menggunakan kata-kata yang terucap ataupun tertulis. Fasion atau pakaian yang dikenakan Ridwan kamil hamper tidak berbeda dengan kandidat-kandidat yang lainnya. Namun begitu, kesan

pakaian formal seperti jas dan berdasi lebih menonjol pada diri Ridwan Kamil yang selalu ia kenakan pada kebanyakan acara dan agenda resmi yang ia ikuti dan kunjungi. Menggunakan pakaian formal ini menunjukkan Ridwan Kamil bahwa ia merupakan pejabat publik yang pada saat mencalonkan diri sebagai Gubernur Jawa Barat saat itu ia masih menjabat sebagai Wali Kota Bandung. Kemudian pakaian-pakaian lainnya yang ia kenakan hampir takada bedanya dengan pakaian yang dikenakan oleh masyarakat secara umum. Ini menunjukkan bahwa Ridwan Kamil ingin menunjukkan kepada masyarakat di Jawa Barat bahwa ia sebenarnya sama dengan kebanyakan masyarakat lainnya. Kesan egaliter dan merakyat akan tampil pada personaliti pakaian tersebut. Gaya rambut Ridwan Kamil yang tidak menggunakan peci hitam seperti banyak dilakukan politisi lainnya, Ridwan Kamil tidak ingin menekankan dirinya sebagai politisi yang religius ataupun nasionalis seperti yang dicitrakan politisi Indonesia pada umumnya.

Pesan Kunci Politik

Informasi pembangunan menjadi salah satu pesan yang banyak di tweet oleh Ridwan Kamil. Pesan ini memberikan kesan bahwa ia merupakan pemimpin yang terbuka serta

informatif dalam mengelola dan melaksanakan tugas kepemimpinan. Ridwan Kamil secara langsung menunjukkan kepada publik sesuatu yang penting bahwa sebagai pemimpin, ia selalu update informasi pembangunan daerahnya sehingga masyarakat umum dapat dengan mudah melakukan control serta ikut memantau perkembangan pembangunan di daerahnya. Sehingga sosok yang terbuka dan informatif ini menempel pada diri Ridwan Kamil. Bukan saja informasi tentang pembangunan, Ridwan Kamil juga memberikan pesan tentang rencana-rencana pembangunannya untuk Provinsi Jawa Barat melalui kunjungan-kunjungan yang ia lakukan pada daerah dan usaha-usaha potensial kelas menengah. ini memang menjadi kebiasaan politisi dalam membuat sebuah harapan atau janji politis. Namun rencana pembangunan Ridwan Kamil ini memiliki sifat realistis dengan perhitungan yang matang melalui tweet-tweetnya. Dengan demikian, rencana pembangunan yang ia sampaikan mengeliminir janji politis seperti kebiasaan para politisi secara umum. Hal lain yang dilakukan Ridwan Kamil adalah memberikan pesan-pesan laporan aktivitas kampanye dengan mengupdate jadwal kegiatannya selama kampanye. Laporan aktivitas

kampanye ini menjadi bentuk akuntabilitas Ridwan Kamil sebagai politisi. Hal ini menjadi poin penting mengingat selama ini masyarakat jenuh dengan janji-janji kampanye tanpa adanya pertanggungjawaban atau realisasi yang sepadan. Serta subkategori terakhir adalah pesan kunci politis, banyak menggunakan perumpamaan dalam penyampaian nilai politisnya, Ridwan Kamil menunjukkan bagaimana berbedanya Ridwan Kamil dalam nilai politis yang ia anut dan terbukanya Ridwan Kamil sebagai politisi yang berada pada area politik Indonesia kontemporer.

PEMBAHASAN

'*Political need home,*' kata Painter (2003) dalam Subiakto dan Ida (2012:126) yang menerangkan bahwa lingkungan sosiokultural yang berkembang saat ini tengah berubah ke era media baru. Disadari atau tidak yang dilakukan oleh Ridwan Kamil dalam kampanye Pilkada Jawa Barat 2018 dan timnya mencoba memanfaatkan *cultural environment* di Indonesia yang berkembang pesat beberapa tahun terakhir yaitu budaya penggunaan sosial media yang cukup tinggi, yaitu selebriti. Sistem selebriti dalam politik menjadi konsep baru yang sekarang ini disadari manfaatnya untuk menghubungkan pelaku politik dengan pemilihnya. Ridwan Kamil beserta timnya

mengadaptasi budaya populer sebagai strategi kampanye politiknya. Kemajuan teknologi komunikasi global khususnya internet diikiti dengan tren penggunaan sosial media yang tinggi. Aktivitas politik tidak lagi terbatas pada forum-forum birokrasi formal melainkan berkembang ke arah yang lebih populer seperti sosial media. Penggunaan sosial media twitter oleh Ridwan Kamil dalam berkampanye adalah wilayah kolektif untuk kepentingan pembentukan *political branding* itu sendiri.

Sosial media yang tidak membutuhkan *cost* politik tinggi serta cukup banyak digunakan oleh masyarakat khususnya pemilih, pada akhirnya menjadi komoditas baru politisi dalam narasi-narasi pribadi untuk disampaikan kepada publiknya. Komunikasi tanpa batas ruang dan waktu pada media baru twitter mengubah kondisi khalayak pasif menjadi partisan-partisan interaktif yang tidak lagi hanya menjadi penonton melainkan ikut menjadi bagian dari cerita. Politik bukan lagi hal yang serius namun menjadi sebuah ‘tontonan’ sekaligus pembelajaran yang antara pemilih dan yang di pilih dapat saling berinteraksi meski tanpa bertatap muka. Perdebatan politik tersembunyi dan terbatas bahkan cenderung manipulatif secara tidak langsung

terkonstruksi oleh sosial media menjadi lebih *friendly*.

Beranjak dari *political branding* yang dibentuk Ridwan Kamil melalui media sosial Twitter, secara tidak langsung Twitter sebagai akun personal Ridwan Kamil yang digunakan secara aktif selama masa kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Barat, berperan dalam penyampaian pesan *political branding* pribadi Ridwan Kamil. *Political branding* tersebut merujuk pada diferensiasi seorang Ridwan Kamil sebagai politisi yang ingin mencitrakan dirinya sebagai pribadi yang berbeda dengan politisi pada umumnya. Seperti ia egaliter, dekat dengan rakyat, terbuka, kredibel dan akuntabel. Penekanan utama *brand* Ridwan Kamil pada diferensiasi memperkuat branding seorang Ridwan Kamil. Pembeda tersebut yang membuat sebuah brand politis semakin kuat dan membuat brand Ridwan Kamil lebih mudah dikenali dan disampaikan pada publik. Bila dilihat kembali lagi ke sifat brand, awalnya dikatakan penggunaan branding sampai pada ranah politis adalah adanya kepentingan untuk mendiferensiasikan kandidat dengan lebih maksimal ditengah banyaknya pilihan politis.

Pengemasan pesan dua arah melalui soaial media seperti twiter menjadi ruang-ruang

baru komunikasi politik yang menjadi tanda dalam era politik Indonesia kontemporer. Batas-batas antara elit dengan masyarakat menjadi tereliminir dengan pola komunikasi baru ini. Hal ini lantas menunjukkan bagaimana *political branding* Ridwan Kamil sebagai produk dari komunikasi politik di Indonesia pada masa kontemporer dibentuk dengan menggunakan pesan-pesan yang terangkum di dalam media sosial Twitter Ridwan Kamil.

4. PENUTUP

Political branding Ridwan Kamil selama masa kampanye Pilkada Jabar 2018 di media sosial Twitter dibentuk melalui banyak aspek yang antara lain adalah aspek penampilan, personalitas dan pesan-pesan politis. Selain aspek tersebut, aspek lain yang secara spesifik ikut membentuk citra politik melalui media sosial adalah dengan penyampaian hubungan dengan konstituen, orisinalitas pemimpin, tanggap teknologi, nilai-nilai personal yang disalurkan, serta kunci pesan politis. Kunci pesan politis Ridwan Kamil dilakukan dengan pemberian informasi pembangunan, rencana pembangunan, laporan aktivitas serta penyampaian nilai/ideologi politik. Selain itu, penampilan sebagai suatu identitas diri kandidat juga merefleksikan ulang keseluruhan pesan

political branding melalui pemaknaan kostum yang digunakan.

Ridwan Kamil memang selama ini menyandang selebritas sosial media memiliki *follower* paling banyak diantara para kandidat di Pilkada Jabar lainnya. Namun melalui penjabaran di atas, strategi *political branding* yang dilakukan oleh Ridwan Kamil menggambarkan dirinya sebagai sosok kandidat yang terbuka, dekat dengan masyarakat, kredibel, dan merakyat (*egaliter*). Citra diri yang ia lakukan melalui twitter mengarah pada satu ciri khas lain yang cukup berbeda jika dibandingkan dengan kebiasaan komunikasi politik dari para calon kepala daerah di Indonesia secara umum. Pesan yang berbeda serta cara penyampaian yang berbeda dengan memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi kepada konstituen membuat Ridwan Kamil semakin lebih dekat dengan warga Jawa Barat. Terlepas dari keberhasilannya memenangkan Pilkada Jabar 2018, strategi *political branding* melalui media sosial dengan segala konten yang di unggah cukup mampu menjadi daya tarik publik untuk mengetahui kandidat secara personal. Di saat yang demikianlah seorang kandidat dapat memainkan peran dalam membangun sebuah citra politik atau *political branding*.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adolphsen, M. 2008. *Branding in election campaigns: just a buzzword or a new quality of political communication*. Media@LSE
- Barnard, M. 2002. *Fashion as communication*. London: Routledge
- Firmanzah. 2008. *Marketing politik: antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Holik. I. 2005. *Komunikasi politik dan demokratisasi di indonesia: dari konsolidasi menuju pematangan*. http://twitter.com/jokowi_do2
- Hsieh, H.F., & Shannon, S.E. 2005. *Three approaches to qualitative content analysis*. Retrieved: April 18, 2013, from: <http://qhr.sagepub.com/content/15/9/1277>
- Khang, H., Ki, Eyun & Ye, Lan. 2012. *Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997-2010*. Retrieved May 5, 2013, from <http://jmq.sagepub.com/content/89/2/279>
- Krippendorff, K. 2004. *Content analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications
- Liebhart, Karin Liebhart And Petra Bernhardt. 2017. *Political Storytelling On Instagram: Key Aspects Of Alexander Van Der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign*. Media and Communication. 5 (4). 15–25.
- Lievrouw, L.A. 2011. *Alternative and activist new media*. Cambridge: Polity Press
- Marketeters. (2013, March 4). *Jakarta: kota twitter nomer satu di dunia*. *Marketeters Online*. Retrieved: May 1, 2012, from <http://the-marketeters.com>
- Marshment, J.L. 2012. *Political marketing*. Oxon: Routledge
- McNair, B. 2010. *An introduction to political communication*. Oxon, Canada: Routledge.
- Mitsikopoulou, B. 2011. *Introduction: the branding of political entities as discursive practice*. *Journal Of Language & Politics*, 7(3), 353-371.
- Nielsen, Sigge Winther. 2017. *On Political Brands: A Systematic Review of the Literature*. *Political Marketing*. 16 (2). 118-146.
- Sandra, Lidya Joyce. *Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur Dki Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter*. *Jurnal E-komunikasi-Universitas Kristen Petra Surabaya- Vol I. No.2*. 2013. Halaman 72-84.
- Scammell, Margaret. 2015. *Politics and Image: The Conceptual Value of Branding*. *Journal of Political Marketing*. 14(1). 7-18.
- Smith, Garret. 2013. *Conceptualizing and Testing Brand Personality in British Politics*. *Journal of Political Marketing*. 12 (1). Page 209-232.
- Sonnies, S. 2011. *Consumer branding in politics: a comparison of presidents ronald reagan and barack obama*. Retrieved: March 5, 2013 from: <http://www.american.edu/soc/communication/upload/Sarah-Sonies.pdf>
- Young, Sarah Jackson. 2015. *Literacies For Surveillance: Social Network Sites And Background Investigations*. *Media and Communication*. 3.(2). 88-97.
- Weeks, B.E. & Holbert, R.L. 2013. *Predicting dissemination of news content in social media: a focus on reception, friending and*

*partisanship. journalism & mass
communication quaterly.*

Varga, Somogy. 2013. *The politics of Nation
Branding Collective identity and*

public sphere in the neoliberal state.
University of Memphis, Clement Hall
327, Memphis, TN 38104. 39 (8). 825-
845.

Model Komunikasi Tentang Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* Grup EX(SHIT)

Zikri Fachrul Nurhadi¹, Novie Susanti Suseno², Ade Sujana³

^{1,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations*, Universitas Garut, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Universitas Garut, Indonesia

zikri_fn@uniga.ac.id¹

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi munculnya musik populer Korea yang memiliki daya tarik tersendiri di kalangan penggemarnya, sehingga menghasilkan proses peniruan apa yang dilakukan idolanya seperti *dance cover*. Meniru tarian silang *gender* dalam grup *cross cover dance* EX(SHIT), merupakan fenomena sosial yang belum banyak diketahui keberadaannya. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan model komunikasi tentang presentasi diri grup *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT) di Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Dramaturgi yang mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup serta pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi, mengelola kesan pada orang lain. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para anggota *cross cover dance* EX(SHIT) memiliki aktivitas *front stage* (panggung depan) yang meliputi *setting* dan *personal front (appearance dan manner)*, aktivitas *middle stage* (panggung tengah) berupa persiapan kostum, konsep tari, *make up*, dan gaya rambut yang sesuai dengan peran mereka, serta aktivitas *back stage* (panggung belakang) dalam kehidupan sosial di masyarakat sesuai dengan peran mereka masing-masing.

Keywords: *Cross Cover Dance; K-Pop; Model Komunikasi; Presentasi Diri*

1. PENDAHULUAN

Penggemar aliran musik *Korean Pop* atau sering disebut dengan *K-pop* tentu memiliki ketertarikan yang besar terhadap musik yang berasal dari budaya Korea tersebut. Aliran musik yang dinyanyikan oleh laki-laki atau perempuan, baik itu yang tergabung dalam sebuah grup atau solo dan berpenampilan menarik inipun seakan membuat para penggemar tersihir oleh pesonanya. Tak hanya soal pesona para penyanyinya saja, suara yang khas dan *dance* energik yang diselipkan dalam musiknya pun menjadi poin penting dalam

“membius” para pecinta musik *K-pop* tersebut. Ketika seseorang mulai menyukai *K-Pop*, mereka akan secara intens mencari hal-hal yang berhubungan dengan idola mereka. Banyak penggemar *K-Pop* melakukan segala upaya untuk mengekspresikan kecintaannya terhadap artis *K-Pop* yang mereka idolakan, mereka pun mulai menirukan apa yang dilakukan oleh para idola mereka. Oleh karena genre *K-Pop* merupakan perpaduan musik dan juga *dance*, hal yang sama dilakukan oleh para *fans* di mana mereka menirukan musik dan *dance*-nya serta penampilan dari idola mereka tersebut

(Muhammad, 2013). *Dance Cover* adalah sebutan untuk kegiatan yang dilakukan oleh *fans* untuk meniru gerakan tarian dari idolanya tersebut. Bukan hanya itu mereka juga bergaya semirip mungkin, mulai dari pakaian, tata rambut, meniru gaya *fashion* dari *video clip* lagu dan ekspresi ketika melakukan peniruan tersebut. Titik kesempurnaan dari *dance cover* juga berbeda dengan *dance* modern, di mana bukan kreativitas namun kemiripan dengan sang idola baik dalam segi detail gerakan, kostum serta ekspresi yang ditampilkan di atas panggung (Rarasati, 2017). Terdapat salah satu *genre* atau jenis dari *dance cover* yang kehadirannya telah menarik antusias para penggemar *K-pop* di Kabupaten Garut. Salah satu *genre* dari *dance cover* tersebut dinamakan dengan *Cross Cover Dance*. *Cross Cover Dance* merupakan sebuah grup tari yang meng-cover tarian dari grup lain dengan peran yang berlawanan jenis. Tidak hanya membawakan tarian dari lawan jenisnya, tetapi juga pakaian yang dikenakan pun harus mirip dengan grup tari tersebut. Bahkan *gesture* pun harus disesuaikan dengan apa yang di perankan oleh seseorang ketika orang tersebut tampil di atas panggung (Aritonang, 2018).

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan, maka yang menjadi masalah pada penelitian terkait dengan Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* adalah sebuah grup *dance cover* yang melakukan penampilannya tidak sesuai dengan apa yang menjadi jati

dirinya. Baik *dance cover* maupun *cross cover dance*, keduanya sama-sama meng-cover atau meniru sebuah grup, letak perbedaannya hanya pada perannya saja. Disinilah keunikan dari *cross cover dance*, yaitu mereka membawakan tarian idolanya yang berlawanan *gender* dari yang diikuti. Misalnya seperti *girlband Blackpink* yang memang anggotanya merupakan perempuan, kemudian di-cover atau ditiru gerakan tariannya oleh sekelompok grup *cover dance* yang beranggotakan laki-laki (Ferdiansyah, 2018). *K-Pop* menjadi salah satu *genre* musik yang berkembang dengan cepat di dunia. Hal ini menyebabkan cover dan *cedan cross cover dance K-Pop* menjadi sebuah trend diberbagai negara, baik itu Amerika, Eropa, Jepang, Asia, bahkan di Indonesia (Koesmayadi, 2013). Pada tahun 2010, jumlah *dance cover* khususnya *cross cover dance* di Indonesia masih sangatlah sedikit. Bandung dan Jakarta adalah kota yang menjadi pelopor munculnya *dance cover boyband* dan *girlband* Korea. Namun seiring dengan berjalannya waktu, mulailah banyak bermunculan *dance cover* khususnya *cross cover dance* yang merambah ke wilayah Kabupaten Garut. Jumlah grup *dance cover* di Kabupaten Garut yang aktif pada tahun 2017-2018 sekarang ini berjumlah 17 grup (IKC Entertainment & KDC Entertainment, 2018). Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1
Grup Dance Cover di Kabupaten Garut

No	Nama Grup	Jumlah Anggota	Grup yang di Cover	Keterangan
1.	EX(SHIT)	4	Blackpink	Cross Cover Dance
2.	Bangtan Se7en / B7	7	BTS	Cover Dance
3.	Candies Pop	6	Crayon Pop	Cover Dance
4.	XOXO Yeoja	9	EXO	Cross Cover Dance
5.	4Minnie	5	4Minute	Cover Dance
6.	C*Star	4	Sistar	Cover Dance
7.	KARTu	4	KARD	Cross Cover Dance
8.	Ice Pink	6	Apink	Cover Dance
9.	Inextion	7	Infinite	Cover Dance
10.	Vixxide	6	VIXX	Cover Dance
11.	Our Caramel	3	Orange Caramel	Cross Cover Dance
12.	Rainpow	7	Rainbow	Cover Dance
13.	SMI	4	Beast	Cross Cover Dance
14.	Pink Velvet	5	Red Velvet	Cover Dance
15.	Y-Teen	6	G Friend	Cover Dance
16.	Black Queen	7	MBLAQ	Cross Cover Dance
17.	Exound	9	EXO	Cover Dance

Sumber: Survei dari Komunitas *K-pop* IKC dan KDC Entertainment, 2018

Terlihat dari tabel 1 bahwa banyak sekali antusias para penggemar *K-pop* di Kabupaten Garut yang membentuk grup *dance cover* untuk meniru idola *K-pop* yang mereka sukai sebagai bentuk ekspresi kecintaan mereka terhadap artis *K-pop* melalui kegiatan *dance cover*. Rentang usia dari masing-masing anggota grup mulai dari 15-25 tahun dengan domisili asli dari Garut (IKC Entertainment & KDC Entertainment, 2018). Berdasarkan tabel 1, peneliti tertarik dengan salah satu grup *K-Pop dance cover* yakni EX(SHIT). EX(SHIT) merupakan salah

satu grup yang melakukan *dance cover* dengan mengangkat konsep silang *gender* yang meng-cover *dance K-Pop*. Mereka dituntut untuk berpenampilan sama persis dengan artis sesungguhnya dan meniru gerakan *dance* dari artis *K-Pop* yang dijadikan acuannya. Berawal dari hobby, mereka menjadikan idola mereka sebagai suatu panutan (Utami, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota EX(SHIT), bahwa EX(SHIT) adalah salah satu grup yang melakukan *cross cover dance*. Dalam keanggotaannya di dalam grup *cross cover dance*, EX(SHIT) hadir sebagai ajang untuk eksis dan tampil beda. Pasalnya grup ini merupakan grup *cross cover dance* yang berbeda dengan lainnya. Grup ini beranggotakan empat orang, yang terdiri dari tiga orang perempuan dan satu orang laki-laki. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa *cross cover dance* merupakan sebuah grup tari yang meng-cover tarian dari grup lain dengan peran yang berlawanan jenis. Biasanya sebuah grup *cross cover dance* memiliki *gender* yang sama dalam sebuah grupnya untuk menirukan idol yang berlawanan jenis. Namun, pada grup EX(SHIT) ini terdapat pencampuran *gender* di dalam grup itu sendiri yakni tiga orang perempuan dan satu orang laki-laki (Sherin, 2018). Pada tahun 2015, grup ini terbentuk dengan beranggotakan tiga orang perempuan yaitu Nunik, Ina, Salma, dan satu orang laki-laki yaitu Farhan. Secara stereotip, laki-laki pada umumnya tidak memperhatikan

penampilannya. Namun satu orang laki-laki dari anggota EX(SHIT) ini berani tampil beda dari kesehariannya dengan penampilannya yang memakai riasan wanita dan pakaian wanita di panggung agar tampil seperti *girlband* dalam meng-cover *girlband* yang di idolakannya. Begitupun sebaliknya, tiga member perempuan di grup ini juga berpenampilan seperti *boyband* yang mereka idolakan dengan menggunakan pakaian laki-laki dan riasan seperti laki-laki di atas panggung ketika meng-cover sebuah *boyband*. Mereka memang tampak seperti seorang laki-laki dan perempuan biasa. Tetapi pada saat mereka tampil di atas panggung, penampilannya pun berubah dari biasanya. Maka hal ini sependapat dengan (Puspa, 2011) bahwa fenomena ini memberikan pengelolaan kesan sangat berkaitan erat dengan presentasi diri dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah kesan sesuai dengan yang diharapkan.

Munculnya fenomena *Korean Wave* atau gelombang budaya kontemporer Korea di Kabupaten Garut sekarang ini terasa semakin diminati. Hal ini sependapat dengan (Russel, 2014) yang mengatakan bahwa fenomena ini diakibatkan oleh animo masyarakat yang tinggi terhadap drama, film, musik, *fashion* yang berasal dari budaya Korea. Hal ini juga seiring dengan banyaknya peminat pada dance Korea maka banyak muncul dance cover tentang Korea, hal ini menunjukkan bahwa dance Korea telah menyita perhatian penggemar

budaya Korea (Hong, 2014). Dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa budaya Korea terutama dance cover telah dikomodifikasi. Menurut Barker (2015), menjelaskan bahwa komodifikasi merupakan sebuah proses yang selalu dihubungkan dengan kapitalis, dimana objek, tanda dan kualitas dirubah menjadi komoditas. Tidak hanya itu, bahkan gelaran pertunjukan mengenai kebudayaan populer Korea sangat dinanti oleh masyarakat khususnya para *fans* atau penggemar dari budaya populer Korea itu sendiri, hal ini ditujukan untuk merasakan atmosfer dan melihat secara langsung bagaimana gelaran pertunjukan yang menarik dari kebudayaan populer Korea itu. Salah satu gelaran pertunjukkan atau *showcase* yang berhasil diselenggarakan di Kabupaten Garut yaitu *KDC First Showcase* yang diadakan pada tanggal 13 Maret 2014 lalu. *Showcase* yang digelar di Gd. Kopri Pemda ini sangatlah diminati oleh masyarakat Kabupaten Garut khususnya kalangan remaja. Banyak sekali antusias masyarakat Garut khususnya *K-popers* yang datang untuk menyaksikan pertunjukan tersebut, karena pada saat itu *KDC First Showcase* merupakan gelaran pertunjukan pertama yang ada di Garut dengan menonjolkan konsep budaya Korea. Hal inilah yang menjadi sebuah pembuktian bahwa dampak *Korean Wave* sudah sangat terasa sekali di Kabupaten Garut (Sherin, 2018). *Korean Wave* berhasil mempengaruhi sebagian besar masyarakat

dengan memperkenalkan atau menjual produk berupa drama, film, musik, *fashion*, hingga benda-benda elektronik yang sudah tersebar di kawasan Asia, Amerika, dan juga Eropa. Sejalan dengan kemajuan industri hiburan Korea dan kemajuan media massa, jenis produk bertajuk Korea sendiri dapat dinikmati dengan mudah oleh masyarakat penjuru dunia (INAKOS, 2013). Perkembangan *Korean Wave* sendiri ditandai dengan kemunculan musik pop Korea yang mencapai puncaknya pada tahun 1992. Hal ini dapat dilihat dari kesuksesan grup Seo Taijin dan Boys yang diikuti grup musik lain seperti Panik and Deux (Novianti, 2016). Pada tahun 2000-an, mulai bermunculan artis musik pop Korea dengan aliran musik R&B serta Hip-Hop, contohnya MC Mong, ITYM, Rain, dan Big Bang. Hingga saat ini, industri musik Korea kian berkembang mengikuti perkembangan jaman dan teknologi modern (Hallyucafe, 2011). Pada umumnya hasrat meniru pada manusia cukup tinggi karena adanya faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia, salah satunya yaitu motif mengenai keinginan memperoleh pengalaman baru, dan pengakuan dari masyarakat sekitar. *Cross cover dance* merupakan salah satu kegiatan yang bisa dikategorikan meniru. Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kecenderungan untuk meniru dalam arti membentuk diri dengan melihat kehidupan masyarakat yang terdiri dari penerimaan bentuk-bentuk kebudayaan, dimana manusia

menerima bentuk-bentuk pembaharuan dari luar sehingga dalam diri manusia terbentuk sebuah pengetahuan hasil dari proses peniruan, karena setelah melakukan proses peniruan kita akan mengetahui sesuatu yang kita tiru. Manusia memiliki konsep sebagai makhluk sosial yang membutuhkan sebuah interaksi atau komunikasi untuk membentuk dirinya sendiri melalui proses meniru (dalam Mulyana, 2008). Dalam situasi dan maksud tertentu manusia akan bertindak sesuai dengan apa yang diinginkannya, termasuk menunjukkan sebuah aksi atau penampilan yang merupakan hasil dari daya pikir, kreasi, yang sudah terpikirkannya. Begitu juga dengan grup *cross cover dance* EX(SHIT), sebagai pelaku interaksi yang menampilkan dirinya dari hasil konsep yang sudah dibentuk dan dipikirkan secara matang untuk mendapatkan sebuah kesan yang diharapkan oleh *audiens*. Interaksi yang dilakukan merupakan sebuah bentuk dari penyajian diri. Maka dalam hal ini, untuk mencapai hal tersebut butuh pengelolaan kesan (*impression management*) (Mulyana, 2008).

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka penelitian tentang Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* sangat berkaitan erat dengan presentasi diri yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah kesan sesuai dengan apa yang diharapkan. EX(SHIT) merupakan salah satu grup yang melakukan *dance cover* dengan mengangkat konsep silang *gender* yang meng-*cover dance K-Pop*. Mereka

dituntut untuk berpenampilan sama persis dengan artis sesungguhnya dan meniru gerakan *dance* dari artis *K-Pop* yang dijadikan acuannya. Menurut Goffman (dalam Mulyana, 2008) berpendapat bahwa “Presentasi diri adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada”. Dalam mempresentasikan dirinya, grup *cross cover dance* EX(SHIT) banyak melakukan pengelolaan kesan. Proses yang dilakukan oleh grup EX(SHIT) mulai dari kehidupan sehari-hari mereka hingga saat mereka tampil (Nuruddiniyah, 2017). Melihat proses yang mereka lakukan ini, peneliti bermaksud melakukan penelitian menggunakan studi dramaturgi yang memiliki asumsi bahwa dalam praktiknya memerlukan suatu pengelolaan kesan untuk mencapai presentasi diri.

Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana *Front Stage* (panggung depan), *Middle Stage* (panggung tengah) dan *Back Stage* (panggung belakang). Definisi dari teori dramaturgi adalah suatu teori yang mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka. Ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya

(dalam Mulyana, 2008, hal. 107). Hal ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rarasati (2017), tentang “Realita Belakang Panggung *K-Pop Cross Cover Dance*”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena sosial tentang penggemar budaya *K-Pop* yang menirukan koreografi gerakan atau tarian *girlband* Korean Pop dalam grup *cross cover dance* War School yang belum banyak diketahui keberadaannya oleh masyarakat. Hasil dari penelitian sebelumnya ini menunjukkan bahwa, terdapat faktor-faktor pendorong yang melatarbelakangi keikutsertaan individu menjadi anggota grup *K-Pop cross cover dance* War School meliputi faktor internal (personal) yang terbagi menjadi (1) minat dan bakat, (2) eksistensi diri, (3) memacu adrenalin, dan (4) mengisi waktu luang, serta faktor eksternal (sosial) yang terdiri dari (1) ajakan teman, (2) visi dan misi yang sama, dan (3) *open recruitment*. Sejatinya, para *member cross cover dance* War School memiliki aktivitas *front stage* (panggung depan), aktivitas *middle stage* (panggung tengah), serta aktivitas *back stage* (panggung belakang) sesuai dengan peran mereka masing-masing. Adapun alasan peneliti mengambil objek penelitian tentang *cross cover dance* pada penelitian ini adalah karena atas dasar rasa ketertarikan peneliti terhadap presentasi diri yang ditunjukkan oleh anggota sebuah grup *cross cover dance*. Alasan lain dalam pemilihan subjek penelitian pada grup EX(SHIT) karena

grup ini memasuki kriteria peneliti yang mengkaji *cross cover dance*, dimana grup ini merupakan grup *cross cover dance* pertama di Kabupaten Garut dan memiliki sejumlah prestasi yang telah dicapai. Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana *front stage, middle stage, back stage* (panggung depan) presentasi diri grup *K-pop cross cover dance* grup EX(SHIT)? Mengacu pada pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan model komunikasi tentang *front stage, middle stage, back stage* (panggung depan) presentasi diri grup *K-pop cross cover dance* grup EX(SHIT). Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan diatas peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Dramaturgi, yang menjelaskan bahwa interaksi social dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah actor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri (Mulyana, 2008). Fokus metode penelitian ini secara rinci di lihat pada tabel 2.

Tabel 2
Fokus Metode Penelitian

Metode Penelitian	Keterangan
Pendekatan Penelitian	Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif sebagai metode naturalistik

Paradigma Penelitian	dengan kondisi alamiah (<i>natural setting</i>). Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis yang mengkaji pemahaman mengenai Presentasi Diri Grup <i>K-pop Cross Cover Dance</i> pada Grup EX(SHIT).
Informan	Informan pada penelitian ini adalah Grup EX(SHIT)
Teknik Penentuan Informan	Teknik penentuan informan ini dengan teknik <i>purposive sampling</i> yaitu peneliti sudah menentukan sejumlah informan sesuai dengan tujuan yang ingin diperoleh.
Kriteria Informan	<ol style="list-style-type: none"> Merupakan anggota <i>Dance Cover</i> selama lebih dari 1 tahun. Waktu tersebut dipilih karena 1 tahun adalah periode yang cukup lama bagi seorang anggota <i>Dance Cover</i> untuk mengenal kehidupan <i>Dance Cover</i>. Grup dengan <i>Cross Cover Dance</i> atau grup yang memerankan perannya secara berlawanan <i>gender</i>. Pernah mengikuti kompetisi <i>Dance Cover</i> atau tampil di atas panggung Domisili Garut Rentan usia 16-23 Tahun
Jumlah Informan	Jumlah informan yang digunakan sebanyak 6 orang.
Teknik Pengumpulan Data	Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan.
Teknik Analisis Data	Pada penelitian ini, teknik analisis data dilakukan melalui (a) Reduksi Data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi; (b) Penyajian Data, Dalam penyajian data, seluruh data dilapangan berupa hasil wawancara, observasi akan di analisis sesuai dengan teori-teori yang dipaparkan sebelumnya; (c) Penarikan Kesimpulan, penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti terkait dengan model komunikasi Presentasi Diri Grup <i>K-pop Cross Cover Dance</i> Grup EX(SHIT).

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan data Informan, 2018.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti membahas mengenai keseluruhan hasil temuan yang peneliti temukan berupa hasil wawancara dengan sejumlah informan terkait dengan Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT) dilihat dari *front stage*, *middle stage*, *back* pada presentasi diri grup *K-pop cross cover dance* grup EX(SHIT).

Front Stage (Panggung Depan) K-pop Cross Cover Dance pada Grup EX(SHIT)

Panggung depan (*front stage*) adalah bagian individu yang secara teratur berfungsi sebagai cara untuk tampil didepan umum dengan sosok yang ideal. Layaknya dalam sebuah pentas drama, dalam kehidupannya juga ada persiapan terlebih dahulu bagaimana grup *k-pop cross cover dance* pada grup EX(SHIT) ini melakukan presentasi diri atau saat didepan publik ia akan melakukan presentasi dirinya sebaik mungkin seperti yang ia harapkan dan bagaimana publik lain memiliki kesan terhadapnya seperti yang dia inginkan. Pada tahap ini juga grup *k-pop cross cover dance* pada grup EX(SHIT) membentuk identitas diri yang dia harapkan melalui presentasi dirinya pada panggung depan (*front stage*) di kehidupannya. Grup *k-pop cross cover dance* pada grup EX(SHIT) dalam mempresentasikan dirinya pasti memiliki cara tersendiri untuk memuat sebuah citra diri yang ia inginkan.

1. Interaksi Anggota EX(SHIT) Diatas Panggung

Dalam situasi ini bagian individu yang secara teratur berfungsi sebagai cara untuk tampil diatas panggung, dengan demikian dapat melakukan presentasi diri atau saat depan publik ia akan melakukan presentasi dirinya sebaik mungkin dengan melakukan interaksi dengan baik antara anggota EX(SHIT) ataupun dengan khalayak sehingga dapat memiliki kesan terhadapnya seperti apa yang ia inginkan.

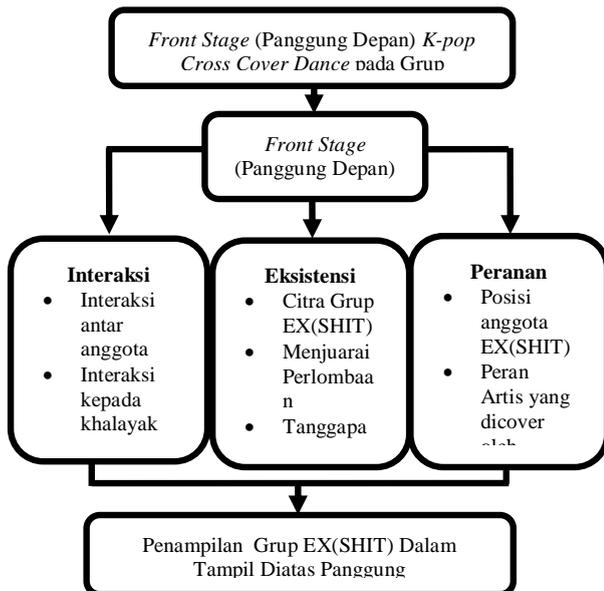
2. Eksistensi Anggota EX(SHIT) di Garut

Eksistensi merupakan suatu bentuk pencapaian seseorang dalam sebuah prestasi sehingga dapat diakui oleh khalayak. Dalam situasi ini bagian individu yang secara teratur berfungsi sebagai bentuk eksistensi anggota EX(SHIT), dengan demikian dapat melakukan presentasi dirinya sebaik mungkin untuk mempertahankan eksistensi anggota EX(SHIT) pada khalayak.

3. Peranan Anggota EX(SHIT) dalam Cross Cover Dance

Dalam setiap *perform* yang anggota grup EX(SHIT) ikuti, tentulah mereka ingin menunjukkan kesan sesuai pandangan dan nilai yang mereka anggap sesuai diatas panggung. Seperti cara berdandan, kostum yang dipakai, ekspresi yang dimaksimalkan, dan melakukan improvisasi sesuai aturan *cover dance* yang mereka anggap benar, dimana dalam grup *cross cover dance* ada sebuah pemilihan *cast* atau pemeran untuk masing-masing *member*, sehingga setiap *member* dituntut untuk dapat

memaksimalkan proses menjalankan perannya saat tampil di atas panggung. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka model *Front Stage* dapat dilihat dalam bentuk bagan 1, yaitu:



Bagan 1

Model *Front Stage* dalam *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT)

Sumber: Model Kategorisasi wawancara (diadopsi dari informan, 2018)

Middle Stage (Panggung Tengah) K-pop Cross Cover Dance pada Grup EX(SHIT)

Dalam panggung ini dapat dikatakan sebagai tempat dimana seorang aktor melakukan *setting* yakni situasi fisik yang dipersiapkan untuk melakukan pertunjukannya. Seluruh anggota dari grup *cross cover dance* pada panggung tengah ini akan melakukan sebuah pengelolaan kesan. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan kesan yang diinginkan pada saat pertunjukan atau *perform* berlangsung. Kegiatan itu diantaranya melakukan latihan sebelum pentas dimulai dengan melakukan latihan rutin di tiap

minggunya sebanyak seminggu sekali dan latihan yang akan dipadatkan jika mendekati kegiatan *event* perlombaan. Jenis kegiatannya berupa latihan koreografi, penjiwaan karakter berupa ekspresi, dan latihan *lipsync*. Grup *k-pop cross cover dance* pada grup EX(SHIT) dalam mempersiapkan dirinya memiliki cara tersendiri untuk memuat sebuah citra diri yang grup inginkan.

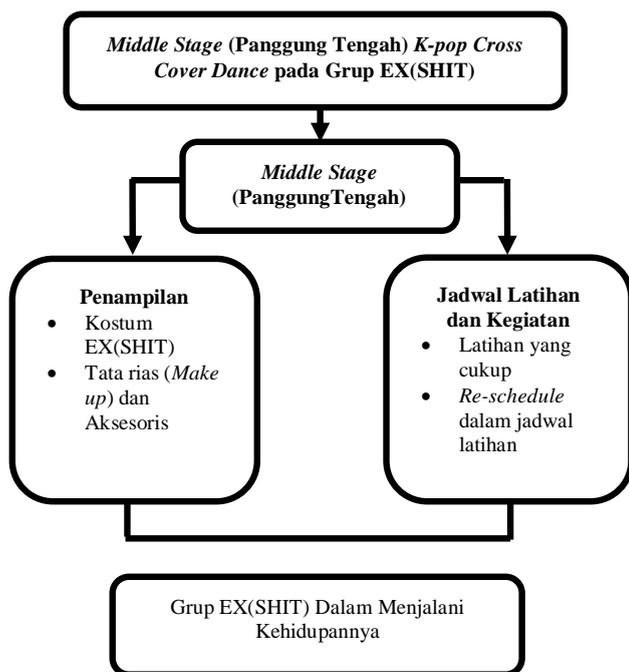
1. Persiapan Anggota EX(SHIT) Sebelum Perform

Persiapan hal yang mutlak dilakukan oleh seseorang untuk melakukan penampilan di atas panggung. Dalam situasi ini bagian individu akan melakukan persiapan yang meliputi kriteria yang akan ditampilkan oleh anggota EX(SHIT), dengan demikian dapat melakukan presentasi dirinya sebaik mungkin untuk mempertahankan penampilan pertunjukannya pada khalayak.

2. Jadwal Latihan dan Perform Anggota EX(SHIT) dengan Kegiatan Lainnya

Jadwal latihan dan perform anggota EX(SHIT) dengan kegiatan lainnya, tentunya diatur sehingga tidak bersamaan dengan jadwal kegiatan lainnya. Ada beberapa hasil jawaban dari beberapa informan yang bernama Nunik mengenai Jadwal Latihan dan *Perform* Anggota EX(SHIT), yaitu “*Kami selalu mencari waktu luang setiap anggota agar tidak mengganggu aktifitas yang dilakukan satu sama lain, dan tidak akan mengambil resiko untuk memaksakan jadwal kegiatan kami.*”. Berdasarkan pernyataan Nunik, dalam situasi

latihan dan *perform* tidak mengganggu aktifitas lainnya karena setiap latihan setiap anggota EX(SHIT) mencari waktu luang yang sama agar dapat latihan bersama tanpa mengganggu aktifitasnya. Begitupun jawaban dari informan yang bernama Ina berusaha sebisa mungkin membagi waktu untuk kegiatannya dengan latihan bersama grup EX(SHIT). Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka model komunikasi *Middle Stage* (Panggung Tengah) *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT), dapat dilihat pada bagan 2, yaitu:



Bagan 2
Model *Middle Stage* (Panggung Tengah) dalam *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT)

Sumber: Model Kategorisasi wawancara (diadopsi dari informan, 2018)

***Back Stage* (Panggung Belakang) *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT)**

Panggung belakang adalah wilayah dimana seorang aktor dapat menampilkan wajah aslinya. Di wilayah inilah para anggota

cross cover dance cenderung menunjukkan sifat asli yang sangat berbeda jauh ketika berada di panggung depan. Menggunakan bahasa sehari-hari, berpenampilan sesuai dengan kesehariannya, dan menjalani kehidupan seperti biasanya yang terlepas dari kegiatan yang ada pada panggung depan. Panggung belakang sangat identik dengan lingkungan keluarga, dan pada saat itu para aktor tidak menggunakan “*topeng*”nya. Mereka melakukan keseluruhan dari aktivitas secara natural.

1. Interaksi dan Penampilan Anggota EX(SHIT) Dalam Kehidupan Sehari-hari

Demikian pernyataan informan 1 yang bernama Nunik mengenai Interaksi dan Penampilan Anggota EX(SHIT) Dalam Kehidupan Sehari-hari sebagai berikut :

“Interaksi saya dengan keluarga, teman-teman, dan masyarakat sekitar seperti biasa tidak ada hambatan apapun dalam berinteraksi. Jika dalam kehidupan sehari-hari saya hanya memakai Daily Makeup saya tidak seperti saat saya ada di atas panggung atau saat saya perform, dan bergimmick pun hanya dilakukan di atas panggung saja.”

Dari pernyataan Nunik mengenai interaksinya dengan keluarga, teman, masyarakat sekitar yakni berjalan dengan baik dan tidak memiliki hambatan dalam interaksi. Untuk penampilan sehari-hari tidak terlalu mengikuti gaya ketika akan tampil di atas panggung. Demikian pernyataan informan 2 yang bernama Ina mengenai Interaksi dan

Penampilan Anggota EX(SHIT) Dalam Kehidupan Sehari-hari sebagai berikut:

“Biasa saja, mengobrol, curhat, dll layaknya orang normal ketika interaksi, hanya saja beda pembahasan hehehe. Menurut saya dipangung dan kehidupan sehari hari merupakan hal yang berbeda.”

Dari pernyataan Ina bahwa untuk interaksinya dengan keluarga, teman, dan masyarakat sekitar berjalan dengan selayaknya interaksi hanya saja berbeda pembahasan, karena untuk di pangung dan kehidupan sehari-hari merupakan hal yang berbeda. Demikian pernyataan informan 3 yang bernama Farhan mengenai Interaksi dan Penampilan Anggota EX(SHIT) Dalam Kehidupan Sehari-hari sebagai berikut:

“Alhamdulillah, tidak ada masalah a. karena beda pembahasan, cara ngobrol, terus logatnya juga beda a hahahaha.”

Dari pernyataan Farhan selaku informan penelitian ini, dalam interaksi memiliki karakteristik didalamnya yang berisikan perbedaan pembahasan, cara berbicara hingga gaya yang dilakukannya.

Demikian pernyataan informan 4 yang bernama Salma mengenai Interaksi dan Penampilan Anggota EX(SHIT) Dalam Kehidupan Sehari-hari sebagai berikut :

“Interaksi cukup baik, namun terkadang sedikit canggung karena kurang bersosialisasi di sekitar rumah saya. kalau sehari-hari saya berpakaian

seperti remaja pada umumnya. tidak memperlihatkan sesuatu yg signifikan seperti baju, aksesoris, dan riasan wajah.”

2. Persepsi Masyarakat Terhadap Anggota EX(SHIT)

Demikian pernyataan informan 1 yang bernama Nunik mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Anggota EX(SHIT) sebagai berikut :

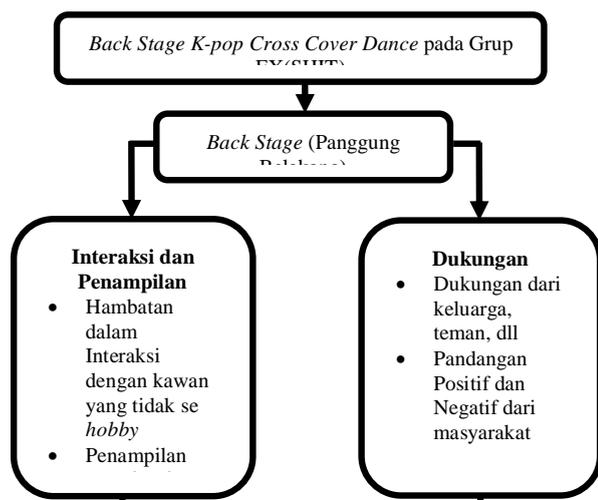
“Awalnya keluarga saya sangat menentang saya melakukan cross cover dance karena menurut mereka hal ini tidak sejalan dengan karakter saya sebagai perempuan dan sangat membuang buang waktu saja. Tetapi seiring berjalannya waktu dan banyak prestasi yang kami dapatkan akhirnya mereka terbiasa dengan kegiatan yang saya lakukan ini. Kalo teman teman saya semasa SMA dulu sangat tidak menyangka saya terjun ke dunia cross cover dance.”

Dari pernyataan Nunik diatas, bahwa sebelumnya keluarga sangat menentang mengenai *cross cover dance* ini. Akan tetapi dengan adanya prestasi yang sudah banyak diraih olehnya hal tersebut menjadi sebuah dukungan.

Demikian pernyataan informan 2 yang bernama Ina mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Anggota EX(SHIT) sebagai berikut :

“Menerima dengan baik. Awalnya orang tua tidak mengizinkan karena saya tetapi saya membuktikan bahwa dengan dance saya dapat berprestasi bukan hanya dalam bidang akademik, dan akhirnya mereka mendukung hobi saya ini.”

Sama dengan pernyataan sebelumnya, menurut Ina dalam situasi ini awalnya keluarga tidak mengizinkan mengikuti *cross cover dance* ini, akan tetapi dengan membuktikan dirinya dalam prestasi dalam berbagai bidang sehingga keluarga mendukung hobinya. Demikian pernyataan informan 3 yang bernama Farhan mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Anggota EX(SHIT) sebagai berikut : *Mereka mendukung saya kok, asalkan tidak merugikan bagi mereka.*” Dari pernyataan Farhan mengenai persepsi masyarakat terhadapnya, bahwa untuk hal tersebut mereka mendukungnya dengan syarat tidak merugikan bagi mereka. Demikian pernyataan informan 4 yang bernama Salma mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Anggota EX(SHIT) sebagai berikut : *”Respon dari keluarga. teman, dan masyarakat sangat baik. mereka mendukung hobby saya ini. Karena menurutnya bakat saya ini terlahir sejak saya kecil sehingga dengan demikian mereka mendukung saya.”* Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka model *Back Stage* (Panggung Belakang) *K-pop Cross Cover Dance* pada Grup EX(SHIT) terlihat pada bentuk bagan 3, yaitu:



Bagan 3

Bagan Back Stage (Panggung Belakang) dalam K-pop Cross Cover Dance pada Grup EX(SHIT)

Sumber: Model Kategorisasi wawancara (diadopsi dari informan, 2018)

Pembahasan

Peneliti akan membahas hasil dari sudut pandang peneliti dan sudut pandang dari informan. Pembahasan dari sudut pandang peneliti didapatkan dengan menginterpretasikan hasil wawancara dengan peneliti. Pembahasan dari hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil wawancara terhadap enam orang informan yaitu empat dari grup EX(SHIT) dua dari *manager* dan penata rias EX(SHIT) yang bersangkutan dengan penelitian ini. Peneliti akan menguraikan menjadi sebuah pembahasan dari panggung panggung depan (*front stage*), panggung tengah (*middle stage*), dan panggung belakang (*back stage*) pada grup EX(SHIT) sesuai dengan konsep studi Dramaturgi yang di gagas oleh Erving Goffman (dalam Nurhadi, 2015:59). Pembahasan juga merupakan interpretasi peneliti tentang hasil penelitian terkait dengan teori dan konsep yang telah dikaji. Sebuah perilaku pastinya memiliki alasan-alasan yang melatar belakanginya, alasan tersebut dapat disebut dengan panggung sandiwara. Manusia secara sadar maupun tidak, memiliki alasan

dibalik setiap kegiatannya dalam setiap interaksi dan prilakunya. Pengelolaan kesan yang dilakukan meliputi manipulasi simbol-simbol seperti cara berpakaian, ekspresi diatas panggung, bahasa tubuh, gaya bahasa, hingga sikap dan prilaku yang meliputi ruang lingkup masyarakat, mulai dari bagaimana cara mereka bersikap ketika bersosialisasi dengan rekan-rekannya dan bagaimana cara mereka bersikap ketika bersosialisasi diatas panggung. Hal ini, juga sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh (Rarasati, 2017) mengenai *Realita Belakang Panggung K-pop Cross Cover Dance Warschool*) dalam penelitiannya untuk pengelolaan kesan yang dilakukan oleh *Warschool* meliputi cara berpakaian, ekspresi diatas panggung, bahasa tubuh, gaya bahasa hingga sikap dan prilaku yang disampaikan di ruang lingkup masyarakat. Sejalan juga dengan jurnal yang dikemukakan oleh Jin (2012) mengenai *The New Korean Wave in The Creative Industry Hallyu* yang mengemukakan bahwa terdapat fenomena *Korean Wave* yang menjadi identitas kebudayaan Korea Selatan. Melalui *Korean Wave* banyak negara-negara Asia, Eropa, Afrika bahkan Amerika yang merangkul Korea Selatan sebagai mitra kerjasama dalam pertukaran budaya. Kesuksesan *Korean Wave* menjadikannya bagian dari *soft power* yang dimiliki oleh Korea Selatan untuk merubah citranya sebagai negara yang memiliki kebudayaan unik serta menarik perhatian

masyarakat internasional. Selain dari hasil wawancara dengan informan, penulis juga melakukan proses triangulasi sumber dengan melakukan wawancara kepada Indra Aritonang yang merupakan seorang pengamat *k-pop dance cover* di Indonesia khususnya di Jawa Barat yang faham mengenai *dance cover* serta Dinan Ferdiansyah yang merupakan seorang pelatih dan pengurus sebuah komunitas *k-pop* di Garut.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan, dapat ditarik suatu kesimpulan atas penelitian “Presentasi Diri Grup *K-pop Cross Cover Dance* Pada Grup EX(SHIT), yaitu:

1. Pada grup EX(SHIT) menampilkan dirinya dipanggung depan (*front stage*) yakni merupakan tempat Ia melakukan perannya sebagai grup *cross cover dance* saat melakukan *performance* di depan penonton, inilah yang disebut dengan panggung pertunjukan. Di dalam *stage* ini, individu (*cross cover dance*) tidak sedang menjadi dirinya sendiri. Melainkan memerankan karakter *girlband* atau *boyband* yang Ia pilih atau yang sesuai dengan dirinya. Untuk mendapatkan karakter tersebut, member EX(SHIT) harus menyempurnakan penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*).

2. Pada grup EX(SHIT) dalam menampilkan dirinya dipanggung tengah (*middle stage*) Dalam *front stage* mereka dituntut untuk mampu menjalankan *performance* dengan baik didepan penonton. Dengan demikian untuk mendapatkan hal tersebut, maka sebelum melakukan pertunjukan diadakan kegiatan latihan dan gladi resik. Untuk menunjang penampilannya diatas panggung grup EX(SHIT) memerlukan persiapan berupa kostum yang dikenakan, konsep tari yang digunakan, *make up*, dan gaya rambut sesuai dengan apa yang mereka perankan.
3. Pada grup EX(SHIT) dalam menampilkan dirinya dipanggung belakang (*back stage*) saat melakukan interaksi sosial dilingkungan sekitar anggota grup EX(SHIT) mereka menjadi dirinya sendiri tanpa adanya peran orang lain. Panggung belakang (*back stage*) suatu keadaan dimana seseorang nyata menjadi dirinya sendiri, tidak melakukan sandiwara untuk menampilkan kepada public dan tidak membuat kesan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

Saran

Adapun saran secara pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk Anggota Grup EX(SHIT). Seseorang yang masuk kedalam *cross cover dance* ternyata tidaklah mudah, banyak sekali hambatan bahkan stigma

positif maupun negatif yang akan diterima oleh khalayak. Sebaiknya seorang *cross cover dance* harus terbuka tentang apa yang diperankannya yakni *cross cover dance* hanyalah sebatas kebutuhan pertunjukan diatas panggung dan tidak membawa peran tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat ditunjang dengan adanya sebuah pagelaran atau *showcase* mengenai budaya *k-pop* dengan menggunakan metode *mix culture* atau di kolaborasikan dengan budaya kita dengan properti hingga penampilannya yang memenuhi asas budaya bangsa, sehingga khalayak faham tentang apa yang menjadi profesinya.

2. Untuk Masyarakat. Masyarakat yang hidup di negara multikultural, hendaknya kita menjunjung tinggi nilai keberagaman dan toleransi sosial. Apa yang kita pandang negatif belum tentu benar adanya. Karena sejatinya, kita harus menelaah lebih lanjut untuk menemukan fakta-fakta sosial yang sebenarnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Barker. Chris. (2015). *Cultural Studies: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Jin, Dal Yong. (2012). *The New Korean Wave in the Creative Industry Hallyu*. Universitas Michigan, Amerika Serikat.
- Hong, Euny.(2014), *The Birth of Korean Cool: How One Nation in Conquering the*

World Through Pop Culture, Sport and Tourism.

Koesmayadi, Bagja. (2013). Presentasi Diri "Poison" Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri "Poison" Grup Cross Cover Dance Musik Pop Korea Di Kota Bandung). Skripsi. Universitas Komputer Indonesia.

Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Muhammad, W. A. (2013). Memahami Fenomena *Hallyu* (Gelombang Korea). *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Volume 15, pp. 201-212.

Nurhadi, Zikri Fachrul. (2015). *Teori-teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Novianti, Dewita. (2016). Pola Komunikasi *Dancer* di Kota Bandung. Bandung: Universitas Pasundan.

Nuruddiniyah, Tyas Wahyu. (2017). Konsep Diri Pemain *Role Play* Dalam Media Sosial. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Puspa, Maria Mawati. (2011). Pengelolaan Kesan Pemain Kostum Kartun Jepang dalam Event "Second Anniversary Cosplay Bandung" di Braga Citywalk. Skripsi. Universitas Komputer Indonesia.

Rarasati, Orchita Ardhestya. (2017). Realita Belakang Panggung K-Pop Cross Cover Dance War School. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Russell, Mark James. (2014). *KPOP Now! – The Korean Music Revolution*. Seoul, South Korea: Tuttle.

Wahyudi, Ibnu. (2012). *Hallyu: Perlu Strategi Lebih Jitu Untuk Mampu Melewati*

Waktu. The Cultural Cooperation & Korean Wave (Hallyu). Jurnal. Universitas Indonesia.

Yulius, Hendri. (2013). *All About Culture Korean*. Jakarta: Grasindo.

Hasil Wawancara dan Website:

Ferdiansyah, Dinan. (2018). Pandangan *cross cover dance* di Kabupaten Garut (09 September 2018).

Aritonang, Indra. (2018). Pengertian *Dance Cover* (21 Januari 2018).

Utami, Salma Inda. (2018). *Front Stage, Middle Stage, dan Back Stage* dalam anggota *EX(SHIT)* (16 September 2018).

Sherin, Nunik. (2018). *Front Stage, Middle Stage, dan Back Stage* dalam anggota *EX(SHIT)* (17 September 2018).

Hallyucafe.wordpress.com. (2011). Sejarah Korean Pop. <https://hallyucafe.wordpress.com/2011/01/sejarah-Korean-pop-K-POP> (Diakses 22 Januari 2018).

Hallyucafe.wordpress.com. (2011). Sejarah Korean Pop. <https://hallyucafe.wordpress.com/2011/01/sejarah-Korean-pop-K-POP> (Diakses 22 Januari 2018)

INAKOS. (2013). *Buku Pengantar Korea Seri ke-6*. https://issuu.com/inakos/docs/buku_6__1_ (Diakses 19 Maret 2018).

KASUS BIMBINGAN, DUKUNGAN DAN KONSELING (Studi Komunikasi *Interpersonal* Pada Kasus Mahasiswa Bermasalah di Fakultas Kedokteran Universitas Methodist Indonesia)

Ivonne Ruth Situmeang

Fakultas Kedokteran Universitas Methodist Indonesia, Medan

ivonnerutsitumeang@gmail.com

Abstrak

Setiap mahasiswa mempunyai latar belakang yang berbeda-beda diantaranya latar belakang sosial, ekonomi dan keluarga. Pada mahasiswa kedokteran selama mengikuti proses pembelajaran juga akan menemui banyak masalah dan tekanan. Masalah dan tekanan tersebut akan menyebabkan stres dan akan mengganggu prestasi akademiknya. Maka dari itu mahasiswa membutuhkan bimbingan, dukungan dan konseling untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi. Bimbingan, dukungan dan konseling merupakan salah satu komponen dari pendidikan dengan memberikan bantuan dan tuntunan kepada mahasiswa yang bermasalah tersebut. Adapun fungsi dari bimbingan, dukungan dan konseling yaitu untuk mencegah mahasiswa menjadi stres dan dapat menyelesaikan program pendidikan tepat waktu. Permasalahan yang dihadapi biasanya masalah akademik, masalah pribadi dan masalah administratif. Pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus mengambil kasus tentang mahasiswa bermasalah. Mahasiswa angkatan 2011 belum menyelesaikan perkuliahan dikarenakan ada masalah keluarga diawali dengan ayah mahasiswa tersebut meninggal sehingga perekonomian keluarga terganggu, setahun kemudian ibunya meninggal. Mahasiswa tersebut jadi tidak pernah datang untuk kuliah dalam waktu 2 tahun. Pentingnya pelayanan bimbingan, dukungan dan konseling dalam satu institusi dengan membentuk *student support* dalam mengatasi masalah dan tekanan yang di hadapi mahasiswa.

Keywords: Bimbingan, Dukungan, Konseling, Komunikasi, Antarpersonal

1. PENDAHULUAN

Setiap mahasiswa mempunyai latar belakang yang berbeda, baik latar belakang sosial, ekonomi, budaya, asal SMU dan keluarga. Terutama para mahasiswa kedokteran selama mengikuti proses pembelajaran akan menemui banyak tekanan dan masalah selama proses belajar mengajar berlangsung.

Tekanan dan masalah yang mahasiswa tersebut hadapi dapat meliputi masalah akademik maupun masalah non akademik. Masalah akademik dapat berupa tekanan pada kegiatan proses belajar mengajar yang tidak memahami dosen mengajar, pada saat menghadapi ujian dan tidak mampu

mengejarkan ujian dengan baik, nilai IPK rendah, bermasalah dengan teman dan dosen serta berbagai masalah akademik lainnya. Sedangkan masalah non akademik yang dihadapi oleh mahasiswa dapat berupa masalah adaptasi yang susah dengan cara belajar di fakultas kedokteran dan adaptasi dengan teman-teman yang lainnya, masalah keuangan seperti tidak mampu membayar uang kuliah tepat waktu dan uang praktikum, masalah keluarga dan masalah akomodasi, masalah interpersonal maupun interpersonal.

Dampak dari berbagai masalah akademik dan non akademik yang dihadapi

adalah menurunnya niat belajar pada mahasiswa.

Pertanyaan Penelitian

Masalah yang mahasiswa hadapi akan menyebabkan stres dan gangguan kesehatan mental baik ringan maupun berat. Maka dari itu mahasiswa yang bermasalah tersebut, kadangkala membutuhkan bimbingan dan konseling. Bimbingan dan konseling adalah proses pemberian bantuan secara sistematis dan intensif yang dilakukan oleh konselor kepada mahasiswa dalam rangka mencari cara pemecahan masalah demi kelangsungan pendidikannya.

Tujuan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa pada saat menghadapi masalah akademik dan masalah non akademik serta mencari solusi dan jalan keluar bagi permasalahan-permasalahan yang dihadapi mahasiswa.

Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara akademis untuk dapat memahami komunikasi interpersonal, bimbingan dan konseling yang harus rutin dilakukan dalam membantu proses belajar dan mengajar.

Manfaat secara praktis untuk dapat membantu mahasiswa dalam menghadapi masalah perkuliahan, sehingga masa studi tidak terlalu panjang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Bimbingan dan konseling merupakan salah satu bagian dari komunikasi *interpersonal*. Menurut Effendi (dalam Sunarto : 2003) mengatakan bahwa komunikasi secara *interpersonal* merupakan bentuk komunikasi paling efektif yang terjadi antara komunikan dan komunikator. Karena dalam interaksinya kita dapat melihat secara keseluruhan bentuk sikap dan raut wajah dari lawan bicara. Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang saling bergantung satu sama lain.

Pada umumnya, komunikasi *interpersonal* ini terjadi antara dua orang individu atau lebih. Baik dalam sebuah interaksi kecil antara dosen dengan mahasiswa atau biasa disebut sebagai bimbingan dan konseling terkait urusan perkuliahan. Dalam hal itu, komunikasi yang sedang berjalan dengan saling ketergantungan komunikator serta komunikan. Sehingga interaksi akan berjalan dengan efektif apabila kedua tersebut dilakukan.

Menurut Pratminingsih (2006) unsur-unsur komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

1. Sumber informasi (source) adalah orang yang menyampaikan pesan. Pada tahap ini sumber informasi melakukan proses yang kompleks yang terdiri dari timbulnya suatu stimulus yang menciptakan pemikiran dan keinginan untuk berkomunikasi, pemikiran ini diencoding menjadi pesan, dan pesan tersebut disampaikan melalui saluran atau media kepada penerima.
 2. Encoding adalah suatu proses di mana sistem pusat syaraf sumber informasi memetintahkan sumber informasi untuk memilih simbol-simbol yang dapat dimengerti yang dapat menggambarkan pesan.
 3. Pesan (Message) adalah segala sesuatu yang memiliki makna bagi penerima. Pesan merupakan hasil akhir dari proses encoding. Pesan ini dapat berupa kata-kata, ekspresi wajah, tekanan suara, dan penampilan.
 4. Media adalah cara atau peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Media tersebut dapat berupa surat, telepon atau tatap muka langsung.
 5. Decoding adalah proses di mana penerima pesan menginterpretasikan pesan yang diterimanya sesuai dengan pengetahuan, minat dan kepentingannya.
 6. Feedback (Umpan Balik) adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim sumber pesan. Pesan ini dapat berupa jawaban lisan bahwa si penerima setuju atau tidak setuju dengan informasi yang diterima.
 7. Hambatan (Noise) adalah berbagai hal yang dapat membuat proses komunikasi tidak berjalan efek.
- Judy C. Pearson* (1983) menyebutkan enam karakteristik komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut :
1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (*self*), Dalam berkomunikasi, terdapat berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman. Semua hal tersebut dihasilkan dari dalam diri individu. Oleh karena itu, artinya komunikasi antar pribadi dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.
 2. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi, komunikasi antarpribadi dimaksudkan tidak hanya berkaitan dengan isi pesanyang menjadi media tukar, tetapi juga melibatkan siapa yang menjadi komunikasi serta bagaimana hubungan kita dengan komunikasi tersebut.

3. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi, Kedekatan saat berkomunikasi diperlukan baik untuk sang komunikator, maupun juga komunikan. Oleh karena itu, jarak menjadi sangat penting untuk menilai keberhasilan suatu komunikasi agar mencapai komunikasi yang efektif.
4. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional, Transaksional yang menjadi sifat komunikasi antar pribadi mengacu pada tindakan dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Mereka secara serempak menyampaikan dan menerima pesan.
5. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya, Dalam sebuah komunikasi antar pribadi, perlu adanya timbal balik yang berkaitan mengenai topik yang dibicarakan. Apalagi topik berbeda, akan terjadi kesenjangan dalam berkomunikasi dan menimbulkan keheningan serta salah pemahaman antara komunikator dan komunikan. Oleh karena itu, peran pesan menjadi sangat penting.
6. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang, Proses penyampaian pesan yang terjadi saat komunikasi antar pribadi berlangsung tidak dapat diubah atau diulang

kembali. Apa yang telah disampaikan dan dipahami oleh kedua belah pihak akan memberi stimulasi berbeda – beda. Sehingga, perlu diperhatikan saat penyampaian pesan agar tercipta komunikasi yang kondusif

Komunikasi Antar Pribadi yang terjadi antar individu memiliki beberapa tujuan, antara lain :

1. Menyampaikan Informasi – Tujuan utama berkomunikasi ialah menyampaikan informasi. Lalu di dalam komunikasi antar pribadi ditekankan kembali mengenai penyampaian informasi yang memiliki sifat intim dan mendekati komunikasi yang efektif.
2. Menumbuhkan Simpati – Dalam berbagi informasi, ada kalanya terselip beberapa pesan yang merupakan pengalaman pribadi. Baik dalam bentuknya pengalaman menyenangkan atau menyedihkan. Dari sana timbul rasa simpati yang dirasakan oleh kedua belah pihak.
3. Menumbuhkan Motivasi – Tidak jarang pula dari informasi yang dibagikan menimbulkan motivasi tersendiri. Apabila pesan tersebut berisi kisah – kisah inspiratif yang mampu menggugah kepribadian diri

Bimbingan dan konseling sangat populer saat ini dan sangat penting perannya dalam sistem pendidikan. Bimbingan dan konseling merupakan salah satu komponen dari pendidikan kita, karena bimbingan dan konseling merupakan suatu kegiatan bantuan dan tuntunan yang diberikan kepada individu pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya.

Jones (Insano, 2004 : 11) menyebutkan bahwa konseling merupakan suatu hubungan profesional antara seorang konselor yang terlatih dengan klien. Hubungan ini biasanya bersifat individual atau seorang-seorang, meskipun kadang-kadang melibatkan lebih dari dua orang dan dirancang untuk membantu klien memahami dan memperjelas pandangan terhadap ruang lingkup hidupnya, sehingga dapat membuat pilihan yang bermakna bagi dirinya.

Menurut Miller (1961) bimbingan adalah proses bantuan terhadap individu untuk mencapai pemahaman dan pengarahan diri yang dibutuhkan untuk melakukan penyesuaian diri. Menurut Arthur J. Jones (1970) bimbingan merupakan proses yang dilakukan oleh dua orang yang terlibat yaitu pembimbing dan yang dibimbing. Pembimbing membantu yang dibimbing sehingga yang dibimbing mampu membuat pilihan, menyesuaikan diri dan memecahkan masalah yang dihadapi. Bimbingan dilakukan oleh seorang pembimbing yang disebut

mentor. Mentor adalah penyedia semua informasi dan pemberi nasihat dan bukan sebagai pengambil keputusan.

Menurut Jones (1995) konseling merupakan hubungan bantuan yang bersifat pribadi sebagai bentuk intervensi dan sebagai proses psikologi untuk mencapai tujuan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, konseling adalah pemberian nasihat atau arahan yang dilakukan oleh ahli kepada orang yang membutuhkan nasihat atas suatu masalah.

Dalam dunia pendidikan mau tidak mau pasti menemukan berbagai macam persoalan dalam lingkungan baik dalam lingkungan masyarakat maupun dalam lingkungan pendidikan karena peserta didik yang dihadapi seribu satu karakter yang dimiliki oleh peserta didik. Timbulnya masalah dalam lingkup sekolah tentu akan melibatkan para pendidik untuk menangani. Namun yang lebih berpotensi dalam menangani masalah yang dihadapi oleh peserta didik adalah adanya seorang yang diberikan kemampuan untuk mengatasi dan mencari jalan keluar bagi mahasiswa yang bermasalah yang sudah terlatih, atau jika ada wali kelas atau guru kelas yang berminat menangani permasalahan yang ada di lingkungan kampus.

Konseling adalah hubungan pribadi yang dilakukan secara tatap muka antar dua orang dalam mana konselor melalui hubungan itu dengan kemampuan-kemampuan khusus yang

dimilikinya, menyediakan situasi belajar. Dalam hal ini konseli dibantu untuk memahami diri sendiri, keadaannya sekarang, dan kemungkinan keadaannya masa depan yang dapat ia ciptakan dengan menggunakan potensi yang dimilikinya, demi untuk kesejahteraan pribadi maupun masyarakat. Lebih lanjut konseli dapat belajar bagaimana memecahkan masalah-masalah dan menemukan kebutuhan-kebutuhan yang akan datang. .

Konseling adalah suatu layanan profesional yang dilakukan konselor terlatih terhadap klien (konseli). Layanan konseling dilakukan secara tatap mukadan direncanakan untuk membantu orang lain dalam memahami dirinya, membuat keputusan dan memecahkan masalah. Oleh karena itu, keberhasilan konseling sebagian besar ditentukan oleh kualitas hubungan konseling (konselor dan konseli).

Tujuan konseling untuk klien dapat dilihat dari harapan-harapan dan kebutuhan klien yang melatarbelakangi mengapa klien datang untuk mendapatkan layanan konseling perlu diperhatikan dan dipertimbangkan juga. Karena sebagian klien menginginkan setelah mendapatkan layanan dari konseling akan terjawab pertanyaan-pertanyaan yang selama ini mengganggunya, dengan kata lain klien tersebut sudah dapat menemukan cara memecahkan masalah yang dihadapinya.

Dengan demikian dapat dikatakan tujuan konseling merupakan perpaduan dari dua sisi, seorang konselor harus memahami secara mendalam pengetahuan dan perkembangan kehidupan manusia, konselor harus pandai mencermati permasalahan dan kebutuhan kliennya, karena klien yang dihadapi tidak sama masalah yang dihadapinya. Secara umum tujuan dari konseling adalah membantu pertumbuhan dan perkembangan individu, serta membantunya agar dapat berperan aktif dilingkungan sosialnya.

Menurut para ahli bahwa tujuan konseling adalah Memfasilitasi perubahan perilaku, meningkatkan keterampilan untuk menghadapi masalah, meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan serta meningkatkan hubungan anatara perorangan.

Fungsi Bimbingan dan Konseling

Adapun fungsi bimbingan dan konseling bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Pencegahan.

Dalam fungsi pencegahan ini bantuan yang diberikan agar mahasiswa terhindar dari berbagai masalah yang dapat menghambat perkembangan studinya. Adapun kegiatan yang berfungsi pencegahan dapat berupa program orientasi, program bimbingan karir dan sebagainya.

2. Pemahaman

Bimbingan dan konseling dapat menghasilkan pemahaman yang sesuai dengan keperluan pengembangan mahasiswa. Pemahaman yang dimaksud dapat mencakup pemahaman mengenai peserta didik, pemahaman mengenai lingkungan keluarga dan kampus dari peserta didik, mengenai informasi pendidikan.

3. Perbaikan

Jika proses bimbingan dan konseling berjalan dengan baik maka dapat menghasilkan pemecahan permasalahan yang baik bagi peserta didik. Serta membantu mahasiswa jika terjadi suatu kondisi yang dipandang kurang memadai dapat diperbaiki.

4. Pemeliharaan dan pengembangan

Mahasiswa dapat memelihara dan mengembangkan berbagai potensi dan kondisi yang positif dalam rangka pengembangan dirinya secara optimal.

Tujuan dari bimbingan dan konseling adalah secara umum agar mahasiswa yang sedang mengalami masalah akademik maupun non akademik dapat menyelesaikan program pendidikan kedokterannya dengan baik, secara khusus agar mahasiswa tersebut mempunyai pemahaman, berhubungan dengan orang lain, kesadaran diri, penerimaan diri, pemecahan masalah, perubahan kognitif, dan perubahan tingkah laku. Mewujudkan potensi diri secara

optimal dan membantu mahasiswa menyesuaikan diri dengan kehidupan kampus yang memiliki tata nilai dan tuntunan serta hambatan tersendiri.

Masalah administratif dalam hal administrasi mahasiswa yang ada di fakultas dan peraturan akademik yang harus dilewati mahasiswa pada saat pendidikan. Bimbingan dan konseling sebagai praktik pewarisan nilai antara konselor sekolah ke konseli memiliki peran penting dalam upaya penegasan identitas. Identitas diperlukan sebagai penjelas siapa sebenarnya individu dalam suatu masyarakat (sekolah). Di dalam identitas, ada nilai-nilai yang diyakini dan dipegang teguh. Nilai tersebut akan menjadi penghalang terhadap pengaruh negatif dari luar diri. Praktik-praktik pendidikan dalam hal ini bimbingan dan konseling, perlu ikut merekonstruksi kearifan lokal sebagai sebuah teknik pewarisan nilai. Unsur-unsur kebaikan masa lampau, dibawa ke masa kini untuk kemudian dikontekskan dengan kondisi kehidupan modern. Bimbingan yang sesuai dengan kondisi sosial-budaya siswa akan efektif untuk membantu siswa berkembang dengan optimal (Nurrohman, 2014; Trisnani, Wardani, & Puspita, 2016).

Permasalahan yang biasa dihadapi mahasiswa pada saat melaksanakan pendidikan antara lain:

1. Masalah akademik adalah bimbingan akademik membantu mengidentifikasi

- dan membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan dibidang akademik, memberikan umpan balik setelah ujian, memberikan nasihat mengenai keterampilan belajar, penyesuaian dan pemecahan masalah pendidikan yang dihadapi mahasiswa
2. Masalah profesional ditujukan untuk membantu mahasiswa mengembangkan perilaku yang sesuai bagi profesi dokter atau mempertimbangkan perilaku profesional dan masalah etika. Meliputi masalah yang berhubungan dengan sikap dan tingkah laku profesional sebagai seorang dokter, dimana beberapa mahasiswa yang merasa kesulitan sekali dalam menerapkan perilaku profesional sehingga membutuhkan bimbingan dan konseling.
 3. Masalah pribadi setiap mahasiswa sangat bervariasi. Mulai dari penyesuaian diri terhadap situasi di fakultas kedokteran, hubungan dengan sesama mahasiswa lain dan dosen, hubungan dengan orang lain diluar fakultas kedokteran serta hubungan dengan keluarga, masalah keuangan dan menyadari keterbatasan dirinya. Masalah pribadi dalam lingkungan pendidikan umumnya berawal dari dalam pribadi individu yang

berhadapan dengan situasi lingkungan sekitarnya. Bimbingan pribadi adalah seperangkat usaha bantuan kepada mahasiswa agar mahasiswa dapat menghadapi sendiri masalah pribadi yang dihadapinya.

4. Masalah administratif dalam hal administrasi mahasiswa yang ada di fakultas dan peraturan akademik yang harus dilewati mahasiswa pada saat pendidikan.
5. Pendekatan Konseling (counseling Approach) disebut juga teori konseling, merupakan dasar bagi suatu praktek konseling. Pendekatan itu dirasakan penting karena jika dapat dipahami berbagai pendekatan atau teori-teori konseling, akan memudahkan dalam menentukan arah proses konseling. Akan tetapi untuk kondisi Indonesia memilih satu pendekatan /teori secara fanatic dan kaku adalah kurang bijaksana. Hal ini disebabkan satu teori konseling biasanya dilator belakang oleh paham filsafat tertentu yang mungkin saja tidak sesuai dengan filsafat di Indonesia.

Untuk mengatasi hal tersebut maka pendekatan yang dilakukan dalam konseling bukanlah pendekatan atau teori tunggal (single theory). Akan tetapi memilih bagian-bagian dari beberapa pendekatan yang relevan, kemudian secara sintesis-analitik diterapkan

kepada kasus yang dihadapi. Pendekatan seperti itu dinamakan Creative-Synthesis-Analytic (CSA). Allen E.Ivey (1980) menyebut pendekatan ini dengan nama Eclectic Approach yaitu memilih secara selektif bagian-bagian teori yang berbeda sesuai kebutuhan konselor.

Proses konseling Adlerian melibatkan empat tahap:

Membangun relasi

Di sesi pertama konselor menetapkan sebuah relasi dengan klien lewat interview subjektif/objektif yang di dalamnya klien dibantu merasa nyaman, diterima, dihargai dan diperhatikan. Melalui komponen objektif interview, klien diharapkan mengerti apa yang dibutuhkan secara spesifik dari proses konseling. Klien di minta mendiskusikan bagaimana hal-hal tertentu berlangsung di setiap wilayah tugas hidupnya.

2. Mendiagnostik

Tahap diagnostic meliputi interview gaya hidup, prosedur asesmen formal yang melihat hal-hal seperti konstelasi keluarga, persepsi orang tua, rekoleksi tentang periode awal hidupnya, dan mimpi yang terus berulang.

3. Fase interpretasi

Yaitu waktu ketika konselor dan klien mengembangkan pemahaman dari interview gaya hidupnya tentang kekeliruan dasar klien dengan menganalisis dan mendiskusikan keyakinan, tujuan dan gerakan yang dikembangkan klien pada awal kehidupan, dan

menjamin pola dan sikap pikiran, emosi dan perilaku.

4. Tahap pengorientasikan mungkin yang paling kritis karena ditahap inilah terapis membantu konseli bergerak dari pemahaman intelektual menuju perkembangan actual dan ekspresi sikap dan perilaku yang lebih sehat. Di titik ini, dukungan konselor, penguatan dan pengarahan di upayakan secara aktif untuk membuat sejumlah perubahan bagi cara-cara yang tidak sehat dalam berfikir, merasa dan berperilaku menjadi cara-cara yang lebih memuaskan dan sehat bagi dirinya dan masyarakat.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, mengamati dan melakukan wawancara terhadap beberapa orang mahasiswa yang menghadapi masalah akademis dan non akademis di fakultas Kedokteran Universitas Methodist, Medan.

Pengambilan data dengan cara melakukan observasi dan melakukan wawancara mendalam kepada mahasiswa yang bermasalah dengan studinya.

Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswa yang bermasalah dan melakukan konseling kepada staff maupun dosen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat mahasiswa mau melakukan konseling, diharapkan mahasiswa harus memiliki persepsi positif agar dapat menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Berpikir sejak awal bahwa konselor merupakan teman yang akan mencari jalan keluar bagi masalah yang dihadapi. Memiliki prinsip jika mahasiswa melakukan kesalahan harus ditegur dan diingatin. Layaknya orang tua yang sedang menasehatin dan mampu mencari jalan keluar bagi masalah yang dihadapi. Menciptakan suasana yang harmonis antara dosen dan mahasiswa sehingga komunikasi interpersonal dapat terbangun.

Mahasiswa 1

Seorang mahasiswa bernama R angkatan 2011, datang ke saya sebagai fasilitator untuk remedial tutorial. Kemudian saya bertanya kepada mahasiswa tersebut mengapa masih belum selesai padahal teman seangkatannya sudah selesai internship. Awalnya mahasiswa tersebut tidak mau bercerita, tetapi pada akhirnya mahasiswa tersebut menceritakan. Berawal dari semester 4 ayahanda sakit-sakitan dan tidak lama kemudian meninggal. Perekonomian keluarga mulai terganggu karena kepala keluarga sudah tiada. Menyusul setahun kemudian ibunda sakit-sakitan dan kemudian meninggal.

Pada saat itu mahasiswa tersebut jadi tidak pernah lagi kekampus untuk

menyelesaikan studinya. Mahasiswa tersebut menceritakan setelah ibundanya meninggal beliau hilang tak tau arah dan bekerja sebagai pencuci mobil untuk kelangsungan hidupnya. Setelah sekian lama akhirnya mahasiswa tersebut menjumpai kakaknya dengan maksud untuk melanjutkan studinya, dan keinginan tersebut di setujui oleh kakaknya.

Yang perlu ditanyakan ke mahasiswa:

1. Mengapa R tidak mengikuti perkuliahan pada semester 7? Apa alasannya?
2. Apa yang dilakukan R pada saat tidak kuliah di semester 7?
3. Mengapa R memutuskan untuk kembali melanjutkan perkuliahan setelah sekian lama berhenti?
4. Data keluarga:
 - a. R berapa bersaudara? Tiga bersaudara 2 kakak perempuan dan R anak bungsu
 - b. Pekerjaan ayah dan ibu? Ayah pebisnis dan ibu PNS
 - c. Pendidikan kakaknya? Selesai sarjana dan bekerja di sebuah bank swasta dan satu lagi wirausaha
 - d. Bagaimana keadaan ekonomi keluarga?

Sebenarnya keluarga R mempunyai ekonomi yang cukup, namun sejak ayahnya sakit-sakitan ekonomi semakin menurun karena harus membayar pengobatan yang cukup

mahal dan terus menerus yang pada akhirnya ayah R meninggal. Tak lama setelah ayah R meninggal, ibu R sakit-sakitan yang membuat perekonomian keluarga semakin menurun dan tak lama ibu R meninggal.

Masalah yang dialami mahasiswa:

1. Masalah perekonomian
2. Masalah akademik (masa studi yang panjang)
3. Masalah pribadi

Kekuatan yang ada pada mahasiswa: keinginan mahasiswa yang masih sangat tinggi untuk melanjutkan kuliahnya dan adanya dukungan kakaknya berupa dukungan biaya untuk melanjutkan kuliah.

Jenis bantuan yang diberikan:

- a. Bimbingan dalam mengatur waktu belajar dan membantu mengidentifikasi kesulitan dibidang akademik, memberi nasehat mengenai keterampilan belajar, pemecahan masalah pendidikan yang dihadapi agar mahasiswa tersebut dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan R tetap dimotivai untuk tetap semangat melanjutkan perkuliahan.
- b. Bimbingan pribadi dalam penyelesaian konflik pribadi. Mulai dari penyesuaian diri terhadap situasi dikampus, hubungan dengan

sesama mahasiswa lain dan dosen serta hubungan dalam keluarga yang menyangkut masalah keuangan dan menyadari keterbatasan dirinya.

Solusi yang sudah diberikan

- a. Kasus R sudah disampaikan ke dosen pembimbing akademiknya dan ternyata dosen pembimbing tidak mengetahui masalah yang dihadapi R.
- b. Pembimbing akademik R sudah memberitau ke wakil dekan 1 untuk segera di tindak lanjuti yang bersangkutan dengan masa studi R yang cukup panjang

Saran yang diberikan untuk kasus diatas:

- a. Pembimbing akademik mengadakan konseling kepada R dengan teratur dan sistematis agar R dapat mengikuti perkuliahan hingga selesai dokter
- b. Mengadakan pendekatan dengan kakak R untuk memperoleh perhatian yang sebaik-baiknya kepada R agar tidak terulang kembali masalah yang lalu.
- c. Pembentukan tim bimbingan dan konseling untuk memantau semua mahasiswa yang ada di fakultas

kedokteran Universitas Methodist Indonesia

- d. Dosen pembimbing harus memantau kemajuan akademik setiap mahasiswa bimbingannya agar tidak terulang kejadian yang sama.
- e. Para pemangku kebijakan boleh memikirkan jika terdapat kejadian yang sama misalnya beasiswa bagi mahasiswa yang mengalami masalah perekonomian

Mahasiswa II

Seorang mahasiswa berinisial W semester 2 datang ke bagian tata usaha dengan memohon untuk diijinkan ikut ujian blok. Mahasiswa tersebut terkena sanksi tidak boleh mengikuti ujian karena belum melakukan pembayaran uang kuliah. Kemudian kasus ini didiskusikan dengan wakil dekan 2 dan diberikan ijin mengikuti ujian dengan membuat surat perjanjian.

Yang perlu ditanyakan ke mahasiswa:

1. Mengapa W tidak membayar uang kuliah semester 2?
2. Setelah diberikan ijin mengikuti ujian apakah orang tua akan dipanggil?
3. Siapa yang paling berperan dalam pemilihan jurusan mahasiswa W?
4. Data keluarga:

- a. W berapa bersaudara? 3 bersaudara.
- b. Pekerjaan ayah dan ibu? Ayah sudah meninggal dan ibu PNS.
- c. Pendidikan kakaknya? Sudah berkeluarga dan ikut suami.
- d. Bagaimana keadaan ekonomi keluarga?

Keluarga W mempunyai ekonomi yang cukup, tapi ibu mahasiswa W tidak memperhitungkan dan mempertimbangkan diawal masuk di fakultas kedokteran sehingga si perekonomian keluarga jadi sangat terganggu

Masalah yang dialami mahasiswa: Masalah perekonomian.

Kekuatan yang ada pada mahasiswa: keinginan mahasiswa yang sangat tinggi untuk tetap mengikuti ujian dengan harapan prestasi akademik tidak terganggu dengan masalah yang sedang dihadapinya.

Jenis bantuan yang diberikan:

1. Menyarankan untuk mahasiswa W mencari dana bantuan bisa berupa beasiswa yang disediakan pemerintah daerah maupun pusat agar tidak terganggu kegiatan akademiknya
2. Memberikan motivasi agar terus belajar.

Solusi yang sudah diberikan:

1. Kasus Wharus menceritakan ke dosen pembimbing akademiknya agar tetap memantau sehingga W tetap bisa kuliah dan menyelesaikan perkuliahan tepat waktu
2. Membantu mencari beasiswa

Saran yang diberikan untuk kasus diatas:

1. Pembimbing akademik memantau W dengan teratur dan sistematis agar W dapat mengikuti perkuliahan hingga selesai dokter
2. Dosen pembimbing harus memantau kemajuan akademik setiap mahasiswa bimbingannya agar tidak terulang kejadian yang sama.
3. Para pemangku kebijakan boleh memikirkan jika terdapat kejadian yang sama misalnya beasiswa bagi mahasiswa yang mengalami masalah perekonomian

Mahasiswa III

Seorang mahasiswa berinisial angkatan 2016 menjadi perhatian dikarenakan sudah 1 semester tidak aktif di kegiatan akademik. Tapi untuk urusan administrasi mahasiswa tersebut tetap melengkapinya. Wakil Dekan 1 sudah memberikan himbauan kepada dosen

pembimbing akademik mencari tahu penyebab mahasiswa tersebut.

Yang harus dilakukan dosen pembimbing akademik:

1. Menghubungi mahasiswa yang bersangkutan menanyakan permasalahan yang terjadi
2. Menanyakan kepada teman seangkatannya apa yang terjadi dari mahasiswa tersebut
3. Menghubungi orang tua untuk menanyakan keberadaan mahasiswa tersebut dan memberitahukan keadaan bahwa mahasiswa yang bersangkutan tidak pernah lagi aktif di kegiatan akademik

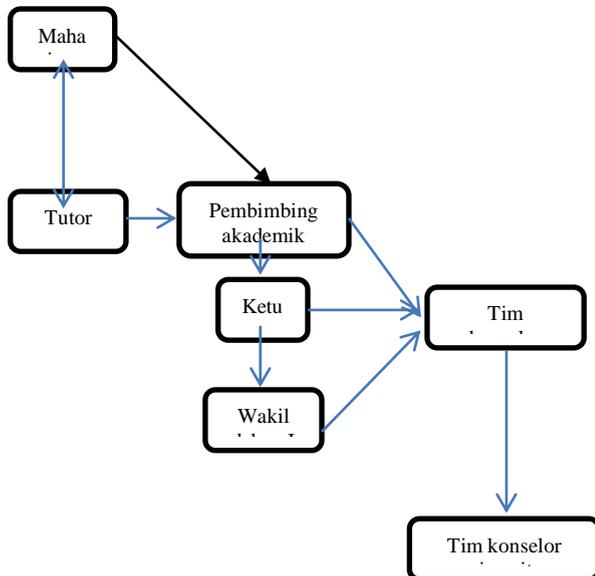
Setelah menghubungi pihak terkait maka mahasiswa tersebut ketulusan untuk menggeluti dunia bisnis. Sehingga untuk urusan kampus tidak bisa diseimbangkan

Solusi yang diberikan:

1. Memberikan pandangan untuk memilih yang paling utama. Karena untuk menjalankan 2 kerjaan secara bersamaan sangatlah mungkin.
2. Orang tua harus bertindak tegas kepada anaknya, untuk memilih yang tepat untuk anaknya tersebut.

Jika mahasiswa tersebut memilih untuk meneruskan perkuliahan maka mahasiswa

tersebut harus menyelesaikan dengan sungguh-sungguh.



Bagan 1. Alur Bimbingan Akademik

4. PENUTUP

Kesimpulan

Para mahasiswa kedokteran selama mengikuti proses pembelajaran akan menemui banyak tekanan dan masalah. Oleh karena itu diperlukan suatu program bimbingan dan konseling di fakultas kedokteran Universitas Methodist Indonesia sebagai bentuk *student support* dalam mengatasi masalah dan tekanan yang dihadapi mahasiswa tersebut.

Mahasiswa diberikan kenyamanan dalam berkonsultasi dengan para dosen sehingga terbina hubungan yang harmonis antara mahasiswa dengan dosen.

Saran

Perlunya digiatkan pelayanan bimbingan dan konseling dengan melibatkan seluruh staf dan perwakilan dari mahasiswa agar pelayanan bimbingan dan konseling dapat dirasakan manfaatnya baik oleh mahasiswa maupun staf. Selain itu perlunya persiapan dosen dalam membimbing mahasiswa dengan mendapatkan pelatihan mengenai cara dan teknik sebagai seorang konselor atau pembimbing, baik dalam masalah akademik maupun masalah sosial lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Barker. Chris. (2015). *Cultural Studies: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Andy Wahyu Irawan, Andi Mappiare-AT, dan Muslihati Muslihati. Identitas Sosial Remaja Suku Mandar dalam Pappasang: Implikasi Bagi Penyusunan Bahan Bimbingan. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*. 2018. Volume 3 NO 4 hal 171-181.
- Dent JA, Harden RM. *A Practical guide for Medical teacher*. Churchill Livingstone, London 2009.
- Kartadinata. *Teori bimbingan dan konseling: seri landasan dan teori bimbingan dan konseling*. Bandung: UPI; 2007
- Mapiare A. *Pengantar bimbingan dan konseling disekolah*. Surabaya: Usaha nasional. 2010.

Rober L. Gibson & Marianne H. Mitchell,
Bimbingan dan konseling, terj.
Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sukardi DK. *Pengantar pelaksanaan program
bimbingan dan konseling. Ed II.*
Jakarta 2002.

Wibowo BST. *Pengantar konseling: teori dan
studi kasus. Ed ke 3.* Jakarta: Open

University Press Fajar Interpretama
Offset; 2008.

Pratminingsih, Sri Astuti. 2006. *Komunikasi
Bisnis.* Yogyakarta : PT. Graha Ilmu.

KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM ADAT PERKAWINAN JAWA
(Pendekatan *Gudykunst* dan *Kim* dalam Adat Perkawinan Jawa Oleh Pasangan Berbeda
Budaya di Bengkulu Utara)

KUNDORI

Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
kundori@puterabatam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan melihat komunikasi antar budaya (KAB) dalam prosesi perkawinan adat Jawa yang dilakukan oleh pasangan berbeda budaya, yang dianalisis menggunakan model Gudykunst dan Kim berdasarkan faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan, selain itu penelitian ini ingin melihat teori Gudykunst dan Kim yang lebih dominan muncul. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Waktu dan tempat penelitian dilakukan di Bengkulu Utara tepatnya di Kecamatan Ketahun terfokus pada perkawinan beda budaya antara Jawa dengan Pekal dan Jawa dengan Batak. Temuan penelitian ini menunjukkan: Pertama, ditinjau dari aspek budaya, Perbedaan sikap terlihat menjadi sebuah kendala awal dalam berkomunikasi namun setelah adanya pemahaman yang diberikan seorang mediator akhirnya juga mereka memahaminya. Ditinjau dari *Faktor Psikobudaya*: hambatan ini timbul karena stereotip, etnosentrisme tentang masyarakat Jawa yang terlalu rumit dan terlalu banyak adat istiadat selain itu mereka etnis Jawa percaya dengan mitos, namun demikian faktor psikobudaya ini hanya sebatas pemikiran bukan dalam bentuk tindakan. Ditinjau dari *Faktor Lingkungan*: perbedaan lingkungan muncul dalam bentuk orientasi tentang waktu dan makna perkawinan. Teori Gudykunst dan Kim yang terdiri dari faktor budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan yang lebih dominan muncul dalam perkawinan beda budaya Jawa-Pekal dan Jawa- Batak adalah faktor Psikobudaya, namun demikian faktor ini tidak pada intensitas negatif, selain itu mediator juga terlihat dalam proses perkawinan beda budaya ini dalam menjembatani proses berjalanya komunikasi tersebut.

Kata kunci: Komunikasi Antar Budaya, Perkawinan, Jawa, Batak dan Pekal.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini pernikahan antarbudaya sangat meningkat, menurut Tseng menyebutkan bahwa perkawinan antar etnis (*intercultural marriage*) adalah perkawinan yang terjadi antara pasangan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Budaya menjadi suatu aspek yang penting dalam perkawinan, dimana pasangan tersebut tentu memiliki dalam hal nilai-nilai budaya yang

dianut, menurut keyakinan dan kebiasaan, serta adat istiadat dan gaya hidup budaya. Menurut Koentjaraningrat di dalam perkawinan juga disatukan dua budaya yang berbeda, latar belakang yang berbeda, suku yang berbeda. Latar belakang yang berbeda ini dapat menimbulkan ketidakcocokan. Ketidakcocokan tersebut dapat mengakibatkan konflik, baik tentang kebiasaan, sikap perilaku

dominan, maupun campur tangan keluarga, (Wahyudi, 2015:78).

Berdasarkan data perkara yang masuk di Pengadilan Agama Arga Makmur Kabupaten Bengkulu Utara tercatat 131 data perkara perceraian selama bulan Juni, ini terlihat bahwa semakin banyaknya konflik dalam kehidupan rumah tangga yang pada ujungnya berakhir di Pengadilan Agama. (http://sipp.pargamakmur.go.id/statistik_perkara, diakses pada tanggal 2 Juni 2018).

Fokus penelitian ini adalah komunikasi antarbudaya dalam perkawinan etnis Jawa dengan menggunakan pendekatan model William B. Gudykunst dan Young Yun Kim (Mulyana, 2010: 170) dalam adat perkawinan Jawa oleh pasangan berbeda budaya di Bengkulu Utara. Model ini mengasumsikan dua orang yang sejajar dalam berkomunikasi, masing-masing dari mereka sebagai pengirim sekaligus penerima atau keduanya sebagai penyandi (*encoding*) dan penyandi balik (*decoding*).

Rumusan Masalah

1. Bagaimana komunikasi antar budaya dalam prosesi perkawinan adat Jawa yang dilakukan oleh pasangan berbeda budaya dilihat dari Teori Gudykunst dan Kim di Kecamatan Katahun?
2. Teori Gudykunst dan Kim yang terdiri dari budaya, sosiobudaya, piskobudaya dan lingkungan manakah yang lebih dominan

muncul dalam perkawinan adat Jawa di Kecamatan Katahun?

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui bagaimana komunikasi antar budaya dalam prosesi perkawinan adat Jawa yang dilakukan oleh pasangan berbeda budaya dilihat dari Teori Gudykunst dan Kim di Kecamatan Katahun.
- Untuk mengetahui Teori Gudykunst dan Kim yang terdiri dari budaya, sosiobudaya, piskobudaya dan lingkungan yang lebih dominan muncul dalam perkawinan adat Jawa di Kecamatan Katahun.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- Sebagai bahan rujukan bagi peneliti sejenis dimasa yang akan datang dengan komunikasi antar budaya khususnya dan komunikasi pada umumnya serta studi tentang budaya Indonesia lainnya.

2. Kegunaan Praktis

- Sebagai bahan masukan khususnya masyarakat Jawa maupun suku lainnya dalam mengetahui makna yang terdapat pada upacara perkawinan suatu suku bangsa khususnya masyarakat Jawa agar terciptanya keharmonisan dalam berumah tangga.
- Sebagai bahan masukan bagi tokoh adat, dan agama serta pemangku kepentingan lainya yang berkaitan

dengan upacara perkawinan Adat dalam memahami budaya suku Jawa, khususnya dalam prosesi perkawinan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap suatu tindakan sosial penuh makna (*socially meaningful action*) yang menggunakan pengamatan langsung dan rinci terhadap perilaku sosial secara alamiah, untuk memahami dan menafsirkan bagaimana para sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka. (Hidayat, 2003:3).

Metode Penelitian

Dalam penelitian, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati untuk diarahkan pada latar dan individu yang holistic (utuh) (Moleong, 2009: 34).

Sumber Data

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Informan Penelitian

Informan adalah bagian yang akan dipelajari dan diamati untuk diteliti sedangkan menurut Moleong Informan (Narasumber)

penelitian adalah “Orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan dalam penelitian ini didapatkan dari teknik *Purposive sampling*, menurut Tatang Mangguny daam Blognya, *Purposive sampling* adalah ”pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan yang diperlukan”(Sugiyono, 2014: 219).

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (pengamatan) Partisipasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Analisis Data

Menurut Matthew B.Miles dan A Michael tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum di mulai sejak (Miles dkk, 2007: 246) :

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data (*display data*)
4. Penarikan kesimpulan serta verifikasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4. Budaya

Faktor budaya, berhubungan dengan nilai, norma dan aturan yang mempengaruhi perilaku komunikasi manusia yang meliputi pandangan dunia (agama), bahasa, dan sikap terhadap orang lain yang dipengaruhi oleh budaya individu atau budaya kolektif. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi langsung yang

dilakukan oleh peneliti, pengaruh faktor budaya dalam perkawinan beda budaya Jawa dan Pekal dalam aspek agama kedua etnis memiliki prinsip agama adalah hal utama dalam menentukan pilihan hidup/pasangan, namun mereka menjelaskan berkaitan dengan komunikasi umum dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari agama tidak menjadi hambatan dalam komunikasi antar budaya. Hal serupa juga terlihat dari perkawinan beda etnis Jawa dan etnis Batak mengagap bahwa agama adalah hal yang prinsip ketika mereka ingin menentukan pasangan hidup mereka, namun agama tidak menjadi hal yang prinsip ketika mereka melakukan komunikasi antar budaya secara umum.

Selain itu aspek yang selanjutnya adalah aspek bahasa, bahasa dalam komunikasi antar budaya perkawinan beda budaya baik Jawa- Pekal dan Jawa- Batak mereka menggunakan bahasa Indonesia selain itu mereka juga menggunakan mediator untuk menjembatani komunikasi tersebut, mediator dalam komunikasi perkawinan beda budaya ini adalah pemandu pengantin, selain dari itu mediator disini adalah tokoh masyarakat yang dituakan yang mana mereka lebih mengetahui budaya tersebut (*sesepeuh*).

Aspek yang selanjutnya adalah sikap, perbedaan sikap pasti terjadi dalam etnis, Budaya yang diperoleh dan dimiliki

seseorang sejak bayi sangat mempengaruhi cara seseorang tersebut dalam berpikir, berperilaku, dan berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang lain (Tubbs-Sylvia Moss, 1996:237). Oleh karena itu, ketika seseorang dipindahkan ke lingkungan beda budaya, dia tidak bisa serta merta meninggalkan pengaruh budaya yang melekat dalam dirinya di lingkungan yang baru. Hal itu terlihat dari perkawinan beda budaya etnis Jawa dan Pekal yang terlihat masih bingung dan tidak percaya diri ketika mereka ada dalam lingkungan etnis baru mereka lebih memilih diam ketika mereka tidak diajak berkomunikasi, namun hal itu hanya timbul di awal komunikasi, seiring berjalanya waktu mereka juga bisa memahami semua situasi yang baru. Selain itu hasil dari obesrvasi penelitaian penulis melihat adanya sebuah solidaritas kelompok dalam perkawinan beda budaya antara Jawa dan Pekal, mereka merasa mendapatkan hal yang positif dari perkawinan bedan etnis yaitu terjalinnya silaturahmi dan kekeluargaan yang baru dan menemukan saudra baru.

Seperti yang dijelaskan oleh De Vito dalam (liliweri 2001: 171) dalam komunikasi antar budaya yang efektif perasan positif dan dukungan adalah yang penting dilakukan. Perasaan positif ialah perasaan seorang komunikator bahwa pribadinya, komunikator lainnya, serta

situasi yang melibatkan keduanya sangat mendukung. Memberi dukungan ialah suatu situasi kondisi yang dialami komunikator dan komunikator lainnya terbebas atmosfer ancaman, tidak dikritik dan ditantang, terlihat dari hasil observasi menunjukkan walaupun ada muncul penggunaan budaya kolektif dari informan Jawa dan Pekalongan namun perasaan positif dan saling memberikan dukungan nampak dari kedua belah pihak, sehingga walaupun terjadi perbedaan nilai sikap dan perilaku, dengan seiringnya waktu berjalan mereka akan mengalami kenyamanan dalam berkomunikasi dengan etnis yang berbeda.

Hal yang berbeda terlihat dari pasangan beda budaya etnis Jawa dan Batak, kedua pasangan ini tidak dipengaruhi budaya kolektif mereka, namun etnis Batak menilai lingkungan baru dalam waktu yang lama dapat mengubah sikap dalam berkomunikasi, lingkungan baru itu adalah lingkungan orang Jawa, namun demikian perubahan sikap itu tidak berkaitan dengan prinsip mereka etnis Batak yang tegas.

5. Sosiobudaya

Faktor sosiobudaya yang dijelaskan dalam model Gudykunst dan Kim menyangkut proses penataan sosial (*social ordering process*) yang berkembang berdasarkan interaksi dengan orang lain ketika pola-pola perilaku menjadi konsisten dengan berjalannya waktu.

Seperti yang diungkap oleh De Vito dalam (Liliweri 2001: 171) terkait komunikasi antar budaya yang efektif maka harus memelihara keseimbangan yaitu suatu suasana yang adil antara komunikator dan komunikan dalam hal kesempatan yang sama untuk berpikir, merasa dan bertindak. Dari observasi yang penulis lakukan dalam perkawinan beda budaya antara Jawa dan Pekalongan serta Jawa dan Batak terlihat mereka saling menjaga keseimbangan tidak mendominasi menggunakan salah satu dari budaya etnis mereka namun mereka sepakat akan menggunakan budaya apa pun selagi itu memang untuk kebaikan keluarga kedepannya.

6. Psikobudaya

Faktor psikobudaya mencakup proses penataan pribadi (*personal ordering process*) proses penataan pribadi ini adalah proses yang memberi stabilitas pada proses psikologis.

Seperti yang diungkap oleh De Vito dalam (Liliweri 2001: 171) terkait komunikasi antar budaya yang efektif maka empati juga menjadi hal yang akan menentukan arah komunikasi antar budaya yang efektif. Terkait hal ini, Lilian Chaney (2004:11) menyatakan bahwa agar komunikasi berlangsung lebih bermakna atau efektif, individu-individu yang terlibat dalam komunikasi harus mampu dan mau berempati dan berniat mengurangi tingkat

ketidak-pastian dalam komunikasi. Bila, salah satu peserta komunikasi mampu dan mau melanjutkan komunikasi, maka ia harus berusaha masuk menuju titik pemahaman (*convergence*) sehingga tercapai komunikasi efektif. Bila tidak, maka ia akan menghentikan komunikasi (*divergence*) sehingga komunikasi menjadi tidak efektif. Dari observasi yang penulis lakukan dalam perkawinan beda budaya antara Jawa dan Pekal serta Jawa dan Batak terlihat mereka saling menjaga empati tersebut, Sehingga, pada prakteknya semua informan menyatakan saling memahami dan menghormati antar etnis, yang memiliki perbedaan masing-masing.

7. Lingkungan

Salah satu unsur yang melengkapi model Gudykunst & Kim adalah faktor lingkungan. Lingkungan mempengaruhi kita menyandi dan menyandi balik pesan. Lokasi geografis, iklim, situasi *arsitektural* (lingkungan fisik) dan persepsi kita atas lingkungan tersebut, mempengaruhi cara kita untuk menafsirkan rangsangan yang datang dan prediksi yang kita buat mengenai perilaku orang lain. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan melihat bahwa pengaruh lingkungan dalam komunikasi antar budaya dalam perkawinan beda budaya ini muncul, perkawinan etnis Jawa dan Pekal mempunyai perbedaan pandangan etnis

Jawa memandang bahwa penggunaan adat istiadat dalam prosesi adat adalah suatu usaha untuk melestarikan budaya dan memperkenalkan budayanya dengan etnis lain, sedangkan pandangan etnis Pekal menilai bahwa perkawinan yang paling utama adalah mencari legalitas perkawinan baik agama dan Negara, sedangkan adat istiadat yang digunakan adalah faktor pelengkap dalam acara perkawinan tersebut.

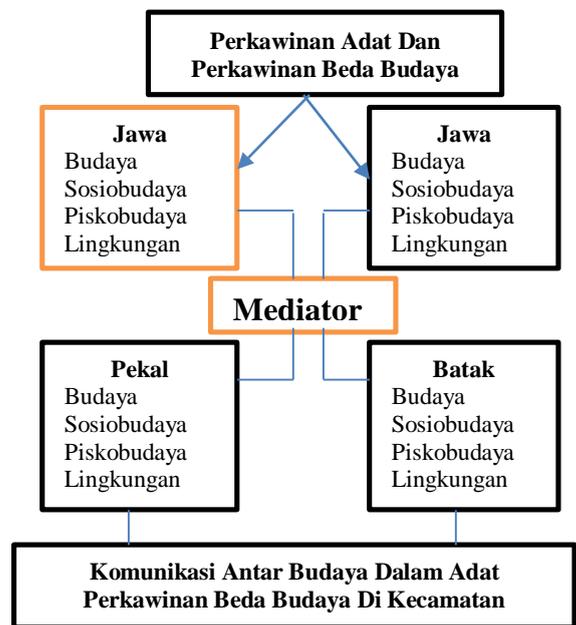
Demikian dengan perkawinan etnis Jawa dan Batak juga faktor lingkungan juga muncul dalam perkawinan tersebut. Etnis Jawa menyatakan belum merasakan kepuasan hati mereka ketika mereka tidak menggunakan adat istiadat Jawa, walaupun kenyataan mereka tidak menggunakan seluruh dari rangkaian adat istiadat tersebut sesuai dengan yang aslinya. Namun demikian pandangan etnis Batak yang menilai bahwa etnis Jawa terlalu rumit dalam menggunakan adat, hal tersebut dijelaskan dari penentuan hari pernikahan, untuk menentukan etnis Jawa memiliki metode tersendiri yang menurut etnis Batak hal itu terlalu susah. Selain dari itu dalam pertungan etnis Batak tidak pernah melegalkan tentang sanksi adat ketika melanggar pertungan tersebut, pasalnya etnis Jawa menggunakan sanksi tersebut ketika salah satu dari mereka menggalkan pertungan yang sudah disepakati dengan

membayar denda sanksi adat sebesar 45 juta rupiah, selain itu etnis Batak juga menilai segala prosesi dalam etnis Jawa dikaitkan dengan hal-hal mitos. Perbedaan pandangan tentang perkawinan ini karena didasari oleh perbedaan budaya oleh karena itu orang lain memiliki persepsi dan orientasi yang berbeda terhadap lingkungan, dan mereka mungkin menafsirkan perilaku dengan cara yang berbeda walau dalam keadaan situasi yang sama yaitu dalam situasi perkawinan.

Berdasarkan hasilnya penelitian yang telah dijabarkan di atas maka komunikasi antar budaya dalam perkawinan adat Jawa terhadap perkawinan beda budaya yaitu Jawa-Pekal dan Jawa- Batak dengan menggunakan kaca mata model Gudykunts dan Kim dapat dilihat sebagai berikut, perkawinan antara etnis Jawa dan Pekal dilihat dari faktor budaya munculnya perbedaan budaya kolektif yang mempengaruhi proses komunikasi antar budaya, namun kendala itu hanya muncul di awal komunikasi saja selebihnya setelah terjadi pendekatan budaya kolektif itu hilang dengan sendirinya. Ditinjau dari faktor sosiobudaya dalam perkawinan etnis Jawa dan Pekal tidak terlihat kendala tersebut, mereka menggunakan nilai secara universal saling menghargai dan menghormati. Selanjutnya ditinjau dari faktor psikobudaya, setriotip dan etnosentrisme terlihat muncul dari kedua

etnis namun demikian setrotip dan etnosentrisme tersebut hanya dalam batas pemikiran dan tidak dalam bentuk tindakan sehingga tidak mempengaruhi dalam proses komunikasi.

Adapun hasil penelitian penulis apabila digambarkan maka akan menghasilkan model sebagai berikut :



Gambar : Model Komunikasi Antarbudaya

Gambar diatas menunjukkan bahwa dalam proses perkawinan beda budaya di kecamatan Ketahun ada peran mediator dalam menjembatani terjadinya komunikasi tersebut. perbedaan konsep budaya dari kedua belah pihak terkadang membuat kendala dalam melakukan proses komunikasi, khususnya psikobudaya lebih nampak terlihat dalam proses komunikasi tersebut, dengan adanya pemahaman yang diberikan mediator mereka dari kedua

budaya timbul rasa empati dan menghormati kepada budaya pasangan.

Dalam model Gudykunts dan Kim belum digambarkan adanya peran mediator tersebut, dalam model ini hanya mengkaji beberapa dimensi budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan. Hasil penelitian penulis di Kecamatan Ketahun menunjukkan ada peran mediator dalam proses perkawinan beda budaya Jawa dengan Pekal dan Jawa dengan Batak, mediator disini terdiri dari Tokoh masyarakat, adat dan perias pengantin.

8. PENUTUP

Kesimpulan

1. Komunikasi antar budaya dalam perkawinan etnis yang berbeda ditinjau dari *Faktor Budaya*: perbedaan agama tidak nampak menjadi sebuah kendala karena mereka juga satu akidah dan satu agama. Dari bahasa tidak menjadi kendala karena mereka menggunakan Mediator dan menggunakan bahasa Indonesia. Perbedaan sikap terlihat menjadi sebuah kendala awal dalam berkomunikasi namun setelah adanya pemahaman yang diberikan seorang mediator akhirnya juga mereka memahaminya. *Faktor Sosiobudaya*: faktor ini tidak terlihat menjadi kendala karena dari kedua belah pihak tidak memaksakan untuk menggunakan salah satu adat saja mereka saling menggunakan kedua adat baik dalam pra perkawinan ataupun pasca perkawinan selepas semua itu baik untuk kedepannya. *Faktor Psikobudaya* : hambatan ini timbul karena stereotip, etnosentrisme dan prasangka tentang masyarakat Jawa yang terlalu rumit dan terlalu banyak adat istiadat selain itu mereka mennganggap bahwa adat istiadat Jawa selalu adat kaitanya dengan mitos, namun demikian faktor psikobudaya ini hanya sebatas dalam pemikiran bukan dalam bentuk tindakan. *Faktor Lingkungan*: perbedaan lingkungan muncul dalam bentuk orientasi tentang waktu dan makna perkawinan.
2. Teori Gudykunt dan Kim yang terdiri dari 4 faktor diantaranya budaya, sosiobudaya, psikobudaya dan lingkungan yang lebih dominan muncul dalam perkawinan beda budaya Jawa-Pekal dan Jawa- Batak adalah faktor Psikobudaya. namun demikian faktor ini tidak pada intensitas yang negatif yang membahayakan dalam proses komunikasi tersebut. Selain itu mediator juga terlihat dalam proses perkawinan beda budaya ini dalam menjembatani proses berjalanya komunikasi tersebut, mediator disini adalah para tokoh masyarakat dan perias pengantin.

Saran

1. Untuk calon pengantin yang akan melangsungkan perkawinan beda budaya, hendaknya harus saling memahami dan saling mengenal terlebih dahulu adat masing-masing agar terciptanya komunikasi anatar budaya yang efektif, dan tidak ada lagi konflik antar budaya khususnya dalam perkawinan beda budaya.
2. Untuk masyarakat Bengkulu Utara khususnya masyarakat kecamatan Ketahun, adat perkawinan disetiap suku hendaknya selalu digunakan dalam acara adat dan menjadi tradisi setiap sukunya agar tetap lestari dan tidak punah.
3. Dapat memberikan dan menambah masukan dalam rangka pelaksanaan akademik khususnya di bidang pengembangan ilmu komunikasi serta dapat di gunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan penelitian ini.

9. DAFTAR PUSTAKA

- Amri Marzali, 2009, *Antropologi & Pembangunan Indonesia*, Jakarta: Kencana.
- Liliweri. A .2003,*Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- DeVito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book (Ninth Edition)*. New York: Addison Wesley Longman, Inc., 2001.
- Deddy Mulyana, 2011.*Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Hariwijaya, Muhammad. 2008. *Tata Cara Penyelenggaraan Perkawinan Adat Jawa*. Yogyakarta: Hanger Kreator.
- H.M.A. Tihami dan Soehari Sahrani, *Fiqh Munakahat Kajian Fiqh Nikah Lengkap*(Jakarta: Rajawali Pers, 2009).
- Hamidin, *Buku Pintar Perkawinan Nusantara*, (Yogyakarta: DIVA Press,Cet 1, 2002).
- Iskandar Wirjokusumo, Soemardji Anshori, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu- Ilmu Sosial Humaniora*,. Unesa University Press,2009.
- Kriyantono, Rachmat.2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta: Kencana.
- Karmadi Agus Dono dkk, *MENGENAL PENGANTIN TRADISIONAL DAERAH JAWA TENGAH*, (Semarang: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan Museum “Ronggowarsito”,1997).
- Liliweri, Alo. 2001. *Gatra – Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Lubis Lusiana Andiani. *Pemahaman Praktis Komunikasi Antarbudaya*. 2012. Medan . Usu Pers.
- Lustig, Myron, dan Jolene Koester. *Intercultural Competence, Interpersonal Communication Across Cultures (Fourth Edition)*. USA: Allyn & Bacon Pub., 2003.
- Lexy Moleong J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* .Bandung: PT.Rosda Karya, 2009.
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. 2005. *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martin, Judith dan Thomas K. Nakayama. 2007. *Intercultural Communication in Contexts*. New York:Mc Graw Hill International.
- Mardani, *Hukum Perkawinan Islam Di Dunia Islam Moderen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011),
- Miles, Mattew B dan A. Michael Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif, Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta:Universitas Indonesia Press
- Rahardjo, Turnomo. *Menghargai Perbedaan Kultural: Mindfulness dalam Komunikasi Antaretnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Samovar, Larry A., Richard R Porter & Edwin R McDaniel. 2010. *Communication Between Cultures*, 7th Edition. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & G*. Alfabeta, Cv. Bandung.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, *Tata Upacara Pengantin Adat Jawa*, (Yogyakarta: N 2007)
- Tubbs dan Moss, Conrad, 2005.*Ilmu Komunikasi, Buku pertama, Edisi Bahasa Indonesia*,Jakarta PT. Gramedia.
- Wahyudi, Eka DKK. *MADURA: Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik*. Penerbit: Puskakom Publik bekerjasama dengan Penerbit Elmatara 2015.
- Jurnal ,Tesis dan Undang-undang:**
- Jom FISIP Universitas Riau Folume 2 NO. 2 Oktober 2015.
- Lusiana Lubis dari Universitas Sumatera Utara pada tahun 2012 yang berjudul “Komunikasi Antarbudaya dalam Proses Asimilasi Pada Pernikahan Campuran Suku Batak Toba-Tionghoa di kota Medan.
- Rulliyanti Puspowardhani. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta 2008
- P. Hariyono .*Kultur Cina dan Jawa: Pemahaman Menuju Asimilasi Kultural* (1993).

Mia Retno Prabowo .Penyesuaian Perkawinan
Pada Pasangan Yang Berlatar Belakang
Etnis Batak Dan Etnis Jawa Fakultas
Psikologi, Universitas Gunadarma. 2007.
Undang-undang Nomor 1 tahun 1974 pasa 1

Internet:

([https://callmefadh.wordpress.com/2016/03/15/
/ mengenal-lebih- dalam-berbagai-jenis-
suku-batak-dan-budayanya/](https://callmefadh.wordpress.com/2016/03/15/mengenal-lebih-dalam-berbagai-jenis-suku-batak-dan-budayanya/) diakses
tanggal 10-03-2018).

([http://1838.stietrianandra.web.id/id3/2474237
0/Pekal_116896 trianandra_1838-
stietrianandra.html](http://1838.stietrianandra.web.id/id3/24742370/Pekal_116896_trianandra_1838-stietrianandra.html) diakses 10-03-2018).

**PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI
(KAJIAN KEPUSTAKAAN DALAM PERSPEKTIF *DEDUCTIVE-INTERPRETIVE*)**

Michael Jibrael Rorong

**Program Studi Ilmu Komunikasi.
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Putera Batam
michael.rorong@puterabatam.ac.id**

Abstrak

Konseptualisasi dan abstraksi suatu teori cenderung memiliki pandangan yang berbeda satu sama lain, problematika dalam mengkonstruksi realitas menghadirkan pergeseran makna dari teori tersebut. Perspektif teori dalam merekonstruksi aspek-aspek konsep di dalamnya menuntun setiap kajian berdiri pada ranah yang saling bertentangan, hal ini menandakan aspek pemikiran dari setiap peneliti memiliki idealismenya tersendiri. Perspektif teori dan penempatan teori pada dasarnya memiliki intensionalitasnya yang terstruktur, bahkan teori-teori tersebut memiliki kajian tersendiri yang tidak lepas dari pemikiran *deductive-interpretive*. Tulisan ini mencerminkan landasan dalam kajian pustaka dan pemetaan teori dengan metode kepustakaan yang berorientasi pada pemikiran-pemikiran konstruksional yang menempatkan setiap teori pada pandangan asumsi teori yang berdiri pada aspek-aspek paradigma positivis, interpretif dan juga kritis, yang dimodifikasikan dalam dimensi pembentukan teori berdasarkan ontologi, epistemologi, dan aksiologi, yang menghasilkan perspektif tradisi dan kajian pada ilmu komunikasi dengan pemetaan teori-teori yang berdiri pada ranah komunikasi.

Kata Kunci: Perspektif, teori komunikasi, *Deductive-Interpretive*, kajian kepustakaan.

1. PENDAHULUAN

Kajian keilmuan memiliki landasan konseptual yang terbentang antara perbedaan kajian dari berbagai sudut pandang (Rorong, 2016). Kajian ini berada dalam ranah yang sulit untuk disatukan sehingga menjadi perbedaan yang kompleks dari aktualisasi suatu kajian keilmuan, aspek yang paling mendasar menjadi tolak ukur dalam kalangan penelitian (Ardial, 2014) adalah susahnya menempatkan suatu kajian pada perbedaan paradigma, yang memandang suatu kajian keilmuan dari sudut pandang objek dan juga sudut pandang subjek,. Persoalan-persoalan seperti ini tentunya membentuk satu benturan

yang tentunya berdampak pada perspektif teori (Littlejhon dan Foss, 2011)

Ranah yang terlihat dalam sudut pandang ini adalah ranah yang berbeda dari satu sama lain (Ardial, 2014),. Konstruksi teori dapat dilihat dari berbagai pandangan termasuk di dalamnya logika *Hypothetico-Deductive* (Rorong, 2016). Kajian kepustakaan ini mampu menghantarkan pemahaman tentang logika dari proses terbentuknya teori sehingga penempatan teori ini pada kajian-kajian komunikasi, yang secara khusus komunikasi ditempatkan pada multidisiplin ilmu. (Bertens,2013)

Littlejhon dan Foss (2011) menyatakan keunikan, karakteristik dan perbedaan kajian

di setiap ranah ilmu komunikasi yang dimulai dari tradisi, sosio-psikologis, sibermetika, retorika, sosiokultural, semiotik, fenomenologi, bahkan kritis, mengingatkan pada hal-hal yang berada pada titik meta teori (penentuan secara spesifik kajian teori pada ranah realitas) dalam komunikasi berdasarkan perspektif teori.

Penempatan perspektif teori terkadang bagi seorang ilmuwan khususnya ilmu komunikasi, sering menimbulkan kesulitan dalam melihat realitas dari sudut pandang yang berbeda, bahkan penempatan teori menjadi hal yang sulit diterapkan karena perbedaan paradigma dan konseptual yang kurang sistematis dari sudut pandang keilmuan baik objektivitas dan subjektivitas (Littlejhon dan Foss, 2011).

Persoalan-persoalan seperti ini, menjadi ranah yang sulit untuk didekati terlebih ranah ini adalah bentuk dari aktualisasi pengalaman, aspek kajian, ranah metodologi bahkan sampai pada aspek paling krusial yaitu, penentuan masalah dalam mengkaji kajian-kajian komunikasi (Littlejhon dan Foss, 2011). Persoalan-persoalan seperti ini, menghantarkan pada kurangnya kajian yang membahas ranah perspektif pada jalur produktif yang terarah akan realitas pada struktur kesadaran individu untuk melihat persoalan dari perspektif objek dan subjek (Miller, 2005).

Perspektif teori seperti pada pandangan (Rorong, 2016), (Miller, 2005), dan (Littlejhon dan Foss, 2011) tidak hanya melihat dari persoalan sederhana akan tetapi melihat dari berbagai kondisi termasuk di dalamnya perspektif barat dan timur atau sering di sebut (*thinking of meaning*). Perspektif Timur dan Barat berfokus pada proses, metodologi, prinsip, dan pendekatan yang terlibat dalam teori komunikasi, hal ini terlihat dari perspektif dalam proses menyeleksi, seleksi pertama mampu melihat perspektif Asia pada teori komunikasi; filsafat Tiongkok dan teori komunikasi manusia kontemporer; komunikasi dalam narasi Tiongkok; dan filsafat Tiongkok kontemporer dan komunikasi politik (Bertens, 2013). Problematika ini berfokus pada struktur dan fungsi sistem komunikasi contohnya perspektif Tiongkok; prinsip-prinsip filosofis komunisme Tiongkok; perwujudan akal dalam pengalaman; dan penyelesaian polaritas relatif secara dialektik, hal ini juga terlihat dari filsafat dan komunikasi Korea, praktik dalam hubungan antarpribadi (Ihalauw, 2008).

Perspektif teori sendiri cenderung hadir dengan datangnya perkembangan ilmu pengetahuan yang tentunya menghadirkan model dasar dari suatu perspektif teori. Bagian yang paling mendasar dari perspektif teori adalah elemen dalam proses pembentukan teori tersebut

Littlejohn dan Foss (2011) menyatakan dimensi dalam teori tergantung pada bagaimana seseorang melihat proses pembentukan dari teori tersebut menjadi dasar untuk membedakan suatu kajian secara konkret. Melihat problem masalah ini menjadi hal yang patut untuk dipertanyakan dari proses dan perspektif teori itu. Pembentukan teori tersebut dapat dikelompokkan menjadi bentuk perspektif yang lebih spesifik yaitu ilmiah, humanis, dan ilmu pengetahuan sosial (Rorong, 2016).

Masalah yang terjadi ketika perspektif tersebut tidak hadir dalam konsep dan konteks, menjadikan struktur dilematis dalam setiap aspek kajian komunikasi (Miller, 2005). Kajian ini mampu menghantarkan setiap persoalan dapat dibedah dengan struktur konstruksi yang kurang baik. Proses yang terjadi sama halnya dengan melihat ranah perspektif sebagai tolak ukur (Anderson, 1996).

Perspektif teori memiliki konseptual yang cenderung hadir dengan tradisi yang berbeda. Tradisi penelitian yang dapat disimpulkan dengan istilah riset komunikasi mengacu pada perbedaan perspektif yang sangat beragam dan heterogen model konseptual dan pendekatan metodologis, hal ini memberikan tujuan pada tinjauan umum tentang model linier tradisional versus pendekatan dialogis dan diskursif terhadap proses komunikasi dan untuk

mendiskusikan beberapa implikasi teoretis dan metodologisnya (Poespowardojo, 2014).

Pemahaman yang komprehensif tentang perspektif penelitian yang berbeda, beberapa pertimbangan dari latar belakang teoritis dari berbagai pendekatan untuk analisis sangat diperlukan (Poespowardojo, 2014). Pergeseran dari model linier ke model dialogis dan diskursif adalah sangat penting baik pada level teoretis maupun metodologis. Model linier tradisional secara ketat terhubung ke teori penggunaan bahasa yang menempatkan bahasa sebagai kendaraan yang bebas masalah dan konseptual secara fundamental untuk transmisi informasi. Perspektif teori seperti ini menciptakan dialogis dan pendekatan diskursif yang berasal dari pertemuan pada awal 1980-an seperti linguistik pragmatis, ilmu psiko-sosial serta filosofi Bahasa (Poespowardojo, 2014), yang mengarah pada penggantian model linier tradisional dengan model proses komunikasi dalam perspektif yang lebih kompleks. Istilah "perspektif" mengacu pada beberapa tren teoretis dan analitik tertentu yang muncul di Perancis selama tahun 1980-an yang hubungan kompleksnya dengan analisis secara mendalam. Poin utama dari perspektif teoretis bahwa dalam kedua perspektif (dialogis dan diskursif) dianggap sebagai praktik sosial yang dipandang memiliki peran mendasar dalam proses membangun/merekonstruksi kenyataan, hal ini

pengembangan metodologi sangat dibutuhkan. (Bertens, 2013)

Pembentukan perspektif teori dalam pemahaman *Hypothetico-Deductive* (Rorong, 2016), dihadapkan pada dimensi-dimensi teori, hal ini cenderung memperlihatkan beberapa aspek yang ada pada perspektif teori bahwa titik perspektif ada pada asumsi filosofis yang mendalam yang bagaimana sebuah teori akan digunakan, (Anderson, 1996). Perspektif ini juga mendasari banyak orientasi penelitian yang berbeda yang digunakan dalam sejumlah konteks penelitian komunikasi yang berbeda yang dicirikan dalam bentuk *Hypothetico-Deductive* (Rorong, 2016), yang seringkali implisit. Perspektif ini terlihat sederhana, linier, dan searah. Perspektif komunikasi ini digambarkan sebagai proses komunikasi yang memiliki peran cukup kuat dari sisi metodologi, baik pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Tulisan ini membentuk satu uraian pendekatan dengan kajian-kajian konseptual yang berdiri pada jenis kajian pustaka (Creswell, 2010, 2014, 2016).

Proses analisis dilakukan dengan melihat beberapa kajian ilmu komunikasi dalam membentuk suatu perspektif yang dikhususkan untuk melihat kepustakaan yang berorientasi pada perspektif *DEDUCTIVE – INTERPRETIVE*. (Rorong, 2016)

Denzin & Lincoln (2009) berpandangan yang berdiri pada satu perspektif deskriptif cenderung berfokus pada bagaimana memandang kenyataan (biasanya realitas sosial atau psikologis), yang pada tatananya selalu merujuk pada pendekatan-pendekatan terstruktur.

Kajian pustaka dalam tulisan ini penulis ambil karena dapat dikaji secara potensial, untuk memahami perspektif teori dalam penelitian bahwa, ada banyak pendekatan berbeda untuk melakukan suatu kajian (Denzin & Lincoln, 2009). Pemahaman ini terlihat karena tidak semua kajian harus dikaji dengan sebuah pendekatan penelitian, pendekatan yang penulis ambil adalah dengan meminjam kajian penelitian kualitatif yang berdiri pada jenis kajian kepustakaan, kajian ini juga mampu berdiri dengan tongkat estafet pada berbagai tradisi perspektif yang menunjang seperti pada ilmu komunikasi yang memiliki tujuh perspektif dalam tradisinya. Penting untuk dipahami bahwa pendekatan yang berbeda menyiratkan "pandangan dunia" yang berbeda, dan mengadopsi pendekatan tertentu dapat memengaruhi cara atau di mana perspektif *Deductive-interpretif* (Rorong, 2016) ini digunakan untuk melihat kajian-kajian kepustakaan yang berdiri pada paradigma konstruktivis (Guba & Lincoln, 2009).

Creswell (2014), menyatakan kajian pustaka akan mencerminkan pendekatan metodologis yang memiliki pandangan umum untuk memutuskan proses dan alur pemikiran

mengadopsi pemikiran interpretif penuh. Banyak pendekatan metodologis dijelaskan dalam hal jenis analisis yang dilakukan, seperti dapat dilihat dari daftar referensi dalam bentuk data sekunder yang dibentuk berdasarkan historis kajian, arsip, dokumen untuk melengkapi pendekatan teoritikal. Pendekatan yang berbeda juga melibatkan perangkat yang berbeda asumsi tentang jenis informasi (atau pengetahuan) apa yang penting. (Creswell, 2014)

Kajian Pustaka dalam tulisan ini membahas informasi yang dipublikasikan dalam bidang subjek tertentu, yang menjadi ranah ilmu komunikasi dalam perspektif teori yang memiliki kompleksitas yang tinggi.

Tinjauan pustaka dalam tulisan ini merupakan ringkasan sederhana dari sumber, tetapi biasanya memiliki pola organisasi dan menggabungkan ringkasan dan sintesis. Ringkasan adalah rekap dari informasi penting dari sumber, tetapi sintesis adalah pengorganisasian kembali, atau perombakan, dari informasi tersebut, serta memberikan interpretasi baru dari materi lama dengan menghubungkan beberapa interpretasi yang memiliki sintesis yang cukup untuk satu kajian. Kajian kepustakaan ini khususnya pada perspektif *Deductive-interpretif* (Rorong, 2014), dengan melihat perkembangan intelektual lapangan, termasuk kompleksitas perspektif teori (komunikasi). Tinjauan pustaka dapat mengevaluasi sumber-sumber dan

menyarankan pembaca tentang yang paling relevan atau relevan.

Fokus utama dari sebuah perspektif metode kajian pustaka ini adalah untuk mengembangkan argumen baru dalam perspektif teori komunikasi, dan sebuah tulisan yang cenderung berisi tinjauan literatur sebagai salah satu bagiannya. Kajian literatur ini menggunakan dimensi literatur kedua dua sebagai fondasi dan sebagai dukungan untuk wawasan baru untuk berkontribusi. Fokus metode kajian literatur pada tulisan ini untuk merangkum dan menyintesis argumen dan ide tanpa menambahkan kontribusi baru.

Metodologis yang penulis gunakan untuk mengkaji kajian ini berfokus analisis sintetik tentang perspektif teori khususnya dalam kajian ilmu komunikasi.

Kajian ini juga menggunakan tinjauan kronologis yang akan memiliki subbagian untuk setiap kajian perspektif teori dari awal hingga proses pendeskripsian sub-sub konten. Tinjauan tematik akan memiliki subtopik berdasarkan analisis deskripsi yang berhubungan dengan tema yaitu pada tatanan *Deductive-interpretif*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN PROSES TERBENTUKNYA TEORI

Pembentukan teori terbentuk dengan berbagai proses termasuk di dalamnya perspektif yang di bangun dari teori tersebut, sebelum melihat berbagai perspektif yang terkandung di dalamnya, teori sejatinya

memiliki dimensi-dimensi yang pada dasarnya mampu menyusun dan menyatukan berbagai pengetahuan yang sudah ada. Proses terbentuknya suatu teori berdiri dan berkembang dari pemikiran-pemikiran peneliti yang menempatkan dasar pemikiran dengan aspek-aspek perspektif dalam melihat persoalan sosial.

Teori komunikasi mengacu pada aspek-aspek teoretis yang tunggal yang mampu memberikan pemikiran dan perspektif yang kolektif, dan tentunya berhubungan dengan aspek ontologi, epistemologi dan aksiologi suatu kajian.

Pembentukan suatu teori merupakan abstraksi di mana setiap realitas dalam kehidupan manusia baik alam maupun sosial, terbentuk dengan asumsi-asumsi serta kategorisasi-kategorisasi.

Penciptaan suatu teori memang memiliki asumsi tersendiri, oleh karena itu mempertanyakan kegunaan suatu teori lebih bijaksana dari pada mempertanyakan kebenaran teori tersebut. Teori jika ditempatkan melalui suatu permasalahan dan kaitannya dengan realitas akan sangat bermanfaat, oleh karena itu kebenaran dari suatu teori dapat dilihat dari orientasi ahli teorinya atau bisa dikatakan dengan pencipta teori tersebut.

Kebeneran suatu teori tersebut menawarkan berbagai perspektif “kebenaran” dari suatu

realitas tetapi bukan satu-satunya cara untuk memandang suatu realitas atau fenomena.

Konsepsi suatu teori menentukan bagaimana cara manusia memandang dunia dan menjadi suatu pendekatan terhadap melihat suatu fenomena dalam kehidupan manusia.

DIMENSI SUATU TEORI

Melihat suatu teori sama halnya dengan mengkaji teori sampai pada dasar yang paling mendasari, dimensi-dimensi suatu teori mampu memperlihatkan teori sebagai suatu kesatuan dari realitas yang memiliki empat dimensi yaitu (1). Asumsi filosofis, (2) Konsep, (3) Hubungan Dinamis, (4) Prinsip. Kajian tentang suatu teori ini tentunya memiliki aspek paling mendasar yaitu konsep dan penjelasan dan tentunya prinsip yang pasti akan menjadi selalu kontroversial jika dipertanyakan kebenaran suatu teori tersebut.

1. Asumsi Filosofis

Peranan suatu teori yang terlihat dari kebenarannya adalah aspek filosofis yang sangat mendasari, peran asumsi filosofis ini digunakan oleh semua ahli teori sebagai aspek untuk mempertanyakan bagaimana suatu teori tersebut dapat digunakan. (Bertens, 2013)

Asumsi filosofis pembentukan teori memiliki asumsi yang selalu diterapkan yaitu asumsi ontologi, epistemologi dan aksiologi dari kajian teori tersebut (Bertens, 2013), di

mana hal ini menjadi penentu suatu teori untuk memiliki landasan keilmuan.

Asumsi ontologis mempertanyakan pembentukan teori dari berbagai aspek-aspek keberadaan dengan pertanyaan-pertanyaan keberadaan yang paling mendasari, asumsi epistemologi mempertanyakan keberadaan dari teori tersebut sebagai bagian dari keilmuan dan aksiologi yang mempertanyakan nilai dari suatu teori atau manfaat teori tersebut.

Asumsi ontologis dalam kajian teori memiliki aspek dan landasan konseptual, di mana manusia bergantung pada pemikiran baik secara kausalitas maupun secara konstruksi, dalam kajian ilmu sosial, khususnya dalam kajian komunikasi, ontologis berbicara dalam aspek keberadaan manusia atau mempertanyakan sesuatu yang paling mendasar.

Kajian komunikasi melihat ontologis sebagai pusat dari interaksi sosial yang mendasari terciptanya komunikasi, hal ini mempertunjukkan bagaimana teori diciptakan berdasarkan dari cara seorang ahli teori mengonseptualisasikan suatu realitas, hal ini tentunya mempertanyakan beberapa hal yaitu :

- (1). Pada tingkatan seperti apa manusia membuat pilihan-pilihan yang nyata ?,
- (2). Bagaimana manusia sebaiknya memahami perilaku apakah sebagai bentuk atau sifat ?,
- (3). Apakah pengalaman manusia menjadi hal yang berfokus pada individual atautkah sosial?.

(4). Bagaimana komunikasi manusia dilihat sebagai sesuatu yang kontekstual?. pertanyaan-pertanyaan seperti inilah yang mampu mempertunjukkan aspek-aspek dalam suatu proses pembentukan teori, baik secara konstruksi realitas maupun dalam ranah kausalitas untuk menguji suatu teori.

Asumsi Aksiologis, mempertunjukkan kajian dengan melihat ranah nilai-nilai. Nilai ini mempertunjukkan aspek yang paling penting dalam proses penelitian untuk mempertunjukkan proses kajian suatu teori yang merujuk pada manfaat yang terkandung. (Bertens, 2013)

Pertanyaan yang paling dilihat dalam penelitian ini yaitu Bisakah suatu teori bebas dari nilai ? Paradigma ini mempertunjukkan pengetahuan klasik dalam menjawab kegelisahan “aksiologis” yang pertama dengan jawaban setuju, bahwa teori dan penelitian bebas dari nilai, dan ilmu bersifat netral, dan hal ini mencoba apa yang di lakukan oleh para akademisi untuk mengungkapkan fakta yang sebenarnya.

Pandangan ini memperlihatkan bahwa ketika para ilmuan memiliki nilai-nilai mereka pada suatu penelitian dalam pandangan serta paradigma yang dibangun maka ilmu pengetahuan menjadi sangat buruk, akan tetapi ada posisi yang berbeda dalam persoalan ini yaitu ilmu pengetahuan tidak bebas nilai dan hal ini terlihat dari penelitian yang dipandu oleh peneliti memiliki pilihan-pilihan dari

peneliti tersebut, hal ini terlihat dari pengaruh-pengaruh situasional dari seorang peneliti.

Masalah menuntun pada persoalan aksiologi dari seorang peneliti atau akademisi, pada satu titik beberapa akademisi mencari objektivitas dan pengetahuan yang mereka percayai sangat bebas nilai, akan tetapi di sisi lain ada ilmu yang sadar akan nilai, di mana beberapa akademisi meyakini bahwa sangat penting suatu nilai pada permasalahan dan teori. Persoalan inilah yang menjadi kunci kehati-hatian seorang peneliti dalam mengutarakan pemikiran dan pandangan untuk mengarahkan nilai-nilai tersebut pada poembentukan teori dengan cara yang positif.

Pandangan-pandangan akademisi ini menghadirkan perbedaan sudut pandang dalam merumuskan suatu teori yang terbentuk pada aspek-aspek sosial maka hadir lah teori-teori seperti :

Pembentukan suatu teori tercipta dari dasar pemikiran dan pertanyaan dalam proses *blue print theory*, penyusunan *blue print theory* di dasarkan pada pertanyaan-pertanyaan tentang gagasan metateoritik lain tentang teori-teori komunikasi dapat dicermati dari tulisan (Tubbs & Moss, 1996), (Littlejohn dan Foss, 2011), tentang genre dalam teori komunikasi. Genre dipahami sebagai salah satu cara untuk mengorganisasikan teori-teori komunikasi. Littlejohn mengemukakan ada 5 (lima) genre, yaitu *structural fuctional*,

cognitive and behavioral, *interactionist*, *interpretive*.

Pemikiran filosofis tentang teori-teori komunikasi dapat dicermati dari karya-karya ilmiah Infante dkk. (1990), Stacks dkk. (1991), Littlejohn (1999, 2002), Littlejohn & Foss (2005) dan West & Turner (2007). Karya-karya ilmiah tersebut memilah pemikiran utama tentang teori komunikasi ke dalam 3 (tiga) perspektif, yaitu *Covering Laws*, *Rules* dan *Systems*. Pemilahan ke dalam tiga perspektif ini didasarkan pada apa yang dikenal dengan metode eksplanasi. Teori-teori *Covering Laws* berpijak pada *causal necessity*, karena teori-teorinya menekankan pada hubungan sebab-akibat. Teori-teori *Rules* lebih memberi perhatian pada *practical necessity*, sebab teori-teorinya menegaskan bahwa orang akan mengikuti aturan-aturan guna mencapai apa yang mereka kehendaki. Di antara kedua tipe di atas terdapat pendekatan *Systems* yang memusatkan perhatian pada hubungan-hubungan logis di antara elemen-elemen sebuah sistem yang memiliki baik *causal necessity* maupun *practical necessity*.

Hadirnya dua pandangan ini menempatkan dua teori pada kategori seperti di bawah ini :

TEORI NOMOTETIK

Teori nomotetik melihat sesuatu sebagai dasar untuk hukum yang universal atau umum. Teori ini melihat bahwa suatu realitas terbentuk dan pembentukan teori merujuk

pada kehidupan sosial yang berjalan dengan tepat, artinya proses ini memerlukan aspek perubahan yang mampu mempengaruhi.

Teori nomotetik didasarkan pada ilmu pengetahuan tradisional yang memiliki empat proses yaitu : (1). Mengembangkan pertanyaan-pertanyaan, (2). menyusun hipotesis, (3). menguji hipotesis, (4). merumuskan teori. Pendekatan pada teori ini disebut sebagai tradisi *analisis-variabel*, dan pendekatan ini sering disebut sebagai *hypothetico-deductive*. Pendekatan ini tersusun dengan baik secara konsep serta teori bahkan pendekatan yang sering digunakan yaitu pendekatan metode kuantitatif atau dalam bahasa yang sering didengar yaitu : hipotesis-deduktif.

Pandangan dalam asumsi filosofis pada teori ini yang berkaitan dengan ontologis, epistemologis dan aksiologis yaitu memandang realitas dalam bentuk objektivitas, pada ranah teori-teori nomotetik sering mencoba melihat dan menemukan sesuatu yang sering diterima sebagai bagian dari objektivitas.

Teori-teori nomotetik berkecimpung pada aspek-aspek variabel, validitas, reliabilitas maupun aspek-aspek yang berkaitan dengan objektivitas (West & Turner, 2007).

TEORI PRAKTIS

Pembentukan teori praktis dalam kajiannya dengan aspek-aspek fundamental,

memberikan ujung yang berbeda pada penempatan teori ini dalam rangkaian kesatuan teori dari nomotetik. Teori ini dirancang untuk membedakan banyak pandangan yang memberikan kemungkinan bagi seorang peneliti untuk memilih alternatif pemikiran. (West & Turner, 2007)

Teori praktis dapat dilihat sebagai perwujudan dari pemikiran pragmatis. Pemahaman memiliki gambaran tentang makna pragmatisme yang berbeda. Salah satu ide inti dalam pragmatisme adalah bahwa penelitian dan teori harus memperhatikan tindakan. Herbert Blumer adalah salah satu pendiri interaksionisme simbolik; yang merupakan aliran pemikiran yang dominan dalam sosiologi dan psikologi sosial yang berakar kuat dalam pragmatisme. Blumer (1969) dalam Infante dkk. (1990) mengklaim bahwa "esensi masyarakat terletak pada proses tindakan yang sedang berlangsung - bukan dalam struktur hubungan yang diajukan. Persoalan tanpa tindakan, struktur hubungan di antara orang-orang tidak ada artinya. Pemahaman ini dapat dipahami bahwa, masyarakat harus dilihat dan memahami suatu tindakan tersebut sebagai landasan permasalahan. Masalah ini adalah keharusan yang kuat untuk penelitian yang berfokus pada tindakan. "Teori harus tentang tindakan" (Rorong, 2016).

Teori semacam ini telah dikemukakan oleh Cronen (1995, 2001) dan Craig & Tracy

(1995) dalam (Miller, 2005). Apa itu teori praktis? Apakah ada perbedaan antara teori praktis dan mempraktikkan teori? Jika demikian, apa perbedaannya? Apakah teori praktik kerja (sebagai semacam teori praktik) juga merupakan teori praktis?, Cronen (2001) dalam (Miller, 2005) menjelaskan teori-teori praktis dengan cara berikut: “teori ini dikembangkan untuk membuat kehidupan manusia lebih baik. Teori ini menyediakan cara-cara untuk bergabung dalam aksi sosial untuk mempromosikan (a) deskripsi, penjelasan, kritik, dan perubahan yang bermanfaat secara sosial dalam tindakan manusia, dan (b) kemunculan kemampuan baru untuk semua pihak yang terlibat.” Teori-teori praktis harus membantu kita untuk melihat hal-hal, aspek-aspek, sifat-sifat, dan hubungan yang jika tidak akan terlewatkan (Cronen, 2001). Konsep teori praktis mengikuti pandangan tentang teori, diajukan dalam pragmatisme, sebagai instrumen hal berarti bahwa teori praktis dapat berupa teori apa saja asalkan praktis dan berharga untuk digunakan. 'Praktis' adalah atribut yang dapat kita tunjuk ke sebuah teori. Konsep menyebutnya teori, teori praktis, jika itu melayani tujuan praktis. Pemahaman ini berarti bahwa teori-teori praktik mungkin praktis atau tidak. Praktik, dalam 'teori praktik', mengatakan apa yang menjadi perhatian teori tersebut. Praktis, dalam teori praktis, mengatakan sesuatu tentang penggunaan dan nilai teori serta fungsinya.

TRADISI ILMU KOMUNIKASI

Kajian ilmu komunikasi dalam pandangan teori juga dibentuk berdasarkan tradisi. Berikut ini adalah daftar kriteria yang diilhami oleh Robert T. Craig, seorang ahli teori komunikasi terkenal dari University of Colorado Boulder. Meta-model komunikasinya mencerminkan bidang komunikasi secara holistik. Dunia pertukaran informasi dalam kaitannya yang berlimpah, Craig mengatur teori komunikasi ke dalam 7 tradisi. Penjelasan ini artinya, teori apa pun tentang komunikasi harus dipertimbangkan setidaknya semua dari 7 perspektif tradisional berikut yang kemudian dibentuk dalam peta teori dalam konteks komunikasi (Littlejohn dan Foss, 2011).

Socio-Psychological Communication Tradition.

Studi tentang individu sebagai makhluk sosial adalah kekuatan tradisi sosio-psikologis. Teori-teori tradisi ini fokus pada perilaku sosial individu, variabel psikologis, ciri-ciri kepribadian, persepsi dan kognisi.

Kebanyakan teori komunikasi sosial-psikologis saat ini memiliki orientasi kognitif, memberikan wawasan tentang cara manusia memproses informasi.

Pertanyaan-pertanyaan penting untuk jalur investigasi ini diproses melalui mekanisme yang melayani perhatian, retensi, gangguan, seleksi, motivasi, perencanaan, dan strategi.

Pekerjaan dalam tradisi ini mengasumsikan bahwa mekanisme pemrosesan informasi manusia berada di luar kesadaran kita. Sebagai komunikator, kita mungkin dibuat sadar akan aspek-aspek spesifik dari proses seperti perhatian dan ingatan, dan kita mungkin sangat sadar akan keluaran tertentu seperti rencana dan perilaku, tetapi proses internal itu sendiri ada di belakang layar. Ilmuwan komunikasi berupaya menemukan dan menggambarkan sistem ini. (Littlejohn dan Foss, 2011)

Tradisi sosial-psikologis dapat dibagi menjadi 3 cabang besar: perilaku, kognitif dan biologis. Teori-teori dalam cabang perilaku berkonsentrasi pada bagaimana orang benar-benar berperilaku dalam situasi komunikasi; teori kognitif berpusat pada pola pemikiran, berkonsentrasi pada bagaimana individu memperoleh, menyimpan, dan memproses informasi dengan cara yang mengarah pada keluaran perilaku; dan cabang biologis mengacu pada studi komunikasi dari sudut pandang biologis, meyakini bahwa banyak sifat, cara berpikir, dan perilaku kita terhubung secara biologis dan bukan berasal dari faktor belajar atau situasional, tetapi dari pengaruh neurokimia bawaan dan pengaruh neurobiologis. (Littlejohn dan Foss, 2011)

Cybernetic Communication Tradition.

Sibernetika adalah tradisi sistem kompleks di mana elemen-elemen yang saling berinteraksi saling memengaruhi. Teori dalam

tradisi *cybernetic* menjelaskan bagaimana proses fisik, biologis, sosial dan perilaku bekerja. Dalam dunia sibernetika, komunikasi dipahami sebagai suatu sistem variabel yang saling mempengaruhi, membentuk dan mengendalikan karakter keseluruhan sistem, dan, seperti halnya organisme, mencapai keseimbangan dan perubahan. (Littlejohn dan Foss, 2011)

Gagasan sistem membentuk inti dari pemikiran *cybernetic*. Sistem diatur komponen yang berinteraksi bersama-sama membentuk sesuatu yang lebih dari jumlah bagian-bagiannya. Ahli teori sistem tidak hanya tertarik pada sifat sistem dan fungsinya, tetapi juga bagaimana ia mengelola untuk mempertahankan dan mengendalikan dirinya sendiri dari waktu ke waktu.

Sistem yang kompleks, serangkaian umpan balik menghubungkan bagian-bagian yang disebut jaringan. Ide-ide kunci dari teori sistem adalah koheren, konsisten dan memiliki dampak besar di bidang komunikasi.

Rhetorical Communication Tradition

Retorika adalah seni membangun komunikasi untuk membentuk argumen dan pembuatan pidato persuasif lainnya. Kajian ini telah berevolusi untuk memasukkan proses menyesuaikan ide-ide kepada orang-orang dan orang-orang dengan berbagai macam ide. Fokus retorika mencakup semua cara manusia menggunakan simbol untuk mempengaruhi orang-orang di sekitar mereka dan untuk

membangun dunia di mana mereka hidup. Ada 5 prinsip retorika yaitu penemuan, pengaturan, gaya, pengiriman dan memori.

Invention mengacu pada konseptualisasi - proses di mana kita memberikan makna pada simbol melalui interpretasi.

Arrangement adalah proses pengorganisasian simbol - pengaturan informasi dengan mengingat hubungan di antara orang-orang, simbol dan konteks yang terlibat.

Style menyangkut semua pertimbangan yang terlibat dalam penyajian simbol-simbol itu, dari pilihan sistem simbol hingga makna yang kita berikan simbol-simbol itu, serta semua perilaku simbolik dari kata-kata dan tindakan ke objek dan peristiwa.

Delivery memiliki berbagai opsi sedang termasuk non-verbal, ucapan dan pesan tertulis.

Memory, ingatan tidak lagi mengacu pada hafalan pidato yang sederhana tetapi pada memori budaya yang lebih besar serta proses persepsi yang memengaruhi cara kita menyimpan dan memproses informasi.

Sociocultural Communication Tradition

Pendekatan sosiokultural terhadap teori komunikasi membahas cara pemahaman, makna, norma, peran, dan aturan kita bekerja secara interaktif dalam komunikasi.

Tradisi ini berfokus pada pola interaksi antara orang daripada karakteristik individu atau model mental. Para peneliti dalam tradisi ini ingin memahami cara-cara di mana orang secara kolektif menciptakan realitas kelompok sosial, organisasi, dan budaya mereka.

Struktur dan makna sosial diciptakan dan dipertahankan dalam interaksi sosial, sehingga interaksionisme simbolik telah sangat berpengaruh dalam tradisi ini, yang menekankan pentingnya pengamatan partisipan dalam studi komunikasi sebagai cara mengeksplorasi hubungan sosial.

Garis kedua pekerjaan dalam tradisi sosiokultural adalah konstruksi sosial, yang menyelidiki bagaimana pengetahuan manusia dibangun melalui interaksi sosial. Sifat dunia tidak sepenting bahasa yang digunakan untuk menyebut, mendiskusikan, dan berorientasi ke dunia itu. (Devito, 2013).

Pengaruh ketiga dalam tradisi komunikasi sosiokultural adalah sosiolinguistik, atau studi tentang bahasa dan budaya. Penting dalam tradisi ini adalah bahwa orang menggunakan bahasa secara berbeda dalam kelompok sosial dan budaya yang berbeda. Terakhir, perspektif lain yang berpengaruh dalam pendekatan sosiokultural adalah etnografi, atau pengamatan tentang bagaimana kelompok sosial aktual membangun makna melalui perilaku linguistik dan nonlinguistik mereka.

Phenomenological Communication Tradition

Teori-teori dalam tradisi fenomenologis mengasumsikan bahwa orang secara aktif menafsirkan apa yang terjadi di sekitar mereka dan memahami dunia dengan pengalaman langsung pribadi dengannya serta persepsi tentang suatu fenomena, baik objek, peristiwa atau kondisi. Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar mengenal dunia saat terlibat di dalamnya. Makna sesuatu terdiri dari potensi dalam kehidupan seseorang, jadi bagaimana berhubungan dengan suatu objek menentukan kebermaknaannya dan hal ini berkaitan dengan penafsiran serta proses aktif dalam memberikan makna pada suatu pengalaman.

Fenomenologi klasik terutama dikaitkan dengan Edmund Husserl, seorang pendiri fenomenologi modern. Husserl, kebenaran hanya dapat dipastikan melalui pengalaman langsung, obyektif, makna untuk sampai pada kebenaran melalui perhatian sadar, kita harus menanggukkan kategori pemikiran dan kebiasaan melihat kita untuk mengalami hal sebagaimana adanya, dengan kata lain, dunia bisa dialami tanpa tahu siapa yang membawa kategorinya sendiri dalam prosesnya.

Fenomenologi persepsi adalah ranah fenomenologi yang diperkenalkan oleh Merleau-Ponty, sebagai pengalaman subyektif, yang berarti manusia adalah tubuh-

pikiran yang bersatu yang menciptakan makna di dunia. Pandangan ini berarti bahwa orang memberi makna pada hal-hal di dunia dan pengalaman fenomenologis apa pun tentu merupakan pengalaman subjektif (Mulyana & Solatun, 2013).

Fenomenologi hermeneutik adalah cabang populer lainnya dalam fenomenologi yang dikaitkan dengan Martin Heidegger, yang menegaskan filosofi yang berhubungan dengan interpretasi keberadaan. Heidegger dalam pandangannya, realitas sesuatu tidak diketahui dengan analisis atau reduksi yang cermat tetapi oleh pengalaman alami, yang diciptakan oleh penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi, dengan kata lain, adalah kendaraan yang dengannya makna ditugaskan untuk mengalami, ketika berkomunikasi, seseorang mencari cara baru untuk melihat dunia - ucapan seseorang memengaruhi pikiran dan pikiran, pada gilirannya menciptakan makna baru (Littlejohn dan Foss, 2011).

Semiotic Communication Tradition

Semiotika adalah studi tentang tanda, simbol, dan penandaan (interpretasi tanda-tanda tersebut). Tradisi semiotik adalah teori komunikasi yang penting termasuk sejumlah teori tentang bagaimana tanda datang untuk mewakili objek, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar diri mereka.

Konsep dasar menyatukan tradisi ini adalah tanda, yang didefinisikan sebagai

"stimulus yang menunjuk atau menunjukkan beberapa kondisi lain," seperti ketika asap menunjukkan adanya api.

Konsep dasar kedua adalah simbol, yang biasanya menunjukkan tanda yang kompleks dengan banyak makna, termasuk yang sangat pribadi. Kebanyakan pemikiran semiotik melibatkan triad makna, yang menyatakan bahwa makna muncul dari hubungan antara 3 hal - objek (referensi), orang (juru bahasa) dan tanda.

Semiotika sering dibagi menjadi 3 bidang studi - semantik, sintaksis dan pragmatik. Semantik membahas bagaimana tanda berhubungan dengan referensi mereka dan menjawab pertanyaan, "apa yang dilambangkan oleh tanda?".

Sintaksis adalah studi tentang hubungan antara tanda-tanda dan terdiri dari aturan-aturan yang digunakan orang untuk menggabungkan tanda-tanda ke dalam sistem makna yang kompleks. Ketika kita memindahkan satu kata ke satu kalimat, kita berhadapan dengan sintaks atau tata bahasa, yang berhubungan dengan hubungan antara kata-kata dan struktur linguistik. Aturan sintaksis memungkinkan manusia untuk menggunakan kombinasi tanda yang tak terbatas untuk mengekspresikan banyak makna.

Pragmatik melihat kegunaan tanda dan bagaimana tanda membuat perbedaan dalam kehidupan orang. Cabang ini memiliki dampak

yang cukup besar dalam teori komunikasi karena banyak ahli teori (Littlejohn dan Foss, 2011) tertarik pada bagaimana tanda dan sistem tanda digunakan sebagai alat untuk mencapai hal-hal di dunia seperti dalam hal memaknai simbol, icon dan indeks. (Littlejohn dan Foss, 2011).

Critical Communication Tradition

Tradisi kritis meskipun ada beberapa jenis teori kritis, semua memiliki beberapa fitur penting. Tradisi kritis berusaha untuk memahami sistem yang diterima begitu saja, struktur kekuasaan dan kepercayaan yang mendominasi masyarakat dengan mata tertutup yang kepentingannya dilayani oleh struktur kekuasaan tersebut. Pertanyaan-pertanyaan seperti, "siapa yang bisa dan tidak bisa berbicara?", "Apa yang bisa dan tidak bisa dikatakan?" Dan "siapa yang akan mendapat manfaat dari sistem tertentu?" Adalah tipikal dari yang ditanyakan oleh para ahli teori kritis.

Ahli teori kritis sangat tertarik dalam mengungkap kondisi sosial yang menindas dan pengaturan kekuasaan untuk mempromosikan masyarakat yang lebih memuaskan, lebih jauh, keilmuan kritis berusaha secara sadar untuk memadukan teori dan tindakan. Teori-teori tersebut bertindak untuk mencapai perubahan dalam kondisi yang mempengaruhi masyarakat (Stacks, dkk. 1991).

Meskipun teori kritis telah berkembang jauh sejak karya-karya Karl Marx, Marxisme adalah merek awal teori kritis, yang

mengajarkan bahwa alat-alat produksi dalam masyarakat menentukan sifat masyarakat, sehingga ekonomi adalah dasar dari semua struktur sosial (Stacks, dkk. 1991).

Sistem kapitalistik, laba mendorong produksi, suatu proses yang akhirnya menindas kelas pekerja, ketika kelas pekerja bangkit melawan kelompok dominan, alat-alat produksi dapat diubah dan pembebasan pekerja tercapai.

Marxisme memiliki landasan bahwa, praktik komunikasi dipandang sebagai hasil dari ketegangan antara kreativitas individu dan hambatan sosial pada kreativitas itu. Pembebasan akan terjadi hanya ketika individu benar-benar bebas untuk mengekspresikan diri mereka sendiri dengan kejelasan dan alasan.

Sekolah Frankfurt adalah cabang populer dari teori kritis, yang merujuk pada sekelompok filsuf, sosiolog, dan ekonom Jerman yang melihat kapitalisme sebagai tahap evolusi dalam perkembangan sosialisme pertama dan kemudian komunisme, sayangnya, kegagalan gerakan kelas buruh dan kebangkitan Fasisme membuat banyak anggota meninggalkan keyakinan mereka pada proletariat kelas pekerja sebagai agen perubahan revolusioner.

Pada intinya, teori kritis berada dalam paradigma modernis yang dapat dibagi lagi menjadi tiga cabang: postmodernisme, poststrukturalisme, dan postkolonialisme. Kesamaan dari tradisi-tradisi filosofis modern

ini adalah desakan pada pluralitas makna, ketidakpercayaan dalam sains dan keengganan untuk menerima keyakinan terbatas tentang bagaimana masyarakat bekerja yang disepakati sebagai status quo.

Tradisi-tradisi yang terbentuk tersebut menghadirkan ranah teoritikal yang berdiri pada aspek setiap tradisi dalam komunikasi, tradisi komunikasi dalam perspektif keilmuan dan kajian secara metode menempatkan aspek yang paling positifis sampai pada konstruktivis dan kritis yang memiliki paradigmanya sendiri.

Tradisi dalam ilmu komunikasi menempatkan aspek paling fundamental dalam membentuk perspektif setiap kondisi keilmuan dan aspek yang paling selaras yaitu estetika dari setiap tradisi yang mampu membentuk otonom seperti pelaku komunikasi, pesan, percakapan, hubungan, kelompok, organisasi, media serta budaya dan masyarakat (Baxter, dkk. 2004).

PEMETAAN TEORI KOMUNIKASI PADA PERSPEKTIF OBJEKTIVISTIK DAN SUBJEKTIVISTIK.

Perspektif dalam komunikasi dapat dikelompokkan dalam beberapa aspek perspektif yaitu :

PERSPEKTIF LITTLEJOHN		
5 (96) & 6 (99)	7 (02)	8 (05) & 9 (08)
Struktural Fungsional	Rhetoric	Semiotic
Kognitif & Perilaku	Semiotic	Phenomenology
Interaksi	Phenomenology	Cybernetic
Interpretif	Cybernetic	Socio-psychology
Kritis	Socio-psychology	Socio-cultural
	Socio-cultural	Critical
	Critical	Rhetorical

Gambar 1. Perspektif *DEDUCTIVE-INTERPRETIF* Littlejohn.

Perspektif *deductive-interpretive* condong menghadirkan peta teori yang dapat digunakan untuk mengklasifikasi setiap topik dan tradisi dalam satu *frame* komunikasi, yang dapat dilihat pada gambar peta teori ini :

PETA TEORI KOMUNIKASI

TOPIK	SEMIOTIK	FENOMENOLOGI	SIBERNETIK	SOSIO PSIKOLOGI	SOSIO KULTURAL	KRITIS
KOMUNIKATOR			Information processing; Information integration; Cognitive dissonance; Beliefs, attitude, values	Traits & factors; Biological influences; Social judgment; Elaboration likelihood	Self	Identity politics; Standpoint; Gender & sex
PESAN	Signs & symbols; Hearings; Language; Nonverbal behavior	Textual interpretation; Text & tradition		Action assembly; Planning; Strategy choice; Message design; Connotative meaning	Speech acts; Identification; Gender	

Gambar 2. Peta Teori *deductive-interpretive* 1.

PETA TEORI KOMUNIKASI LITTLEJOHN 8

TOPIK	SEMIOTIK	FENOMENOLOGI	SIBERNETIK	SOSIO PSIKOLOGI	SOSIO KULTURAL	KRITIS
PERCAKAPAN			Coordination meaning & action	Uncertainty & anxiety reduction; Accommodation & adaptation; Expectancy violations; Interpersonal deception	Symbolic interaction; Symbolic convergence; Conversational (maxims; sequencing; relationality; argument); Face negotiation	Language & culture; Institutional rhetoric
HUBUNGAN		Congruence; Dialogue	Relational patterns	Family schemes; Family types; Social penetration	Dialogics; Dialectics; Privacy management	

Gambar 3. Peta Teori *deductive-interpretive* 2.

TOPIK	SEMIOTIK	FENOMENOLOGI	SIBERNETIK	SOSIO PSIKOLOGI	SOSIO KULTURAL	KRITIS
KELOMPOK			Burns file groups; Input-process-output; Interaction analysis; Intercultural effectiveness	Interpersonal behavior	Structuration; Group functions; Groupthink	
ORGANISASI			Organizing; Equivocality; Networks	Bureaucracy; Participative management	Organization of work; Structuration; Concrete control; Organization of culture	Organization of work; Hegemony; Managerialism; organizational democracy; Gender & race

Gambar 4. Peta Teori *deductive-interpretive* 3.

TOPIK	SEMIOTIK	FENOMENOLOGI	SIBERNETIK	SOSIO PSIKOLOGI	SOSIO KULTURAL	KRITIS
MEDIA	Media signs; Simulation		Public opinion; Spiral of silence	Media effects; Uses & gratifications; Media dependency; Cultivation	Medium; Agenda setting; Media communities	Domination
MASYARAKAT & BUDAYA	Linguistic relativity; Elaborated & restricted codes	Cultural interpretation	Networks; Diffusion		Speech community; Cultural codes; Cultural performances	Political economy; Ideological speech; Liberal feminism; Cultural productions; Race; Archeology; Colonization

Gambar 5. Peta Teori *deductive-interpretive* 4.

Peta komunikasi tersebut diklasifikasikan berdasarkan tradisi dan hubungan yang akan dikembangkan dengan aspek-aspek teori interpersonal, kelompok, massa, dan kultural dengan dua perspektif objektif dan subjektif yang memiliki pandangan saling bertolak belakang baik kajian teori maupun kajian metodologi yang digunakan, spesifikasi dan peta teori yaitu :

PETA TEORI KOM ANTARPERSONAL

	OBJECTIVE		INTERPRETIVE	
Symbolic Interactionism			X	
Coordinated Management of Meaning				X
Expectancy Violations Theory	X			
Interpersonal Deception Theory	X			
Constructivism		X		
Social penetration Theory	X			
Uncertainty Reduction Theory	X			
The Interactional View				X
Relational Dialectics				X
Social Judgment Theory	X			
Elaboration Likelihood Model		X		
Cognitive Dissonance Theory	X			

Gambar 6. Peta Teori *deductive-interpretive* komunikasi antarpersonal.

PETA TEORI KOM KULTURAL

	TRADISI							METODA
	Sosio-publik	Sistem-etika	Ritual-ke	Sensitif-ke	Sosio-kultur	Kritik	Pencernaan	
Anxiety/Uncertainty Management Theory	X							O
Face-Negotiation Theory	X							CO
Speech Codes Theory					X			CI
Genderlect Styles				X	X			CI
Standpoint Theory							X	CI
Muted Group Theory							X	CI

O (Objektif); I (Interpretif); C (Condong)

Gambar 9. Peta Teori *deductive-interpretive* komunikasi kultural.

PETA TEORI KOM KELOMPOK & PUBLIK

	TRADISI							METODA
	Sosio-publik	Sistem-etika	Ritual-ke	Sensitif-ke	Sosio-kultur	Kritik	Pencernaan	
Functional Perspective on Group Decision Making	X	X						CO
Adaptive Structuration Theory		X			X			CI
Symbolic Convergence Theory	X		X					CI
Information System Approach		X						I
Cultural Approach					X			I
Critical Theory of Communication Approach						X	X	I
The Rhetoric			X					CO
Dramatism			X	X				CI
Narrative paradigm			X					CI

O (Objektif); I (Interpretif); C (Condong)

Gambar 7. Peta Teori *deductive-interpretive* komunikasi kelompok dan publik.

PETA TEORI KOM MASSA

	TRADISI							METODA
	Sosio-publik	Sistem-etika	Ritual-ke	Sensitif-ke	Sosio-kultur	Kritik	Pencernaan	
Technological Determinism				X	X			CI
Semiotics				X				CI
Cultural Studies						X		I
Cultivation Theory	X				X			O
Agenda-Setting Theory	X							O
The Media Equation	X							O

O (Objektif); I (Interpretif); C (Condong)

Gambar 8. Peta Teori *deductive-interpretif* komunikasi massa.

4. PENUTUP

Kesimpulan pembentukan suatu teori dan analisis suatu teori membutuhkan landasan konseptual yang cenderung berdiri pada perbedaan setiap perspektif, hal ini terlihat dari setiap penggunaan dan aspek-aspek penting suatu teori. Pembentukan *deductive-interpretive* mampu memperlihatkan landasan yang cukup baik terhadap pemilihan teori dalam meta teoritik, hal ini tentunya akan mempermudah proses pencarian dan penempatan teori dalam aspek penelitian.

Saran untuk pembaca kiranya tulisan ini dapat membantu para akademisi dan juga para mahasiswa untuk dapat memahami ranah teori dan bagaimana menggunakan suatu teori bukan dengan melihat benar atau salahnya suatu teori jika digunakan dalam penelitian, akan tetapi melihat suatu teori dari perspektifnya untuk menemukan realitas yang cocok digunakan dalam membedah masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Askara. Jakarta.

Bertens, K. (2013). *Sejarah Filsafat Kontemporer Prancis*. Gramedia. Jakarta.

- Bernet, R. Welton, D. Zavota, G. 2005. *Edmund Husserl critical assessments of leading phylosopher*. Routledge. New York.
- Baxter, Leslie & Earl Babbie. (2004). *The Basics of ommunication Research*. Wadsworth of Thomson Learning, Inc. Canada.
- Creswell, J. W. & Poth, N, C. (2016). *Qualitatif Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, 4th*. Sage Publications. New York.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : memilih di antara lima pendekatan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Creswell, W, J. (2010). *Research Disign: Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif dan Mixsed*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Densin, K, N. & Lincoln, S, Y. (2009). *Handbook of Cualitative Reaserch*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Devito, A. J. (2013). *The Interpresonal Communication Book*. Person Education. New York.
- Guba, G. E. & Linclon, S. Y. 2009. *Berbagai paradigma yang bersaing dalam penelitian kualitatif*. Dalam Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of qualitative research*. Pustaka pelajar. Yogyakarta.
- Ihalauw, J. (2008). *Konstruksi Teori: komponen dan Proses*. Kompas Gramedia. Jakarta.
- James. A. Anderson. (1996). *Communicatiuon Theory: Epistimological Foundations*. New York Guildford.
- Liliweri, A. (2011) . “Komunikasi Serba Ada Serba Makna”. Kencana. Jakarta.
- Liliweri. A. (2014). *Komunikasi Antar-Personal*. Kencana. Jakarta.
- Littlejohn SW dan Foss K. (2011). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Littlejohn SW dan Foss K. (2005). Di atas ada yang merujuk tahun 2005?
- Miller, C. (2005). *Communication Theories, perspective, processes, and contexts*. 2th Ed. McGraw-Hill. Singapore.
- Mulayana, D. & Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Poespowardojo, T. & Sera, A. (2014). *Filsafat Ilmu Pengetahuan, Hakikat Ilmu Pengetahuan : Kritik terhadap visi Positivisme Logis, serta Implikasinya*. Kompas Gramedia. Jakarta.
- Rorong, J, M. (2016). *Peran Komunikasi : Teori, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Komunikasi Bisnis*. Depublish. Yogyakarta.
- Sarantakos, Sotirios. (1993). *Social Research*. Macmillan Education Australia. South Melbourne.
- Stacks, Don, Mark Hickson, III, Sidney R. Hill, Jr. (1991). *Introduction to Communication Theory*. Rinehart and Winston, Inc. Florida.
- Tubbs, S & Moss, S. 1996. *Human Communication : prinsip-prinsip dasar*. Remaja Rosdakarya. Bandung. Terjemahan
- West, R. & Turner, L. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Infante, Dominick A., Andrew S. Rancer, Deanna F. Womack. (1990). *Building Communication Theory*. Waveland Press, Inc. Illinois.