

SENASI-FDD

SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI FAKULTAS DHARMA DUTA
IHDN DENPASAR

2018

TEMA:

"ILMU KOMUNIKASI DI ERA MILENIAL: KOMUNIKASI DIGITALISASI
DAN TRANSFORMASI RISET KOMUNIKASI"



PENERBIT IHDN PRESS

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL:
ILMU KOMUNIKASI DI ERA MILENIAL
KOMUNIKASI DIGITALISASI DAN
TRANSFORMASI RISET KOMUNIKASI**

Auditorium IHDN Denpasar, 22 Mei 2018



IHDN PRESS



PROSIDING SEMINAR NASIONAL:
ILMU KOMUNIKASI DI ERA MILENIAL
KOMUNIKASI DIGITALISASI DAN TRANSFORMASI RISET KOMUNIKASI
ISBN : 978-602-52589-1-6 Penerbit IHDN PRESS <http://ihdnpress.ihdn.ac.id>

Prosiding Seminar Nasional Komunikasi:

Tema: Ilmu Komunikasi di Era Milinial Komunikasi Digitalisasi dan Transformasi Riset Komunikasi

Susunan Panitia:

Penanggung Jawab: Prof. Dr. Drs. I Gusti Ngurah Sudiana, M.Si
Dr. Dra. Ida Ayu Tary Puspa, S.Ag., M.Ag
Ketua : Dr. I Ketut Wardana Yasa, SE.,M.Fil.H
Sekretaris : Drs. Ida Bagus Putu Supriadi, M.Si
Anggota : Dr. IDA Hendrawathy Putri, S.Sos.,M.Si
Putu Kussa Laksana Utama, M.Kom
Anggara Putu Dharma Putra, S.Ag.,M.Fil.H

ISBN : 978-602-52589-1-6

Diterbitkan oleh: IHDN PRESS

Reviewer:

Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si
D.Phil. Hermin Indah Wahyuni, M.Si
Dr. I Nyoman Yoga Segara, S.Ag., M.Hum
Dr. I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, S.Sos., M.Si

Editor :

Dr. Ni Made Yuliani, S.Sos., M.Fil.H
I Made Budiasa, S.Sos., M.Si
I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih, S.Sos., M.Si

Lay Out and Covering ::

Putu Kussa Laksana, M.Kom

Redaksi :

Jalan Ratna No. 51 Denpasar
Telp/Fax 0361 226656, Kode Pos 80237
Email: ihdnpres@gmail.com / ihdnpres@ihdn.ac.id
Web: ihdnpress.ihdn.ac.id / ihdnpress.or.id

Cetakan pertama: Agustus 2018

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit



KATA PENGANTAR DEKAN FAKULTAS DHARMA DUTA

Om Swastyastu,

Puji syukur dipanjatkan ke hadapan Tuhan yang Maha Esa karena berkat *wara nugraha*-Nyalah penerbitan Buku Prosiding Seminar Nasional yang diselenggarakan oleh Jurusan Komunikasi dan Penarangan Agama dapat diterbitkan dengan baik. Seminar yang diselenggarakan tanggal 22 Mei 2018 dengan tema “Ilmu Komunikasi di Era Milenial Komunikasi Digitalisasi dan Transformasi Riset Komunikasi” sangat penting maknanya bagi pengembangan wawasan dan pengetahuan terkait ilmu komunikasi kekinian di era milenial yang ditandai dengan digitalisasi dan globalisasi. Perkembangan zaman ini menuntut paradigma baru, metodologi riset yang sesuai dengan perkembangan. Buku Prosiding Seminar Nasional ini tentunya memiliki peranan yang sangat besar bagi perkembangan ilmu komunikasi yang kian dinamis khususnya bagi civitas akademika IHDN Denpasar dan umumnya untuk seluruh masyarakat pembaca.

Kami mengucapkan terima kasih dengan hati yang tulus, kepada para penulis prosiding seminar nasional ini yang telah memberikan pengetahuan dan sumbangan pemikirannya dalam buku prosiding ini. Ucapan terima kasih disampaikan pula kepada segenap panitia pelaksana Seminar Nasional Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar yang telah melakukan kerja keras, kerja cerdas, dan kerja ikhlas dalam penerbitan prosiding nasional ini. Tidak lupa Kami memohon maaf jika dalam buku ini ada yang kurang berkenan, mohon saran, kritik dan masukannya untuk penyempurnaan buku ini.

Om Santih, Santih, Santih Om

Denpasar, Agustus 2018
Dekan Fakultas Dharma Duta,

Dr. Dra. Ida Ayu Tary Puspa, S.Ag.M.Par.
NIP 196411262003122001



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DEKAN FAKULTAS DHARMA DUTA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
PERSEPSI EKSPATRIAT JEPANG TERHADAP AGAMA DI INDONESIA.....	1
PEMAHAMAN LITERASI INTERNET DENGAN PERILAKU <i>CYBERBULLYING</i> DI KALANGAN SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BANDUNG ...	9
RETORIKA <i>PUBLIC SPEAKING</i> DALAM AKTIVITAS KEPROTOKOLAN	24
METODE ETNOGRAFI VIRTUAL DALAM ANALISIS <i>CYBER-RELIGION</i> DI ERA DIGITALISASI.....	37
PERANAN PEREMPUAN DALAM MANAJEMEN KOMUNIKASI PADA PENGELOLAAN <i>HOMESTAY</i>	48
KONSEP TRI HITA KARANA MASYARAKAT HINDU TENGER DESA ARGOSARI LUMAJANG DALAM UPAYA KOMUNIKASI DENGAN TUHAN.....	56
<i>PUBLIC RELATIONS</i> MEMBANGUN IMAGE DAN GOODWILL ORGANISASI/PERUSAHAAN.....	79
KOMUNIKASI ORGANISASI BUDAYA MASYARAKAT	96
HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS	109
KONTRIBUSI PENDAPATAN KELUARGA MELALUI PERAN PEKERJA WANITA (STUDI TENTANG FENOMENA PEKERJA WANITA DI PERKEBUNAN KOPI LERENG GUNUNG GUMITIR DUSUN CURAH LEDUK DESA BANYUANYAR KALIBARU BANYUWANGI).....	125



PERAN <i>PUBLIC RELATIONS</i> BAGI JUPEN DALAM PEMBINAAN UMAT HINDU	155
FENOMENA BUDAYA ONLINE ANAK USIA DINI DI ERA DIGITAL.....	170
PERPUSTAKAAN 2.0 (LIBRARY 2.0) DAN PERUBAHAN PRILAKU KOMUNIKASI PUSTAKAWAN.....	184
<i>STRUGGLING OF WOMEN MASSAGERS IN NUSA DUA TOURISM AREA</i>	199
BUDAYA NGABEN BEYA TANEM DI WONGAYA GEDE, KECAMATAN PENEHEL, KABUPATEN TABANAN PROVINSI BALI	209
PERAN BANTEN BYAKALA (BYAKAON) SEBAGAI SIMBOL PENTING DALAM UPACARA KEAGAMAAN DARI PERSPEKTIF MAKNA DAN TUJUAN	220
PERKEMBANGAN, MANFAAT, DAN KELEMAHAN <i>E- COMMERCE</i>	230
KEBANGKITAN ENTERPRENEUR MUDA DALAM INDUSTRI KREATIF DI ERA MILINEAL.....	241
<i>THE ROLE OF WOMEN ON COMMUNICATION BETWEEN THE PRODUCTION ASSISTANT PRODUCTION WITH CREW PROGRAM “MORNING CALL” AT MEDIA NUSANTARA CITRA MUSIC CHANNEL</i>	256
KOMUNIKASI MEDITATIF BERDASARKAN KONSEPSI HINDU SEBAGAI SOLUSI BAGI KEMEROSOTAN SPIRITUALITAS MASYARAKAT MODERN.....	262
KETERPINGGIRAN PURA KEBO EDAN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN GIANJAR.....	278
STRATEGI <i>ONLINE BOOKING</i> DALAM MENGOPTIMALKAN OKUPANSI HOTEL BERBINTANG: STUDI KASUS DI KABUPATEN BADUNG	288



PERSEPSI EKSPATRIAT JEPANG TERHADAP AGAMA DI INDONESIA

Lavi Vitria Ivanty, Mohammad Shihab

e-mail: laviivanty@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora,
President University

Abstrak

Makalah ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana persepsi para ekspatriat Jepang di Indonesia terhadap agama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti melakukan wawancara kepada lima warga ekspatriat Jepang terpilih yang bersedia menjadi partisipan. Hasilnya dijabarkan ke dalam beberapa kategori. Pertama, penyebab para informan tidak memiliki agama adalah karena tidak mendapatkan pengenalan dari lingkungan keluarga, pendidikan, dan karena adanya kekhawatiran agama mempengaruhi hubungan antar pribadi. Kedua, para informan tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang agama domestik di Jepang. Ketiga, para informan tidak memiliki ketertarikan yang berarti terhadap ajaran agama. Para informan tidak merasa terganggu dengan aktivitas keagamaan yang dilakukan oleh rekannya dan tetap menghargai dengan mengikuti perayaan-perayaan hari raya natal.

Kata kunci: masyarakat Jepang, agama, fenomenologi, persepsi

Pendahuluan

Jepang merupakan salah satu negara maju di benua Asia dengan sejumlah ciri khas. Secara geografis, negara ini terdiri atas empat pulau utama yakni Hokkaido, Honshu, Shikoku, dan Kyushu, dan 4000 pulau kecil lainnya. Luas wilayah negaranya mencapai 378,000 Km² dengan jumlah penduduk mencapai 128 juta jiwa (Adriani, 2007). Dari segi agama, masyarakat Jepang termasuk dalam kategori sekuler dan tidak begitu peduli dengan agama (Herlina, 2011). Meski demikian, pemerintah Jepang menjamin kebebasan warganya untuk menjalankan agama dan kepercayaan yang dianutnya. Realitas ini tentunya berbeda dengan kehidupan masyarakat di Indonesia yang sangat lekat dengan agama. Tuntutan pekerjaan seringkali membuat



masyarakat Jepang bekerja dan menetap di negara lain, termasuk Indonesia. Kehidupan masyarakat Indonesia yang beragama tentunya berkontribusi pada pembentukan persepsi para ekspatriat Jepang terhadap agama sebagai hasil dari interaksi sosial yang terjadi dengan warga lokal. Karena itu, makalah ini akan mengeksplorasi persepsi dan pengalaman para ekspatriat Jepang terhadap agama. Secara akademis, makalah ini diharapkan dapat memperkaya referensi dalam ilmu sosial dan dapat menjadi rujukan bagi masyarakat yang ingin berinteraksi dengan warga Jepang secara praktis.

Metodologi

Makalah ini dikembangkan dengan metode kualitatif dengan mengadopsi pendekatan fenomenologi. Menurut Lindlof, pendekatan fenomenologi merupakan salah satu pendekatan dalam paradigma interpretif (Kuswarno, 2006). Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan pengalaman tentang sebuah fenomena dari perspektif para informan. Wawancara dilakukan kepada lima partisipan yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk mengumpulkan data. Teknik wawancara dipilih agar peneliti dapat mengeksplorasi pemahaman tentang topik penelitian dari perspektif para partisipan (Daymon & Holloway, 2011).

Hasil dan Pembahasan

Kepercayaan pada agama

Sudah menjadi hal yang umum bagi masyarakat Jepang tidak mempercayai agama. Padahal, Jepang memiliki sejumlah agama dan Shinto adalah agama yang telah ada sejak lama dianut oleh masyarakat Jepang. Namun demikian, (Befu, 1987), berpendapat bahwa Shinto tidak cocok disebut sebagai sebuah agama karena agama ini adalah sistem kepercayaan primitif yang menggabungkan kepercayaan terhadap roh-roh, jiwa-jiwa, hantu-hantu, dan sebagainya (Rahmah, 2013).

Peneliti melakukan wawancara kepada lima partisipan, di mana empat di antaranya mengaku tidak mempercayai agama. Satu partisipan lainnya, MZT, telah memeluk agama Islam sejak satu tahun yang lalu. MZT menyatakan diri untuk memeluk agama Islam di Bandung.

“Ya saya percaya Islam. Saya masuk Islam dibandung, masjid salman ITB tahun kemarin bulan dua,” tutur MZT.

MZT yang telah memeluk agama Islam memiliki alasan tersendiri memilih untuk memeluk sebuah agama. Saat diwawancara, MZT mengalami kesulitan menjelaskan mengapa ia mempercayai agama.

“Pertanyaan ini susah sekali, saya saja tidak tahu kenapa saya percaya Allah. Mungkin karena saya selalu merasa sendirian, selalu merasa kesepian, maka saya bisa minta pertolongan sama Tuhan Yang Maha Esa,” katanya.

Berbeda dengan MZT yang mempercayai agama, empat informan lain juga mengemukakan alasan kenapa mereka tidak memiliki agama. Ada beberapa alasan mengapa keempat informan tidak mempercayai agama. Pertama, karena agama tidak diperkenalkan oleh orang tua partisipan. Hal ini dialami oleh TRY yang tidak memahami apa itu agama.

“Karena orangtua saya juga tidak mempercayai agama, dan karena tidak tahu bagaimana caranya mempercayai agama. Saya pun tidak terpikir tentang agama sejak masih bayi,” kenang TRY.

Hal yang sama juga turut dirasakan oleh YBC. Menurutnya, orangtua memiliki pengaruh terhadap agama anak-anaknya.

“...karena percaya atau tidak percaya pada sebuah agama itu adalah pengaruh dari orangtua,” kata YBC.

Tidak adanya pendidikan agama juga menjadi alasan mengapa para partisipan tidak memiliki pengetahuan tentang agama. Para partisipan tidak diperkenalkan kepada agama sejak mereka bayi. Ditambah lagi dengan tidak banyak sekolah yang mengajarkan agama.

Persepsi terhadap Agama Domestik di Jepang

Agama-agama sama seperti Islam, Kristen, Buddha, Katolik, merupakan agama yang baru masuk di Jepang pada akhir masa prasejarah dan sejarah awal (Rahmah, 2013). Masuknya agama Samawi di Jepang diyakini terjadi jauh setelah kepercayaan Shinto terbentuk di Jepang. YBC pun menambahkan perihal kepercayaannya pada sebuah agama. Menurutnya, Jepang memiliki banyak agama dengan perbedaan ajaran yang cukup



tipis. Ia mengatakan bahwa di Jepang agama menjadi hal yang sangat pribadi dan perlu dirahasiakan. Hal ini dikarenakan agama dianggap menjadi konsep cara berfikir seseorang terhadap pasangannya.

“...maka dari itu, saya akan merahasiakan kalau Anda mempercayai agama, karena Anda dapat mengekspos cara berfikir terhadap pasanganmu,” ungkapnya.

Hal ini sesuai dengan makalah yang menyatakan bahwa orang Jepang tidak peduli dengan agama yang dianut orang lain dan tidak suka memamerkannya bila menganut sebuah agama (Mulyadi, 2017). YBC menjelaskan bahwa agama domestik di Jepang lebih mempengaruhi hubungan manusia di Jepang dibandingkan dengan agama *Islam, Kristen, Buddha*, yang dianggap sebagai agama yang sudah ada sejak lama.

“Ada banyak agama lain di Jepang (agama domestik), ada juga ajaran yang saling bertentangan, jadi hubungan manusia akan terpengaruh. Contoh dari agama domestik adalah Sokka gakkai, Konfuku no kagaku, Nichiren syuu,” tutur YBC.

Sebagai informasi, *Sokka gakkai* merupakan aliran Buddha yang didirikan pada tahun 1930 dan memiliki motto kedamaian, budayadan pendidikan (Mulyadi, 2017). Meskipun demikian, YBC tidak pernah merasa khawatir karena keluarganya bukan keluarga yang religius. Penting menurutnya tidak antipati terhadap ajaran agama. Menurutny, agama tidak akrab menurut sebagian masyarakat Jepang yang juga sama sepertinya.

Tidak semua partisipan mengenal agama domestik di Jepang demikian pula dengan TRY. Peneliti menemukan pendapat berbeda dari TRY dibanding dengan partisipan lainnya, yang mengaku tidak mengetahui tentang ajaran agama domestik di Jepang. Menurutny, agama domestik seperti *Sokka gakkai, Konfuku no kagaku, Nichiren syuu* memiliki citra yang buruk.

“Saya tidak tahu, yang pasti hampir setiap orang memiliki citra yang buruk khususnya Souka gakkai. Tidak ada yang tau apa yang mereka lakukan. Itu juga bukan agama yang besar dan terkenal. Islam, Kristen, dan Buddha mungkin memiliki Tuhan yang baik, mereka memiliki sejarah, terkenal, dan aman untuk mereka penganutnya,” tutur TRY.

Informan lainnya, NKM, juga ternyata memiliki pengalaman dengan agama domestik Jepang. Dia diperkenalkan

dengan agama domestik Jepang *Tenrikyo* oleh kakek dan neneknya yang memeluk agama tersebut. Ia menceritakan pengalaman saat mengunjungi pusat ibadah agama itu. Menurutnya, banyak orang sedang berdoa dan tidak mengerti untuk apa mereka berdoa, ia merasa pemandangan itu sangat menakutkan baginya.

“Saya telah mengalami orang-orang yang memperkenalkan agama kepada saya. Agama itu adalah Tenrikyo. Orang yang memperkenalkan itu adalah kakek dan nenek, karena mereka mempercayai Tenrikyo. Ketika saya pergi ke pusat agama itu untuk melihat kegiatan yang dilakukan dan pada saat itu saya merasa takut, karena ada banyak orang dan mereka sedang berdoa. Saya tidak dapat mengerti mengapa mereka berdoa, karena saya masih bersekolah dasar pada saat itu. Pemandangan itu seperti menakutkan untuk saya,” ujarnya.

MZT pun sebagai penganut agama Islam memiliki pendapat yang sama dengan apa yang dikatakan oleh TRY mengenai agama besar seperti *Islam*. MZT mengaku telah mempelajari beberapa kitab dan membandingkannya. Menurutnya, Islam itu berbeda dengan kitab agama yang lain karena ajarannya yang tak berubah sejak zaman awal. Karena itu, ia percaya pada Islam.

“Kenapa Islam? Islam itu berbeda sama agama yang lain, karena ajarannya tak berubah dari zaman awal, maka saya bisa percaya. saya dulu membandingkan beberapa kitab, akhirnya memilih islam. Karena al-quran itu saya terasa kayak puisi atau lagu oleh Tuhan, indahnya luar biasa,” tuturnya.

MZT tertarik dengan Islam karena ia merasa tersentuh dengan lantunan Alquran. Selain itu juga, dikantor ia memiliki beberapa teman beragama Islam yang memiliki akhlak bagus. Hal itulah yang membuat ia merasa lebih tertarik dengan Islam.

Ketertarikan pada Agama

Sikap dan kehidupan masyarakat Jepang terhadap sebuah agama turut dipengaruhi oleh agama-agama besar yang masuk ke Jepang. Seorang Jepang dapat mempercayai dewa atau Tuhan dari beberapa agama hingga menggabungkan ajaran-ajaran tersebut tanpa berpikir bahwa ajaran agama satu dan lainnya saling bertentangan (Rahmah, 2013).



Ketika menanyakan kepada lima partisipan tentang ketertarikan mereka kepada sebuah agama, dua partisipan mengaku tidak merasa tertarik dengan agama, yaitu NKM dan YBC. YBC menambahkan bahwa meskipun tidak memiliki agama, dia merasa perlu berterima kasih kepada orangtua dan para leluhurnya, dan juga mengatakan banyak orang Jepang yang memiliki altar mezbah di rumah mereka dan memanjatkan doa setiap hari. YBC merasa tidak terpaku pada kategori agama tertentu, tetapi selalu mengapresiasi itu karena itu adalah bentuk dari ekspresi masing-masing.

“Bahkan jika tidak ada agama, saya merasakan hal yang sama untuk berterimakasih kepada orangtua dan leluhur. Banyak orang Jepang memiliki altar Mezbah di rumah mereka, dan menaikan tangan setiap hari. Saya tidak terpaku pada kategori agama, tetapi selalu mengapresiasi itu, karena merupakan ekspresi masing-masing,” YBC

Tiga partisipan lainnya merasa tertarik dengan sebuah agama seperti yang sudah pasti telah memiliki keyakinan seperti MZT. Namun dua dari tiga partisipan memiliki alasan-alasan tersendiri seperti HZW yang menyatakan tertarik dengan agama Buddha. Itu karena kebanyakan kerabatnya adalah biksu buddha. Walaupun ia merasa tidak ada yang istimewa dengan Buddha. TRY mengaku tertarik pada sebuah agama, tetapi tidak mempercayai agama tertentu. TRY juga ingin merasakan rasanya memiliki agama, tetapi ia tidak pernah memiliki kesempatan itu. Ia mengaku tidak ada satupun orang yang mengajarkannya tentang agama.

“Ya, Buddha. Karena kerabat saya adalah biksu Buddha. Tidak ada yang istimewa, Sekarangpun saya tidak menyembah Buddha,” HZW.

“Ya, saya pernah tertarik dengan agama, hanya agama, tapi tidak mempercayai agama tertentu. Saya mau mengetahui bagaimana rasanya memiliki agama tetapi tidak ada kesempatan,” TRY.

Walaupun sebagian dari mereka tidak tertarik dengan agama, mereka mengungkapkan bahwa mereka pernah mengikuti kegiatan keagamaan. Mereka menceritakan pengalaman mereka mengikuti kegiatan keagamaan, seperti NKM dan YBC yang mengikuti kegiatan pesta natal. Namun, mereka tidak melakukan kegiatan perayaan natal yang

sesungguhnya, seperti yang dilakukan umat Kristen pada umumnya. Mereka hanya mencari kesenangan saja seperti berkumpul dengan teman atau saudara untuk makan dan minum bersama.

“Untuk pesta natal, berbeda dengan perayaan di kalangan pemeluk Kristen sesungguhnya, kami tidak religius. Kami hanya akan bergabung, menurutku,” ujar YBC.

“Ini hanya pesta natal, itu hanya memberikan kesenangan bagiku. Tetapi saya bukan orang Kristen, saya hanya berpartisipasi dalam kegiatan itu. Pestanya hanya untuk menikmati makan dan minum diantara teman-teman,” tutur NKM.

Sementara itu informan lainnya, MZT mempunyai jawaban sendiri mengenai perayaan keagamaan. Ia mengaku pernah mengikutinya. Menurutnya, karena baru memeluk agama Islam hingga harus ikut merasakan aktivitas apa yang dilakukan dalam ajaran agama islam. MZT telah mengikuti perayaan Islam seperti Idul Fitri, Idul Adha, dan lainnya.

Perasaan terhadap Pemeluk Agama Lain

Kelima partisipan yaitu HZW, NKM, YBC, TRY, dan MZT mengaku tidak terganggu dengan kerabat maupun rekan-rekan mereka yang menjalankan kegiatan atau perayaan keagamaan. Salah satu partisipan HZW yang merasa terganggu karena tidak ada orang disekitarnya yang menjalankan aktivitas tersebut. Dia mempersilahkan jika temannya menjalankan kegiatan itu. Dia percaya pada dasarnya orang beragama maupun tidak beragama tidak saling menyerang atau menyalahkan tetapi itu adalah masalah yang sulit.

“Sebenarnya, itu tergantung pada agama atau siapa, laki-laki atau perempuan. Tidak ada orang disekitarku yang berdedikasi dengan aktivitas itu. Saya mempersilahkan kalau teman saya ingin bergabung dalam aktivitasitu. Saya percaya seseorang mempunyai hak untuk percaya pada agama. Dan saya percaya pada dasarnya mereka tidak seharusnya menyerang atau menyalahkan agama lain. Tetapi saya tahu itu bukan masalah yang sederhana,” kata HZW.

Begitupun dengan pendapat TRY yang tidak merasa terganggu karena TRY mengerti mereka harus melakukan



aktivitas itu meskipun saya tidak mengerti untuk apa mereka melakukan hal tersebut.

“Saya tidak merasakan apapun. Saya telah mengerti mereka harus melakukan aktivitas itu meskipun saya tidak mengerti untuk apa mereka melakukan hal itu,” tutur TRY.

SIMPULAN

Kebebasan masyarakat Jepang untuk memeluk agama dijamin oleh negaranya. Demikian pula termasuk para ekspatriat Jepang yang tinggal di Indonesia. Para ekspatriat Jepang yang berpartisipasi tidak memiliki agama karena tidak mendapatkan pengenalan dan pengetahuan tentang agama sejak lahir dari keluarga (orangtua); tidak diperkenalkan di institusi pendidikan formal; dan agama mempengaruhi hubungan antar pribadi. Meskipun tidak beragama, para informan turut berpartisipasi dalam pesta dan perayaan hari raya natal untuk menghargai teman-temannya. Para informan tetap menghargai dan tidak merasa terganggu dengan aktivitas keagamaan yang dijalankan oleh rekan-rekannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S. D. (2007). Eksistensi Agama Shinto Dalam Pelaksanaan Matsuri di Jepang. *LINGUA CULTURA*, Vol.1, No.2, 132-141.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2011). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications* (2nd Ed.). New York: Routledge.
- Herlina, S. (2011). Suatu Telaah Budaya: Agama dalam Kehidupan Orang Jepang. *Jurnal AL-Azhar Indonesia Seri Humaniora*, Vol. 1, No. 2, 113-118.
- Kuswarno, E. (2006). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah Pengalaman Akademis. *Mediator*, Vol. 7, No. 1, 47-58.
- Mulyadi, B. (2017). Konsep Agama Dalam Kehidupan Masyarakat Jepang. *IZUMI*, 6(1). doi:<http://dx.doi.org/10.14710/izumi.6.1.%p>
- Rahmah, Y. (2013). Unsur Budaya Masyarakat Jepang Dalam Sanmai No Ofuda. *IZUMI*, 1 (1). doi:<http://dx.doi.org/10.14710/izumi.1.1>.



PEMAHAMAN LITERASI INTERNET DENGAN PERILAKU *CYBERBULLYING* DI KALANGAN SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Ute Lies Siti Khadijah¹, Agus Rusmana¹, Tuti Nour Khasanah¹

ute.lies@unpad.ac.id, a.rusmana@unpad.ac.id,
tutinourkhasanah@gmail.com

¹Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran

Abstrak

Literasi internet merupakan kemampuan penting yang harus dimiliki oleh setiap orang terutama pada era digital seperti sekarang ini. Terbukti sebagian besar kegiatan manusia tidak bisa lepas dari alat-alat yang berbasis teknologi digital. Hampir semua interaksi manusia menggunakannya sebagai sebuah medium komunikasi. Dampak yang ditimbulkan dari ketidak pahaman kalangan remaja dalam menggunakan internet yaitu bisa berpengaruh negatif pada sikap dan perilaku mereka. Salah satu dampak negatif dari perubahan sikap dan perilaku remaja yang saat ini sedang menjadi isu hangat yaitu maraknya perilaku *cyberbullying*, khususnya siswa sekolah menengah pertama dan atas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemahaman literasi internet terhadap perilaku *cyberbullying*. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi deskriptif. Populasi dari penelitian ini yaitu siswa SMA kelas XI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi internet dikatakan sebagai hasil atau sebuah kemampuan yang didapatkan melalui belajar. Belajar adalah bagian dari proses Pendidikan. Pendidikan tersebut jika distimulus atau dalam artian literasi internet ini diberikan kepada pelajar sehingga diterima sebagai sebuah respons yang dapat diamati, yaitu berupa perilaku dalam berinternet. *Cyberbullying* kini banyak dilakukan oleh para remaja, hal ini karena kurangnya pengawasan dan kendali dari orangtua ataupun guru dalam memberikan arahan dalam menggunakan internet. Tindakan *cyberbullying* ini bisa terjadi pada siapa saja, dan biasanya remaja yang menjadi korban *cyberbullying* akan sulit untuk menceritakan



pada orang lain termasuk orangtuanya sendiri. Pengetahuan siswa dalam penggunaan internet membuat mereka menjadikannya sebagai sebuah sarana berkomunikasi secara intensif dengan siswa lainnya.

Kata Kunci : literasi internet, *cyberbullying*, siswa SMA

Pendahuluan

Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2006 mengatakan bahwa *Internet Literacy* adalah kemampuan menggunakan pengetahuan teoretis dan praktis mengenai internet sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi manusia yang memerlukannya¹. Seseorang yang memiliki kemampuan ini dikatakan sebagai seorang yang literate terhadap internet. Ketika seseorang memiliki literasi internet maka akan paham bagaimana menggunakan internet secara bijak, baik, dan benar. Literasi internet menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki oleh setiap orang terutama pada era digital seperti sekarang ini. Terbukti sebagian besar kegiatan manusia tidak bisa lepas dari alat-alat komunikasi yang berbasis teknologi digital. Hampir semua interaksi manusia menggunakannya sebagai sebuah medium komunikasi (Yusup dan Subekti, 2010: 46).

Maka berkenaan dengan literasi internet ini, pada tanggal 7-8 Maret 2002 di Berlin, Jerman telah dilaksanakan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT). Konferensi tersebut diberi nama *21st Century Literacy Summit*. Dalam KTT ini disebutkan bahwa standar literasi untuk abad 21 berkaitan dengan tantangan yang akan dihadapi serta sejalan dengan perkembangan ilmu dan teknologi. Berdasarkan identifikasi tersebut, direkomendasikan pada berbagai institusi tentang cara-cara mendukung individu-individu agar bisa memetik manfaat dari perangkat dan sumber daya pada abad digital², sehingga dalam hal ini dituntut untuk

¹Wahab, Riva'atul Adaniah. 2012. Analisis Akses Dan Penggunaan Internet Sebagai Evaluasi Tingkat Literasi Internet Masyarakat Di Provinsi Sulawesi Utara.

https://www.academia.edu/11622674/Analysis_of_Access_and_Use_of_The_Internet_as_Evaluation_Internet_Literacy_of_Society_In_North_Sulawesi/ diakses pada tanggal 14 september 2015 pukul 19.26 WIB.

²Sumiaty, Noneng dan Neti Sumiaty. Literasi Internet pada Siswa Sekolah Menengah

memiliki kemampuan literasi lain, di luar melek huruf, seperti literasi internet dan literasi informasi.

Akan tetapi istilah literasi internet sendiri masih asing ditelinga kebanyakan masyarakat Indonesia terutama kalangan remaja yang *notabene* adalah pengguna internet yang paling banyak. Dilansir dari tekno.kompas.com disebutkan bahwa hasil penelitian terbaru mencatat pengguna internet di Indonesia yang berasal dari kalangan anak-anak dan remaja diprediksi mencapai 30 juta. Sebanyak 98% dari anak dan remaja mengaku tahu tentang internet dan 79,5% di antaranya adalah pengguna internet³. Ketidapahaman remaja mengenai penggunaan internet ini pun dibuktikan pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Nurmaya (2016) menyatakan bahwa remaja yang menggunakan internet baik itu internet sosial seperti *Facebook*, tidak mengetahui *agreement* dari internet sosial tersebut. Selain itu, dalam aturan pengguna internet sosial sendiri, misalnya. *Facebook* tercantum bahwa pengguna dari akun *Facebook* harus sudah berumur 13 tahun. Akan tetapi sekarang ini bisa dilihat banyak siswa SD yang telah memiliki akun sosial *Facebook*. Padahal usia anak SD sekitaran 7-12 tahun. Kemudian banyak juga kasus-kasus kalangan remaja yang sering melihat video pornografi melalui internet. Hal tersebut adalah contoh kecil, yang memperlihatkan fakta bahwa banyak kalangan remaja yang tidak mengerti dengan baik dalam menggunakan internet sesuai dengan aturannya. Kemudian dampak lain yang ditimbulkan dari ketidakpahaman kalangan remaja dalam menggunakan internet yaitu bisa berpengaruh negatif pada sikap dan perilaku mereka. Salah satu dampak negatif dari perubahan sikap dan perilaku remaja yang saat ini sedang menjadi isu hangat yaitu maraknya perilaku *cyberbullying* yang terjadi dikalangan remaja, khususnya adalah siswa sekolah menengah pertama dan atas.

Cyberbullying yaitu bentuk perilaku mengintimidasi atau mengejek melalui sarana teknologi Internet atau dunia maya

Pertama. <http://bppkibandung.id/index.php/jpk/article/view/8/10> diakses pada tanggal 26 Maret 2016 pukul 19.43 WIB.

³Aditya Panji, 2014. *Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia*. <http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia>. Diakses pada tanggal 14 Januari 2017 pukul 08.18 WIB.



(*cyber*) yang dilakukan secara berulang yang menyebabkan ketidaknyamanan pada orang lain (korban *cyberbullying*). *Cyberbullying* kini banyak dilakukan oleh para remaja terutama dalam komunikasi melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, dan masih banyak lagi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh www.knowthenet.org.uk, didapatkan hasil bahwa media sosial *Facebook* menempati posisi tertinggi sebagai media atau tempat untuk melakukan tindakan *cyberbullying* yaitu sebesar 87%. Menurut hasil penelitian ini juga dikatakan bahwa sebanyak 49% remaja diketahui menjadi korban *bullying* pada dunia nyata, sedangkan 65% dari mereka adalah korban dari *cyberbullying* bermedia sosial⁴. Tindakan *cyberbullying* sendiri tidak bisa dipandang sepele sebagai kenakalan remaja yang biasa, namun harus jadi perhatian serius karena dari kasus *cyberbullying* bisa saja mengakibatkan nyawa seseorang menjadi taruhannya. Dilansir dari *ictwatch.com*, dikatakan bahwa satu dari 5 anak korban *cyberbullying* berpikir untuk melakukan bunuh diri. Bahkan 1 dari 10 korban *cyberbullying* melakukan tindakan bunuh diri. Sehingga dalam setahun, ada sekitar 4500 anak yang mengakhiri nyawanya sendiri⁵. Salah satu contoh kasus yang pernah terjadi yaitu dilansir dari sebuah berita online, bahwa kasus terburuk yang pernah terjadi terkait *cyberbullying* pernah dialami oleh seorang remaja berusia 16 tahun di AS yang bernama Amanda Todd. Hal ini terjadi ketika Amanda Todd, memasang gambar yang kurang sopan pada akun internet sosial miliknya, dan akhirnya remaja tersebut di *bully* habis-habisan oleh teman internet sosialnya yang merupakan teman sekolahnya juga. Aksi *bullying* yang awalnya terjadi di dunia maya akhirnya terbawa hingga dunia nyata. Pada akhirnya, karena aksi *bullying* yang terus menerus dialaminya, Amanda Todd memilih untuk bunuh diri. Diduga hal tersebut

⁴Akbar, Muhammad Alam dan Prahasriwi Utari. 2015. *Cyberbullying pada Internet Sosial (Studi Analisis isi tentang Cyberbullying pada Remaja di Facebook)*.
<http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf>/diakses pada tanggal 02 April 2016 pukul 09.37 WIB.

⁵ Ninette Ika Asyifa, “ *Cyberbullying: Membunuh dengan Kecanggihan*”
<http://unjita.com/cyberbullying-membunuh-dengan-kecanggihan/> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 Pukul 9.11 WIB.

dilakukannya karena depresi berat akibat aksi *bullying* yang telah dialaminya⁶.

Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya *cyberbullying* dikalangan remaja, mulai dari emosi yang tidak stabil dari remaja tersebut dan lingkungan sekitar. You Gov, sebuah lembaga riset internet asal Inggris, merilis penelitian terbarunya yang mengatakan bahaya *cyberbullying* semakin marak terjadi dikalangan anak sekolah. Bahkan 73% atau 2/3 dari 701 guru yang menjadi partisipan mengaku pernah menemukan kasus *cyberbullying* yang terjadi disekolah. Salah satu sebab mengapa *cyberbullying* terjadi dikalangan remaja adalah karena 42% guru tidak memberikan pelajaran atau memberikan panduan menggunakan internet sehat dan bahaya yang ditimbulkan oleh internet⁷. Selain itu, kurangnya pengawasan dan kendali dari orangtua dalam menggunakan internet pun bisa menjadi salah satu sebabnya.

Cyberbullying yaitu pada dasarnya terdiri dari dua kata yaitu *cyber* (dunia maya/internet) dan *bully* yang berarti tindakan mengejek, menganiaya baik secara lisan maupun tindakan kekerasan fisik pada orang lain. Secara singkat *cyberbullying* merupakan segala bentuk kekerasan verbal yang dialami dan dilakukan oleh anak atau remaja melalui dunia *cyber* atau internet. Buku Patchin dan Hinduja yang berjudul *Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cyberbullying*, mengatakan bahwa *cyberbullying* secara singkat didefinisikan sebagai perbuatan yang berbahaya yang dilakukan secara berulang-ulang melalui media elektronik (Patchin, 2008)⁸. Kemudian menurut Kowalski, Limber, Agatston, dalam buku mereka yang berjudul *Cyberbullying: Bullying in the digital age*, mengatakan bahwa

⁶ Yudhianto. 2013.

<http://inet.detik.com/read/2013/02/21/070522/2175639/398/bahaya-cyberbullying-dendam-kesumat-hingga-bunuh-diri/> diakses pada tanggal 19 Mei 2015 pukul 21.31 WIB.

⁷ M.Reza Sulaiman, "Salah Satu Penyebab Maraknya Cyberbullying" <https://inet.detik.com/read/2014/09/30/092404/2704919/398/salah-satu-penyebab-maraknya-cyberbullying> diakses pada tanggal 15 Desember 2016 pukul 09.11 WIB

⁸ Putri, Fanny Aulia. 2014. Opini Siswa terhadap Cyberbullying di Media Sosial. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf> diakses pada tanggal 24-3-16 pukul 7.35 WIB.



Cyberbullying adalah bentuk intimidasi yang terjadi melalui sarana teknologi, seperti jejaring sosial dan pesan instan⁹.

Tindakan *Cyberbullying* sendiri terjadi ketika seorang anak atau remaja diejek, dihina, diintimidasi, atau dipermalukan oleh remaja lain seusia mereka melalui internet atau media sosial, seperti melalui media *Facebook*, *Twitter*, *Path*, dan masih banyak lagi. Di antara media sosial tersebut *Facebook* menjadi tempat yang sering terjadi tindakan *cyberbullying*, ini terbukti dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh www.knowthenet.org.uk, mendapatkan hasil bahwa media sosial *Facebook* menempati posisi tertinggi sebagai media atau tempat untuk melakukan tindakan *cyberbullying* yaitu sebesar 87%. Menurut hasil penelitian ini juga dikatakan bahwa sebanyak 49% remaja diketahui menjadi korban *bully* pada dunia nyata sedangkan 65% dari mereka adalah korban dari *cyberbullying*¹⁰.

Cyberbullying dianggap valid apabila pelaku dan korban berusia di bawah 18 tahun dan secara hukum belum dianggap dewasa. Sebab bila salah satu pihak yang terlibat ataupun keduanya sudah berusia di atas 18 tahun, maka kasus tersebut akan dikategorikan sebagai *cyber crime* atau *cyber stalking* (sering juga disebut *cyber harassment*)¹¹. *Cyberbullying* lebih mudah dilakukan daripada kekerasan konvensional karena si pelaku tidak perlu berhadapan muka dengan orang lain yang menjadi korbannya. *Cyberbullying* kini banyak dilakukan oleh para remaja, hal ini karena kurangnya pengawasan dan kendali dari orangtua ataupun guru dalam memberikan arahan dalam menggunakan internet. Tindakan *cyberbullying* ini bisa terjadi pada siapa saja, dan biasanya remaja yang menjadi korban *cyberbullying* akan sulit untuk menceritakan pada orang lain termasuk orangtuanya sendiri.

⁹ Ibid,

¹⁰ Akbar, Muhammad Alam dan Prahasriwi Utari. 2015. *Cyberbullying pada Media Sosial (Studi Analisis isi tentang Cyberbullying pada Remaja di Facebook)*.
<http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf>, diakses pada tanggal 02 April 2016 pukul 09.37 WIB.

¹¹ Putri, Fanny Aulia. 2014. *Opini Siswa terhadap Cyberbullying di Media Sosial*.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf>, diakses pada tanggal 24-3-16 pukul 7.35 WIB.

Perbedaan antara *bullying* dengan *cyberbullying* yaitu *bullying* dilakukan dalam dunia nyata, misalkan seorang remaja mengejek atau mengintimidasi teman remaja lainnya baik secara fisik dan non fisik. Sedangkan *cyberbullying* dilakukan dalam dunia maya (*cyber*) dalam bentuk kekerasan verbal seperti mengejek, menghina, dan mengancam teman remaja lainnya misalnya melalui media sosial. Maka dapat dikatakan bahwa perilaku *cyberbullying* yaitu bentuk perilaku mengintimidasi atau mengejek melalui sarana teknologi atau dunia maya (*cyber*) yang dilakukan secara berulang yang menyebabkan ketidaknyamanan pada orang lain (korban *cyberbullying*). Perilaku *cyberbullying* ini dapat dikatakan sebagai tingkah laku yang dilakukan secara sengaja untuk memberikan tekanan secara psikologis dengan melakukan kekerasan verbal kepada korbannya. Perilaku *cyberbullying* dapat dilakukan dengan 3 metode yaitu *direct attacks* (pesan yang dikirimkan secara langsung ke korban/target), *posted and public attacks* (dirancang untuk mempermalukan korban/target dengan *me-posting* atau menyebarkan informasi atau gambar-gambar yang memalukan ke publik), dan *cyberbullying by proxy* yaitu memanfaatkan orang lain untuk membantu mengganggu korban, baik dengan sepengetahuan orang lain tersebut atau tidak¹²

Bentuk *Cyberbullying*

Penelitian yang dilakukan Price dan Dalglish (2010) pada 548 remaja Australia dan juga didukung oleh penelitian-penelitian lainnya (Patchin, 2009) menggarisbawahi bentuk-bentuk *cyberbullying* yang dilakukan oleh pelaku remaja pada media internet. Bentuk-bentuk *cyberbullying* yang ditemukan antara lain:

a) *Name Calling* (Pemberian Nama Negatif)

Pemberian nama negatif adalah bentuk serangan *cyberbullying* untuk memberi label buruk terhadap korban. Seorang pakar *bullying*, Sherry Gordon (bullying.about.com, 2014) mengemukakan bahwa pemberian nama negatif atau yang kerap disebut *name-calling* adalah salah satu bentuk *cyberbullying* yang

¹²Putri, Fanny Aulia. 2014. Opini Siswa terhadap Cyberbullying di Media Sosial.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf>
 diakses pada tanggal 24-3-16 pukul 7.35 WIB.

paling membahayakan. Pemberian nama negatif adalah berbahaya karena memaksa untuk mengecap seseorang yang bukan dirinya. Contoh dari pemberian nama negatif misalnya memanggil nama seseorang dengan sebutan nama hewan (Anjing, Monyet, Babi, dll) atau bisa juga memanggil nama seseorang dengan panggilan fisik (gendut, sipit, hitam, dll). Tindakan seperti ini sangat sering terjadi di media sosial, seperti *Facebook*.



Gambar 2.1 Contoh Pemberian Nama Negatif Pada Orang Lain

b) *Image of Victim Spread* (Penyebaran Foto)

Image of victim spread menurut Price dan Dalgleish (2010) adalah wujud dari ungkapan ekspresi pelaku untuk menghibur dirinya maupun orang lain dengan memakai foto korban sebagai objek hiburan. Namun, disisi lain Price dan Dalgeish juga mengutarakan bahwa penyebaran foto pribadi korban adalah aksi untuk membuat malu korban. Dalam ke empat kasus yang diteliti, diketahui pada tiap kasus pelaku menampilkan foto pribadi korban yang diunggah kedalam Facebook dan dijadikan hinaan secara masif.

c) *Threatened Physical Harm* (Mengancam Keselamatan Fisik)

Cyberbullying juga dapat mengancam keselamatan orang lain. Dalam hal ini, komentar-komentar yang berisi kata “mati” atau “bunuh” menjadi erat kaitannya dengan eksistensi keselamatan orang lain pada dunia nyata. Salah satu contoh serangan *bullying* pada Facebook di kasus yang diteliti mengancam keselamatan adalah pada kasus Safitri. Terdapat beberapa pelaku pembantu yang menuliskan kalimat ancaman yang dapat berpengaruh pada keselamatan Safitri.

d) ***Opinion Slammed*** (Pendapat Yang Merendahkan)

Opini merendahkan adalah pendapat yang ditulis pelaku kepada korban untuk menghina keadaan atau penampilan korban. Dalam pengamatan terhadap keseluruhan kasus, terdapat komentar-komentar yang bermuatan *cyberbullying* yaitu merendahkan korban¹³. Kata-kata yang termasuk pada *opinion slammed* yaitu seperti, “dasar bodoh”, “jelek”, “dasar miskin”, “pengecut” dan masih banyak lagi. Kata-kata tersebut sering kali digunakan oleh banyak orang terutama remaja untuk merendahkan dan menghina orang lain di media sosial, seperti *Facebook*.



Gambar 2.2 contoh pendapat yang merendahkan orang lain

¹³Akbar, Muhammad Alam dan Prahasriwi Utari. *Cyberbullying pada Media Sosial (Studi Analisis isi tentang Cyberbullying pada Remaja di Facebook)*. <http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf>. diakses pada tanggal 02 April 2016 pukul 09.37 WIB.

Selain itu, www.infopsikologi.com menuliskan bahwa ada beberapa bentuk praktek *cyberbullying* yaitu diantaranya sebagai berikut:

1. Mengirimkan pesan berisi hinaan atau ancaman.
2. Menyebarkan gosip atau berita burung yang tidak menyenangkan lewat *Email*, *status updates*, atau komentar di jejaring sosial (*Facebook*, *Twitter*, *Google+* dan lain-lain).
3. Pencuri identitas online. Membuat akun (*account*) dan profil palsu tentang seseorang/target dan melakukan aktivitas (*update status*, komentar, mengirim pesan, dan lain-lain) yang merusak nama baik dan hubungan sosialnya.
4. Berbagi gambar, meneruskan (*forward*) atau membagikan (*share*) foto/gambar pribadi target tanpa izin.
5. Mengunggah, membeberkan informasi pribadi target ke internet tanpa izin.
6. Membuat blog yang berisi kebencian pada seorang target, atau membuat kampanye di jejaring sosial untuk membuat orang-orang ikut membenci/mem-*bully* target.
7. Mengunggah video yang memalukan atau memojokkan target sehingga bisa diakses/ditonton semua orang¹⁴.

Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa sebanyak 169 orang dari 187 reponden penelitian variabel keterampilan menggunakan teknologi. Artinya hampir seluruh dari responden yaitu siswa kelas XI SMAN 1, 2, 3, 4, 5, dan 19 Kota Bandung memiliki keterampilan menggunakan teknologi yang tinggi. Meskipun begitu, dari hasil tersebut juga menunjukkan bahwa sebagian dari responden memiliki keterampilan menggunakan teknologi pada kategori sedang yaitu sebanyak 17 orang dan kategori rendah sebanyak 1 orang.

Dalam hal ini responden memiliki keterampilan dalam menggunakan media sosial seperti memiliki kemampuan dalam menggunakan *Facebook*, *line*, *instagram*, *twitter* sebagai media

¹⁴ Putri, Fanny Aulia. 2014. Opini Siswa terhadap Cyberbullying di Media Sosial.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42287/4/Chapter%20II.pdf>/
diakses pada tanggal 24-3-18 pukul 7.35 WIB.

komunikasi, mampu menyajikan dan mengirim konten/pesan dengan baik, mampu menyaring dan membedakan konten/pesan yang bersifat negatif atau positif, serta menggunakan setiap fitur yang ada di *Facebook*, *line*, *instagram*, *twitter* sesuai dengan fungsinya.

Kemudian dari hasil sebelumnya yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang teknologi responden berada pada kategori tinggi, hal ini dapat menjadi alasan mengapa keterampilan menggunakan teknologi responden berada dalam kategori sangat tinggi. Sebab dengan adanya pengetahuan tentang teknologi yang tinggi, maka hal tersebut akan berkaitan dengan keterampilan responden dalam menggunakan teknologi pun menjadi tinggi. Selain itu, keterampilan juga bisa didapatkan melalui pengalaman. Pada proses pra penelitian, peneliti mendapatkan fakta bahwa hampir seluruh dari siswa kelas XI yaitu sebanyak 160 orang telah memiliki akun media sosial sejak mereka duduk dibangku SMP dan 9 siswa juga yang telah memiliki akun media sosial sejak mereka duduk dibangku SD. Pengalaman mereka menggunakan media sosial seperti halnya *Facebook*, dan hampir setiap hari selalu aktif bermedia sosial mulai dari *update* status, memberikan komentar pada akun media sosial teman atau pengguna lain ataupun hanya melihat-melihat aktivitas dari pengguna lain, sehingga dengan keakrabannya dalam menggunakan media sosial ini membuat mereka memiliki keterampilan menggunakan teknologi yang sangat tinggi.

Pada kasus ini menunjukan bahwa meski adanya hubungan antara keterampilan menggunakan teknologi dan perilaku *cyberbullying* namun tingkat hubungan yang dimiliki adalah rendah. Hal ini bisa disebabkan karena perilaku *cyberbullying* merupakan bagian dari perilaku yang biasa dilakukan oleh remaja. Sehingga mereka yang merespon dari penelitian ini adalah siswa kelas XI yang berada dalam usia 15-17 tahun. Menurut Ali dan Asroni (2006) mengatakan bahwa anak dikatakan remaja yaitu mereka yang berusia di antara 13-18 tahun. Masa remaja biasanya memiliki energi yang besar, emosi yang berkobar-kobar, sedangkan pengendalian diri belum sempurna. Remaja juga sering mengalami perasaan tidak aman, tidak tenang, dan khawatir (Ali dan Asroni, 2006, 67).

Karena emosi yang belum stabil tersebut, sangat memungkinkan bagi seorang remaja yang merasa kesal dan memiliki perasaan tidak suka akan suatu hal, maka akan mengatakan secara langsung melalui media sosial *Facebook*. Ketika seorang remaja tidak suka pada seseorang maka akan menulis komentar dengan kata-kata yang kurang baik (misalnya kata yang merendahkan, menyindir, dll) pada akun *Facebook* orang tersebut.

Selain itu, perilaku sosial dari seorang remaja yaitu perilaku menonjolkan diri, mengganggu, dan menggertak orang lain. Bahkan senang memerintah, tidak dapat bekerja sama, dan kurang bijaksana (Hurlock, 1980; 217). Perilaku menonjolkan diri tersebut merupakan sebuah perilaku yang menginginkan untuk diakui orang lain bahwa dia hebat dan lain sebagainya. Namun terkadang cara-cara yang dilakukan itu salah. Misalnya, untuk menunjukan siapa dirinya kepada orang lain, seorang remaja akan mulai dengan memilih teman sebayanya sebagai teman bergaul, pada masa remaja ini, remaja akan lebih selektif dalam memilih teman. Mereka akan menerima teman sebayanya sesuai dengan yang mereka senangi dan memiliki beberapa kecocokan. Oleh karena itu, remaja yang dengan latar belakang sosial, agama, atau sosial ekonominya berbeda dianggap kurang disenangi dibandingkan dengan remaja yang memiliki latar belakang yang sama. Sehingga ketika menghadapi teman-teman yang dianggap kurang cocok ini, ia akan cenderung tidak memperdulikannya (Hurlock, 1980, 214). Perilaku tersebut sendiri menjadi pendorong untuk memungkinkan seorang remaja melakukan *cyberbullying*, sebab dari beberapa kasus mengenai bullying dan *cyberbullying*, korban *cyberbullying* adalah mereka yang sering diejek karena penampilan mereka dan latar belakang keluarga, terlepas dari mereka orang kaya ataupun miskin, jika dianggap berbeda oleh teman sebayanya lainnya maka hal tersebut terkadang menjadi pemicu awal terjadinya *cyberbullying*.

Media sosial *Facebook*, *instagram*, *line*, *twitter* yang merupakan salah satu media umum yang disering digunakan oleh banyak orang termasuk remaja, yang terkadang menjadi sarana mengekspos diri. Apalagi seorang remaja yang terlalu sering dalam menggunakan media sosial, akan muncul anggapan bahwa mereka bisa bebas melakukan apapun di media. Sehingga pada

akhirnya mendorong mereka untuk mengekspresikan sikapnya terhadap seseorang dengan membuat postingan yang berisikan opini merendahkan, menghina, dan bahkan mengancam orang lain, hal tersebut adalah bentuk dari perilaku *cyberbullying*.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dikatakan wajar jika sikap menggunakan teknologi memiliki hubungan yang cukup kuat dengan perilaku *cyberbullying*. Hal ini karena, sikap menggunakan teknologi sendiri digambarkan dengan proses penilaian kritis seseorang dari penilaian dalam menggunakan TIK dan internet. Sikap tersebut bisa berupa pemanfaatan internet ataupun media sosial tidak untuk disalahgunakan dan menaati aturan dan hukum yang berlaku. Sehingga ketika seseorang memiliki sikap menggunakan teknologi maka hal tersebut akan mempengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan internet dan media sosial tersebut. Misalnya seseorang yang mengetahui bahwa dalam bermedia sosial *Facebook*, *instagram*, *line*, *twitter* tidak diperbolehkan untuk mengirim konten/pesan yang berisikan kebencian atau ancaman yang dapat mengganggu pengguna lain. Sehingga secara logis akan dapat membentuk sikap dan perilaku untuk menghindari kata-kata kasar dan kurang sopan serta dapat menghargai dan menghormati pengguna lain ketika menggunakan media sosial *Facebook*.

SIMPULAN

Dari analisis data dapat disimpulkan bahwa siswa SMA memiliki cukup pengalaman dalam menggunakan media sosial yang telah mereka lakukan sejak masih SMP. Pengalaman ini menyebabkan mereka memiliki literasi internet. Akan tetapi karena kurangnya bimbingan dari guru dan lemahnya pengawasan dari orangtua, maka banyak siswa SMA yang walaupun telah memiliki literasi internet, masih banyak yang melakukan *cyberbullying*. Dorongan emosi jiwa remaja juga menjadi pendorong remaja SMA untuk melakukan *cyberbullying* pada teman atau orang lain seusia mereka.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad Alam dan Praharsiwi Utari. (2015). Cyberbullying pada Media Sosial (Studi Analisis isi tentang Cyberbullying pada Remaja di Facebook). Jurnal Komunikasi Massa, ISSN. 1411-268x Vol. 1. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
<http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20-%20FIX.pdf>./diakses pada tanggal 02 April 2018 pukul 09.37 WIB.
- Ali, M., & Asroni, M. (2006). Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Asyifa, Ninette Ika.(2016). Cyberbullying: Membunuh dengan Kecanggihan. <http://unjkit.com/cyberbullying-membunuh-dengan-kecanggihan/> diakses pada tanggal 15 Desember 2017 Pukul 9.11 WIB.
- Azwar, S. (2013). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maya, Nur. (2015). Fenomena Cyberbullying di Kalangan Pelajar. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, ISSN. 2442-6962 Vol.4 No. 3
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=379254&val=7753&title=FENOMENA%20CYBERBULLYING%20DI%20KALANGAN%20PELAJAR>. Diakses pada tanggal 14 Desember 2017 pukul 12.38 WIB.
- Panji, Aditya. (2014). Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia.
<http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia>. Diakses pada tanggal 14 Januari 2017 pukul 08.18 WIB.
- Patchin, Justin W dan Sameer Hinduja. (2006). Bullies Move Beyond the Schoolyard: A Preliminary Look at Cybebrullying. Florida Atlantic University. Youth Violence and Juvenile Justice, Vol.4 No. 2 h.148-169.https://www.researchgate.net/profile/Sameer_Hinduja/publication/258201014_Bullies_Move_Beyond_the_Schoolyard_A_Preliminary_Look_at_Cyberbullying/links/554cbf9b0cf29f836c99ea10.pdf/ diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 20.54 WIB.

- Pernia, Elena E. (2008). *Strategy Framework for Promoting ICT Literacy in the Asia-Pacific Region 2008*. Thailand : UNESCO Bangkok.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162157e.pdf> diakses pada 27-05-2018 pukul 11.22 WIB.
- Prijana. (2015). Internet dan Gaya Fashion Mahasiswa. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, Vol.03 No.02 hlm. 283-296.
<http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/download/11590/5411> diakses pada tanggal 06 Juli 2017 pukul 12.36 WIB.
- Priyatna, A. (2010). *Let's End Bullying: Memahami, Mencegah, dan Mengatasi Bullying*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmawati, Istina. (2015). Peran Keluarga dalam Pengasuhan Anak. *Jurnal Konseling Religi*, Vol.6 No. 1.
<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=401050> diakses pada tanggal 24 April 2018 pukul 06.10 WIB.
- Rusmana, Agus. (2015). Penipuan dalam Interaksi melalui Media Sosial: Kasus Peristiwa Penipuan melalui Media Sosial dalam Masyarakat Berjejaring. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, Vol.03 No. 02 hlm. 187-194.
<http://jurnal.unpad.ac.id/jkip/article/download/9994/4716> diakses pada tanggal 06 Juli 2017 pukul 12.37 WIB.
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sulaiman, M.Reza. (2014). Salah Satu Penyebab Maraknya Cyberbullying.
<https://inet.detik.com/read/2014/09/30/092404/2704919/398/salah-satu-penyebab-maraknya-cyberbullying> diakses pada tanggal 15 Desember 2017 pukul 09.11 WIB
- Syah, M. (2011). *Psikologi Pendidikan : Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wahab, Riva'atul Adaniah. (2012). Analisis Akses Dan Penggunaan Internet Sebagai Evaluasi Tingkat Literasi Internet Masyarakat Di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 16, h.48-68.
<https://www.academia.edu/11622674/> diakses pada tanggal 14 september 2017 pukul 19.26 WIB.

RETORIKA *PUBLIC SPEAKING* DALAM AKTIVITAS KEPROTOKOLAN

Oleh:

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri

ayuhendra_1975@yahoo.co.id

Dosen Ilmu Komunikasi, Magister Ilmu Komunikasi Hindu
Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar Bali

ABSTRACT

Pada dasarnya memang keprotokolan amatlah terfokus pada penghormatan dan penghargaan, baik kepada perorangan, lembaga, ataupun simbol-simbol yang melekat pada perorangan dan lembaga tersebut. Melalui penerapan keprotokolan yang benar, diharapkan bahwa tidak akan terjadi kesalahpahaman atau kesalahpengertian yang dapat mengarah pada situasi-situasi yang kurang bersahabat, ketersinggungan, dan ketidakterimaan pihak-pihak yang terlibat, yang justru akan sangat berlawanan dengan cita-cita awal yaitu meningkatkan hubungan baik dan kerjasama. Protokol merupakan suatu kebutuhan yang tak terelakkan di dunia modern. Banyak kegagalan acara atau kegiatan disebabkan karena buruknya protokoler suatu acara atau kegiatan. Itulah sebabnya banyak lembaga pemerintah maupun swasta menyusun protokoler secara rapi dengan menempatkan seseorang atau beberapa orang (staf) yang diberi tugas khusus untuk mengerjakan kegiatan-kegiatan keprotokoleran.

Kata Kunci: Komunikasi, Public Speaking, Keprotokolan

PENDAHULUAN

Kedudukan protokol ini sangat penting keberadaannya. Bahkan landasan hukum untuk kegiatan keprotokolan pun telah dibuat seperti yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (1) UU Nomor 9 tahun 2010 tentang keprotokolan mengenai tata tempat, tata upacara, dan tata penghormatan. Bila dalam suatu acara kenegaraan atau acara resmi, Pejabat Negara, Pejabat Pemerintah, dan Tokoh Masyarakat tertentu tidak memperoleh penghormatan dan perlakuan protokol sesuai kedudukannya



adalah merupakan pelanggaran dengan tuduhan “pelecehan jabatan”. Sebuah *warning* bagi protokol dalam menyelenggarakan suatu acara. Protokol sungguh profesi yang dapat membawa pembaharuan yang positif dalam perusahaan maupun instansi.¹⁵ Dalam Rapat Kerja Nasional-Rakernas Protokol tanggal 7 s/d 9 Maret 2004 di Jakarta disepakati, bahwa Keprotokolan ialah “Norma-norma atau aturan-aturan atau kebiasaan-kebiasaan yang dianut atau diyakini dalam kehidupan bernegara, berbangsa, pemerintah, dan bermasyarakat”. Yang mengatur Keprotokolan di Indonesia adalah pejabat protokol yang berkompeten dalam penyelenggaraan keprotokolan dan seseorang yang memiliki tugas dan fungsi yang berkaitan dengan keprotokolan.

Kata protokol adalah istilah yang amat populer di tengah masyarakat mulai dari tingkat kelompok organisasi kecil sampai besar. Dalam Zulkarnaen Nasution (2006:157) asal kata “Keprotokolan” berasal dari bahasa Yunani “*protos*” dan “*colla*” artinya perekat yang pertama. Secara umum protokol adalah suatu tata aturan tentang cara menerima dan menetapkan tamu resmi. Dalam Zulkarnaen Nasution (2006:157) pengertian protokol juga diartikan: Sebagai sebuah laporan resmi mengenai apa yang menjadi dan yang dikejakan, serta tambahan dalam suatu perjanjian yang telah diusahakan atau upacara tentang pertemuan dari wakil-wakil berbagai negara. Lebih lanjut lagi Zulkarnaen Nasution membahasnya dalam arti sempit dan arti luas. Keprotokolan dalam arti sempit yakni: Aturan baku yang menyangkut penyelenggaraan acara-acara resmi (pemerintah) atau cara memberlakukan pejabat pemerintah dalam aktivitas kedinasan dan cara diselenggarakan oleh instansi pemerintah atau masyarakat umum.¹⁶

Berikut cara mengaturnya : (a) tata cara; setiap kegiatan acara harus dilakukan secara tertib, menurut aturan dan urutan yang telah ditentukan; (b) tata krama; yaitu etiket dalam pemberian penghormatan; (c) aplikasi aturan-aturan; yaitu penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang

¹⁵ eJournal Ilmu Komunikasi, 2014, 2 (3): 83-93 ISSN 0000-0000, ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/akses 10 Januari 2018

¹⁶ *ibid*

keprotokolan dan yang berkaitan dengan keprotokolan harus berlaku selaras dengan situasi dan kondisi.

Sebelum lahir Undang-Undang Keprotokolan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan telah mengeluarkan sebuah pedoman Keprotokolan yang berdasarkan Keputusan Menteri Nomor 0298 Tahun 1984 di Lingkungan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (sekarang Departemen Pendidikan Nasional 2005), bahwa; *keprotokolan mengatur tata cara pergaulan antar pejabat yang dilibatkan dalam suatu kegiatan tertentu yang bersifat resmi berdasarkan norma, kesepakatan, kelaziman yang berlaku dalam tata pergaulan tersebut.*

Pada dasarnya memang keprotokolan amatlah terfokus pada penghormatan dan penghargaan, baik kepada perorangan, lembaga, ataupun simbol-simbol yang melekat pada perorangan dan lembaga tersebut. Dengan penerapan keprotokolan yang benar, diharapkan bahwa tidak akan terjadi kesalahpahaman atau kesalahpengertian yang dapat mengarah pada situasi-situasi yang kurang bersahabat, ketersinggungan dan ketidakterimaan pihak-pihak yang terlibat, yang justru akan sangat berlawanan dengan cita-cita awal yaitu meningkatkan hubungan baik dan kerjasama.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Hamidi (2005: 78-79), menyatakan bahwa analisa data dalam penelitian dengan kualitatif pada prinsipnya berproses secara induksiinterpretasi-konseptualisasi. Dengan demikian laporan lapangan yang detail (induksi) dapat berupa data yang lebih mudah dipahami, dicarikan makna sehingga ditemukan pikiran apa yang tersembunyi di balik cerita mereka (interpretasi) dan akhirnya dapat diciptakan suatu konsep (konseptualisasi).

PEMBAHASAN

Kata *protocol* adalah istilah yang amat populer di tengah masyarakat mulai dari tingkat kelompok organisasi kecil sampai besar. Istilah *protocol* menurut kamus populer, suatu tata aturan tentang cara menerima dan menetapkan tamu resmi



(Huzair, 2001). Pengertian protokol juga diartikan sebagai sebuah laporan resmi mengenai apa yang terjadi dan yang dikerjakan, serta tambahan dalam suatu perjanjian yang telah diusahakan atau upacara tentang pertemuan dari wakil-wakil berbagai negara.

Asal kata “Keprotokolan” dari bahasa Yunani **“Protocollum”** yang terdiri dari dua kata yaitu; **“Protos”** dan **“Colla”** artinya lembar pertama dari dokumen resmi (*the first leaf of legal document*). Kata protokol juga mengandung pengertian : (a) *Rules of etiquette and order in diplomatic or military ceremonies*; (b) *Minutes of rough draft of some diplomatic document*; (c) *A document relating the proceedings of diplomatic meeting, and after ratification, having the force of treaty*.

Pengertian di atas dapat diartikan : (1) Lembaran pertama yang dilekatkan pada suatu dokumen yang berisi persetujuan, baik yang bersifat nasional maupun internasional; (2) Keseluruhan dokumen persetujuan (bukan hanya lembaran pertama); (3) Selain dokumen itu sendiri, juga seluruh dokumen yang melengkapi persetujuan pokok, yaitu seluruh catatan resmi yang dibuat pada akhir sidang dan ditandatangani seluruh peserta; (4) Dokumen yang mencantumkan hak-hak, kewajiban, kelonggaran, dan kekebalan diplomatik.

Pengertian Keprotokolan dalam arti sempit adalah aturan baku yang menyangkut penyelenggaraan acara-acara resmi (pemerintah) atau cara memperlakukan pejabat pemerintah dalam aktivitas kedinasan dan cara yang diselenggarakan oleh Instansi Pemerintah atau masyarakat umum. Dengan demikian **“Protokol”** adalah serangkaian aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi aturan mengenai tata tempat, tata upacara dan penghormatan sehubungan dengan penghormatan kepada seseorang karena jabatan dan kedudukannya dalam negara, pemerintah, dan masyarakat, seperti; penyelenggaraan upacara, resepsi/jamuan, penerimaan tamu/*audients*, kunjungan dalam dan luar negeri.

Sedangkan pengertian Keprotokolan dalam arti yang lebih luas adalah fungsi manajerial/kiat/strategi penyelenggaraan acara secara efektif, baik yang berskala besar maupun kecil, berstatus resmi maupun tidak resmi dengan berbagai bentuk dan jenis (Irsanti, 2005).



Secara normatif, protokol dibedakan menjadi tiga jenis : (1) *Government Protocol* : protokol pemerintahan/kenegaraan, karakteristiknya tegas, kaku, mengikat; (2) *Corporate Protocol* : protokol perusahaan, karakteristiknya fleksibel, kaku, tidak mengikat; (3) *Common/General Protocol* : protokol umum, karakteristiknya disesuaikan dengan keadaan dan situasi etika yang berlaku pada konteks yang bersangkutan.

ISTILAH-ISTILAH DALAM PROTOKOL

Istilah-istilah yang digunakan dalam protokol antara lain;

1. Acara Kenegaraan

Adalah acara yang bersifat kenegaraan yang diatur dan dilaksanakan secara terpusat dihadapi Presiden/Wakil Presiden/Pejabat Negara dan undangan lain dalam melaksanakan acara tertentu. Acara kenegaraan pada dasarnya juga acara resmi tetapi karena sifat kenegaraan acara ini hanya diselenggarakan oleh Negara. Acara kenegaraan tidak harus selalu berupa upacara Bendera melainkan adakalanya diselenggarakan tidak berupa upacara misalnya; jamuan kenegaraan menghormati kunjungan Kepala Negara/Kepala Pemerintahan Asing.

2. Acara Resmi

Acara yang bersifat resmi yang diatur dan dilaksanakan oleh Pemerintah atau lembaga tinggi negara dalam melaksanakan tugas dan fungsi tertentu dan dihadiri oleh pejabat Negara atau pejabat Pemerintah asing atau undangan lainnya.

3. Pejabat Negara

Pejabat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1974 dan Peraturan Perundang-Undangan lainnya terdiri dari :

PUSAT : Presiden, Wakil Presiden, Para Menteri Kabinet, Pimpinan/Anggota Lembaga Tertinggi, dan Tinggi Negara (MPR/DPR, BPK, Hakim, Mahkamah Agung, Kepala Perwakilan RI di Luar negeri yang berkedudukan sebagai Duta Besar berkuasa penuh).

DAERAH : Gubernur, Wakil Gubernur, Walikota, Bupati, Wakil Bupati, Sekretaris Daerah, Pimpinan Militer setingkat Kodam, dan lain-lain.

4. Pejabat Pemerintah

Pejabat yang menduduki jabatan tertentu dalam organisasi Pemerintah (struktural, fungsional, dan lain-lain).

5. Tokoh Masyarakat

Seseorang yang karena kedudukan sosialnya menerima kehormatan dari masyarakat dan atau Pemerintah. Tokoh masyarakat tertentu terdiri dari :

a. Tokoh Masyarakat Tertentu Tingkat Nasional;

- Mantan Presiden/Wapres
- Perintis Pergerakan
Kebangsaan/Kemerdekaan
- Ketua umum Parpol
- Ketua Umum MUI
- Ketua Presiden Wali-Wali Gereja
- Ketua Persekutuan Gereja-Gereja
Indonesia
- Ketua Parisada Hindu Dharma Indonesia
- Pemuka Perwalian Umat Budha Indonesia
- Pimpinan Organisasi Masyarakat, Agama,
Pemuda Tk. Nasional

b. Tokoh Masyarakat Tertentu Tingkat Daerah;

- Ketua Parpol
- Pemuka Agama
- Pemuka Adat
- Tokoh lain yang ditentukan oleh
Pemerintah Daerah

SYARAT-SYARAT PETUGAS PROTOKOL

Dunia keprotokoleran dalam perkembangannya ternyata tidak terbatas pada pengertian tentang bagaimana mengatur/menyusun tertib acara dan tamu saja, tetapi lebih dari itu yakni protokol sekaligus terlibat dan berperan sangat



besar dalam memilih tempat/gedung, hingga pengaturan tata letak kursi, mimbar, *sound system*, bahkan design dekorasi dalam gedung pertemuan itu. Kini sudah tidak jarang dapat didengar/dilihat seorang protokol sekaligus menobatkan diri (memilih dirinya) bertugas sebagai pembawa acara / **Master of Ceremony** (MC). Hal ini memang bukanlah suatu yang ditabukan bagi seorang protokol menjadi MC. Menjadi MC tetap dapat dilakukan sepanjang tugas lain yang menjadi tanggung jawabnya dapat berjalan lancar tanpa keterlibatannya. Tanggung jawab seorang protokol secara langsung, (seperti; pengaturan kursi/tempat duduk bagi VIP, penjemputan tamu dan sebagainya) diyakini tetap dapat dilakukan, atau tidak secara langsung terlibat.

Seorang protokol yang *notabene* adalah anggota panitia atau dengan kata lain sebagai orang yang berperan sangat besar dalam suatu kegiatan, dituntut memiliki kemampuan/wawasan luas tentang hal-hal yang terkait dengan acara/kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya. Seorang protokol juga harus memiliki informasi lengkap tentang siapa saja tamu VIP yang akan diundang (misalnya; profesi dan alamat lengkapnya). Bahkan bila mungkin seorang protokol mendapat informasi apakah tamu VIP tersebut akan datang bersama pendamping atau sendirian. Hal ini penting dengan kelengkapan informasi itu seorang protokol dapat dengan mudah mengatur/menata letak dan sejumlah kursi utama yang harus disediakan.

Malapetaka yang dapat merusak karir seorang protokol, apabila suatu ketika ia lalai akibat kurang teliti dalam penataan ruang dan kelegkapannya, sehingga seorang tamu VIP yang seharusnya mendapat tempat duduk dibaris depan, terpaksa harus duduk di kursi baris kedua, ketiga, atau sama sekali tidak mendapat tempat. Dari kasus seperti tersebut tidak mustahil seorang tamu VIP yang waktunya sangat berharga merasa sangat tersinggung dengan kejadian itu karena merasa kehadirannya ternyata tidak sepenting yang dibayangkan.

Dengan demikian dibutuhkan syarat-syarat bagi seorang protokol, antara lain:

1. Memiliki moral yang baik (Taqwa kepada TYME)

2. Memiliki disiplin dan loyalitas tinggi
3. Memiliki kemampuan teknis yaitu menguasai Peraturan Perundang-undangan tentang Keprotokolan dengan baik dan mampu mengaplikasikan serta mampu mengakomodir seluruh kepentingan yang ada.
4. Memiliki kemampuan manajemen dan mampu mengaplikasikannya.
5. Memiliki pengetahuan umum dan wawasan yang luas.
6. Memiliki penampilan, etiket, dan kemampuan berbahasa serta komunikasi yang baik.
7. Memiliki apresiasi terhadap seni dan estetika.
8. Mampu mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.

Sehingga apabila seorang protokol memenuhi persyaratan tersebut, apapun kegiatan keprotokoleran yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Strategi menuju protokol yang sukses adalah:

1. Memiliki motivasi dan semangat dinamis dan enerjik
2. Memiliki jiwa yang sehat
3. Memiliki kepekaan dan tanggung jawab sangat tinggi terhadap satu kegiatan yang ditanganinya
4. Memiliki pengetahuan luas tentang jabatan, kepangkatan/eselon, baik pada kepangkatan dunia militer maupun sipil
5. Memiliki disiplin tinggi.

Dengan demikian secara sederhana dapat disimpulkan protokol adalah suatu profesi yang menuntut kemampuan khusus baik dalam menata/mengatur suatu acara resmi dan tidak resmi, maupun hal-hal yang berkaitan dengan acara tersebut.

RUANG LINGKUP DAN TUGAS PROTOKOL

Ruang lingkup dan tugas-tugas keprotokolan menurut Zulkarnaen Nasution (2006:162) diantaranya adalah sebagai berikut: 1. Pelantikan dan serah terima jabatan 2. Kunjungan



para pejabat pemerintah pusat maupun daerah 3. Sebagai pembawa acara Prinsip yang harus dimiliki oleh seorang protokoler adalah: 1. Penghormatan dan perlakuan terhadap seseorang dalam suatu acara meliputi tata tempat, tata upacara, dan tata penghormatan harus sesuai dengan kedudukan dan martabat jabatannya sebagai wujud pengakuan status dan kedudukan seseorang. (penjelasan Umum UU No. 9 tahun 2010) 2. Penghormatan dan perlakuan terhadap lambang – lambang kehormatan NKRI harus selaras dengan kedudukannya sebagai simbol negara/lambang kedaulatan NKRI suatu ekspresi bangsa yang beradab. (penjelasan Umum UU No. 9 tahun 2010) . Penghormatan dan perlakuan terhadap seseorang dalam keadaan tertentu meliputi pemberian perlindungan, ketertiban, dan keamanan sesuai dengan kedudukan jabatannya dalam kenegaraan dan pemerintahan. (penjelasan UU No. 9 tahun 2010).

Ruang lingkup tugas protokol pada intinya adalah melayani atau membantu pimpinan dalam menjalankan fungsinya. Tugas-tugas pokok protokol meliputi;

- 1) **Aspek pelayanan;** bahwa setiap petugas protokol mempunyai tugas melayani pimpinan dalam melaksanakan fungsinya agar pimpinan dapat melaksanakan tugas dan fungsinya dengan sebaik-baiknya.
- 2) **Aspek keamanan,** bahwa setiap petugas protokol mempunyai tugas dan kewajiban untuk melindungi keselamatan pimpinan baik dari ancaman fisik maupun non-fisik sehingga pimpinan merasa aman melaksanakan tugas dan fungsinya. Misalnya; meneliti tamu yang akan bertemu, pengawalan, dan lain-lain.
- 3) **Aspek kenyamanan;** bahwa setiap petugas protokol mempunyai tugas dan kewajiban untuk menciptakan suasana yang kondusif sehingga pimpinan dapat melaksanakan tugas-tugas dan fungsinya dengan baik. Misalnya; menata ruang kerja, ruang pertemuan, menyusun jadwal kegiatan dan lain sebagainya.
- 4) **Aspek ketertiban;** bahwa setiap petugas protokol mempunyai tugas menata dan mengkoordinasikan setiap kegiatan/aktivitas pimpinan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dengan efektif dan efisien. Dalam aspek ini

sangat nampak adanya pembatasan gerak pimpinan oleh petugas protokol, namun dimaksudkan semata-mata untuk mengakomodir seluruh kepentingan masyarakat dengan tertib sehingga semua merasa terpuaskan dan tidak terkesan keberpihakan pimpinan pada satu orang atau kelompok.

Adapun tugas-tugas keprotokolan yang lebih مخصوص adalah sebagai berikut :

- A. Menyangkut segi keupacaraan, antara lain; (1)** Pelantikan Pejabat Negara dan Pejabat Pemerintah; (2) Pelantikan dan serah terima jabatan; (3) Peresmian proyek pembangunan; (4) Peringatan hari-hari besar nasional/hari besar keagamaan, HUT organisasi, apel Bendera; (5) Pembukaan dan penutupan rapat; (6) Pembukaan seminar, dan lain-lain; (7) Upacara pemakaman; (8) Penandatanganan kerjasama (MoU), dan lain sebagainya.
- B. Menyangkut segi kunjungan, antara lain; (1)** Kunjungan Presiden/Wakil Presiden; (2) Kunjungan para Pejabat Pemerintah Pusat maupun Daerah; (3) Kunjungan para pimpinan pusat perusahaan/instansi, organisasi, lembaga; (4) Kunjungan kenegaraan dan kunjungan resmi (Kepala Negara/Kepala pemerintahan Negara asing); (5) Penyelenggaraan resepsi/jamuan; (6) Menyusun lay-out acara; (7) Pelaksanaan administrasi keprotokoleran; (8) Sebagai pembawa acara; (9) Unsur pelayanan.
- C. Bidang Resepsi/Jamuan,** protokol melaksanakan tugas untuk menyelenggarakan resepsi/jamuan kepada tamu-tamu yang patut dihormati.
- D. Melaksanakan Administrasi Keprotokolan,** membuat undangan suatu upacara, membuat *lay-out* upacara, skenario upacara, dan lain sebagainya.

LANDASAN/DASAR PELAKSANAAN TUGAS PROTOKOL

Petugas protokol dalam melaksanakan tugasnya tidaklah menurut kata hatinya sendiri atau menurut selera petugas protokol itu sendiri, melainkan setiap tindakannya



harus selalu berpijak pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun sumber pijakan operasional Protokol adalah :

- a. **Persetujuan Internasional meliputi;** Kongres Wina tahun 1815, *Aix La Chapelle* Tahun 1818, *Vienna Convention on Diplomatic Relations* Tahun 1961, *Vienna Convention on Consular Relations* tahun 1993.
- b. **Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, meliputi;**
 - Undang-undang No. 8 Tahun 1987 Tentang Protokol.
 - PP. No. 66 Tahun 1951 Tentang Lambang negara.
 - PP. No. 40 Tahun 1958 Tentang Bendera Kebangsaan RI.
 - PP. No. 41 Tahun 1958 Tentang Penggunaan Bendera asing..
 - PP. No. 42 Tahun 1958 Tentang Panji dan Bendera Jabatan.
 - PP. No. 43 Tahun 1958 Tentang Penggunaan Lambang Negara.
 - PP. No. 44 Tahun 1958 Tentang Lagu Kebangsaan Indonesia Raya.
 - PP. No. 62 Tahun 1990 Tentang Ketentuan tata tempat, tata upacara dan Tata Penghormatan.
 - Keppres RI. No. 18 Tahun 1992 Tentang Jenis-Jenis Pakaian Sipil.
 - Keppres RI. No. 10 Tahun 1986 Tentang Muspida.
 - Keppres RI. No. 50 Tahun 1990 Tentang Pengubahan atas Keppres RI. No. 18 Tahun 1972 Tentang Jenis-Jenis Pakaian Sipil.
 - Kepmen Hankam/pangab No. Skep/569/V/1975 Tentang penetapan Berlakunya Sebutan dan Penggunaan Pakaian Seragam ABRI berikut atribut-atributnya.
 - Peraturan Mendagri No. 6 Tahun 1995 Tentang Tata Cara pelantikan Kepala daerah dan Wakil Kepala daerah.

- Keputusan Gubernur Kepala daerah Tingkat I Bali No. Um/I.b/103/1980 Tentang Pedoman Tata Tempat Bagi Pejabat-Pejabat Pemerintah Propinsi Daerah Tingkat I Bali.
- c. **Tradisi Adat Istiadat dan Kebiasaan Setempat.**
- d. **Azas *Reciprocity* (timbal balik).**
- e. **Kepribadian Kepala Negara/Pimpinan.**

SIMPULAN

Pada dasarnya memang keprotokolan amatlah terfokus pada penghormatan dan penghargaan, baik kepada perorangan, lembaga, ataupun simbol-simbol yang melekat pada perorangan dan lembaga tersebut. Dengan penerapan keprotokolan yang benar, diharapkan bahwa tidak akan terjadi kesalahpahaman atau kesalahpengertian yang dapat mengarah pada situasi-situasi yang kurang bersahabat, ketersinggungan dan ketidakterimaan pihak-pihak yang terlibat, yang justru akan sangat berlawanan dengan cita-cita awal yaitu meningkatkan hubungan baik dan kerjasama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar. (2005). *Teori & Profesi Kebumasan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Cris, Power IV. (2007). *Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cutlip, Center, Broom. (2007). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dilla, Sumandi. (2007). *Komunikasi Pembangunan*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, Frida. (2004). *Dasar-dasar Humas*. Bogor : Ghalia Indonesia

- Nasution, Zulkarnaen. (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UPT. Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Notoatmodjo. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Rumanti, Maria Assumpta. (1994). *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Usman, Hursaini dan purnomo Setiyadi. 2003. *Metode Penelitian Sosial*. Bumi aksara. Bandung.

METODE ETNOGRAFI VIRTUAL DALAM ANALISIS *CYBER-RELIGION* DI ERA DIGITALISASI

Oleh: I Made Budiasa

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penerangan Agama
Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar
Email: imadebudiasa@ihdn.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan budaya di era digitalisasi tampak berpengaruh pada sistem religi. Unsur teknologi khususnya virtual membawa berbagai perubahan unsur budaya lainnya. Religi sebagai salah satu unsur kebudayaan tampak mengalami perubahan yang sangat signifikan. Interaksi antara teknologi informasi virtual dengan praksis nyata kehidupan religi membawa pengaruh pada perubahan kebiasaan atau adat-istiadat masyarakat. Interaksi dan pertumbuhan teknologi virtual ini melahirkan habitus generasi baru. Perubahan ini melahirkan paradigma baru dalam melihat atau menganalisis fenomena virtualisasi pada kehidupan religi manusia. Salah satu metode riset yang dipelopori oleh para antropolog dalam menganalisis fenomena virtualisasi ini adalah metode etnografi virtual. Etnografi virtual tampak semakin diminati dalam upaya melakukan analisis terhadap fenomena *cyber-religion*. Artikel ini membahas tentang bagaimana model pendekatan metode etnografi virtual dengan peluang penelitian kontekstual empirik di zaman milenial.

Kata kunci: metode etnografi virtual, analisis, *cyber-religion*, digitalisasi

ABSTRACT

Cultural development in the era of digitalization seemed to have an effect on religious systems. Particularly virtual technological elements bring various changes in other cultural elements. Religion as one of the elements of culture seems to experience a very significant change. The interaction between virtual information technology and the practical praxis of religious life has an influence on the changing habits or customs of society. The interaction and growth of virtual technology gave birth to a new generation of habitus. This



change gave birth to a new paradigm in seeing or analyzing virtualization phenomena in human religious life. One method of research pioneered by anthropologists in analyzing this virtualization phenomenon is virtual ethnographic methods. Virtual ethnography seems increasingly in demand in an effort to analyze the cyber-religion phenomenon. This article discusses how to model a virtual ethnographic method approach with opportunities for empirical contextual research in the millennial era.

Keywords: *virtual ethnography method, analysis, cyber-religion, digitization*

PENDAHULUAN

Etnografi memiliki sejarah yang panjang sebagai sebuah pendekatan dalam jenis penelitian kualitatif. Jenis pendekatan budaya ini dipelopori dalam ilmu antropologi yang fokus mempelajari manusia dan kebudayaannya. Berbagai unsur kebudayaan dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan etnografi. Etnografi dalam berbagai variasi aliran yang ada memiliki perkembangan yang pesat dan beragam mulai dari etnografi klasik ala Levi's Strauss, Etnografi modern ala Malinowski, etnografi baru ala James Spradley, etnografi kritis dan varian yang lainnya hingga muncul juga varian etnografi virtual.

Perkembangan berikutnya tampak bahwa etnografi mulai digunakan sebagai bagian dari multimetodologi. Metode ini banyak digunakan dalam berbagai disiplin ilmu mulai ekonomi, komunikasi, sosiologi, psikologi sosial, dan lain-lain hingga ke *cultural studies*. Barker (2000: 28-29) mengungkapkan bahwa studi kajian budaya terpusat pada tiga macam pendekatan yaitu:

- Etnografi yang sering kali dikaitkan dengan pendekatan kulturalis dan menekankan kepada 'pengalaman nyata'.
- Seperangkat pendekatan tekstual, yang cenderung mengambil dari semiotika pascastrukturalisme dan dekonstruksi Derridan
- Serangkaian studi resepsi (*reception study*), yang teoretisnya bersifat ekletis.

Etnografi sebagai pendekatan penelitian dalam metode kualitatif dalam studi-studi kontemporer tampak dijadikan metode utama yang digandengkan dengan metode-metode



kualitatif lainnya sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Munculnya era digitalisasi, etnografi yang memiliki modalitas untuk mendapatkan deskripsi detail tebal (*thick description*) dan terbukti melahirkan penelitian-penelitian yang besar, kini tampak dikembangkan juga untuk bisa kompitabel dengan penelitian sosioteknologi media baru (*cybermedia*).

Hine (2000) mengungkapkan Etnografi virtual atau netnografi merupakan salah satu cara untuk mendekati fenomena di internet. Gotvan, (2006) Metode penelitian ini mencoba merekam bagaimana budaya, interaksi, maupun struktur yang membentuk realitas sosial siber (dalam Nasrullah, 2018:xii).

Etnografi virtual atau sering pula disinonimkan dengan netnografi digunakan untuk meneliti fenomena internet. Terkhusus terkait *cyberspace* dan *cybermedia*. Seperti biasanya etnografi digunakan untuk analisis makna budaya demikian pula dalam etnografi virtual merekam makna budaya, interaksi dengan teknologi virtual, struktur yang membentuk budaya siber (*cyberculture*). Interaksi media *siber* dengan manusia melahirkan deskripsi budaya yang baru. Ketika manusia memasuki ruang *siber* dan mulai bermain dalam budaya *siber* tersebut, dan ini berulang dan mendominasi dalam ruang waktu praktik kehidupannya, maka tampak efek yang jelas pada struktur sosial budayanya.

Konsep Dasar Etnografi Virtual

Etnografi dikenal sebagai pelukisan sebuah budaya secara natural. Layaknya fotografi yang *hunting* sebuah realitas, demikian pula ketika melakukan etnografi, peneliti akan memasuki sebuah situasi sosial dan merekam suasana budaya atau makna budaya, peta-peta kognitif di dalamnya. Melakukan *record* budaya dengan teknik pengumpulan data observasi partisipasi, melakukan wawancara dengan berbagai pertanyaan mulai pertanyaan yang bersifat deskriptif, pertanyaan struktural dan pertanyaan kontras. Proses analisis dilakukan sepanjang penelitian mulai analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial dan analisis tema budaya. Jika ada data yang masih kurang maka langkah dari awal bisa dilakukan lagi. Paling tidak demikianlah yang dilakukan dalam sebuah penelitian etnografi baru ala J. Spradley.

Situasi sosial yang terbagi menjadi tiga unsur yaitu aktor, tempat dan aktivitas menjadi berkembang jika penelitian mulai menuju ranah *online* atau virtualisasi. Situasi sosial kini bertransformasi menuju ranah media internet atau lebih luas lagi menuju *cyberspace*. Interaksi pelaku budaya tidak hanya pada ruang infrastruktur-material saja namun kini menuju ruang-ruang *siber*, yang selama ini disebut dunia maya. Konsep dunia maya atau *online* kini telah menjadi sebuah ruang nyata sebagai realitas praksis kehidupan manusia, ketika menjadi determinan atau dominan utama dalam mengisi perkembangan kebudayaan. Tidak heran lagi jika kini terlihat ada sebuah organisasi keagamaan yang menggunakan *cybermedia* sebagai mediator atau alat bantu komunikasi. Hal ini akan melahirkan konstruksi budaya baru yang sering disebut sebagai *cyberculture*.

Cyberspace dapat diartikan sebagai keseluruhan representasi dalam ranah internet ataupun data yang ada pada dunia jaringan internet. Hal ini senada seperti yang diungkapkan oleh Gibson sebagaimana dikutip oleh Nasrullah (2014: 20) bahwa *cyberspace* jauh sudah ada sebelum teknologi internet berkembang. Ide Gibson dalam penggunaan kata *cyberspace* ini setelah ia memperhatikan fenomena keyakinan yang muncul dari anak-anak setelah mereka bermain *video games*. Bahwa anak-anak tersebut meyakini permainan tersebut adalah nyata dan semua bangunan, ruang dan interaksi, maupun benda-benda yang ada diperguruan tersebut adalah sebuah kenyataan atau eksis; meski kenyataan itu tidak bisa dijangkau oleh mereka.

Cyberspace sebagai sebuah wilayah baru yang dikonstruksi melalui teknologi informasi, kini berkontestasi dalam efektifitas pemenuhan kebutuhan manusia. Realitas *cyberspace* menjadi tandingan utama realitas sosial. Hal ini seperti diungkap Sugihartati (2014: 84) di era masyarakat pasca-industri, realitas sosial bahkan dikatakan telah mati, untuk kemudian diambil alih oleh realitas yang bersifat virtual, yakni realitas *cyberspace*. Dunia baru yang dimediasi oleh hadirnya teknologi informasi yang makin maju dan supercanggih telah melahirkan hal-hal yang serba virtual; kebudayaan virtual dan komunitas virtual (*virtual community*).

Kebudayaan virtual atau *cybercultural* kini masuk dalam setiap unsur kebudayaan, tak terkecuali pada sistem religi. Sistem

keagamaan yang berinteraksi dengan *cyberspace* memiliki warna tersendiri yang menjadi sangat unik sedemikian rupa. Interaksi sistem kepercayaan yang biasanya identik dengan identitas lokal *wisdom*, yang terisolir dalam habitus kedaerahannya hingga terbentuk getaran keagamaan tersendiri. Hal ini kini dihadapkan dengan kayanya informasi tentang tata cara keagamaan yang bisa diasosiasikan memiliki kesamaan atau keidentikan dengan sistem kepercayaan tersebut. Domain baru dari *cyber-religion* yang terdifusi dari budaya religius global telah mewarnai kebudayaan lokal hingga lahir dinamika tertentu dalam agama tersebut. Hal ini tentunya merangsang para ilmuwan untuk melahirkan pula metode penelitian yang tepat untuk melihat realitas baru ini.

The new domain of cyber-religion fueled by cultural and technological diffusion has allowed us, as researches, the opportunity to witness the internet as an emergent and transformative social phenomenon. In this new millennium, where we as global actors are facing transcontinental socio-political unrest, the digital universe has become part of our cultural framework shaping worldviews while transcending social border (Beckford 2000; Brasher 2001, Giddens 1991; Holton 2000; Jones 2000; O'Leary 1996 dalam Feike, 2007: vi).

Seperti diungkapkan Feike di atas yang mengutip beberapa tokoh-tokoh yang memiliki kesamaan persepsi terkait *cyber-religion* sebagai domain baru yang dibawa oleh kebudayaan dan teknologi informasi virtual global terkait pengetahuan agama kini menjadi bagian dari determinan pada perubahan praktik kehidupan sosial. Sebuah domain baru *cyber-religion* menjadi media transformasi sosial baru yang patut diperhitungkan. Etnografi virtual dapat menjawab ini sebagai sebuah metode yang relevan untuk mengkaji *cyber-religion*.

Etnografi virtual bertujuan untuk mendeskripsikan budaya dalam dunia internet atau *cyberculture*, dengan berbagai unsur-unsur yang terkonstruksi dari proses interaksi antara manusia dan teknologi informasi virtual. Jika etnografi baru mencari tema budaya dalam sebuah situasi sosial, maka dalam etnografi virtual ini bias menemukan lukisan budaya dari tema-tema kontekstual konstruksi budaya virtual. Seperti diungkapkan



oleh Kozinets (2002: 65) yang dikutip pula oleh Nasrullah (2018: 31) bahwa secara sederhana, etnografi virtual bisa dikatakan sebagai metodologi riset bidang kualitatif yang diadaptasikan dari teknik riset etnografi yang mempelajari artefak, seperti budaya dan komunitas.

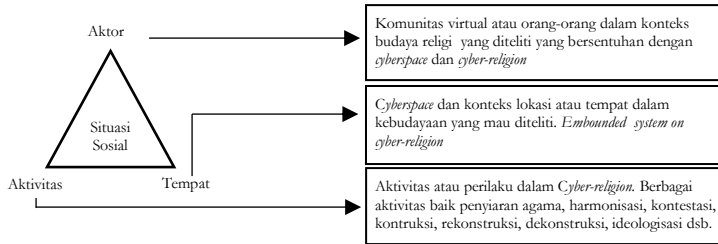
Brenda Brasher's (*Give Me Than Online Religion*, 2001) seperti dikutip juga dalam Nasrullah (2008) mendefinisikan *cyber-religion* sebagai kehadiran institusi dan aktivitas keagamaan di dunia siber. Sementara Lorne L. Downson dalam bukunya *Anti-Modernism, Modernism, and Posmodernism* (2000) mengartikan sebagai organisasi atau grup keagamaan yang eksistensinya hanya berada di dunia siber. Tokoh lainnya Morten T Hojsgaard dalam bukunya *Religion and Cyberspace* (2005) menyebutkan bahwa ada tiga perbedaan konsep mengenal agama di *Cyberspace*, yaitu adanya komunikasi virtual yang menggantikan komunikasi bersifat nyata (*meditation*), tidak perlunya institusi keagamaan yang komplit (*organization*), dan refleksi dari *cyberculture* yang menggantikan rekleksi dari tradisi keagamaan (*content*).

Konsep dasar etnografi virtual dalam menganalisis realitas *cyber-Religion*, selain hal-hal di atas perlu juga adanya observasi mendalam terhadap realitas dampak dari interaksi *cyberspasce* dengan kehidupan nyata dalam beragama. Transformasi yang kemungkinan terjadi sebagai hasil dari interaksi realitas tradisi nyata dengan informasi religius adaptif global di internet yang menarik minat masyarakat menuju gerakan-gerakan spiritualitas baru.

Analisis Etnografi Virtual pada Realitas *Cyber-Religion*

Penelitian etnografi virtual memiliki varian dalam memulai penelitiannya. Pertama, peneliti dapat langsung memasuki situasi sosial kemudian mewawancarai informan dalam komunitas virtual terkait berbagai fokus masalah yang ada. Kedua, peneliti dapat langsung menentukan masalah penelitian dengan dasar telah melakukan analisis sebelumnya terkait komunitas virtual tersebut kemudian baru memasuki situasi sosialnya. Bagan 1 di bawah ini adalah ilustrasi yang menggambarkan bagaimana melihat situasi sosial yang akan dianalisis menggunakan etnografi virtual.

Bagan 1
Pemetaan Situasi Sosial dalam Etnografi Virtual terhadap *Cyber-religion*



Sumber: diadaptasikan dengan model situasi sosial dalam etnografi baru (Spradley, 1980)

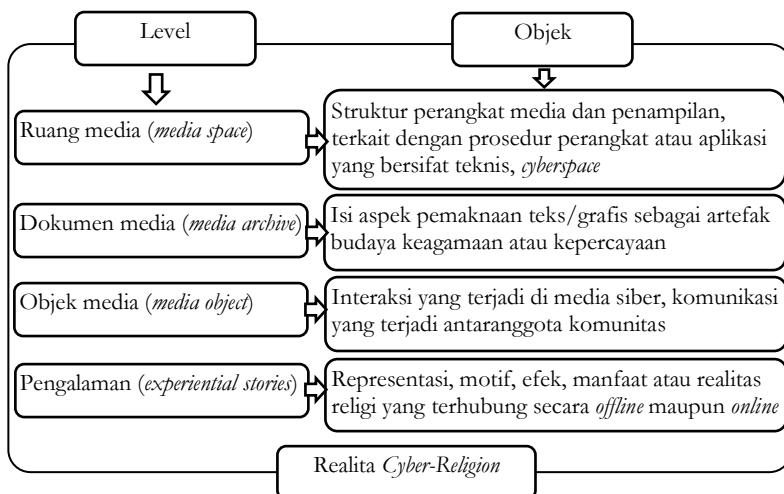
Aktor adalah orang-orang yang akan diteliti yang berada dalam komunitas virtual tertentu. Para aktor inilah yang akan menjadi informan dalam etnografi virtual. Orang-orang yang berada dalam komunitas virtual tersebut tentunya harus sesuai dengan substansi masalah penelitian terkhusus dalam *cyber-religion*. Tempat menjadi pembeda pada etnografi virtual ini jika dibandingkan dengan etnografi yang bukan virtual. Etnografi virtual sudah dipastikan meneliti masyarakat atau kelompok orang yang berada dalam komunitas virtual. Tempat trafik atau lalu lintas antaranggota dari komunitas virtual tentunya sifat *embounded system* atau tanpa banyak dipengaruhi oleh ekologis sepenuhnya, namun dengan *virtual screen* atau medium perangkat, *cyberspace* yang digunakan. Aktivitas budaya yang diamati dan interpretasinya juga akan terkait dengan *cyber-religion*. Berbagai diskusi, representasi, cara menanggapi, citra aktivitas yang ada pada komunitas virtual tersebut.

Cyber-religion menjadi sebuah pilihan bagi masyarakat yang berada di era digitalisasi. Aspek ini menjadi menarik dianalisis ketika aktivitas agama kini secara luar biasa sudah memasuki dunia siber. Survei terakhir di Amerika seperti dikutip Nasrullah(2008) dalam Larsen (2001), Hoover, Schofield Clark, and Raine, (2004) membeberkan fakta bahwa setiap harinya jutaan orang Amerika mengakses internet demi tujuan religius atau spiritual.

Fakta bahwa semakin banyak masyarakat yang mencari informasi atau pengetahuan agama di dunia siber mengidentifikasikan bahwa kebutuhan analisis *cyber-religion*

semakin dibutuhkan. Representasi masyarakat agama dalam internet sebagai sebuah konstruksi dalam *cybermedia* sangat penting dianalisis untuk mendapatkan gambaran realitas keagamaan pada jaman digitalisasi. Hine (2015:163) dalam bukunya *Ethnografi for the internet* mengungkapkan “*There is no strict, principled distinction between the internet on one and everyday life on the others*”. Pernyataan Hine ini menjelaskan bahwa ada kaitan yang sangat erat antara ralitas *online* dan *offline*. Realitas *online* sebagai sebuah representasi dari realitas dalam praktik nyata kehidupan. Dalam kontek analisis *Cyber-religion* terdapat beberapa level dalam analisis sebagaimana dapat dilihat dalam Bagan 2 di bawah ini.

Bagan 2
Model Analisis Media Siber terhadap Realitas *Cyber-Religion*



Sumber: Dimodifikasi dari Model Analisis Media Siber dari Nasrullah (2018: 45)

Level pertama, ruang media (*media space*) seorang etnografer melakukan analisis pada objek teknis *cyberspace* termasuk aplikasi yang digunakan dalam representasi konten religi yang ditampilkan dalam *screen* internet. Hal ini penting untuk melihat budaya dalam cara mengoperasikan termasuk tata cara mengakses informasi. Level kedua, dokumen media (*media archive*), etnografer virtual akan melakukan analisis pada objek isi grafis atau teks religi yang ditampilkan pada *cyberspace*. Pada level ini bisa menggunakan bantuan analisis lain yang sesuai misalnya

analisis wacana kritis jika menggunakan paradigma kritis. Jika menggunakan paradigma interpretatif maka bisa menggunakan analisis interaksionisme simbolik untuk mengaitkan teks atau grafis tersebut pada proses interaksi simbolik. Bisa juga misalnya menggunakan analisis *decoding-encoding* untuk menggambarkan bagaimana teks atau grafis itu diproduksi atau dikonstruksi. Pada level ini memang improvisasi penggunaan paradigma, teori dan multimetodologi yang tepat dapat dilakukan.

Level ketiga, objek media (*media object*) seorang etnografer akan melihat siapa konsumen termasuk produsen teks atau grafis religi tersebut. Lebih lajut lagi bagaimana interaksi *encoding-decoding* antar pengguna (*user*) dalam *cyberspace* tersebut. Para pencari data atau konsumen dalam media siber dapat berinteraksi antar pengguna. Model interaksi termasuk kaitannya dengan produksi dan reproduksi makna, regulasi makna menjadi analisis dalam level ketiga ini.

Level keempat, objek pengalaman (*experiential stories*). Menurut Nasrullah objek pengalaman ini adalah gambaran secara makro bagaimana masyarakat atau anggota komunitas itu di dunia *offline*. Ini dimaksudkan bahwa apa yang muncul di *online* memiliki relasi dengan dunia nyata (2018). Dalam konteks *cyber-religion*, bahwa berbagai praktik nyata dalam kehidupan keberagamaan apakah hal itu berkaitan dengan relasi kuasa, kontestasi, pencitraan, ajaran atau ideologi yang secara nyata ingin disebarkan atas kepentingan tertentu, semuanya dapat menjadi subjek atau objek analisis dalam etnografi virtual.

Metode etnografi baru menggunakan definisi kebudayaan dari Ward Goodenough dan James Spradley (dari paradigma interpretivisme) akan berbeda dengan etnografi yang berasal dari aliran semiotik ala Geertz, (*symbolic anthropology*) atau struktural Prancis ala Levis Strauss, atau aliran ekologi dan kultural materialisme ala Marvin Harris (paradigma positivisme) (Budiasa, 2016:13). Etnografi virtual dapat memilih paradigma atau perspektif etnografi yang digunakan tergantung dari tujuan penelitian yang akan dilakukan. Tentunya langkah-langkah yang dilakukan disesuaikan dengan paradigma penelitian tersebut. Budiasa (2016:22) mengungkapkan:

Jika Etnografi Baru ala James P. Spradley melihat sistem kognitif yang digunakan untuk menginterpretasi lingkungan yang

dihadapi sekaligus membuat strategi perilaku tanpa melihat unsur politis dalam karya, maka etnografi kritis lebih menekankan pada bagaimana kritik budaya dilakukan dan justru ditekankan pada pembelaan pada agen budaya yang termarginalisasi atau melihat bagaimana kontestasi budaya sedang terjadi.

Pemilihan analisis dapat dilakukan berdasarkan tujuan dan ranah penelitian. Konteks *cyber-religion* tentunya terkait dengan dunia siber agama. Ranah agama dalam dunia siber sebagai sebuah subjek penelitian dapat dibagi menjadi dua. Para ahli membagi ranah ini menjadi dua yaitu *religion online* dan *online religion*. Menurut (Atmaja & Ariyani, 2018, pp. 153-154) mengutip (Ibrahim & Akhmad, 2014) mengungkapkan bahwa:

Religion online “menyediakan pengguna internet dengan informasi tentang agama: doktrin, aturan masyarakat, organisasi, dan keyakinan; layanan dan peluang layanan, artikel dan buku-buku agama; dan juga perlengkapan lain yang berhubungan tradisi keagamaan atau pencarian seseorang. *Online Religion* “mendorong para pengguna internet untuk berpartisipasi dalam dimensi kehidupan keagamaan via *web*; ruang yang bertindak sebagai sebuah agama terlembaga (*institutionalized religion*) lengkap dengan liturgi, doa, ritual, meditasi, dan rumah suci virtual”

Religion online dan *online religion* dapat menjadi ranah dalam sebuah penelitian etnografi virtual. Berbagai fenomena atau permasalahan keagamaan atau sistem keyakinan yang muncul atau dapat muncul dalam interaksinya dengan dunia siber dapat menjadi ranah dalam penelitian Etnografi. Konstruksi budaya yang ada dengan determinasi teknologi informasi dengan berbagai dinamika yang ada dapat menjadi ontologi dalam etnografi virtual.

Langkah-langkah metode etnografi virtual memiliki kesamaan dengan etnografi pada umumnya hanya saja kini menjamah ranah dunia sibernya. Merujuk pada Nasrullah (2018) metode etnografi virtual dimulai dengan menentukan masalah penelitian dengan pertimbangan tiga hal yaitu (1) menentukan budaya atau artefak budayanya, (2) memilih komunitas di internet, dan (3) media siber yang digunakan/berkontribusi dalam pembentukan budaya tersebut. Langkah selanjutnya adalah membuat pertanyaan penelitian, melakukan observasi

secara *online* dan *offline*, menentukan dan wawancara informan, mengumpulkan data, mengolah data, mengonfirmasi hasil penelitian dan menulis laporan penelitian. Jika merujuk (Spradley, 1980) maka dimulai dengan memasuki situasi sosial (aktor, aktivitas dan tempat) kemudian melakukan observasi partisipasi, wawancara, hingga analisis dan membuat laporan etnografi. Dalam langkah ini yang berbeda adalah menganalisis terkait media siber yang digunakan dengan sistem budayanya. Interaksi dan representasi manusia dalam ranah *online* khususnya dalam hal ini dalam aspek agama hingga terlihat sebagai aspek yang memproduksi kebudayaan baru. Era digitalisasi membawa transformasi budaya dalam hal agama dan spiritualitas. Berbagai emosi, perasaan, dan keyakinan tertentu dapat menjadi realitas yang menarik ketika dalam hal ini manusia dimediasi oleh dunia virtual.

Penutup

Etnografi virtual dapat menjadi modalitas dalam penelitian agama, terkhusus lagi dalam ranah *cyber-religion*. Model Analisis media siber terhadap realitas *cyber-religion* dapat dijadikan sebuah model untuk realitas budaya dalam dunia virtual. Era digital mentransformasi realitas dunia *offline* menjadi hibrid dengan dunia *online*. Dunia maya menjadi realitas nyata yang patut diperhitungkan energinya dalam mengkonstruksi kebudayaan termasuk sistem kepercayaan. Proses pembelajaran agama atau sebuah keyakinan tertentu kini tampak tergiring pula menuju sistem pembelajaran dengan *online*. Realitas ini dapat dengan sangat tepat diteliti dengan menggunakan metode etnografi virtual. *Religion online* dan *online religion* dapat menjadi realitas baru dalam melihat perkembangan kebudayaan khususnya dalam dinamika system kepercayaan terkhusus lagi dalam ranah *cyber-religion*. Analisis Etnografi virtual dapat menjadi pilihan metode riset untuk menganalisisnya secara mutakhir.

DAFTAR PUSTAKA



- Atmaja, N. B. & Ariyani, L. P. S., 2018. *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. 1 ed. Depok: Rajawali Pers.
- Barker, C., 2000. *Cultural Studies Teori dan Praktik*. 1 ed. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiasa, I. M., 2016. *Paradigma dan Teori dalam Etnografi Baru dan Etnografi Kritis*. Denpasar, IHDN Press, pp. 9-24.
- Feike, M. M., 2007. *Logging-on to Sai Baba the Poetics of Sacred Globalization*, Tulane: The Departement of Geography and Anthropology.
- Hine, C., 2015. *Etnography for the Internet. Embedded, Embodied, and Everyday*. 1 ed. New York: Bloomsbury Academic.
- Ibrahim, I. S. & Akhmad, B., 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Kozinets, R., 2002. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities". *Journal of Marketing research*, Volume Februari, pp. 61-72.
- Murthy, D., 2008. Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research.. *Sociology: The Journal of the British Sociological Association*, Volume 42, p. 837.
- Nasrullah, R., 2008. *Cyber-Religion*. [Online] Available at: <https://m.detik.com/news/opini-anda/980106/cyber-religion> [Accessed 15 Juli 2018].
- Nasrullah, R., 2011. Konstruksi Identitas Muslim di Media Baru. *Komunika Jurnal Dakwah Dakwah & Komunikasi*, Juli - Desember, pp. 221 - 234.
- Nasrullah, R., 2014. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R., 2018. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya dan Sioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Spradley, J. P., 1980. *Participant Observation*. New York: Hold. Renchart and Winston.
- Sugihartati, R., 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

PERANAN PEREMPUAN DALAM MANAJEMEN KOMUNIKASI PADA PENGELOLAAN *HOMESTAY*

Oleh:

Ni Desak Made Santi Diwyarthi



Abstrak

Homestay atau pondok wisata telah mengalami perkembangan pesat semenjak abad 1900 an, termasuk pula di pulau Bali. Minat wisatawan untuk datang dan mengalami kehidupan secara langsung, ikut berpartisipasi dengan masyarakat, telah mendorong pertumbuhan *homestay* dan tingkat huniannya. Namun tidak banyak perempuan yang merupakan pemilik sekaligus pengelola *homestay*, memiliki kemampuan dalam menerapkan teori manajemen di dalam dunia bisnis. Penelitian ini mengambil *homestay*, sebagai objek observasi karena perempuan sebagai pemilik maupun pengelola yang dianalisis dalam menerapkan manajemen komunikasi. Selanjutnya dikembangkan hubungan dengan para pelanggan, berdasar teori Sheth, Parvatiyar dan Shainesh (dalam Gaffar, 2007: 43 – 46), yang mengatakan bahwa program *Customer Relationship Management* terdiri dari *Continuity Marketing*, *One to One Marketing*, dan *Partnering Co Marketing*. Hasil temuan membuktikan bahwa di Ubud terdapat lebih dari 500 *homestay*, namun hanya 30 *homestay* yang terdapat pada Ubud *Homestay* Association (UHSA). Kadek Armini selaku satu-satunya perempuan yang merupakan pemilik sekaligus pengelola Krisda Huest House yang ada di Ubud, telah mampu menerapkan manajemen komunikasi dengan baik. Tamu yang menginap pada *homestay* miliknya diajak untuk terlibat dalam aktivitas sehari-hari pemilik rumah, seperti membuat canangsari, memasak, dan belajar menari. Program *Customer Relationship Management* yang diterapkan di Krisda Ubud *Guest House* meliputi *Continuity Marketing*, pemasaran yang berkelanjutan, dengan tetap menjalin hubungan baik dengan wisatawan, *One to One Marketing*, menghubungi satu per satu wisatawan yang potensial, dan *Partnering/Co Marketing*, menggunakan sarana lain, seperti Booking.com, Agoda.com, Airbnb.com.

Kata Kunci : *Homestay*, Manajemen Komunikasi, *Customer Relationship Management*.

I. PENDAHULUAN



Homestay atau pondok wisata telah tumbuh dan berkembang semenjak awal tahun 1930-an. Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia cabang Bali, Tjokorda Oka Ardhana Sukawati, menjelaskan pada tanggal 23 Januari 2017, bahwa “*Homestay* atau Pondok Wisata, merupakan cikal bakal yang telah tumbuh di era tahun 1930 an, pada saat itu dunia pelancongan telah dimulai di Ubud”.

Minat wisatawan yang datang kala itu untuk mendalami dan mempelajari berbagai hal terkait budaya lokal (*local genius wisdom*), membuat mereka pada umumnya tinggal di lingkungan puri. “Namun seiring meningkatnya jumlah mereka, puri tidak lagi cukup untuk menampung wisatawan menginap, sehingga pihak puri memohon kepada orang dekat puri untuk memanfaatkan rumah mereka sebagai tempat penginapan”, ungkap Cok Ace.

Hal ini menjadi awal dari tumbuh berkembangnya usaha Pondok Wisata. Apalagi *Homestay* memiliki kelebihan mampu menyajikan rangkaian aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat Bali, sehingga wisatawan yang menginap dapat terlibat langsung, sehingga terjadi ikatan emosional di antara pemilik atau pengelola *homestay* dengan para wisatawan. Ikatan emosi ini mampu menghasilkan kerinduan wisatawan untuk kembali datang berkunjung, menginap dan melakukan aktivitas bersama dengan pemilik dan masyarakat di sekitar.

I Gusti Putu Ngurah Budiasa, 12 Januari 2017 dalam wawancara menjelaskan bahwa pemasaran *homestay* berbeda dengan pemasaran hotel. Pemasaran *homestay* sering melibatkan peranan dari pengelola atau pemilik *homestay* yang bersangkutan, dengan pola yang lebih sederhana. Pengembangan *homestay* juga merupakan bagian dari prioritas program kerja dari kementerian pariwisata. Kementerian Pariwisata berharap dukungan prioritas dari berbagai pihak terkait kegiatan tahun 2017, meliputi *digitalisasi*, pembangunan *homestay* dan juga *connectivity*, dalam memenuhi target kunjungan yang telah dicanangkan oleh kementerian.

Wisatawan yang datang berkunjung atau menginap berulang kali memperlihatkan bahwa perusahaan telah berhasil menerapkan Manajemen Kerelasiaan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) yang merupakan *Core*

Business Strategy yang mengintegrasikan proses internal serta fungsi-fungsi yang ada dalam perusahaan dengan jejaring eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan manfaat kepada target pelanggan yang memberikan keuntungan. Hal ini dikemukakan oleh Kalakota dan Robinson (2002). Sheth (1998) dalam Affif (2008) juga menjelaskan bahwa pemasaran relasional telah menjadi semacam dalil baru dalam berbagai aliran disiplin pandangan ilmu.

Merujuk berbagai klasifikasi teori pemasaran yang dikembangkan akhir-akhir ini, pemasaran relasional merupakan suatu dimensi interaktif-*non economic*, karena memperhatikan interdependensi antara pelaku serta menekankan pada pertukaran fondasi teori pemasaran.

Seiring dinamika perkembangan dunia pariwisata, kawasan Ubud yang dahulu memiliki jumlah *Homestay* sebanyak 500-an buah, mulai mengalami perubahan dengan hadirnya beberapa hotel. Mulai dari Chain Hotel, baik lokal maupun internasional, hingga bermunculan hotel *budget* yang bersaing merebut pasar. “Ini semua perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah agar keberadaan *homestay* tetap terjaga eksistensinya”, ujar Kadisparda Gianyar, AA Bagus Ari Brahmantha di saat Sarasehan Pengembangan *Homestay* Berbasis Budaya, di bawah koordinasi Ubud *Homestay Association*. Jumat 20 Januari 2018, di Wantilan Puri Lukisan Ubud. *Homestay* yang ada di Ubud di bawah naungan Ubud *Home Stay Association*, berjumlah 30 buah. Peranan perempuan sangat penting dalam kegiatan pariwisata karena keterlibatan perempuan dalam pariwisata dapat mengurangi ketimpangan gender dalam pembangunan.

Penelitian Sikripsi Krisna Mahendraswara (2011) menjelaskan bahwa kualitas sumber daya manusia dalam dunia perhotelan antara lain meliputi penampilan karyawan yang rapi, karyawan cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan, prosedur pelayanan mudah dimengerti, karyawan menyelesaikan keluhan dengan baik, karyawan cepat dan tanggap, karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan, karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah, keakuratan dalam pelayanan, sikap sabar dan ramah, dan sungguh-sungguh dalam memperhatikan

kepentingan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, bahwa karyawan yang berkualitas adalah karyawan yang memiliki empati. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak membedakan status sosial pelanggan dalam memberikan pelayanan (Parasuraman, dkk, 1998).

Faradilla Andani dalam penelitian Sikripsi berjudul Peranan Perempuan dalam Aktivitas Pariwisata di Desa Wisata Tebing Tinggi Okura di Kota Pekanbaru (JOM FISIP, Vol. 4 No. 2, Oktober 2017) menyimpulkan bahwa peran perempuan di Kampung Wisata Tebing Tinggi Okura Kota Pekanbaru sangat berperan dalam tari – tarian daerah, pertanian, *homestay*, pelayanan makanan dan minuman, pembuatan cinderamata dan kurang berperan dalam pembangunan dermaga dan *tourist organization*. Kendala perempuan dalam berperan di kegiatan pariwisata di Kampung Wisata Tebing Tinggi Okura Kota Pekanbaru pada umumnya adalah kurangnya sumber pendanaan, kurangnya koordinasi, kurangnya keahlian, dan kurangnya sumber daya manusia yang terlatih.

UNWTO (2011) menjelaskan bahwa perempuan memenuhi sebagian besar proporsi tenaga kerja pariwisata yang formal. Perempuan terwakili dalam pekerjaan pelayanan dan tingkat administrasi, tetapi kurang terwakili pada tingkat profesional. Perempuan memperoleh peluang 10 % sampai 15 % lebih kecil di banding tenaga kerja laki-laki dalam bidang pariwisata. Sektor pariwisata menjadikan perempuan sebagai pemilik usaha/majikan, yaitu hampir dua kali lipat jika di banding dengan sektor lainnya. Satu dari lima menteri pariwisata diseluruh dunia adalah perempuan. Perempuan yang bekerja di sektor pariwisata menjadi pekerja sendiri/mandiri dengan proporsi yang jauh lebih tinggi daripada sektor lain. Sejumlah besar pekerjaan tidak berbayar sedang dilakukan oleh perempuan dalam bisnis pariwisata keluarga. Hal ini membuktikan bahwa perempuan memiliki peranan dalam pengelolaan desa wisata dan kegiatan terkait pariwisata.

Sheth, Parvatiyar dan Shainesh (dalam Gaffar, 2007: 42) mengatakan bahwa program *Customer Relationship Management* terdiri dari *Continuity Marketing*, *One to One Marketing*, dan *Partnering/Co Marketing*. Uraian jabaran mengenai hal tersebut menurut Gaffar adalah : (1). *Continuity marketing*. Program ini dilaksanakan oleh pihak hotel dalam usaha memenuhi kebutuhan setiap individu melalui beberapa aspek yang di antaranya adalah penyapaan secara individual oleh para personil hotel, keramahan dan kesopanan dalam memberikan jasa secara individual, penanganan keluhan secara individual, serta pemberian undangan dan kartu ucapan dari hotel. (2). *One-to-one marketing*. Program ini dilakukan hotel berupa pendekatan secara individual berdasar pemenuhan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Bentuk jasa yang diberikan yaitu jasa secara khusus sesuai dengan permintaan tamu hotel, misalnya untuk jasa dan fasilitas kamar dan *room service*. (3). *Partnering/co-marketing*. Pelaksanaan program ini dilakukan hotel untuk menjalin hubungan kerjasama antara perusahaan dengan pihak lain untuk melayani pemakai akhir dalam hal ini adalah pelanggan.

II. PEMBAHASAN

Terbentuknya UHSA pada tanggal 1 Agustus 2016, dilanjutkan dengan penandatanganan MoU UHSA bersama Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali dalam melaksanakan pelatihan bagi para pemilik dan pengelola *Homestay*, sekaligus penelitian terkait *homestay* dalam menyusun pola acuan serta *role model homestay* di seluruh Indonesia. Ketua UHSA, IB Wiryawan, menyampaikan pemaparannya, bahwa UHSA mengharapkan peran serta aktif pemerintah juga lembaga pendidikan bagi kemajuan UHSA dalam perkembangan pariwisata di dunia, sehingga UHSA bisa berkembang sesuai dengan harapan yang ada.

Krisda Ubud *Guest House* terletak di Jalan Raya Ubud nomer 23, tidak jauh dari Bebek Bengil. Berdiri semenjak 2005, terdiri dari 4 kamar, dengan tarif Rp 250.000 hingga 350.000,00 per malam nya.

“Saya menempatkan tamu sebagai bagian dari anggota keluarga. Saya melibatkan tamu dalam berbagai

aktivitas keluarga, seperti memasak, membuat *banten*, belajar menari. Hal ini agar tamu merasa betah dan diterima sebagai keluarga, sehingga menarik tamu untuk kembali”. Ujar ibu Kadek Armini, pengelola sekaligus pemilik dari Krisda Ubud *Guest House*. “Kami menggunakan Agoda.com, Booking.com, dan Airbnb.com sebagai sarana promosi dan melakukan reservasi bagi tamu”. Ujar Kadek Armini. Namun Kadek Armini menjelaskan bahwa sebagian besar tamu yang menginap berasal dari Australia. Lebih dari 80 % tamu yang menginap pada tahun 2017 berkebangsaan Australia.

Kadek Armini menjelaskan bahwa dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, ia dibantu oleh tiga orang karyawan yang masih memiliki hubungan kekeluargaan. Pada umumnya mereka tidak mengalami hambatan atau kendala dalam mengelola aktivitas yang berlangsung di Krisda Ubud *Guest House*. Hal ini dikarenakan standar operasional prosedur *homestay* tidak lah serumit seperti mengelola hotel berbintang. Di samping itu, Kadek Armini juga sering mengikuti pelatihan yang ada, salah satunya terkait dengan pengelolaan *homestay* yang dilakukan oleh pihak manajemen Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, pada tanggal 21–23 Maret 2017 di Ubud.

Salah satu komentar yang disampaikan oleh wisatawan Jepang yang menginap di Krisda Ubud *Guest House*, Yeji Hwang, “*I’m glad to support my friend, Kadek Armini. If you have any plan to visit Ubud, Indonesia, check it out! I recommend for Solo traveler*”. Hal ini menunjukkan kedekatan hubungan antara tamu dan pihak manajemen yang terjalin baik selama tamu tersebut tinggal.

Terkait dengan pemasaran *homestay*, Krisda Ubud *Guest House* menggunakan Agoda.com, Booking.com, dan Airbnb.com sebagai sarana promosi dan melakukan *reservasi* bagi tamu. Kadek Armini juga menggunakan metode pendekatan dengan tamu, berdiskusi bersama, dan menempatkan tamu sebagai bagian dari anggota keluarga, ikut makan bersama. Kadek Armini bertanya pada tamu hal yang disenangi dan yang tidak disenangi terkait dengan *homestay*. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Sheth,

Parvatiyar dan Shainesh (1998) dalam Gaffar (2002) mengenai *Customer Relationship Management*.

Program *Customer Relationship Management* terdiri dari *Continuity Marketing*, *One to One Marketing*, dan *Partnering/Co Marketing* (Gaffar, 2007). Uraian tersebut Menurut Gaffar adalah : (1). *Continuity marketing*. Program ini dilaksanakan oleh pihak hotel dalam usaha memenuhi kebutuhan setiap individu melalui beberapa aspek yang diantaranya adalah penyapaan secara individual oleh para personil hotel, keramahan dan kesopanan dalam memberikan jasa secara individual, penanganan keluhan secara individual, serta pemberian undangan dan kartu ucapan dari hotel. (2). *One-to-one marketing*. Program ini dilakukan hotel berupa pendekatan secara individual berdasar pemenuhan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Bentuk jasa yang diberikan yaitu jasa secara khusus sesuai dengan permintaan tamu hotel, misalnya untuk jasa dan fasilitas kamar dan *room service*. (3). *Partnering/co – marketing*. Pelaksanaan program ini dilakukan hotel untuk menjalin hubungan kerjasama antara perusahaan dengan pihak lain untuk melayani pemakai akhir dalam hal ini adalah pelanggan.

III. PENUTUP

Berdasar analisis data tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa dari 500-an lebih *homestay* yang ada di Ubud, hanya 30 buah yang terdaftar sebagai anggota pada Ubud *Home Stay Association*. Salah satunya adalah Krisda *Guest House* yang dimiliki Kadek Armini. Dan Kadek Armini berperan sebagai pemilik sekaligus pengelola Krisda Ubud *Guest House* yang memiliki jumlah kamar sebanyak empat buah. Berbagai pelatihan dan pendidikan yang diikuti Kadek Armini, membuat keahliannya semakin meningkat dalam mengatasi dan mengelola Krisda Ubud *Guest House*. Tamu yang menginap pada *homestay* miliknya diajak untuk terlibat dalam aktivitas sehari-hari pemilik rumah, seperti membuat *canangsari*, memasak, dan belajar menari. Program *Customer Relationship Management* yang diterapkan di Krisda Ubud *Guest House* meliputi *Continuity Marketing*, pemasaran yang berkelanjutan, dengan tetap menjalin hubungan baik dengan

wisatawan, *One to One Marketing*, menghubungi satu per satu wisatawan yang potensial, dan *Partnering/Co Marketing*, menggunakan sarana lain, seperti Booking.com, Agoda.com, Airbnb.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Andani, Faradilla. 2011. Peran Perempuan dalam Kegiatan Pariwisata di Kampung Wisata Tebing Tinggi Okura Pekanbaru. JOM FISIP, Vol. 4 No. 2 – Oktober 2011.
- Bagyono. 2006. *Teori dan Praktek Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta
- Fitri & Any Noor. 2016. Analisis SWOT pada Komponen Pariwisata 6 A untuk Pengembangan Potensi Wisata di Desa Padaulun. Bandung: Poltek Bandung.
- Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Januraga, Agung. 1987. *Penerimaan Tamu*. Nusa Dua: STP Nusa Dua Bali
- Kasavana, L. 1981. *Managing Front Office Operations*. Sixth Edition. United States of America: AH & LA
- Santoso. 2012. Tinjauan Hotel Butik. Jurnal Perhotelan. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Sedarmayanti dan Hidayat S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mandar Maju
- Siagian, Sondang P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sujatha, Dewa Ketut. 2011. *Operasional Kantor Depan*. Nusa Dua: STP Nusa Dua Bali
- UNWTO. 2011. Perempuan.
- Widodo, Suparno Eko. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Wirartha, I Made. 2006. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis*. Yogyakarta: ANDI

KONSEP TRI HITA KARANA MASYARAKAT HINDU TENGER DESA ARGOSARI LUMAJANG DALAM UPAYA KOMUNIKASI DENGAN TUHAN

Oleh



Siti Nur Azizatul Luthfiyah, M. Khoirul Hadi
alAsyari dan Ismail Sholeh¹⁷
Email: Arimoh16@gmail.com

Abstrak

Artikel ini mengungkapkan tentang konsep Tri Hita Karana masyarakat Hindu Tengger. Tri Hita Karana memiliki arti tiga sebab kebahagiaan yang terdiri dari tiga bentuk, yaitu prahyangan (Tuhan), pawongan (manusia), palemahan (alam) yang telah membudi daya di masyarakat Hindu Tengger secara turun temurun dan menjadi pedoman bagi masyarakat Hindu Tengger. Masyarakat luas dapat mengetahui bagaimana pemaknaan masyarakat Hindu Tengger terhadap Tuhan, manusia, dan alam. Untuk itu, peneliti ingin mengetahui tentang kepercayaan tri hita karana sebagai suatu fenomena yang dilakukan masyarakat Hindu Tengger untuk mengetahui pemaknaan dari tri hita karana itu sendiri. Metode fenomenologi hermeneutik interview dipilih peneliti untuk mengetahui secara langsung pelaksanaan tradisi tersebut berdasarkan perspektif etik objek penelitian. Sehubungan dengan konsep Tri Hita Karana masyarakat Hindu Tengger, mereka memiliki cara tersendiri untuk mengungkapkan tentang Tuhan, manusia dan alam. Banyak cara masyarakat untuk mengimplementasikan Tri Hita Karana, tidak hanya berupa budaya, tapi juga berupa adat istiadat dan tradisi yang melekat dalam masyarakat Hindu Tengger.

Keywords : Tri Hita Karana, prahyangan, pawongan, palemahan, Hindu Tengger

PENDAHULUAN

** Siti Nur Azizatul Luthfiyah, program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, email: azizah.4ja@gmail.com; Ismail sholeh, program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, email: Ismailsholeh128@gmail.com.



Agama adalah sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan Yang Mahakuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya.¹⁸ Kata "agama" berasal dari bahasa Sanskerta, *āgama* yang berarti "tradisi".¹⁹ Kata lain untuk menyatakan konsep ini adalah religi yang berasal dari bahasa Latin *religio* dan berakar pada kata kerja *re-ligare* yang berarti "mengikat kembali". Maksudnya dengan berreligi, seseorang mengikat dirinya kepada Tuhan

Di Indonesia, dalam prakteknya sendiri telah disahkan 6 agama yang telah dilindungi oleh Undang-Undang Pasal 29 UUD 1945 Tentang Kebebasan Beragama yang berbunyi: (1) Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa dan (2) Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu.²⁰

Begitu pula dengan masyarakat Hindu Tengger yang juga memiliki kebebasan untuk memeluk agama sesuai dengan kepercayaannya. Berkaitan dengan itu, masyarakat Hindu Tengger yang tinggal di lereng gunung Bromo, tepatnya di Desa Argosari merupakan mayoritas merupakan penganut Hindu yang taat. Tentunya tak hanya ada penganut Hindu di sana melainkan juga penganut agama-agama lain tetapi dalam jumlah kecil atau minoritas.²¹ Di tengah perbedaan ini, suku Tengger berhasil mempertahankan tradisi nenek moyang yang telah dijaganya turun temurun. Perpindahan agama tak lantas membuat penganut agama Hindu berubah sikap dan berlaku diskriminasi terhadap umat Muslim. Namun tetap terjadi keselarasan dan terus bahu membahu atau bergotong royong dalam segala hal. Karena hal tersebut merupakan tradisi dari masyarakat Tengger itu sendiri mereka menyebutnya *guyub rukun*.²² Tampaknya, hal ini

¹⁸Lebih lengkap baca <https://id.wikipedia.org/wiki/Agama> (20 mei 2017)

¹⁹Ibid.

²⁰<http://pemerintahdiindonesia.blogspot.co.id/2014/10/isi-pasal-29-uud-1945-tentang-kebebasan.html> (20 mei 2017)

²¹Observasi

²²Tolong menolong antar warga tengger dalam acara, ketika mendapat musibah, ataupun membangun rumah. mereka menyebutnya *guyub rukun*.

membuat kehidupan di Desa Argosari cenderung rukun dan aman dengan tingkat kriminalitas sangat minim terjadi.

Masyarakat Hindu Tengger, dalam mewujudkan kerukunan tersebut, memiliki pedoman *Tri Hita Karana* yang memiliki arti tiga sebab kebahagiaan yang terdiri dari tiga hubungan, yaitu: (1) Hubungan manusia dengan Tuhan, (2) Hubungan manusia dengan manusia, Dan (3) Hubungan manusia dengan alam.

Keakuran masyarakat tengger Desa Argosari yang sangat kuat di tengah masyarakat yang memiliki keyakinan berbeda ini yang menjadikan hal ini menarik untuk diteliti. Berangkat dari hal tersebut, penulis ingin mengetahui tentang konsep *Tri Hita Karana* masyarakat Hindu Tengger di Desa Argosari Kecamatan Senduro Lumajang untuk mengetahui pemaknaan masyarakat Hindu Tengger terhadap Tuhan, manusia, dan alam.

Tulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang keberagaman agama pada umumnya dan *Tri Hita Karana* pada khususnya. Peneliti juga berharap tulisan ini dapat menambah kerukunan antara umat beragama tanpa saling menyakiti atau mengolok-olok satu sama lain. Selain itu juga dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian yang sejenis.

Sesungguhnya, konsep *Tri Hita Karana* memiliki cangkupan yang sangat luas. Beberapa penulis telah menulisnya dengan fokus yang berbeda. *Pertama*, Praksis *Tri Hita Karana* Dalam Struktur Dan Kultur Pendidikan Karakter Kejuruan Pada Smk Di Bali oleh Putu Sudira, mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Putu Sudira menyimpulkan Struktur penataan bangunan SMK semua menggunakan konsep *tri mandala* dengan menetapkan bangunan pura sekolah di sisi Timur (*hulu*, utama), bangunan untuk kegiatan pelayanan pendidikan di tengah (*madya*), dan gudang atau pembuangan material sisa di sisi barat (*teben*, nista). Struktur ini dibangun dimaksudkan agar terbangun keseimbangan dan keharmonisan warga SMK dengan Tuhan Yang Mahaesa di parhyangan/Pura Seklah, keseimbangan dan keharmonisan warga SMK dengan lingkungan (*palemahan*) dan keseimbangan antar anggota warga SMK (*pawongan*).²³

²³Putu Sudira, “Praksis *Tri Hita Karana* Dalam Struktur Dan Kultur Pendidikan Karakter Kejuruan Pada Smk Di Bali”, (jurnal), xviii

Kedua, Penerapan Konsep Tri Hita Karana Dalam Perencanaan Perumahan Di Bali Oleh Dewa Nyoman Wastika Dosen Fakultas Teknik Program Studi Arsitektur Universitas Udayana pada Agustus 2005 yang menyimpulkan bahwa *Tri Hita Karana* merupakan konsep universal yang bisa berlaku secara regional, nasional maupun internasional dibuktikan dengan pembangunan perumahan yang ada Di Bali yang menggunakan konsep Tri Hita Karana untuk penataan tempat agar keharmonisan sosial tetap terjaga.²⁴

Ketiga, dalam tulisan lain juga dipaparkan oleh Erlangga Singgih Anandito, tentang penerapan Konsep *Tri Hita Karana* Sebagai Landasan Produk Ekowisata Di Desa *Pakraman* Piling, Kabupaten Tabanan, Bali. Penelitian yang dilakukan oleh Erlangga ini telah menyimpulkan *Tri Hita Karana* masih dipegang teguh oleh masyarakat Desa *Pakraman* Piling yang memiliki potensi ekologi dan sosial budaya yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata dalam menunjang kegiatan kepariwisataan yang selama ini sudah berlangsung di Desa *Pakraman* Piling. Potensi ekologi yang terdapat di Desa *Pakraman* Piling adalah; Areal persawaahan yang membentang luas, mata air panas, lansekap pegunungan. Sedangkan untuk potensi sosial budaya adalah pura, tradisi masyarakat, kesenian, dan upacara.²⁵

Schubungan dengan penelitian mengenai konsep Tri Hita Karana masyarakat Hindu Tengger, pendekatan fenomenologi dipilih karena pendekatan ini dinilai sesuai dengan kajian perilaku masyarakat Suku Tengger di Desa Argosari. Pendekatan fenomenologi memandang bahwa suatu tindakan atau fenomena yang dilakukan oleh subjek tertentu dilatarbelakagi atas kesadaran dan pemahaman subjek tersebut.²⁶Peneliti berharap dengan pendekatan fenomenologi, peneliti dapat memotret fenomena perilaku dan beberapa tradisi masyarakat Suku Tengger di Desa

²⁴Dewa Nyoman “Penerapan Konsep Tri Hita Karana Dalam Perencanaan Perumahan Di Bali”. (Jurnal Permukiman Natah Vol. 3 No. 2 Agustus 2005 : 62 – 105), LXXVII

²⁵Erlangga Singgih Anandito, ”Penerapan Konsep *Tri Hita Karana* Sebagai Landasan Produk Ekowisata Di Desa *Pakraman* Piling, Kabupaten Tabanan, Bali” (Skripsi, Universitas Gajah Mada, 2014),CIII

²⁶Imam Musbikin, *Istanthiq Al-Quran* (Madiun: Jaya Star Nine, 2016). 326

Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang sesuai dengan perspektif *inner* pelaksana. Sementara untuk pengambilan sampel sumber data, peneliti memilih teknik *snowball sampling*²⁷ untuk mewujudkan keberhasilan penelitian.

SELAYANG PANDANG TRI HITA KARANA

Secara terminalogis "*Tri Hita Karana*" berasal dari Sansekerta yang terdiri atas kata *Tri*+*Hita*+*Karana* yang berarti tiga hal yang menyebabkan terjadinya kesejahteraan atau kebahagiaan. Namun secara rasikal *Tri Hita Karana* mengandung pengertian tiga hubungan harmonis, yaitu hubungan harmonis antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa (*parhyangan*), manusia dengan manusia (*pawongan*) dan manusia dengan alam (*palemahan*). Sumber inspirasi *Tri Hita Karana* berasal dari Pustaka Suci Agama Hindu yang dikenal dengan nama *Bhagawad Gita*. Konsep *Tri Hita Karana* mengandung nilai-nilai universal yang mengekspresikan pola-pola hubungan seimbang dan harmonis.²⁸

Konsep *Tri Hita Karana* (THK) pada dasarnya adalah sebuah landasan yang bersumber dari agama Hindu namun sejatinya konsep ini adalah konsep yang universal yang eksis dalam kehidupan setiap umat beragama di dunia. Disebut eksis karena THK pada intinya mengedepankan harmoni dan prinsip-prinsip kebersamaan dalam kehidupan umat manusia. Hidup harmoni di tengah-tengah suasana kebersamaan yang tulus dan murni, tentu jadi idaman tiap manusia dimanapun berada tanpa membedakan aliran ataupun kepercayaan.²⁹ THK menurut Agama Hindu merupakan sikap hidup yang seimbang dan harmoni antara percaya dan bhakti kepada Tuhan, mengabdikan kepada sesama manusia, dan menyayangi alam berdasarkan yadnya (persembahan suci). Jadi yang membutuhkan terlaksananya ajaran THK ini adalah manusia karena

²⁷ *Snowball Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.

²⁸ Ni Wayan Novi Budiasni, Dkk, *Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Tri Hita Karana*, E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 3 No. 1 Tahun 2015).

²⁹ I Ketut Wiana, *Tri Hita Karana Menurut Konsep* (Surabaya: Paramita, 2007), 141.



keharmonisan dengan tiga dimensi ini sebagai pengejawantahan dari ini sari Veda, yaitu Satyam dan Sivam yang kekal abadi atau kebenaran dan kesucian tertinggi.³⁰

Ajaran Tri Hita Karana menekankan tiga hubungan manusia dalam kehidupan di dunia ini. Ketiga hubungan itu meliputi hubungan dengan sesama manusia, hubungan dengan alam sekeliling, dan hubungan dengan ke-Tuhanan yang saling terkait satu sama lain³¹. Setiap hubungan memiliki pedoman hidup menghargai sesama aspek sekelilingnya. Prinsip pelaksanaannya harus seimbang, selaras antara satu dan lainnya.

Sedangkan konsep dasar Tri Hita Karana tersebut dan bila dikaji dari konsep dasar dialektika hukum alam sebagaimana tergambar di atas maka konsep berupa hubungan yang harmonis antara manusia dengan Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan), hubungan yang harmonis antara manusia dengan sesamanya, dan hubungan yang harmonis antara manusia dengan lingkungannya.³²

Konsep Parahyangan, Pawongan dan Palemahan

Parahyangan adalah hubungan harmonis antara manusia dengan Ida Sang Hyang Widi Wasa/Brahman sang pencipta/Tuhan Yang Maha Esa. Sebagai umat beragama atas dasar konsep *theology* yang diyakininya khususnya umat Hindu yang pertama harus dilakukan adalah bagaimana berusaha untuk berhubungan dengan Sang Pencipta melalui kerja keras sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Pawongan adalah hubungan harmonis antara sesama umat manusia. Dalam hal ini ditekankan agar sesama umat beragama untuk selalu mengadakan komunikasi dan hubungan yang harmonis melalui kegiatan Sima Krama Dharma Santhi/silahturahmi. Dan kegiatan ini dipandang penting dan strategis

³⁰ Wayan Windia, Dkk, *Penerapan Tri Hita Karana Untuk Keberlanjutan Sistem Subak Yang Menjadi Warisan Budaya Dunia: Kasus Subak Wangaya Betan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan*, Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 3, No. 1, Mei 2015.

³¹ibid.,

³² Ni Komang Wisesa Subagia, *Persepsi Masyarakat Terhadap Konsep Tri Hita Karana Sebagai Implementasi Hukum Alam*, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Bandar Lampung 2016.

mengingat bahwa umat manusia selalu hidup berdampingan dan tidak bisa hidup sendirian. Oleh karena itu, tali persahabatan dan persaudaraan harus tetap terjalin dengan baik.

Palemahan adalah hubungan harmonis antara umat manusia dengan alam lingkungannya. Ajaran ini menekankan kepada umat manusia untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan alam sekitar, sehingga terwujud keharmonisan alam dan tetap terjaganya keseimbangan ekosistem.³³

INTERPRETASI TRI HITA KARANA MASYARAKAT HINDU TENGGER

Deskripsi Tuhan. Argosari merupakan salah satu desa yang didiami oleh suku Tengger yang tersebar di daerah Malang, Pasuruan, Probolinggo, dan Argosari Lumajang. Sepanjang Desa Argosari telah nampak banyak *patmasari*³⁴ yang terdapat hampir pada tiap rumah. Ini merupakan gambaran bahwa mayoritas agama yang dianut oleh masyarakat Tengger sendiri adalah agama Hindu³⁵. Selain itu agama Hindu merupakan agama turun temurun yang dianut oleh masyarakat suku Tengger sejak zaman Kerajaan Majapahit. Masyarakat suku Tengger meyakini bahwa mereka adalah keturunan dari Joko Seger dan Roro Anteng. Bahkan nama Tengger juga merupakan gabungan dari nama Roro An-(Teng) dan Joko Se-(Ger) sehingga menjadi Tengger.³⁶

Masyarakat Hindu Tengger meyakini bahwa Tuhan mereka merupakan Sang Hyang Widi Wasa Sang Pencipta alam semesta, penguasa, dan pemberi rizqi³⁷. Masyarakat Hindu Tengger hidup dengan aturan adat istiadat yang berlaku selama turun-temurun tanpa adanya protes ataupun bertanya mengapa harus demikian. Mereka hanya yakin jika mereka patuh maka

³³ Wiana, *Tri Hita Karana...*, 157.

³⁴ *Patmasari* merupakan pura yang umumnya terdapat di depan rumah umat hindu sebagai tanda penganut agama Hindu dan pelinggihan Sang Hyang Widi Wasa sabagai Tuhan

³⁵ Observasi 14 Mei 2017

³⁶ Bu sri wahyuni, guru di SDN argosari 01

³⁷ Pak Suryat umur 74 tahun, lahir di tahun 1943 asli penduduk tengger. Bekerja sebagai petani. Memiliki 3 anak, 2 putri dan 1 putra. Dan semuanya sudah berkeluarga.

semuanya akan baik baik saja. Karena jika melanggar, mereka percaya akan terjadi *walat*³⁸

Ada banyak pendapat mengenai cara penduduk masyarakat Hindu dalam menggambarkan sosok Tuhan

“... Tuhan itu sesuatu yang tidak bisa dilihat tapi ada dimana-mana. Samalah dengan mbak ini. Kalo mbak percaya kalau Tuhannya mbak itu Allah saya juga percaya bahwa Tuhan saya itu Sang Hyang Widi Wasa pencipta alam semesta dan semua makhluk. Saya juga percaya kalau yang menciptakan mbak itu juga sang Hyang Widi Wasa...”³⁹

Tuhan adalah sosok yang tidak bisa didefinisikan maupun digambarkan. Tapi Tuhan itu ada sebagai pencipta, penguasa, dan pelindung bagi semua umat manusia. Bagi umat Hindu Tengger Tuhan mereka adalah Sang Hyang Widi Wasa yang menguasai alam dan ada di mana-mana.

Berbeda dengan pendapat yang dikemukakan Kang Toha dalam menggambarkan Tuhan

“...Tuhan itu ya saya ini, karena Tuhan itu ada dalam diri saya, Ada dalam diri tiap manusia. Jadi setiap apa yang dilakukan itu Tuhan tahu. Jika saya berbuat jahat saya kan tahu, maka Tuhan juga tahu karena Tuhan ada dalam diri saya. jika saya mencuri milsalnya, gak ada orang yang tahu yang tahu cuma saya maka jelas Tuhan juga tahu karena Tuhan itu ada dalam diri saya..”⁴⁰

Sedangkan Kang Budi, juga memaparkan hal yang sama seperti Kang Toha dengan lebih rinci.

“... ngene lho nduk, seng di maksud tuhan ada dalam diri manusia iku ngene, nang jerone tiap makhluk hidup iku onok jenenge atman, nab atman iku percikan terkecil dari Tuhan seng garakno semua

³⁸Walat merupakan hukuman yang akan diterima di kemudian hari jika melanggar adat istiadat desa atau masyarakat sekitar.

³⁹Wandi, warga masyarakat Tengger desa Argosari mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Santika Dharma Malang

⁴⁰Kang Toha 39 tahun, asli penduduk tengger beristri satu memiliki 2 anak, bekerja sebagai petani dan ojek.Sekaligus anggota Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

mahluk iku iso urep. Lek wes gawe apik, lan manut atman kui mau bakale mbalek nang seng kuoso. Tapi lak gak gawe apik lan manut yo gak iso, bakale terus lahir maneh karo wujud seng bedo-bedo". (begini loh nduk, yang dimaksud 'Tuhan ada dalam diri tiap manusia itu begini, dalam diri tiap makhluk hidup itu ada namanya *atman*, nah *atman* itu percikan terkecil dari Tuhan yang membuat setiap makhluk hidup bisa hidup. Jika sudah berbuat baik dan patuh, maka akan kembali pada Sang Pencipta. Tapi jika tidak berbuat baik dan patuh maka akan terus dilahirkan kembali dengan wujud yang berbeda-beda)

Segala makhluk di bumi ini memiliki atman di dalamnya sehingga mereka semua bisa hidup karenanya. Jika makhluk hidup telah berbuat baik dan patuh maka *atman* itu akan menjadi suci dan menyatu dengan Tuhan Sang Hyang Widi Wasa yang merupakan tujuan dari kehidupan ini yaitu kembali menyatu dengan Tuhan. Tapi jika tidak maka makhluk itu akan terus bereinkarnasi dengan wujud yang berbeda-beda. Maka karena anugerah inilah makhluk hidup harus patuh kepada Tuhan Sang Hyang Widi Wasa.

Masyarakat Hindu Tengger memiliki kesadaran yang tinggi dalam menjalankan adat istiadat maupun ritual-ritual kepada Sang Hyang Widi Wasa. Karena Sang Hyang Widi Wasa merupakan pemberi rizqi dan pemberi kehidupan.⁴¹ Jadi wajar dan suatu keharusan jika makhluk hidup pada umumnya dan manusia pada khususnya berbuat baik dan patuh pada Sang Hyang Widi Wasa.

Sebagai penganut agama Hindu, dalam merefleksikan keyakinannya masyarakat Tengger desa Argosari senantiasa melaksanakan kegiatan ritual keagamaan sebagaimana penganut agama Hindu pada umumnya. Kegiatan-kegiatan ritual keagamaan yang ada pada masyarakat Tengger Desa Argosari banyak tertuang dalam bentuk-bentuk peribadatan nyata berupa peribadatan Sembahyang, Semedi, seloka, dan masih banyak lagi bentuk peribadatan yang lain yang sering dilakukan ada puluhan

⁴¹Pak suryat, *wawancara* 14 mei 2017, di kediaman bapak suryat dusun Krajan desa Argosari.

bahkan puluhan ribu cara untuk mendekatkan diri pada Sang Hyang Widi Wasa .⁴²

Esensi Manusia dalam Masyarakat Hindu Tengger

Secara geografis desa Argosari ini cukup jauh dari pusat kota ($\pm$ 36,7 KM) dan untuk ke kecamatan pun juga demikian ($\pm$ 16,5). Tak hanya itu, untuk sampai ke desa Argosari juga harus melewati 47 tikungan tajam yang menurun dengan kemiringan sekitar 70 ° dan 56 tikungan tajam yang menanjak juga dengan kemiringan sekitar 70 °.⁴³

Sebagai masyarakat yang masih terbilang jauh dari peradaban kota, masyarakat Tengger desa Argosari memiliki corak kehidupan yang masih kental dengan adat dan budaya.⁴⁴ Begitu pula dengan kehidupan sosial yang terjalin di antara masyarakat setempat begitu harmonis dan damai. Terjalannya kehidupan yang damai dan harmonis yang masih bisa dipertahankan oleh masyarakat Tengger desa Argosari bukanlah sesuatu yang kebetulan, melainkan karena mereka mempunyai prinsip terhadap nilai kehidupan yang begitu kuat berdasarkan atas apa yang telah peneliti amati⁴⁵, dan itu diperkuat oleh Karyoleh selaku tokoh adat atau dukun di desa Argosari yang memaparkan cara manusia memandang manusia lainnya hingga tercipta kerukunan di dalamnya. Ia menuturkan;

“...manusia adalah makhluk yang memiliki perasaan maka dari itu jelas manusia itu tahu apa yang dapat menyakiti dirinya maka tidak akan dilakukan terhadap manusia lainnya....”⁴⁶

Ungkapan dukun adat Tengger desa Argosari tersebut memiliki arti bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki perasaan yang sama. Jika apa yang dirasakan baik untuk dirinya

⁴²Kang Budi, *Wawancara*, 13 mei 2017, di kediaman kang Budi dusun Krajan desa Argosari

⁴³Observasi, 10 Mei 2017, perjalanan menuju Desa Argosari

⁴⁴Observasi, 15 Mei 2017, di Pura Dusun Krajan Desa Argosari, ketika peneliti bergabung dengan para pemuda tengger memainkan kesenian *bali ganjur* (sejenis musik yang biasa dimainkan oleh umat hindu)

⁴⁵Observasi, 13 Mei 2017, di Desa Argosari.

⁴⁶Bapak Karyoleh dukun desa argosari, pemimpin upacara adat, memiliki 2 anak. 1 putri sudah kuliah dan 1 putra yang masih kelas 5 SD

maka baik pula untuk orang lain, jika buruk untuk dirinya maka juga buruk bagi orang lain. Ibaratnya jika tidak suka dicubit maka jangan mencubit orang lain, Oleh karena itu, masyarakat Tengger Desa Argosari memiliki rasa kepedulian yang begitu besar dengan tingkat kriminalitas yang sangat minim. Bahkan hampir tidak ada tindak kasus kejahatan yang berarti di Desa Argosari ini.

Bukan hanya menjaga perasaan orang lain, masyarakat suku Tengger juga kerap tolong-menolong atau biasa disebut dengan *guyub rukun* dalam beberapa hal, utamanya dalam kegiatan atau acara-acara penting seperti pernikahan, lahiran, kematian, pembangunan rumah, dan lain-lain. Hal itu memudahkan masyarakat ketika ada acara-acara demikian, sehingga mereka bergatian bahu-membahu satu sama lainnya secara bergantian. Ketika tetangga sebelah memiliki acara pernikahan misalnya, maka warga laki-laki akan *nyinom*⁴⁷ ke rumah warga yang memiliki acara tersebut, mereka umumnya membantu membangun tenda, tata panggung, *sound system*, dan lain-lain. Begitu juga warga perempuannya mereka juga berangkat *mbetek*⁴⁸ untuk membantu warga yang punya acara. Para perempuan biasanya membantu hal yang biasa dilakukan perempuan pada umumnya seperti memasak dan mempersiapkan acara. Tidak hanya itu, umumnya warga melakukan adat *nyumbang* untuk membantu, biasanya dengan 1-3 ton beras atau beberapa bahan pokok lainnya, hal tersebut dilakukan secara bergantian.⁴⁹

Tidak hanya terhadap masyarakat desa setempat warga Tengger baersikap baik, bahkan juga dengan orang asing, mereka cukup ramah terhadap orang-orang asing karena mereka menganggap semua orang itu sama⁵⁰. Sehingga patutlah berbuat baik pada orang asing yang singgah di daerah argosari. Karena mereka berusaha juga memposisikan diri sebagai orang asing tersebut sebagaimana yang diungkapkan dalam petikan wawancara berikut:

⁴⁷Nyinom adalah ungkapan yang biasa digunakan masyarakat tengger laki-laki ketika membantu acara hajatan warga lainnya atau tetangga.

⁴⁸Mbetek adalah ungkapan yang biasa digunakan masyarakat tengger perempuan ketika membantu acara hajatan warga lainnya atau tetangga.

⁴⁹Mbak Yulia umur 22 tahun sudah menikah, masyarakat asli suku tengger bekerja sebagai petani.

⁵⁰Observasi, 14 Mei 2017, pengalaman peneliti.

“... gimana kita gak mau berbuat baik mbak, kan coba kalo kita yang jadi mereka?, ndak kenal siapa-siapa, apalagi di sini itu jarang ada warung, ya kita suruhlah mampir gegengan⁵¹ dan makan, meskipun cuma seadanya...”⁵²

Hal ini senada dengan apa yang telah diajarkan dalam Agama Hindu *Tat Twam Asi* yang memiliki arti “aku adalah kamu, kamu adalah aku”. Ungkapan ini yang selalu di pegang umat Hindu pada umumnya dan masyarakat suku Tengger pada khususnya dalam kehidupan bersosial. Sehingga terciptalah kerukunan antar manusia tanpa melihat apa dan siapa orang itu. Baik itu beda budaya maupun beda agama selama orang-orang tersebut masih berbuat baik dan tidak mengganggu ketentraman masyarakat Tengger itu sendiri.⁵³

Akhir-akhir ini banyak masyarakat Hindu Tengger yang menjadi muallaf atau berpindah agama dari Hindu menjadi Islam. Tapi itu bukanlah alasan untuk mereka kemudian saling membenci atau mendiskriminasi satu sama lain. Mereka semua memberi kebebasan untuk memilih apa yang diyakini orang lain. Bahkan di Desa Argosari pernikahan beda agama merupakan hal yang biasa. Peneliti juga menemukan acara pernikahan beda agama, maka mereka melakukan adat dengan dua tradisi, yaitu tradisi Hindu dan Tradisi Islam, namun seperti yang telah dipaparkan, meskipun Agama Hindu menjadi Mayoritas di Suku Tengger, hal ini tidak menjadi alasan bagi mereka untuk berhenti bersikap kekeluargaan.⁵⁴

“ini adalah pernikahan orang sini, warga masyarakat Tengger, dia beragama Hindu dan pasangannya Bergama Islam, tapi di sini pernikahan berbeda agama sudah

⁵¹Gegenian/ gegeni, nama yang digunakan ketika menghangatkan diri di dapur. Karna umumnya masyarakat tengger ketika menyambut tamu diajak ke dapur untuk Menghangatkan diri mengingat suhu dan iklim di daerah Argosari yang cukup dingin.

⁵²Sri wahyuni, *wawancara*, 15 Mei 2017, di kediaman Sri Wahyuni

⁵³Ibid.,

⁵⁴Observasi, 15 Mei 2017,

menjadi hal yang biasa, yang penting mau mengikuti adat dan tradisi yang ada di Tengger ini meskipun agama dia berbeda”, ujarnya.

Dalam pelaksanaan hari raya pun juga demikian. Ketika hari raya Idul Fitri tiba, maka masyarakat Muslim *bersilaturrahmi* juga kepada masyarakat yang beragama Hindu. Begitu pula sebaliknya, ketika hari Raya Karo umat Hindu juga datang ke rumah-rumah masyarakat Muslim. Karna mereka menganggap semua manusia itu sama.⁵⁵

Memanusiakan Bumi

Desa Argosari dikenal dengan tempat wisata B-29. Para wisatawan ini disuguhkan pemandangan memesona hingga di kenal sebagai “Negeri di Atas Awan” karena seolah berada di atas awan ketika telah berdiri di puncak tersebut. Ditambah lagi pemandangan alam berupa tumbuhan-tumbuhan hijau pertanian warga setempat yang menambah keindahan desa Argosari.⁵⁶

Masyarakat suku Tengger di Desa Argosari ini mayoritas merupakan petani. Bawang pre, kentang, dan kubis merupakan tanaman umum yang biasa mereka tanam. Biasanya mereka berangkat ke ladang sekitar jam 8 pagi dan pulang jam 2 sampai jam 3 sore. Begitulah aktifitas masyarakat Argosari setiap harinya. Mereka banyak menghabiskan waktunya di ladang. Sehingga alam telah menjadi kawan mereka sehari-hari.⁵⁷

Sistem yang dimiliki masyarakat Tengger dalam kepemilikan ladang adalah warisan, warga suku Tengger mendapatkan lahan-lahan tersebut dari leluhur atau nenek moyangnya. Pada umumnya lahan-lahan itu diberikan kepada anak-anaknya ketika memasuki usia sekitar tiga belas tahun.⁵⁸

Masyarakat Desa Argosari memiliki aturan baku yang tidak boleh dilanggar mengenai ladang ini. Adapun aturannya, bahwa mereka tidak boleh menjual ladang mereka apapun yang terjadi sekalipun mereka tidak punya uang. Ketika tidak punya

⁵⁵Yulia, *wawancara*, di kediaman yulia, 14 mei 2017

⁵⁶Observasi, 16 Mei 2017. Pengalaman peneliti.

⁵⁷Yulia, *wawancara*, di kediaman yulia, 14 mei 2017

⁵⁸ Kang Toha, *Wawancara*, 13 Mei 2017



uang, mereka harus menanam ladangnya agar punya uang.⁵⁹ Hal ini senada dengan apa yang dituturkan dengan tegas oleh Budi dalam wawancaranya:

“...alam ini adalah sebagai titipan dari nenek moyang, tanah ini sebagai warisan dari orangtua, maka sebagai penerusnya itu tidak boleh menjual tanah yang diwariskan, nanti akan terkena *walat*...”.⁶⁰

Sebagai penganut agama Hindu masyarakat suku Tengger percaya dengan adanya *walat*, tetapi mengenai kapan tepatnya *walat* itu menimpa seseorang tidak ada yang tahu, masyarakat hanya mengatakan bahwa *walat* itu tidak langsung terjadi melainkan nanti, dan entah itu kapan.⁶¹

Jika Budi menggambarkan alam sebagai warisan dari nenek-moyang yang harus di jaga dan dilestarikan, maka berbeda pula dengan Kang Toha dalam memaknai alam atau bumi. Kang Toha menganggap alam sebagai piring dan bumi sebagai ibu. Disebut demikian karena kebanyakan mata pencaharian suku Tengger adalah petani, sehingga mereka bergantung pada ladang dan hasil pertanian. Mereka bisa makan dari hasil tani, bisa berpakaian juga dari hasil tani, berikut juga aktifitas yang lain. Maka sudah sepatutnya alam harus di jaga baik-baik. Tidak boleh di sia-siakan, bumi sebagai ibu harus dirawat baik-baik tidak dirusak dan dijual karena bumi yang telah membuat masyarakat Tengger tetap bisa bertahan hidup.

Selain untuk menjaga alam, larangan menjual tanah atau lahan juga untuk menjaga lahan tersebut tetap menjadi lahan pertanian. Tidak mejadi *mall*, pusat perbelanjaan atau pabrik-pabrik yang dapat merusak alam karena selain itu dengan adanya modernisasi yang terlalu banyak akan sedikit demi-sedikit menggeser adat-istiadat dan tradisi yang ada dalam masyarakat Tengger.

Alam bukan hanya bumi yang tak bergerak tapi juga makhluk hidup yang memiliki hak untuk hidup secara baik dan

⁵⁹Pak Suryat, *wawancara*, 15 Mei 2017

⁶⁰Walat, merupakan kesialan yang akan menimpa seseorang jika melanggar adat istiadat atau kebiasaan masyarakat yang telah di jaga selama turun temurun

⁶¹Yulia, *wawancara*, 15 Mei 2017

diperlakukan dengan baik⁶². Masyarakat Hindu Tengger mengungkapkan rasa terima kasih dan rasa syukurnya dengan cara menjaga alam tetap lestari, adat yang melarang menjual tanah, dan ritual-ritual untuk menyatakan rasa terima kasih terhadap Sang Hyang Widi Wasa juga terima kasih kepada alam karena telah menumbuhkan berbagai macam tumbuh-tumbuhan dan hasil pertanian sehingga bisa menghidupi sebagian besar masyarakat Tengger dari zaman leluhur hingga saat ini.

BENTUK-BENTUK RITUAL TRI HITA KARANA

Slokah. Sebelum melakukan peribadatan sembahyang untuk mendekatkan diri kepada Sang Hyang Widi Wasa. Masyarakat Hindu Tengger menyanyikan *slokah* dengan irama yang indah dan intonasi yang kuat menggunakan bahasa Sansekerta. Pembacaan *slokah* biasanya mengambil dari kitab Sarasa Muchayya Baghawatgita, seperti Antarweda dan kitab Hindu lainnya.⁶³ *Slokah* ini biasa dinyanyikan oleh para pemuda pemudi Hindu di sore hari sebelum ritual sembahyang di Pura Dusun Krajan dimulai.⁶⁴ Hal ini dilakukan untuk memperkuat hubungan manusia dengan Tuhan.

Wiwahasamskara. Dalam tradisi masyarakat Tengger Desa Argosari ada istilah *wiwahasamskara* merupakan adat atau tradisi yang terjadi antar masyarakat Tengger berupa acara hajatan atau pernikahan, sehingga masyarakat setempat berbondong-bondong mengunjungi keluarga yang mempunyai acara tersebut.⁶⁵

Ketika persiapan acara sudah dimulai, maka warga laki-laki mulai berdatangan untuk *nyinom*.⁶⁶ Mulai dari pemasangan

⁶² Pak Karyoleh, *wawancara*, 13 Mei 2017

⁶³ Budianto, *wawancara*, Krajan Argosari, 14 Mei 2017.

⁶⁴ Observasi, 15 Mei 2017, pengamatan peneliti di Pura dusun

Krajan

⁶⁵ Ismaidi, warga Tengger desa Argosari, mahasiswa Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Lumajang,

⁶⁶ Nyinom atau sinoman adalah adat yang terjadi pada masyarakat tengger desa Argosari dalam acara pernikahan dimana laki-laki membantu masyarakat atau tetangga lain yang memiliki hajatan atau acara, baik itu membangun tenda, membantu penyembelihan hewan, mengurus undangan, dan pekerjaan-pekerjaan lain yang membantu terlaksananya acara pernikahan tersebut

tenda, pemasangan *kuade*, penataan panggung, peletakan *sound system*, penataan kursi, dan berbagai tata rias yang lain dikerjakan bersama-sama oleh masyarakat.⁶⁷

Tidak kalah peduli, warga perempuan juga ikut *mbetek* untuk saling gotong-royong dan saling membantu. Tidak hanya membantu proses acara, tapi para ibu perempuan suku Tengger ini juga membawa makanan matang atau mentah, biasanya berupa beras, telur, minyak goreng, gula, dan kue sebagai sumbangan bagi tuan rumah yang mempunyai acara. Adat istiadat ini sudah turun-temurun dilakukan. Masyarakat Hindu Tengger secara bergantian melakukan hal yang sama ketika ada warga lain yang memiliki acara.⁶⁸

Unan-unan. Tradisi ini merupakan acara ritual adat yang cukup besar sehingga belum pernah sekalipun masyarakat Hindu Tengger meninggalkan upacara *Unan-Unan*, karena mereka percaya jika nanti ditinggalkan, mereka akan terkena *walat*. Masyarakat Hindu Tengger di desa Argosari percaya jika ritual-ritual adat atau *Unan-Unan* ini tidak dilaksanakan maka akan terkena *walat* kelak.

Unan-Unan adalah ritual untuk menghormati leluhur dan bersih desa yang dilaksanakan lima tahun sekali. Pelaksanaan *Unan-Unan* dipimpin oleh kepala desa dan dukun. Masyarakat Hindu Tengger berkumpul di kediaman kepala desa kemudian berangkat bersama sama menuju *sanggar*⁶⁹ Ritual dimulai dan diakhiri dengan dipimpin doa dari dukun. *Dandangan*⁷⁰ di buat oleh *si mbok dandangan*⁷¹ yang merupakan pakar dalam membuat *dandangan*.⁷²

Mayubumi. Tradisi selamatan hasil bumi yang dilakukan oleh masyarakat Tengger Desa Argosari yang masih dipertahankan sampai sekarang adalah *mayubumi*. Kegiatan

⁶⁷Observasi, 15 Mei 2017, pengamatan peneliti ddi desa Argosari ketika salah satu warganya memiliki acara pernikahan

⁶⁸Yulia, *wawancara*, di kediaman yulia, 14 mei 2017

⁶⁹Tempa ritual unan-unan. Yg terdapat di pegunungan Dusun Krajan.

⁷⁰Sesaji yang di sediakan berikut tatanannya.

⁷¹Sesepuh yang biasa membuat banten atau sesaji di desa tengger.

⁷²Bu sri wahyuni, guru di SDN argosari 01, *wawancara*, 13 Mei 2017

Mayubumi ini dilakukan selama sekali dalam satu tahun sebagai ungkapan terimakasih kepada alam karena selama setahun bisa menikmati hasil alam. Hal ini juga dilakukan dengan harapan agar selama setahun kedepan atau seterusnya bumi masyarakat Tengger Desa Argosari bisa semakin subur dan lebih bermanfaat lagi bagi masyarakat setempat.

“pada acara *Mayubumi*, semua warga membawa makanan ke rumah dukun adat untuk dibacakan mantra, kemudian setelah itu warga bisa membawa makanan tersebut yang kemudian diletakkan pada ladang masing-masing warga”

Pelaksanaan *Mayubumi* mulanya warga membawa makanan kerumah dukun adat yang kemudian dibacakan mantra. kemudian setelah dibacakan mantra para warga membawa makanan tersebut untuk ditempatkan di ladang-ladang mereka. Dengan maksud sebagai rasa terimakasih kepada alam telah memberikan kesejahteraan, dan dengan harapan agar hasil bumi mereka lebih bagus lagi. Tanpaaknya, hal ini memberikan pengertian bahwa hubungan masyarakat Tengger Desa Argosari dengan alam sangat bagus, tidak lupa bahwa mereka hidup dari hasil alam, maka seharusnya, dan sudah menjadi hal yang wajar jika mereka berterimakasih kepada alam.⁷³

Hari Raya Karo (Pujan Karo). Salah satu tradisi warisan leluhur suku Tengger Argosari yang masih diperatahkan dan menjadi Perayaan yang paling meriah adalah Hari Raya Karo (Pujan Karo). Pujan Karo ini berlangsung selama satu sampai dua minggu. Selama waktu itu berpuluh-puluh ternak, kebanyakan ayam, kambing, sapi, dan babi disembelih untuk dinikmati dagingnya. Mbak Arina⁷⁴ menjelaskan, bahwa jika ada acara-acara besar, yakni seperti upacara Pujan Kasada maupun Karo, masyarakat Hindu Tengger menyembelih babi, dan menjadikan babi sebagai makanan yang pula merupakan pelengkap dari

⁷³Kang Toha, *Wawancara*, 13 Mei 2017

⁷⁴*Mbak Arina*: Mbak Arina Santi nama panjangnya, merupakan putri pertama dari pandita dukun yakni Karioleh. Ia masih menempuh pendidikan menengah atas, yakni duduk dibangku kelas X di Malang. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 12 Mei 2017 di kediaman Pandita Dukun tepatnya di dapur sambil bersantai dan menikmati beberapa cangkir kopi di depan tungku penghangat tubuh.

tradisi. Menjadi tidak heran jika masyarakat Hindu Tengger Argosari banyak memelihara (Ternak) babi. Babi tersebut dijual atau disembelih sendiri untuk santapan acara atau upacara-upacara besar. Bagi keluarga yang kurang mampu, pengadaan ternak yang akan disembelih dilakukan secara patungan.

Mbak Li'a⁷⁵ menuturkan bahwa bagi orang Tengger, hari raya Karo adalah hari yang ditunggu-tunggu. Perayaan yang berlangsung hampir dua Minggu tersebut merupakan saat yang penuh suka cita dan pesta pora, seolah-olah orang Tengger ingin menebus seluruh kelelahan dan kejenuhan kerja seharian penuh di ladang yang telah mereka jalani selama satu tahun. Seluruh lapisan masyarakat Tengger, tua-muda, besar-kecil, Hindu, Kristen, Budha maupun Islam menyatu dalam suka cita perayaan Karo. Hari raya Karo akan makin meriah apabila hasil panen orang Tengger bagus.

Upacara pujan yang selalu dinanti-nantikan oleh masyarakat Suku Tengger khususnya di Desa Argosari yakni perayaan Pujan Karo. Pujan Karo merupakan upacara pujan yang hanya dilakukan oleh masyarakat Suku Tengger, khususnya Desa Argosari yang juga turut melaksanakannya dengan kebahagiaan dan suka cita akan hadirnya perayaan Pujan Karo tersebut. Perayaan Pujan Karo ini tidak hanya dilakukan oleh masyarakat Hindu yang menetap di Desa Argosari saja, namun umat Islam juga turut di dalamnya, pada saat perayaan ini mereka bertukar kebahagiaan satu sama lain dan saling berkunjung dari rumah satu ke rumah lainnya untuk lebih mengikat tali silaturahmi, hal ini menjadikan mereka antara satu dan yang lainnya semakin

⁷⁵*Mbak Li'a*. Merupakan salah satu masyarakat asli suku Tengger desa Argosari Lumajang yang menetap di sana sejak ia dilahirkan. Ia merupakan masyarakat yang jenjang pendidikannya hanya sampai pada pendidikan Sekolah Dasar (SD). Statusnya adalah sudah menikah dengan seorang laki-laki yang juga merupakan suku asli Tengger yang bernama Mad. Namun lelaki yang dinikahnya bukan merupakan masyarakat Tengger Argosari, melainkan dari suku Tengger Probolinggo. Hingga saat ini, ia hanya dikarunia seorang putri yang bernama "Rindu" yang saat ini sedang menyelami pendidikan yang masih berada di kelas 2 Sekolah Dasar (SD). Wawancara ini dilakukan di kediaman Mbak Li'a yang berlangsung beberapa hari sejak tertanggal 12 Mei 2017-15 Mei 2017 yang dilakukan secara berkala.

akrab dan melupakan perbedaan untuk kebersamaan yang berarti.

Pujan Karo dimaknai perayaan besar dan penuh kegembiraan di dalamnya, hal ini akan lebih bermakna ketika hasil dari panen masyarakat Tengger memperoleh hasil yang menggembirakan, maka lengkaplah kebahagiaann mereka di bulan Karo (Pujan Karo). Pujan Karo merupakan satu dari sekian banyaknya upacara Pujan yang biasa di lakukan oleh masyarakat Tengger Desa Argosari yang merupakan esensi dari sekian perayaan Pujan tersebut adalah berterimakasih dan bentuk syukur masyarakat Suku Tengger Desa Argosari atas limpaham kemudahan yang Tuhan berikan kepada mereka melalui hasil alam yang melimpah, hingga hal tersebut dapat membantu keberlangsungan kehidupan mereka di bumi pertiwi ini.

Mad⁷⁶ juga turut memaparkan bahwa bagi orang Tengger, hari raya Karo adalah hari yang Pelaksanaan upacara adat pujan dari *pujan kapat* sampai *pujan kasanga* dilakukan di Desa Argosari itu sendiri sedangkan upacara *pujan kasada* dilaksanakan di Gunung Bromo setelah prosesi ibadah dan pembacaan mantra oleh pandita dukun dan sesepuh desa lainnya yang turut diikuti oleh masyarakat dengan berpakaian ibadah umat Hindu sebagaimana mestinya, hal tersebut juga dipaparkan oleh Cipto, Merupakan hari raya atau perayaan untuk merayakan pertemuan antara Roro Anteng dan Joko Seger.

Menakar Tri Hita Karana

⁷⁶ *Mad*: Mad merupakan salah satu masyarakat Hindu Tengger yang memiliki profesi sebagai petani ladang milik sendiri dan juga sebagai pedagang sayuran yang mengantarkan hasil-hasil panen ke daerah Lumajang kota dan daerah Jember kota (Pasar Tanjung). Mad bukan merupakan masyarakat asli suku Tengger Argosari, melainkan masyarakat Tengger Probolinggo yang saat ini telah menikahi seorang perempuan Tengger Argosari yang Bernama Mbak Li'a (Data terkait mbak Li'a bisa dilihat di Note 30). Wawancara ini dilakukan pada tanggal 12 Mei 2017-15 Mei 2017 di kediaman Mad dan Mbak Li'a yang mana pada saat itu juga peneliti di ajarkan bagaimana penggunaan baju kebaya khas agama Hindu yang biasa digunakan dalam acara-acara adat dan kebudayaa serta upacara-upacara keagamaan yang ada.



Ajaran Agama Hindu, masyarakat Hindu Tengger memiliki sembahyang yang sebelumnya diawali dengan pujian suci *sloka* untuk mendekatkan diri dengan Tuhan (Sang Hyang Widi Wasa). Selain itu, masyarakat Hindu Tengger juga memiliki tradisi hari raya karo (*pujan karo*) yang tidak hanya mempererat hubungan dengan manusia (*pawongan*), tapi juga dengan Sang Hyang Widi Wasa. Tidak berhenti di situ, ritual *mayubumi* juga dilakukan oleh masyarakat Hindu Tengger untuk menghormati alam dan menjaga alam tetap lestari.

Hal ini tidak jauh beda dengan agama Islam yang memiliki *sholat*⁷⁷ dan *dzikir*⁷⁸ untuk mendekatkan diri dengan Tuhan (Allah). Hal tersebut dilakukan umat muslim untuk menjaga hubungan dengan Allah (*hablum minallah*).⁷⁹ Di samping itu, dalam perayaan *hari raya idul fitri* umat muslim saling bermaaf maafan untuk melebur dosa dan mempererat silaturahmi antar umat muslim. Kegiatan tersebut selalu dilakukan setiap tahun sehingga hubungan antar manusia terus terjaga. Tidak hanya hubungan manusia dengan Tuhan (*hablum minallah*), dan hubungan sesama manusia (*hablum minannas*) yang dijaga.

Selaras dengan umat Hindu yg memiliki hubungan dengan alam atau biasa disebut dengan *palemahan*. Dalam umat muslim juga ada *hablum minal 'alam*⁸⁰. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga alam tetap lestari, seperti menjaga kebersihan lingkungan dan tidak merusak alam.

SIMPULAN

Pada dasarnya hakikat ajaran *Tri Hita Karana* menekankan tiga hubungan manusia dalam kehidupan di dunia ini. Ketiga hubungan itu meliputi hubungan dengan sesama manusia, hubungan dengan alam sekeliling, dan hubungan dengan ke-Tuhanan yang saling terkait satu sama lain.

Masyarakat Hindu Tengger meyakini bahwa Tuhan mereka merupakan Sang Hyang Widi Wasa sang pencita alam semesta,

⁷⁷Sholat merupakan ibadah yang dilakukan oleh umat muslim sebagai pertanggung jawaban terhadap Allah (Tuhan)

⁷⁸Dzikir merupakan upaya umat muslim untuk terus mengingat Allah dengan pujian atau permohonan ampunan.

⁷⁹Hablum minallah, adalah hubungan manusia dengan Allah

⁸⁰Hablum minal 'alam adalah hubungan manusia dengan alam

penguasa dan pemberi rizqi. Masyarakat hindu tengger hidup dengan aturan adat istiadat yang berlaku selama turun temurun tanpa adanya protes ataupun bertanya mengapa harus demikian. Mereka hanya yakin jika mereka patuh maka semuanya akan baik baik saja.

Agama Hindu mengajarkan *Tat Twam Asi* yang memiliki arti “aku adalah kamu, kamu adalah aku”. Ungkapan ini yang selalu di pegang umat Hindu pada umumnya dan masyarakat suku Tengger pada khususnya dalam kehidupan bersosial. Sehingga terciptalah kerukunan antar manusia tanpa melihat apa dan siapa orang itu. Baik itu beda budaya maupun beda agama selama orang-orang tersebut masih berbuat baik dan tidak mengganggu ketentraman masyarakat Tengger itu sendiri.

Alam bukan hanya bumi yang tak bergerak tapi juga makhluk hidup yang memiliki hak untuk hidup secara baik dan diperlakukan dengan baik. Masyarakat Hindu Tengger mengungkapkan rasa terima kasih dan rasa syukurnya dengan cara menjaga alam tetap lestari, adat yang melarang menjual tanah, dan ritual-ritual untuk menyatakan rasa terima kasih terhadap Sang Hyang Widi Wasa juga terima kasih kepada alam karena telah menumbuhkan berbagai macam tumbuh-tumbuhan dan hasil pertanian sehingga bisa menghidupi sebagian besar masyarakat tengger dari zaman leluhur hingga saat ini.

Konsep Tri Hita Karana (THK) pada dasarnya adalah sebuah landasan yang bersumber dari agama Hindu namun sejatinya konsep ini adalah konsep yang universal yang eksis dalam kehidupan setiap umat beragama di dunia. Disebut eksis karena THK pada intinya mengedepankan harmoni dan prinsip-prinsip kebersamaan dalam kehidupan umat manusia. Hidup harmoni di tengah-tengah suasana kebersamaan yang tulus dan murni, tentu jadi idaman tiap manusia dimanapun berada tanpa membedakan aliran ataupun kepercayaan.

Masyarakat Hindu Tengger telah hidup sejak ratusan tahun lalu dan sangat kental dengan adat dan tradisi. Ada puluhan bahkan puluhan ribu bentuk ritual, tradisi, dan adat umat Hindu yang menggambarkan Tri Hita Karana atau tentang tiga hubungan. Namun, peneliti hanya memaparkan tradisi, ritual atau adat yang menjadi ciri khas masyarakat Hindu Tengger dalam Tri hita Karana.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John, 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Musbikin, Imam, 2016. *Istanthiq Al-Quran*. Madiun: Jaya Star Nine.
- Prastowo, Adi, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Putra, Nusa, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, 2003. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Walgito, Bimo, 1987. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Wiana, I Ketut, 2007. *Tri Hita Karana Menurut Konsep*. Surabaya: Paramita.
- Anandito, Erlangga Singgih, *Penerapan Konsep Tri Hita Karana Sebagai Landasan Produk Ekowisata Di Desa Pakraman Piling, Kabupaten Tabanan, Bali*, (Skripsi, Universitas Gajah Mada, 2014), CIII.
- Budiasni, Ni Wayan Novi Dkk, *Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Tri Hita Karana*, E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 3 No. 1 Tahun 2015).
- Nyoman, Dewa, *Penerapan Konsep Tri Hita Karana Dalam Perencanaan Perumahan Di Bali*. (Jurnal Permukiman Natah Vol. 3 No. 2 Agustus 2005 : 62 – 105), LXXVII.
- Subagia, Ni Komang Wisesa, *Persepsi Masyarakat Terhadap Konsep Tri Hita Karana Sebagai Implementasi Hukum Alam*, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Bandar Lampung 2016.
- Sudira, Putu, *“Praksis Tri Hita Karana Dalam Struktur Dan Kultur Pendidikan Karakter Kejuruan Pada Smk Di Bali”*, (jurnal), xviii.
- Wayan Windia, Dkk, *Penerapan Tri Hita Karana Untuk Keberlanjutan Sistem Subak Yang Menjadi Warisan Budaya*

Dunia: Kasus Subak Wangaya Betan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 3, No. 1, Mei 2015.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Agama> (20 mei 2017)

<http://pemerintahdiindonesia.blogspot.co.id/2014/10/isi-pasal-29-uud-1945-tentang-kebebasan.html> (20 mei 2017)

PUBLIC RELATIONS MEMBANGUN IMAGE DAN GOODWILL ORGANISASI/PERUSAHAAN

Oleh

I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penerangan Agama
Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

Abstrak

Public relations cenderung tidak dapat ditekan, karena kebanyakan manusia menginginkan komunikasi dan interaksi. *Public relations* sasarannya adalah *public/audiens* yang memiliki kebutuhan komunikasi yang ditentukan, juga perlu mengembangkan pesan-pesan yang ditentukan sehingga mampu mengembangkan pesan yang diinginkan untuk bisa dikomunikasikan. Namun, sasarannya perlu ditetapkan dengan



memperhitungkan tujuan secara keseluruhan dan sumber-sumber kendalanya. *Public relations* sangat menentukan kelangsungan hidup organisasi/perusahaan karena berfungsi untuk menumbuhkan relasi baik antara setiap komponen dan berperan menumbuhkan motivasi serta menggiatkan partisipasi. *Public relations* memiliki tiga macam tugas pokok dalam organisasi/perusahaan yaitu : 1) Memberikan informasi kepada khalayak; 2) Persuasi, yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku khalayak terhadap organisasi/perusahaan demi kepentingan kedua belah pihak; 3) Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antara organisasi/perusahaan dengan sikap atau perbuatan khalayak dan sebaliknya.

Falsafah *public relations* merupakan falsafah manajemen yang bersifat sosial. Perwujudan falsafah *public relations* tersebut pada tatanan kebijaksanaan, dengan menggunakan komunikasi dua arah yang menunjang keberhasilan kebijakan dengan menjelaskan, menginformasikan, mempertahankan atau mempromosikannya kepada *public* dengan cara pendekatan untuk menciptakan *opini public*. Berdasarkan falsafah tersebut, secara umum *public relations* adalah proses interaksi dengan tujuan menciptakan *opini public* sebagai input yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi *public*, dengan tujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Secara khusus *public relations* merupakan fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi/perusahaan dan *public*, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon *opini public*. Menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat *public*, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi *trend*, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.

Kata kunci: *Public relations*

I. PENDAHULUAN

Manajemen *public relations* merupakan bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak agar memperoleh kepercayaan dan sokongan dari masyarakat baik internal maupun external. Kegiatan *public relations* merupakan kegiatan yang berkesinambungan dari waktu ke waktu dan dari masa ke masa yang berlangsung secara datar dan rutin. Dilain waktu adakalanya intensitasnya meningkat karena program atau kebutuhan tertentu untuk memelihara dan memperbaiki citra atau mengarahkan *opini public*.

Perkembangan *public relations* di Indonesia tergolong baru jika dibandingkan dengan negara–negara maju lainnya. *Public relations* bukanlah tenaga pemasaran yang hanya mengandalkan kecantikan fisik semata. Tugas *public relations* bukan hanya menawarkan produk, *press release*, membuat bulletin, membagi berita duka atau sebagai penerima tamu. Namun *public relations* dalam fungsi manajemen komunikasi sangat memegang peranan penting terhadap manajemen perusahaan baik untuk *public* internal maupun eksternal. Dalam *public* eksternal, *public relations* bertugas untuk membangun *image* atau citra tentang perusahaan/organisasi tempatnya berada serta menangani krisis ketika terjadi *miss-communication* dengan pihak lain. Sedangkan terhadap pihak internal, *public relations* merupakan mediator yang berperan membangun komunikasi antara pihak yang satu dengan pihak lainnya yang ada di dalam perusahaan/organisasi tersebut.

Public relations juga merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik internal maupun external antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan–tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.



Public relations bukanlah iklan, bukan pula marketing. *Public relations* bukanlah salah satu bentuk dari periklanan seperti yang dipahami masyarakat selama ini, namun *public relations* menyangkut seluruh komunikasi yang berlangsung pada suatu organisasi dengan perencanaan yang jelas untuk mencapai tujuan yang sangat spesifik. Hal ini cakupannya adalah pembangunan *image* atau citra tentang organisasi/perusahaan tersebut kepada masyarakat. Sedangkan iklan hanya sebatas pada pemasaran yang menawarkan produk–produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Perbedaan lainnya antara *public relations* dengan iklan adalah dalam hal keberadaannya. Iklan tidak dilakukan oleh semua perusahaan, namun semua perusahaan pasti mempunyai *public relations* dan tidak dapat lepas dari pentingnya ada *public relations*. Hal inilah yang membedakan antara *public relations* dengan iklan. Iklan hanya terbatas pada hal–hal yang berkaitan dengan promosi produk atau jasa yang dihasilkan, atau menyediakan pasokan dan hal–hal lain yang berhubungan dengan pemasaran dan pembelian dalam suatu perusahaan. Sedangkan *public relations* menyangkut keseluruhan komunikasi dalam suatu organisasi/perusahaan.

II. PEMBAHASAN

2.1 *Public Relations* Ideal

The rise of public relations, begitu ungkapan yang digunakan saat ini. *Public relations* menjadi satu profesi yang *urgent* dalam kehidupan sebagai akibat perubahan tindakan komunikasi yang dilakukan oleh setiap individu. Aktivitas serta mobilitas yang tinggi membawa pengaruh yang sangat besar terhadap tindakan komunikasi yang dilakukan antara satu individu dengan individu lainnya. Fenomena ini menjadi satu kesempatan yang sangat terbuka terhadap profesi *public relations* untuk menunjukkan eksistensi dirinya dan siapa dirinya ditengah masyarakat. *Public relations* menjadi jawaban untuk kebutuhan ini. Perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat yang semakin kompleks

menjadi faktor penyebab yang membawa pengaruh sangat besar terhadap profesi *public relations*.

Komunikasi dan manajemen menjadi dasar yang sangat fundamental dalam pekerjaan seorang *public relations*. Komunikasi dalam suatu organisasi akan berjalan baik atau tidak, sangat ditentukan oleh fungsi *public relations* dalam organisasi tersebut. Dengan kata lain, seorang *public relations* menjadi kunci keberhasilan dan keefektifan komunikasi dalam organisasi tersebut. Komunikasi efektif dapat tercipta dalam suatu organisasi, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh seorang *public relations* di dalam suatu organisasi agar dikatakan ideal antara lain :

- a. Komunikasi dan relasi.
- b. Sifat yang rendah hati.
- c. Cepat menyesuaikan diri.
- d. Mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dan latar belakang budaya dengan baik.
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik.
- f. Pandai mengorganisir segala sesuatu.
- g. Memiliki integritas personal baik dalam profesi maupun dalam kehidupan pribadi.
- h. Punya imajinasi yang kuat.
- i. Serba tahu yaitu memiliki akses yang tinggi terhadap informasi.

Secara umum ada empat faktor yang menyebabkan *public relations* menjadi penting pada saat ini, yaitu :

- a. Perkembangan masyarakat yang sangat kompleks ternyata diikuti oleh pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang semakin membesar.
- b. Adanya dinamika yang cepat yang terjadi di lingkungan organisasi/perusahaan yang dapat menimbulkan perubahan-perubahan, konflik bahkan konfrontasi antar kelompok yang berkepentingan dalam masyarakat.
- c. Terdapat peningkatan kesadaran dan keterbukaan dalam masyarakat untuk mengakses informasi, akibatnya akses

informasi dituntut menjadi semakin terbuka dan transparan.

- d. Kesadaran masyarakat terhadap hak asasi manusia membawa dampak semakin tingginya tuntutan demokratis, persamaan hak serta perlindungan konsumen. Akibatnya, ketika ada hal-hal yang tidak berkenan dan tidak sesuai dengan hukum yang berlaku, masyarakat tidak akan sungkan untuk memperjuangkan haknya baik itu sebagai warga negara maupun sebagai konsumen.

Selain keempat faktor umum di atas, ada faktor-faktor khusus lainnya yang menjadikan *public relations* menjadi profesi yang *urgent* di tengah-tengah masyarakat. Secara khusus, hal-hal yang mendorong *urgensi* kebutuhan akan *public relations* antara lain :

- a. Relasi dan interaksi.
Merupakan suatu kebutuhan penting dalam kehidupan bisnis dan organisasi yang ada di masyarakat. Kenyataan ini menjadi suatu fenomena yang tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan, karena komunikasi dan interaksi yang dilakukan akan menentukan keberhasilan serta kemajuan. *Public relations* menjadi mediator untuk membangun relasi dan interaksi dengan *stakeholder* yang dimiliki.
- b. Masyarakat merupakan pihak *eksternal* yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Pihak *eksternal* mempunyai peran yang sangat besar untuk menentukan hidup matinya suatu perusahaan. Hal ini terjadi karena masyarakat adalah calon konsumen yang sangat berprospek bagi perusahaan. Menyadari hal ini, perusahaan berusaha untuk menjalin relasi dan interaksi. Kesadaran yang muncul adalah kesadaran dalam bentuk tanggung jawab sosial.
- c. Kesadaran masyarakat terhadap hak asasi membawa pengaruh terhadap kesadaran untuk memperjuangkan

hak sebagai konsumen maupun warga negara. Akibatnya, pada saat ini mulai bermunculan gerakan-gerakan perlindungan konsumen dan terjadi peningkatan yang cukup pesat.

- d. Pertumbuhan kehidupan modern yang semakin kompleks dari organisasi swasta dan pemerintah yang mengakibatkan sulitnya untuk menyampaikan pesan-pesan. Organisasi membutuhkan satu media untuk menyampaikan pesan.
- e. Pesan yang terlalu banyak disampaikan melalui media iklan pada saat ini menjadi satu *noise* dalam kehidupan masyarakat. Akibatnya, pesan yang disampaikan melalui iklan bukan lagi menjadi satu yang efektif tetapi justru menjadi sampah dan pengganggu bagi setiap individu yang menerimanya.
- f. Adanya pertumbuhan populasi berkaitan dengan spesialisasi dan mobilitas pekerjaan, membuat perusahaan memerlukan spesialisasi komunikasi.

2.2 Tujuan dan Tanggung Jawab *Public Relations*

Public relations mempunyai peran penting bagi perusahaan karena sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan serta membangun *image* untuk mendapatkan kepercayaan dari khalayak, hal ini sangat berkaitan erat dengan dengan tujuan *public relations* itu sendiri. Tujuan *public relations* menyangkut tiga hal, yaitu :

- a. Reputasi dan citra
Tugas *public relations* tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses *public* terhadap *output* dari perusahaan tersebut.
- b. Jembatan komunikasi

Public relations menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.

c. *Mutual benefit relationship*

Public relations harus menjamin kepada *public* bahwa perusahaan yang berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara perusahaan dan publiknya.

Public relations mengelompokkan menjadi dua bagian tujuan dari kegiatan tersebut, yaitu :

a. *Interpreting management to the publics*

Maksud dari tujuan ini sebagai upaya *public relations* untuk mendeskripsikan manajemen perusahaan kepada khalayak supaya khalayak mengetahui dan memahami bahwa perusahaan memiliki *goodwill* dan tanggung jawab sosial. Intinya adalah segala sistem yang bekerja pada perusahaan dapat ditunjukkan melalui *input-process-output*.

b. *Interpreting public to the management*

Tujuan kedua dari *public relations* adalah membuat suatu jembatan komunikasi antara perusahaan dan *public*. Melalui jembatan komunikasi ini perusahaan (manajemen) dapat mengetahui respon *public* atas apa yang dihasilkannya termasuk proses distribusi dan pasca layanan kepada *public*.

Tanggung jawab sosial merupakan isu penting yang relevan dengan kehadiran *public relations* di sebuah organisasi/perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan :

- a. Adanya pernyataan yang tertulis mengenai niat baik (*goodwill*) dalam berbisnis melalui visi, misi, dan tujuan organisasi.
- b. Ekspresi tanggung jawab sosial dinyatakan secara aktual melalui serangkaian program kegiatan yang bertujuan untuk membantu, mendorong, dan mendidik *public* yang relevan dengan tujuan organisasi.
- c. Memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kemungkinan akses yang timbul akibat adanya proses produksi yang dilakukan.
- d. Memiliki kepekaan terhadap isu-isu lingkungan baik dalam skala global maupun domestik.

Pengembangan citra yang strategis berasal dari dua belah pihak, yaitu organisasi dan *public*. Loyalitas organisasi menjadi satu hal yang penting dalam upaya membangun citra perusahaan dilihat dari pandangan *public*. Dalam hubungannya dengan *public*, sikap ditunjukkan oleh *public* terhadap perusahaan menjadi satu ukuran loyalitas yang dimiliki oleh organisasi/perusahaan terhadap masyarakat. Loyalitas *public* terhadap perusahaan/organisasi ini biasanya tidak ditunjukkan dengan cara dan tingkatan yang sama, hal ini disebabkan karena perbedaan tingkat loyalitas yang dimiliki *public*. Ada beberapa tingkatan loyalitas yang dimiliki oleh *public*, yaitu :

- a. *Public* yang memiliki komitmen tinggi.
Public pada tingkatan ini adalah *public* yang sangat penting dan potensial yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap kemajuan organisasi/perusahaan.
- b. *Public* yang menyukai organisasi.
Public pada tingkatan ini menganggap organisasi adalah sahabat.
- c. *Public* yang puas terhadap transaksi.
Public pada level ini terbentuk akibat pelayanan yang sangat baik dari perusahaan/organisasi sehingga

terbentuk *public* yang puas terhadap transaksi yang sudah dilakukan.

- d. *Public* yang puas akibat interaksi dengan organisasi.
Public pada level ini adalah *public* yang terbentuk akibat kepuasan terhadap interaksi yang telah dibina dengan organisasi. Dalam pandangannya, dapat berhubungan dengan organisasi merupakan satu kesempatan yang besar dan menimbulkan kepuasan.
- e. *Public* yang berpindah–pindah.
Tife *public* yang seperti ini adalah tife *public* yang tidak dapat diandalkan dan kurang memiliki potensi. Biasanya berpindah dari satu organisasi/perusahaan ke organisasi/perusahaan lain demi kepuasan yang diinginkan. Tetapi bukan berarti *public* seperti ini tidak dapat dipersuasi, perusahaan/organisasi dapat memotivasi untuk menjadi tife *public* pertama, kedua, ketiga, dan keempat.

Proses awalnya loyalitas diketahui melalui sikap *public* terhadap organisasi. Sikap ini biasanya dilihat melalui beberapa tahapan yang dimunculkan oleh *public*. Tahapan–tahapan yang ditunjukkan oleh *public* terhadap organisasi/perusahaan biasanya dimulai dari *rasa suka (liking)* kemudian diikuti *sikap hormat (respect)*. Apabila *public* mulai menunjukkan kedua sikap ini, biasanya akan muncul tahapan selanjutnya yang lebih dalam. Pada tahapan ini, *kognitif* mempunyai peranan yang sangat besar terhadap sikap yang ditunjukkan oleh *public*. Persahabatan (*friendship*) merupakan bentuk hubungan yang ditunjukkan pada tahapan ini. Tahapan yang terakhir yang ditunjukkan oleh *public* adalah kepercayaan (*trust*). Kepercayaan yang dimaksud adalah kepercayaan *public* kepada perusahaan akibat relasi dan interaksi yang telah terbentuk. Pada tahapan ini, *afektif* memiliki peranan yang sangat besar dalam membentuk kepercayaan *public* terhadap

perusahaan/organisasi tersebut. Sebagai respon kepada *public*, perusahaan/organisasi harus menunjukkan beberapa sikap yang positif. Sikap positif yang diberikan oleh perusahaan sebagai respon terhadap *public* merupakan satu bentuk pilihan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi. Pilihan dimaksudkan karena ada beberapa bentuk respon yang dapat diberikan oleh perusahaan/organisasi tetapi semua itu tergantung pada perusahaan/organisasi tersebut. Respon dapat diberikan oleh perusahaan/organisasi dalam memelihara loyalitas dengan *public*, antara lain :

- a. Memperlakukan *public* dengan layak.
Memperlakukan *public* sebagai relasi yang penting bagi perusahaan/organisasi, merupakan kewajiban sehingga *public* merasa menjadi satu pihak yang berarti bagi perusahaan/organisasi tersebut.
- b. Menjalin kedekatan dengan *public*.
Kedekatan dengan *public* dapat dilakukan dengan menjalin relasi yang baik. Komunikasi yang intensif dan efektif menjadi satu cara untuk menjalin kedekatan dengan *public* seperti komunikasi dua arah, sehingga ada timbal-balik antara perusahaan/organisasi dengan *public*.
- c. Mengukur dan mengelola kepuasan *public*.
Mengukur dan mengelola kepuasan *public* dapat dilakukan dengan cara mengadakan penelitian atau menyebar kuisioner. Kuisioner dapat disebar setahun sekali atau dua tahun sekali, tergantung pada kepentingan yang dilihat oleh organisasi/perusahaan tersebut.

Dibalik semua upaya pengembangan citra perusahaan/organisasi, terdapat beberapa hal yang sangat esensial dalam tugas *public relations* yang dapat digunakan sebagai pegangan yaitu

- a. Komunikasi dan relasi.
Komunikasi dan relasi menjadi roh dari tugas *public relations*
- b. *Goodwill*.
Merupakan itikad baik dalam bisnis untuk melakukan kegiatan sehari-hari organisasi.
- c. *Good business is good service*.
Pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan citra perusahaan.
- d. *Good business is good relations*.
Merupakan prinsip komunikasi dua arah bersifat timbal balik.

2.3 Strategi *Public Relations*

Aktivitas utama *public relations* berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan puncak organisasi/perusahaan. Manfaat yang ingin dicapai dari kedekatan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pengetahuan yang jelas dan rinci mengenai suatu sistem terpadu, pola perencanaan, kebijaksanaan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan organisasi/perusahaan bersangkutan. Hal ini perlu agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan dan informasi dari organisasi/perusahaan kepada publiknya. Sebagai komunikator dan mediator, *public relations* harus mengetahui sejauh mana batas-batas pesan dan informasi yang dapat dipublikasikan, atau yang tidak bisa diungkapkan secara terbuka kepada *public* khususnya kepada kalangan pers atau media massa.
- b. Agar aktivitas *public relations* dapat dipertegas berkenaan dengan batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan. Kemudian kegiatan *public relations* akan selalu mengetahui secara jelas segi

pelaksanaan dari keputusan atau kebijaksanaan pimpinan organisasi/perusahaan tersebut.

- c. Mengetahui secara langsung dengan tepat tentang latar belakang suatu proses perencanaan, kebijaksanaan, arah hingga tujuan organisasi/perusahaan yang hendak dicapai baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- d. Dengan berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan puncak, tanpa melalui perantara pejabat atau departemen lain maka fungsi *public relations* berlangsung secara optimal, antisipatif dan dapat melaksanakan berbagai macam perencanaan. Peranan komunikasi dengan kewenangan yang ada akan mampu mengatasi berbagai masalah yang mungkin timbul tanpa diduga sebelumnya.
- e. Sebagai suatu akibat yang ditimbulkan dari keputusan yang diambil dan kebijaksanaan telah dijalankan oleh pihak organisasi/perusahaan maka pihak *public relations* berperan melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi, khususnya dalam upaya penilaian sikap dan tindakan serta mengetahui persepsi masyarakat.
- f. Dapat secara langsung memberikan sumbang saran, ide dan rencana tentang program kerja *public relations* dalam rangka untuk memperbaiki atau mempertahankan nama baik, kepercayaan dan citra organisasi/perusahaan terhadap publiknya. Termasuk upaya menjembatani atau menyerasikan antara kebijaksanaan dengan keputusan organisasi/perusahaan berdasarkan kepentingan dan keinginan sekaligus upaya memperoleh dukungan dan partisipasi dari *public*.

Strategi *public relations* dimaksudkan untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara *public relations* dan khalayak untuk mewujudkan tujuan bersama. Strategi yang dimaksud, yaitu :

- a. Strategi operasional
Melalui pelaksanaan program *public relations* yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan melalui mekanisme *social cultural* dan nilai-nilai yang berlaku di



masyarakat, maka *opini public* dapat dilihat dari media massa. Artinya *public relations* mutlak bersikap dan memiliki kemampuan untuk mendengar.

- b. Pendekatan persuasif dan edukatif
Fungsi *public relations* adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi/perusahaan kepada *public* yang bersifat mendidik dan melakukan pendekatan persuasif agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.
- c. Pendekatan tanggung jawab sosial
Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari *public* sasarnya namun untuk memperoleh keuntungan bersama.
- d. Pendekatan kerja sama
Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi/perusahaan dengan berbagai kalangan baik eksternal maupun internal untuk meningkatkan kerja sama. *Public relations* wajib memasyarakatkan misi organisasi/perusahaan yang diwakilinya agar diterima dan mendapat dukungan *public*. Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya, dan untuk memperoleh *opini public* serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.
- e. Pendekatan koordinatif dan integratif
Untuk memperluas peranan *public relations* di masyarakat, maka fungsi *public relations* dalam arti sempit hanya mewakili organisasi/perusahaan. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional dan mewujudkan

ketahanan nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya dan hankamnas.

Berkaitan dengan penjelasan tersebut, langkah–langkah pokok dari aspek pendekatan dan strategi komunikasi *public relations* dalam upaya untuk menjalin berbagai hubungan positif dengan *public* internal dan eksternal, maka peranan *public relations* di lapangan yaitu :

- a. Menginformasikan (*to inform*)
- b. Menerangkan (*to explain*)
- c. Menyarankan (*to suggest*)
- d. Membujuk (*to persuade*)
- e. Mengundang (*to invite*)
- f. Meyakinkan (*to convince*)

2.3 *Opini Public*

Opini public adalah kumpulan pendapat individu terhadap masalah tertentu yang mempengaruhi khalayak. Salah satu fungsi *public relations* adalah menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi/perusahaan dengan *public* yang akan menciptakan *opini public*. Semakin banyak memiliki relasi, akan semakin mudah memunculkan *opini public*. Artinya, perbaikan maupun perkembangan organisasi/perusahaan bisa lebih efektif karena kebutuhan dan keinginan *public* akan mudah direalisasikan secara tepat. *Opini public* identik dengan keterbukaan dalam mengungkapkan ide, pendapat, keinginan, kebutuhan, keluhan, kritik yang membangun dan kebebasan dalam penulisan. Kata lainnya, *opini public* merupakan efek dari kebebasan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat, *opini public* harus mampu mempengaruhi media untuk menciptakan *opini public*.

Opini public jika ditanggapi dengan tepat, objektif, jujur, transparan dan di dasarkan pada fungsi manajemen, umumnya akan membawa perubahan. Ini menunjukkan adanya



perkembangan organisasi/perusahaan dan *opini public* sebagai efeknya. *Opini public* muncul karena adanya kepercayaan yang kuat, saling percaya untuk perbaikan produk atau jasa yang secara otomatis akan terjadi perbaikan pada organisasi/perusahaan sehingga pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi semua pihak. *Opini public* diciptakan secara terus menerus sehingga *public akan* memperoleh gambaran yang jelas tentang organisasi/perusahaan. Kepercayaan *public* akan menimbulkan *goodwill* pada organisasi/perusahaan sehingga citra positif akan berkembang.

III. SIMPULAN

Public relations merupakan usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi/perusahaan dan masyarakatnya. Timbal balik maksudnya usaha atau proses komunikasi yang menuntut penghargaan terhadap kekuatan dan kelemahan, peluang, sasaran dan masalah-masalah yang dihadapi organisasi/perusahaan. Proses ini pula, menuntut adanya pengakuan atau penerimaan terhadap kebutuhan setiap kelompok yang mempunyai kepentingan didalamnya. Peran komunikasi dalam *public relations* adalah dalam proses kedua belah pihak yang membutuhkan perhatian lewat mata, telinga dan mulut. Usaha ini harus disadari penuh, ditentukan secara selektif, dan dilakukan secara bertahap dari waktu ke waktu.

Public relations menuntut kepekaan terhadap setiap kecenderungan dan peristiwa. Sebab, *public relations* harus mampu menarik perhatian *public* yang bertipe ekstrover yakni yang memiliki kecenderungan melihat keluar dari pada dirinya sendiri. *public relations* juga harus memiliki kemampuan menerima pandangan-pandangan orang lain serta menuntut keberanian



untuk mendengar, sabar, dan mau menerima kritikan. Masalah-masalah manajemen dapat ditelusuri dari kegagalan komunikasi, sehingga menuntut kepekaan terhadap keberadaan manusia, kebutuhan dan minatnya. Penyebab kegagalan komunikasi karena kurangnya intensitas dalam mengkomunikasikan informasi sehingga mengakibatkan keterlambatan dalam segala lini. Kemampuan menerima pesan masing-masing individu berbeda, senantiasa akan mempengaruhi secara langsung pengambilan keputusan.

Daftar Pustaka :

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Darmastuti, Rini. 2006. *Etika PR dan E-PR*. Jogjakarta : Gava Media.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 2009. *Public Relations Edisi Lima*. Erlangga.
- Kusumastuti, Frida. 2001. *Dasar – Dasar Humas*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Simandjuntak, John P. dkk. 2009. *Public Relations*. Graha Ilmu.



KOMUNIKASI ORGANISASI BUDAYA MASYARAKAT

Oleh:

Ni Made Yuliani

Dosen Ilmu Komunikasi Pada Prodi Magister Ilmu Komunikasi
Hindu

Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar Bali

Email: madeyuliani23771@gmail.com

Abstrak

Perkembangan masyarakat dalam membangun komunikasi organisasi tentunya ada peristiwa yang muncul. Peristiwa tersebut terkadang menjadikan organisasi menjadi bermasalah. Tentu permasalahan yang timbul bermuara dari komunikasi yang terhambat. Hambatan ini karena orientasi komunikasi dalam organisasi tidak terjalin dengan harmonis. Hingga terjadi hambatan, ketidak harmonisan ini karena adanya komunikasi hanya satu arah atau timpangnya suatu komunikasi.



Rasa segan dari bawahan ke atasan yang menjadi hambatan dalam interaksi. Hal ini menjadikan komunikasi tidak terjalin harmonis.

Perlunya upaya-upaya penyelesaian persoalan mejadi focus yang perlu adanya penanganan yang edial. Penanganan edial tersebut tentunya sangat penting, berperannya fungsi dari *structure* yang terbentuk dalam organisasi agar dapat berjalan efektif. Berfungsinya peran *structure* dalam organisasi akan memudahkan menyelesaikan persoalan yang muncul dalam organisasi di masyarakat.

Komunikasi yang *persuasive* akan dapat memberi kemudahan dalam pelaksanaan penanganan permasalahan dan memberi informasi mengenai kegiatan dalam organisasi. Hambatan berupa rasa segan dan sulitnya penggunaan media tidak terjadi bila penangaan dapat dilakukan melalui komunikasi *persuasive* tersebut.

Kata lunci: komunikasi organisasi

PENDAHULUAN

Eksistensi manusia sebagai makhluk sosial, mendorongnya untuk saling menjalin komunikasi antara individu satu dengan lainnya. Melalui adanya komunikasi serta jalinan interaksi tersebut, akan memberikan pertukaran rasa yang akan berujung pada keadaan saling mengenal. Ketika hal tersebut bergulir, maka akan terjadi proses saling mengetahui serta memahami baik itu tujuan maupun cita-cita dari kesatuan individu-individu yang berada dalam satuan ikatan tempat proses komunikasi interaksi tersebut berlangsung. Ketika terdapat adanya kesamaan pemahaman dan cita-cita, maka pihak-pihak bersangkutan akan menyatukan diri, berintegrasi untuk membentuk sebuah kelompok yang selanjutnya disebut dengan istilah masyarakat. Secara arti sempit, masyarakat dapat didefinisikan sebagai satu kesatuan kelompok individu yang secara bersama mendiami atau menghuni sebuah wilayah, serta diikat oleh tata aturan hukum yang telah disepakati oleh anggota masyarakat itu sendiri. Di sisi lain masyarakat juga dapat diartikan sebagai kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat rutin berkesinambungan, serta terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Masyarakat juga dapat dikatakan sebagai semua



kesatuan hidup manusia yang bersifat menetap dan yang terikat oleh satuan identitas bersama, tetapi terdiri dari komunitas yang bersifat khusus karena ciri tambahan ikatan lokasi dan kesadaran wilayah.

Realitas kehidupan masyarakat, yaitu kumpulan individu-individu yang menjadi suatu kelompok dari masyarakat itu sendiri, akan kembali melakukan interaksi serta sosialisasi dengan individu lainnya namun dalam tataran yang lebih kecil. Mereka akan kembali melakukan proses kontak sosial yang pada akhirnya juga akan berimplikasi pada terjadinya proses saling memahami serta mengetahui cita-cita, kegemaran, begitu juga kesamaan faham, dan tujuan masing-masing. Ketika individu-individu tersebut berhasil mengetahui segala hal tentang individu lainnya, maka dalam proses tersebut akan terlahir kembali kelompok-kelompok kecil dalam kesatuan masyarakat yang menyatukan diri baik didasarkan atas kesamaan kegemaran, tujuan, begitu juga klasifikasi usia. Selanjutnya kelompok kecil yang bernaung serta tumbuh dalam masyarakat tersebutlah yang kemudian dikenal dengan istilah organisasi.

Secara etimologi organisasi berasal dari bahasa Latin yaitu *organizare*, yang secara harafiah dapat diartikan sebagai paduan dari bagian-bagian yang satu dengan bagian lainnya saling bergantung. Kemudian dari pengertian tersebut para ahli memiliki pandangan berbeda mengenai esensi dasar dari kata paduan. Beberapa ahli beranggapan bahwa paduan dapat diartikan sebagai sistem. Akan tetapi di sisi lain juga terdapat beberapa persepsi berbeda yang menyatakan bahwa paduan memiliki arti sarana.

Everet M. Rogers dalam bukunya yang berjudul *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Di sisi lain pandangan yang berbeda mengenai pengertian dan definisi organisasi juga datang dari Robert Bonnington. Bukunya yang berjudul *Modern Business: A Systems Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana, manajemen mengoordinasikan sumber bahan, dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas dan wewenang.

Sebuah organisasi di dalam eksistensinya berkedudukan bahwa, komunikasi memiliki posisi yang sangat vital. Korelasi antara organisasi dengan komunikasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi itu sendiri. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode, dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi tertentu berdasarkan jenis organisasi, sifat organisasi, dan lingkup organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi tersebut dilancarkan. Korelasi dan keterkaitan antara organisasi dengan komunikasi inilah yang kemudian lahir menjadi sebuah disiplin ilmu komunikasi organisasi.

Secara umum komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai sebuah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Arnold dan Feldman (1986 : 154) memberikan pengertian yang lebih sederhana mengenai komunikasi organisasi. Menurut mereka komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi di antara orang-orang yang ada dalam organisasi, dengan beberapa proses yang meliputi tahapan tertentu seperti : *Comprehension*, *Acceptance as true*, dan *Retention*.

Kedudukan komunikasi juga memiliki fungsi tersendiri di dalam sebuah organisasi. Fungsi komunikasi sebagai *persuade* atau *persuasive* merupakan fungsi yang memiliki posisi paling penting jika dibandingkan dengan fungsi lain dari komunikasi

dalam sebuah organisasi. Sebab, tanpa adanya usaha yang besar untuk memengaruhi atau mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam sebuah satuan organisasi maka keutuhan serta terselenggaranya sistem tata kelola yang baik serta sesuai dengan visi misi organisasi itu sendiri, akan sulit untuk di laksanakan. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi secara *persuasive* merupakan hal mutlak yang harus dikuasai serta dipegang oleh seorang pemimpin organisasi. Kemampuan ini bermaksud untuk mencapai tujuan selanjutnya yang akan memberikan kontribusi besar bagi terselenggaranya tujuan dan cita-cita dari organisasi. Hingga pemimpin harus memiliki kemampuan untuk memberi penanaman tentang kiat dan pengaruh yang kuat pada anggota dari organisasi itu sendiri. Keberhasilan di dalam memberi pengaruh, selanjutnya akan berimplikasi pada terselenggaranya program kerja atau rencana (*Planing*) dari sebuah organisasi. Realisasi dalam tujuan serta rencana kerja sebuah lembaga organisasi, baru kemudian eksistensi dari persatuan organisasi itu sendiri menunjukkan peranannya dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut maka individu sebagai anggota masyarakat wajib memahami tujuan terbentuknya organisasi yang diikutinya dalam masyarakat. Hingga dipahami keberadaan dirinya dalam struktur organisasi tersebut. Selanjutnya tujuan terbentuknya organisasi yang ada tersebut serta teknik di dalam menjalani dan berinteraksi di dalam organisasi. Pemahaman ini dari individu perlu dimiliki agar dapat dengan nyaman dalam berorganisasi. Persoalan tentu akan muncul dalam perjalanan aktifitas berorganisasi tersebut. Namun banyak hal dapat dilakukan dalam menyelesaikan persoalan tersebut dengan baik.

PEMBAHASAN

Organisasi di dalam masyarakat dalam perjalanannya tentu mengalami berbagi hal. Kadang ada hal yang menjadikan organisasi tersebut makin baik dan kadang pula menghancurkan. Ini sebuah persoalan yang harus ditangani dengan baik dan benar. Persoalan yang kerap kali muncul dalam organisasi masyarakat tentunya diperlukan langkah dalam penanganan yang edial. Penanganan edial tersebut tentunya diikuti oleh langkah-langkah sesuai teori yang menyertai. Pentingnya adanya fungsionalisme struktural sebagai penyelesaiannya. Fungsionalisme struktur



adalah suatu bangunan teori yang paling besar pengaruhnya dalam ilmu sosial di abad sekarang. Teori fungsional Struktural (Nasikun, 1995 : 4) adalah suatu teori yang memandang bahwa suatu masyarakat sebagai suatu sistem secara fungsional berada dalam kondisi *equilibrium* dikenal dengan *integration approach* atau lebih populer dengan sebuah *structural-funcional approach*.

Malinowski, Durkheim, dan Radcliffe Brown (Koenjaraningrat, 1990 : 15-21) adalah tokoh yang sangat berpengaruh dalam teori struktural fungsional. Bermula dari spekulasi Durkheim dalam teori fungsionalismenya mengemukakan (1) masyarakat harus dipandang sebagai suatu kesatuan yang dapat dibedakan dari bagian-bagiannya, namun tidak dapat dipisahkan darinya; (2) bagian-bagian dari suatu sistem berfungsi untuk memenuhi kepentingan sistem secara menyeluruh; (3) kepentingan-kepentingan fungsional dipergunakan dalam arti normal dan patologis, dengan demikian suatu sistem sosial harus memenuhi kebutuhannya sendiri guna mencegah keadaan abnormal; (4) dengan memandang sistem secara normal, patologi, dan fungsional maka ada taraf atau titik tertentu hingga harmoni dapat tercapai serta fungsionalisasi secara normal berproses sekitar titik tersebut. Pendapat tersebut diterima oleh Radcliffe-Brown dengan mengutarakan setiap manusia terdiri dari suatu struktur yang masing-masing strukturnya itu memiliki fungsi yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya.

Kamus besar bahasa Indonesia di dalamnya menyebutkan fungsi berasal dari bahasa latin "*function*" yang berarti menjalankan dan melaksanakan. Teori fungsional adalah satu kaidah yang mendasar bagi suatu antropologis yang berorientasi pada teori, yakni diktum metodologis bahwa harus mengeksplorasi ciri sistematika budaya. Artinya harus mengetahui berkaitan antara instansi-instansi atau struktur-struktur suatu masyarakat sehingga membentuk sistem yang bulat (Kaplan, 2000:76).

Para penganut perspektif fungsionalisme struktur menekankan pada keteraturan (*order*), serta mengabaikan konflik dan perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Masyarakat merupakan suatu sistem sosial yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan dan menyatu dalam

keseimbangan. Perubahan yang terjadi pada satu bagian akan membawa perubahan pada bagian lain, karena struktur fungsional terhadap yang lain. Salah satu tokoh fungsionalisme struktural, Robert Marton menyatakan bahwa para penganut perspektif ini memperhatikan aspek-aspek peranan sosial keagamaan, pola-pola institusi keagamaan, proses sosial keagamaan, serta organisasi kelompok keagamaan. Sekalipun begitu banyak aspek yang dapat dikaji, tetapi pusat perhatian senantiasa terletak pada fungsi dari suatu fakta terhadap fakta lainnya. Menurutnya, fungsi adalah akibat-akibat yang diamati menuju adaptasi atau penyesuaian terhadap yang lain.

Keseluruhan penjelasan fungsional struktural tersebut memandang bahwa secara normal, suatu benda atau aktivitas memiliki susunan (struktur), bagian itu terjadi tidak lepas dari fungsi dari satuan-satuannya yang membentuk satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, kesatuan ini dapat disebut sebagai sebuah sistem yang saling ketergantungan dan tidak dapat digantikan dengan fungsi yang lainnya.

Pentingnya memergunakan fungsional struktural ini agar dapat mengkaji dan mendeskripsikan eksistensi organisasi masyarakat dan penyelesaian konflik dan persoalan yang timbul. Mengingat persoalan yang muncul dalam masyarakat terkadang rumit dan pelik. Secara umum dapat dikatakan bahwa dalam setiap satuan kehidupan masyarakat, cenderung kembali akan terjadi proses pembentukan satuan kelompok kecil yang keanggotaanya merupakan bagian dari individu-individu tertentu dalam masyarakat itu sendiri. Munculnya kelompok-kelompok ini dilatarbelakangi oleh adanya sistem pembagian kerja yang pada nantinya berfungsi untuk melakukan tugas dan peranan dalam kesatuan umum kehidupan masyarakat. Di sisi lain munculnya kelompok-kelompok kecil dalam satuan masyarakat, juga dilatarbelakangi oleh adanya kesadaran akan kesamaan cita-cita, tujuan, kegemaran, dari beberapa individu dalam satuan masyarakat yang pada nantinya hal itu akan mendorong mereka untuk bersatu dan berintegrasi membentuk satu kesatuan kelompok kecil dengan tujuan serta cita-cita yang sama pula. Faktor gender serta usia juga menjadi sebuah indikator yang memberikan kontribusi dalam terciptanya satuan kelompok tertentu dalam relita kehidupan bermasyarakat. Secara umum

kelompok ini akan lebih dikenal dengan sebutan organisasi, yang memiliki struktur organisasi, tata aturan hukum, program kerja, serta aktivitas-aktivitas tertentu yang menjadi ciri khas dari organisasi itu sendiri dalam satuan kehidupan masyarakat tempat kelompok organisasi masyarakat tersebut bernaung.

Pada tahap akhir dari proses sosialisasi dan interaksi tersebut individu-individu akan membentuk kelompok masyarakat yang didasari atas kesamaan darah, daerah asal, dan aspek-aspek kesamaan lainnya yang selanjutnya mendorong individu yang ada untuk berkumpul membentuk kelompok masyarakat. Di dalam kelompok masyarakat itu sendiri, selanjutnya akan lahir peraturan kelompok kecil yang akrab dengan istilah organisasi. Organisasi tersebut memiliki program kerja, serta beragam aktifitas yang menjadi ciri pokok dari organisasi itu sendiri. Organisasi tersebut juga memiliki tata aturan hukum serta sangsi-sangsi tertentu baik dari organisasi itu sendiri maupun pengaruh dari daerah tersebut yang disepakati begitu juga dihormati secara bersama. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam program aktifitas yang dilakukan organisasi tersebut memiliki peranan yang dapat dirasakan baik dalam aktivitas sosial maupun ranah kehidupan budaya dan agama.

Membicarakan mengenai komunikasi organisasi maka tidak dapat dilepaskan dari peranan dan status anggota dalam organisasi, mengingat status anggota sangat menentukan cara berkomunikasi dengan setiap kepengurusan dalam organisasi. Apabila pembagian pekerjaan demikian banyak, beragam, dan berbeda-beda, maka dibutuhkan adanya sebuah jalinan dan hubungan berupa komunikasi. Komunikasi antara seorang pimpinan dengan bawahan, antara bawahan dengan atasan, atau komunikasi sesama atau sejawat (Manopo, 2014: 368). Tindakan manusia adalah suatu proses untuk menghasilkan berbagai sistem sosial (Morrison, 2013). Melalui kegiatan komunikasi antar anggota organisasi terwujudnya secara tidak langsung sebuah wadah yang terorganisir. Hal ini telah membuat berbagai cakupan mulai dari struktur institusi sosial dan budaya yang luas hingga struktur hubungan individu yang jauh lebih kecil atau sempit.



Menurut Shannon dan Weaver (1949) dalam Cangara (2012) gangguan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi atau tekanan yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Sedangkan, yang dimaksudkan hambatan adalah halangan atau rintangan yang dialami oleh komunikator ataupun komunikan (Badudu-Zain, 1994:489). Efektivitas komunikasi salah satunya akan sangat tergantung kepada seberapa besar hambatan dan gangguan komunikasi yang terjadi.

Komunikasi organisasi masyarakat tidak luput dari hambatan. Hambatan-hambatan tersebut sebagian besar datang dari pola penyebaran informasi yang beresiko untuk terjadi distorsi pesan atau multitafsir, sehingga menimbulkan kekaburan atau tidak dapat ditangkap makna pesan secara jelas dan lengkap. Munculnya distorsi atau kekaburan pesan sebagian besar disebabkan oleh kurang jelinya komunikator dalam mengirimkan pesan. Biasanya pesan yang dikirimkan hanya garis-garis besarnya saja, sehingga perlu adanya penafsiran kembali terkait isi pesan yang dikirimkan. Terkadang penerima pesan yang takut akan terjadinya kesalahan atau keterbatasan kemampuan dalam menginterpretasikan pesan yang diterima, maka akan tetap meneruskan pesan yang diterimanya, dan terkesan memaksa anggota di bawahnya untuk menginterpretasikan isi pesan yang dimaksudkan. Selain itu, hambatan kerangka berpikir antara pimpinan dengan anggota terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi juga menyebabkan munculnya distorsi pesan, biasanya hal ini terjadi karena perbedaan latar belakang pengalaman (*experience*) dan pendidikan yang berbeda.

Munculnya hambatan-hambatan komunikasi juga disebabkan oleh kurang maksimalnya komunikasi ke atas yaitu komunikasi dari bawahan ke atasan. Hal ini biasanya terjadi karena adanya hambatan psikologis yang disebabkan oleh persoalan-persoalan dalam diri individu. Para anggota dalam organisasi juga terkadang merasa segan untuk memberikan kritik dan pendapatnya kepada atasan dan juga merasa segan untuk bertanya apabila mengalami kesulitan, mengingat merasa takut apabila terjadi salah dalam berkomunikasi. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, faktor psikologis memang paling sering menjadi hambatan dalam berkomunikasi. Hal ini

umumnya disebabkan komunikator dalam melancarkan komunikasinya tidak terlebih dahulu memahami komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, dan kondisi psikologi lainnya; juga jika komunikasi menaruh prasangka kepada komunikator. Tidak jarang pula faktor penghambat komunikasi disebabkan oleh keadaan kesehatan dan fisik anggota organisasi.

Selain adanya hambatan psikologis, juga ada hambatan mekanistik atau fisik, pengaruh gangguan *channel* atau saluran komunikasi juga menjadi faktor yang cukup memengaruhi komunikasi antara anggota organisasi. Hal ini juga dipengaruhi oleh letak geografis sehingga tak jarang terjadi putus jaringan telepon dan internet atau media komunikasi lainnya. Langkah untuk mengatasi dan menanggulangi hambatan-hambatan tersebut, atasan atau pimpinan diharapkan memberikan intruksi secara jelas dan tidak hanya sekadar garis-garis besarnya saja. Khusus untuk para anggota organisasi juga diharapkan agar mencari kejelasan intruksi atau perintah dan pesan yang hendak disampaikan oleh ketua, dan tidak menerima pesan yang tidak jelas dan lengkap. Pada dasarnya para anggota organisasi harus peka dan jeli terhadap setiap pesan yang masuk. Apabila ada pesan yang tidak jelas, sebaiknya ditanyakan kembali. Selain itu, hal terpenting yang patut diperhatikan adalah upaya untuk memotivasi diri dengan memupuk rasa percaya diri, serta mencoba memahami kondisi lingkungan dengan orang-orang yang terlibat di dalam organisasi.

PENUTUP

1. Simpulan

Bedasarkan atas hasil pemaparan tersebut, hingga simpulan yang dapat ditarik adalah:

- 1) Peran komunikasi dalam organisasi masyarakat adalah membangun hubungan atau relasi ke dalam maupun ke luar yang disebut komunikasi internal dan ke luar yang disebut komunikasi eksternal. Komunikasi organisasi dalam masyarakat juga berperan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membangun sumber daya manusia dan menciptakan keutuhan seorang pemimpin. Oleh karena itu,



patut diperhatikan beberapa hal seperti, komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi atas dan bawah, komunikasi horizontal, serta faktor-faktor yang mendukung serta menghambat terjadinya komunikasi organisasi.

- 2) Komunikasi organisasi di dalam pelaksanaannya tidak luput dari hambatan. Sebagian besar hambatan berasal dari dalam diri individu seperti, hambatan kerangka berpikir antara satu orang dengan orang lainnya dalam menafsirkan suatu pesan, hambatan psikologi yang dibuktikan dengan segannya anggota untuk memberikan kritik ataupun saran kepada atasan karena takut salah dalam berkomunikasi, dan hambatan yang datang dari luar individu seperti, gagalnya pemanfaatan media atau saluran komunikasi.

2. Saran

Adapun hasil dari hal tersebut maka ada saran-saran sebagai berikut:

- 1) Terbentuknya organisasi dalam masyarakat diharapkan dapat berperan aktif dalam pembangunan wilayah yang ditempai dengan cara mengikuti pengembangan organisasi, baik yang organisasi tradisional maupun organisasi yang dibentuk oleh pemerintah. Melalui pengembangan dan pendirian organisasi tersebut, diharapkan masyarakat dapat terberdayakan secara maksimal yang berimplikasi pada terbentuknya Sumber Daya Manusia (SDM) yang mandiri dan berkualitas.
- 2) Kepengurusan organisasi diharapkan agar dapat memaksimalkan peran komunikasi dalam membangun organisasi, mengingat berdasarkan hasil penelaahan ini, masih ditemukan adanya keengganan anggota untuk berkomunikasi dengan atasan (komunikasi atas) sehingga terkesan komunikasi yang dihasilkan hanya satu arah. Semua pihak dapat lebih mengoptimalkan model komunikasi dua arah *two way traffic of communication*), sehingga *feedback* dapat terasa jelas pada organisasi. Selain itu, hambatan-hambatan komunikasi juga patut diminimalkan dengan mencari solusi alternatif. Misalnya, dalam mendukung perkembangan peran saluran atau media komunikasi, infrastruktur, dan sarana penunjang juga patut ditingkatkan seperti, peningkatan jaringan

komunikasi, pemanfaatan media sosial (jejaring sosial), dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2010. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arta, Budi. 2012. *Tenganan Daun Tukad*. <http://Arta544.blogspot.co.id/2012/09/bab-i-pendahuluan-1.html>, diakses tanggal 2 Oktober 2015.
- AW., Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, Burhan. 2012. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Persada Group.
- Burhanudin. 2003. *Peran Komunikasi dalam Pemberdayaan Perempuan (Kasus: Gerakan PSK di Kecamatan Cariu Kabupaten Bogor)*. Tesis Program Pascasarjana ITB Prodi. Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fergiyono, Nico. 2013. *Perubahan Sosial Budaya yang Terjadi pada Masyarakat Desa Adat Tenganan Bali*. <http://nicofergiyono.blogspot.co.id/2013/11/perubahan-sosial-budaya-yang-terjadi.html>, diakses tanggal 2-3 Oktober 2015.
- FM Radio Amlapura. 2011. *Tenganan Daun Tukad, Desa Pakraman Dengan Dua Aliran Ritual*. <http://rgsfmradio.blogspot.co.id/2011/05/tenganan-daun-tukad-desa-pakraman.html>, diakses tanggal 3 Oktober 2015.
- Furqon Chairun. *Hakikat Komunikasi Organisasi*. Program Studi Manajemen, FPIPS, Universitas Pendidikan Indoensia.
- Gutama, TA. 2010. *Peran Komunikasi dalam Organisasi*. Jurnal Sosiologi Dilema, Vol 25 No. 2 Tahun 2010.
- Gutama, Thomas Aquinas. 2010. *Peran Komunikasi dalam Organisasi (Studi Komunikasi dalam Organisasi PKK di Desa Ngringo dan Desa Dagen, Kecamatan Jaten, Kabupaten*



- Karanganyar). Tesis, UNS-Pascasarjana Jur. Ilmu Komunikasi.
- Handayani, Trisakti. *Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Di Kota Malang: Dalam Perspektif Kajian Budaya*. Disertasi Pascasarjana Universitas Udayana Program Pendidikan Doktor Kajian Budaya.
- Hardjito, Dydiet. 2001. *Teori Organisasi dan Teknik Pengorganisasian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Hasan, Ari. 2002. *Kebudayaan dan Tradisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kast, Fremont F. dan James E. Rosenzweig. 2002. *Organisasi dan Manajemen Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Komala, Lukiat. 2009. *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Manopo, Victor. 2014. *Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membentuk Efektivitas Kerja Karyawan CV. Magnum Sign And Print Advertising Samarinda*. Jurnal Ilmu Komunikasi Fikom ISIP Unmul, Volume 2, Nomor 3, hlm. 357-372.
- Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurrohim, Hassa dan Lina Anatan. 2009. *Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi*. Jurnal Manajemen, Vol.7, No.4, Mei 2009.
- Shalfiah, Ramandita . 2013. *Peran Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (Pkk) Dalam Mendukung Program-program Pemerintah Kota Bontang*. Jurnal Ilmu Pemerintahan, Volume 1, Nomor 3, hlm. 975-984.
- Tubbs, Stewart L., dan Sylvia Moss. 2005. *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

**HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN AKUN
INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI *FOLLOWERS***

(Studi Korelasional Mengenai Hubungan antara Penggunaan Akun
Instagram @jktfoodbang dengan Pemenuhan Kebutuhan
Informasi *Followers* Aktif pada Bulan Oktober 2016)

**Oleh: Kismiyati El Karimah, Pramono Benyamin, dan Alwin
Prabowo**

Email: miyaelkarimah@yahoo.com dan
alwinprabowo07@gmail.com

Abstract



Penggunaan Instagram sangat diminati oleh masyarakat pada umumnya baik untuk mengekspresikan diri maupun untuk pemenuhan kebutuhan akan informasi. Salah satu instragam adalah Account @jktfoodbang yang diteliti dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengikutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada hubungan yang signifikan antara penggunaan akun Instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 95 orang, dipilih dengan menggunakan metode simple random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teori yang digunakan adalah Teori Uses and Gratification.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan akun Instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut, korelasi yang signifikan antara konten pesan antara akun Instagram @jktfoodbang dan pemenuhan kebutuhan pengikut. Informasi, dan korelasi yang signifikan antara interaktivitas akun Instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut.

Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa memang ada korelasi yang signifikan antara penggunaan akun Instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Saran dari penelitian ini adalah; Untuk meningkatkan jumlah intensitas pemakaian di akun Instagram @jktfoodbang dari pengikut dengan memberikan hadiah dan kuis, juga untuk konten 'regram' dari pengikut lebih sering, dan untuk konten message-nya di akun Instagram @jktfoodbang dapat ditingkatkan dengan menyelesaikan setiap isi 'regramed 'Dari pengikut, lainnya untuk interaktivitas, akun Instagram @jktfoodbang perlu lebih interaktif dan aktif dalam menanggapi pengikut di bagian komentar.

PENDAHULUAN

Informasi, kata yang tidak asing lagi di telinga banyak orang. Saat ini. tiap orang berbondong-bondong untuk memberikan dan mencari kebutuhan akan informasi. Faktual, aktual, tajam, dan terpercaya dari suatu informasi yang memiliki nilai-nilai hiburan dan mumpuni merupakan hal-hal utama yang dicari dalam memenuhi kebutuhan akan informasi setiap orang. Menurut Estabrook (dalam Yusup dan Subekti, 2010:1) informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa



juga berupa putusan-putusan yang dibuat. Kiranya cukup jelas bahwa setiap orang, setiap kelompok orang, atau organisasi, mempunyai kebutuhan yang sangat besar terhadap informasi (Yusup dan Subekti, 2010: 80). Semua orang membutuhkan informasi, maka tanpa kecuali, informasi menjadi bahan atau bahkan komoditas yang sangat unggul dalam pola kehidupan manusia, lebih-lebih di zaman sekarang yang semakin kompleks peradabannya (Yusup dan Subekti, 2010: 80).

Dewasa ini, usaha setiap orang dalam memenuhi kebutuhan akan informasi sudah sangat mudah. Informasi dapat diakses melalui berbagai ragam media seperti halnya media cetak, elektronik, maupun internet. Salah satu media massa yang penggunaannya sangat mudah dan dapat diakses kapanpun serta dimanapun orang itu berada adalah internet. Salah satu situs yang banyak digunakan oleh para pengguna internet di Indonesia maupun dunia ialah media sosial. Media sosial pun memiliki artian yaitu saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*)⁸¹. Beragam jenis media sosial telah berkembang pesat demi memenuhi kebutuhan para pengguna internet saat ini yang jumlah penggunaannya selalu bertambah tiap tahunnya. Penggunaan media sosial pun sudah dapat diakses dengan mudah melalui *pc*, *laptop*, maupun *smartphone* yang terkoneksi dengan sinyal internet. Media sosial tersebut pun memiliki fungsi dan keunikan masing-masing guna memenuhi kebutuhan para pengguna internet. Merek-merek media sosial yang namanya tidak asing lagi di telinga para pengguna internet ragamnya seperti *twitter*, *youtube*, *facebook*, dan *instagram*.

Dalam buku *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif* (2012: 2), dipaparkan bahwa instagram adalah aplikasi untuk memotret, mengedit, dan “menyebarkan” foto tersebut ke komunitas pengguna instagram lainnya. Nama instagram itu sendiri muncul dari gabungan kata dari “insta” yang berasal dari “instan” dan “gram” yaitu berasal dari kata “telegram”. Maksud

⁸¹<http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-sosial-pengertian-karakteristik.html> (diakses pada 24 juli 2016 pukul 11:34)

dari instan itu sendiri pendiri instagram melihat dari *polaroid* yang bisa menghasilkan foto instan dan telegram yang memiliki fungsi menyebarkan informasi ke orang lain secara cepat⁸². Perkembangan instagram di dunia terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan, menurut data yang dilansir dari *wearesocial*, mengemukakan bahwa hingga bulan Januari 2016, pengguna instagram yang tersebar di seluruh penjuru dunia mencapai 400 juta pengguna aktif. Instagram itu sendiri pun menempati urutan ke-8 sebagai *platform* sosial yang terbanyak digunakan oleh seluruh dunia⁸³. Indonesia pun tidak mau kalah dengan negara lain masalah penggunaan media instagram. Menurut VP facebook untuk Asia Pasifik Dan Neary, jumlah pengguna aktif instagram di Indonesia yang menurut data MAU (*Monthly Active Users*) mencapai 22 juta pengguna⁸⁴.

Seperti yang diketahui, sekarang ini banyak pengguna instagram khususnya kalangan muda yang senang akan konten-konten bertemakan kuliner. Mulai dari yang sekedar melihat-lihat saja, berburu tempat kuliner yang ditampilkan oleh pengguna instagram lainnya, hingga memamerkan hasil “jepretan” foto makanan hasil tinjauannya kepada pemakai instagram lainnya. Salah satu akun instagram yang menarik untuk diteliti adalah akun @jktfoodbang. Akun ini menyajikan berbagai jenis ragam makanan yang ada di kota Jakarta. Para pemburu kuliner di kota Jakarta yang memiliki akun instagram dapat mengambil foto seputar makanan, kafe, serta restoran, dan meng-unggahnya lalu kemudian memberikan #jktfoodbang pada hasil fotonya serta *mention* @jktfoodbang. Kemunculan akun instagram @jktfoodbang dimulai pada Mei 2014. Menurut Deransy Haliesya sang pemilik akun tersebut, awalnya beliau tidak menyangka bahwa akun ini akan berkembang hingga sebesar ini. Deransy, pun belajar sedikit demi sedikit untuk dapat mengambil hasil foto yang baik agar para pengguna instagram yang melihat

⁸²<https://www.instagram.com/about/faq/> (diakses pada 25 juli 2016 pukul 14:20)

⁸³<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> (diakses pada 25 juli 2016 pukul 19:40)

⁸⁴<https://dailysocial.id/post/pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta/> (diakses pada 25 juli 2016 pukul 19:59)

posting-annya tertarik mencoba tempat kuliner tersebut⁸⁵. Sebenarnya sudah cukup banyak akun instagram sejenis yang menampilkan konten-konten bertemakan kuliner seperti akun @makanpakereceh, @javafoodie, @anakjajan, dan yang lainnya. Namun, kenyataannya akun instagram @jktfoodbang merupakan salah satu akun kuliner yang memiliki *followers* tertinggi yaitu 341.638 pengikut per tanggal 7 November 2016.

Melihat pemaparan mengenai penggunaan akun @jktfoodbang oleh para *followers* aktif dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi, peneliti merasa dengan menggunakan *Uses and Gratification Theory* (Teori Penggunaan dan Gratifikasi) merupakan dasar yang tepat dan saling berkaitan. *Uses and Gratification Theory* memiliki asumsi yaitu khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak (West dan Turner, 2010: 104). Teori tersebut menjelaskan bahwa bagaimana orang aktif dalam memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu sehingga media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhannya tersebut (West dan Turner, 2010: 104).

Menurut Rosengren (dalam Rakhmat, 2007: 66), mengemukakan bahwa penggunaan media yang digunakan oleh khalayak berkaitan dengan jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik garis bahwa aktivitas para pengguna akun instagram @jktfoodbang dilihat berdasarkan intensitas penggunaannya, isi pesan pada akun tersebut dan interaktivitas di dalamnya. Interaktivitas secara signifikan memperkuat inti dari Teori *Uses and Gratifications* karena berhubungan dengan khalayak yang aktif menggunakan media (Ruggiero, 2000: 15).

Berdasarkan pembahasan di atas bahwa orang menggunakan media jika kaitan penggunaan media tersebut

⁸⁵<http://www.whatsnewjakarta.com/deransy-haliesya-the-force-behind-instagram-jktfoodbang/> (diakses pada 26 juli 2016 pukul 20:18)

dapat memberi kepuasan akan kebutuhannya. Salah satu kebutuhan yang menjadi tuntunan orang dalam menjalani kehidupan ialah kebutuhan akan informasi. Kebutuhan yang harus dipenuhi khalayak dalam memilih media informasi berkaitan dengan konsep yang dipaparkan oleh Katz, Gurevich, dan Haas (Tan dalam Yusup dan Subekti, 2010: 91) bahwa kebutuhan manusia akan informasi mencakup kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal.

Melihat pada fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti tentang hubungan antara penggunaan akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi para *followers* aktif pada bulan Oktober 2016.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kegunaan dan Gratifikasi atau yang biasa disebut *Uses and Gratification Theory* memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun (West dan Turner, 2010 : 104).

Banyak asumsi Kegunaan dan Gratifikasi secara jelas dinyatakan oleh para pencetus pendekatan ini (Katz, Blumer, & Gurevitch, 1974). Mereka menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori Kegunaan dan Gratifikasi (Uses and Gratification Theory) (West dan Turner, 2010: 104) :

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khayalak

6. Asumsi teori ini mengenai khalayak yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan cukup jelas. Anggota khalayak individu dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Anggota khalayak juga berusaha untuk menyelesaikan tujuannya melalui media (West dan Turner, 2010 : 104).

Asumsi kedua teori Kegunaan dan Gratifikasi menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada di tangan khayalayah. Karena orang adalah agen yang aktif, mereka mengambil inisiatif (West dan Turner, 2010 : 105).

Asumsi ketiga bahwa media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan akan kebutuhan berarti bahwa media dan khalayaknya tidak berada dalam kevakuman. Keduanya adalah bagian dari masyarakat luas, dan hubungan antara media dan khalayak dipengaruhi oleh masyarakat (West dan Turner, 2010 : 105).

Asumsi keempat Kegunaan dan Gratifikasi adalah masalah metodologis mengenai kemampuan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang andal dan akurat dari konsumen media. Untuk berargumen bahwa khalayak cukup sadar diri akan penggunaan media, minat serta motif mereka sehingga mereka dapat memberikan kepada peneliti sebuah gambaran akurat menyatakan kembali keyakinan akan khalayak yang aktif; hal ini juga mengimplikasikan bahwa orang sadar akan aktivitas ini (West dan Turner, 2010 : 106).

Asumsi kelima juga sedikit berbicara mengenai khalayak daripada mengenai mereka yang melakukan studi mengenai ini. Hal ini menyatakan bahwa peneliti harus mempertahankan penilaiannya mengenai hubungan antara kebutuhan khalayak akan media atau muatan tertentu. Teoretikus Kegunaan dan Gratifikasi berargumen bahwa karena individu khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media dapat dinilai hanya oleh khalayaknya (West dan Turner, 2010 : 106).

Terkait dengan penerapan teori *Uses and Gratification* pada teknologi baru, dijelaskan oleh Shanahan dan Morgan (1999) bahwa terdapat “konsistensi lingkungan dari isi pesan yang

dikonsumsi dan pada sifat dasar dari lingkungan simbolik tempat manusia dapat hidup”, meski jika terjadi perubahan distribusi teknologi. Shahanan dan Morgan menambahkan bahwa teknologi baru selalu dikembangkan dengan mengadopsi isi pesan dari teknologi sebelumnya (West dan Turner, 2010 : 112).

Karya Zizi Papacharissi dan Alan Rubin (2000) yang memprediksi penggunaan Internet menemukan penjelasan mengenai *Uses and Gratification*. Papacharissi dan Rubin menemukan bahwa orang mempunyai lima motif utama untuk penggunaan Internet, dan yang paling penting adalah pencarian informasi. Mereka juga menemukan bahwa orang merasa dihargai secara interpersonal menggunakan Internet untuk pengumpulan informasi dan mereka yang merasa tidak aman pada interaksi tatap muka berpaling ke Internet untuk interaksi sosial. Secara keseluruhan, mereka menyimpulkan bahwa teori *Uses and Gratifications* memberikan kerangka penting untuk mempelajari media baru (West dan Turner, 2010: 113).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren dalam Rakhmat, 2007 : 66).

1. Intensitas Penggunaan

Intensitas penggunaan adalah jumlah waktu yang digunakan khalayak pada suatu media. Intensitas dapat diukur oleh dua hal yaitu frekuensi dan durasi untuk mengetahui tingkat perhatian khalayak. Frekuensi penggunaan media merupakan pengumpulan data khalayak tentang berapa kali dalam waktu yang telah ditentukan, seseorang menggunakan media (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2012: 168). Sedangkan durasi penggunaan media adalah menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2012: 168).

2. Isi Pesan

Sebuah media dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan akan informasi para penggunanya memiliki sifat yang informatif. Dalam penyajiannya, isi yang ada dalam media tersebut merupakan hal yang penting karena isi media tersebut harus dapat diterima oleh pengguna dan menyampaikan informasi

dengan tepat dan benar. Menurut Siregar dan Pasaribu, isi media harus memenuhi beberapa syarat yaitu, kejelasan informasi, kelengkapan informasi dan aktual atau tidaknya informasi.

3. Interaktivitas

Hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dimaksud adalah interaksi antara konsumen dengan media. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan konsep interaktivitas. Interaktivitas secara signifikan memperkuat inti dari Teori *Uses and Gratifications* karena berhubungan dengan khalayak yang aktif menggunakan media (Ruggiero, 2000: 15).

Heeter (1989) dalam Ruggiero (2000: 15) mendefinisikan interaktivitas sebagai konsep multidimensional yang terdiri dari jumlah pilihan yang diberikan kepada pengguna, tingkat usaha yang harus dikerahkan pengguna untuk mengakses informasi, bagaimana keaktifan media dalam merespons pengguna, sejauh mana media memberikan fasilitas yang memungkinkan pengguna memonitor media tersebut, dan sejauh mana media memfasilitasi komunikasi antarpribadi antara pengguna tertentu.

Menurut Estabrook (dalam Yusup dan Subekti, 2010:1) informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat. Kiranya cukup jelas bahwa setiap orang, setiap kelompok orang, atau organisasi, mempunyai kebutuhan yang sangat besar terhadap informasi (Yusup dan Subekti, 2010: 80).

Informasi dapat dikatakan sebagai sejumlah data yang sudah diolah atau diproses melalui prosedur pengolahan data dalam rangka menguji tingkat kebenarannya, keterpakaiannya sesuai dengan kebutuhan. Sistem pengolahan data ini sangat dibutuhkan sehingga semua data dapat dengan cepat dan mudah menjadi sekumpulan informasi yang siap pakai (Darmawan, 2012 : 2).

Dalam penelitian ini, individu pengguna media berpikir dan memiliki perilaku untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi yang mereka ingin dapatkan. Mereka pun melakukan usaha-usaha dalam mencari informasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Dikaitkan dengan lingkungan yang mendorong timbulnya kebutuhan khususnya yang berkaitan dengan seseorang yang dihadapkan dengan berbagai media penampung informasi

(sumber-sumber informasi), maka ada banyak kebutuhan yang dapat dikemukakan, seperti yang diusulkan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Tan, 1981: 298) sebagai berikut (Yusup dan Subekti, 2010: 82-83):

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan estetis, hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media baik dalam bentuk cetakan maupun dalam bentuk rekaman elektronik juga sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan.

3. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini di dasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

5. Kebutuhan Berkhayal

Kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (*diversion*).

PEMBAHASAN

Data yang ada dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada 95 responden, yaitu *followers akun* instagram @jktfoodbang yang memberikan tagar# dan *mention* kepada *akun* instagram @jktfoodbang selama bulan Oktober 2016. Data tersebut ditunjang oleh observasi yang

dilakukan oleh peneliti serta dari beberapa sumber pustaka. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner tersebut terdiri dari dua jenis yaitu data responden dan data penelitian

Data responden merupakan data yang terkait dengan identitas responden yang disesuaikan dengan topik penelitian. Data responden dalam penelitian ini terdiri dari 8 pertanyaan yang berisi tentang nama responden, nama *akun* instagram responden, jenis kelamin, umur, pekerjaan, sumber mengetahui *akun instagram @jktfoodbang*, *gadget* yang digunakan dan seberapa lama menjadi *followers akun instagram @jktfoodbang*. Sedangkan data penelitian adalah hasil perolehan jawaban responden atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel penelitian. Data responden yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif, sedangkan data penelitian dianalisis secara deskriptif, perhitungan statistik inferensial dengan menggunakan uji korelasional *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y) yang diperoleh dari teori *Uses and Gratifications* oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch serta konsep pemenuhan kebutuhan informasi oleh Yusup Pawit M. dan Priyo Subekti.

Hasil penelitian analisis deskriptif pada data penelitian berdasarkan jawaban responden diperoleh bahwa mayoritas besar dari responden pada variabel penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* (X) yaitu sebanyak 55 responden (57.90%) berada pada kategori sedang yang artinya *responden* sudah baik dalam penggunaan *akun instagram @jktfoodbang*, namun belum maksimal dalam memanfaatkannya. Termasuk di dalamnya yaitu variabel intensitas penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* (X₁) sebanyak 45 responden (47.37%) berada pada kategori tinggi yang artinya intensitas responden dalam menggunakan *akun instagram @jktfoodbang* sudah sangat baik. Lalu pada variabel isi pesan *akun instagram @jktfoodbang* (X₂) diperoleh sebanyak 53 *responden* (55,79%) berada pada kategori sedang yang artinya isi pesan yang disampaikan oleh *akun instagram @jktfoodbang* sudah baik, namun belum maksimal dalam memenuhi kebutuhan

informasi *followers*. Selanjutnya pada variabel interaktivitas *akun instagram @jktfoodbang* (X_3) diperoleh sebanyak 49 *responden* (51,58%) berada pada kategori sedang yang artinya *akun instagram @jktfoodbang* sudah interaktif dengan para *followers*-nya, namun belum sepenuhnya memenuhi aspek-aspek interaktivitas itu sendiri. Sedangkan untuk variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y), mayoritas besar *responden* yaitu sebanyak 56 *responden* (58,95%) berada pada kategori sedang yang artinya *responden* sudah baik dalam aspek pemenuhan kebutuhan informasinya, namun belum maksimal dalam memenuhi keseluruhan aspek.

Hasil penelitian analisis korelasional pada data penelitian didapat bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y). Yang termasuk di dalamnya terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* (X_1) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y), terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan pada *akun instagram @jktfoodbang* (X_2) dengan pemenuhan kebutuhan

Informasi *followers* (Y), dan terdapat hubungan yang signifikan antara interaktivitas *akun instagram @jktfoodbang* (X_3) dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (Y). Dapat dikatakan bahwa *followers* yang menggunakan *akun instagram @jktfoodbang* memiliki hubungan yang signifikan dengan bagaimana mereka memenuhi kebutuhannya akan informasi seputar dunia kuliner.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Hubungan antara Penggunaan *Akun Instagram @jktfoodbang* dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”, secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yang memberikan pagar# dan *mention* selama bulan Oktober 2016 kepada *akun instagram @jktfoodbang*.

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan *akun instagram @jktfoodbang* dengan

pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* akun instagram @jktfoodbang. Yang artinya banyaknya jumlah waktu yang digunakan *followers* baik dari segi frekuensi maupun durasi dalam menggunakan akun instagram @jktfoodbang memiliki hubungan yang signifikan dengan bagaimana *Followers* dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi seputar dunia kuliner.

2. Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan pada akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* akun instagram @jktfoodbang. Ini artinya, ada kejelasan, kelengkapan, dan aktualitas informasi pada akun instagram @jktfoodbang yang memiliki hubungan signifikan dengan mendapatkan jawaban bagi *Followers* untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi seputar dunia kuliner.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara interaktivitas akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* akun instagram @jktfoodbang. Ini artinya, jumlah pilihan yang ada di dalam akun instagram @jktfoodbang, tingkat usaha yang harus dikerahkan *followers* dalam mengakses informasi pada akun instagram @jktfoodbang, keaktifan akun instagram @jktfoodbang dalam merespons *followers*, dan ketersediaan fasilitas komunikasi antarpribadi antara *followers* dengan akun instagram @jktfoodbang maupun dengan *followers* lainnya di akun instagram @jktfoodbang memiliki hubungan yang signifikan dengan bagaimana *followers* dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi seputar dunia kuliner.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, berikut ini adalah beberapa saran yang diajukan peneliti:

1. Akun instagram @jktfoodbang sebaiknya dapat mempertahankan performa sajiannya karena hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Akun instagram @jktfoodbang juga dapat meningkatkan intensitas penggunaan akun instagram @jktfoodbang, dengan cara memberikan kuis ataupun

pertanyaan berhadiah kepada para *followers*-nya. Lalu akun instagram @jktfoodbang juga dapat lebih sering melakukan *regram* dari *followers* yang memberikan tagar# dan mention. Hal tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan minat *followers* untuk lebih sering dalam mengakses informasi dari akun instagram @jktfoodbang.

2. Akun instagram @jktfoodbang sebaiknya dapat mempertahankan performa sajiannya karena hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan pada akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Akun instagram @jktfoodbang juga dapat meningkatkan nilai isi pesan yang disajikannya dengan cara lebih melengkapi informasi yang ada di dalam konten *regram* dari *followers*-nya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menambah informasi mengenai harga, review rasa dari setiap konten kuliner yang *diregram* tersebut, maupun suasana tempat restoran tersebut. Sehingga *followers* bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap guna memenuhi kebutuhan informasi mereka. Akun instagram @jktfoodbang juga dapat meningkatkan nilai isi pesan yang disampaikan dengan cara lebih sering menyajikan video rekomendasi kuliner yang menggugah selera serta menampilkan video mengenai *event* kuliner yang sedang berlangsung yang berkaitan dengan pesan pada konten *event* kuliner.
3. Interaktivitas akun instagram @jktfoodbang sebaiknya dapat dipertahankan performa interaksi dengan *followers*nya karena hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara interaktivitas akun instagram @jktfoodbang dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Akun instagram @jktfoodbang juga dapat meningkatkan aspek interaktivitas dengan cara lebih interaktif lagi kepada para *followers*-nya. Akun instagram @jktfoodbang dapat lebih aktif dalam menyikapi komentar-komentar yang ada di dalam kolom komentar tiap konten akun instagram @jktfoodbang. Sehingga, *followers* dan akun instagram @jktfoodbang dapat lebih mudah berkomunikasi serta lebih interaktif diantara keduanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. 1993. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Kesembilan. Jakarta : Rineka Cipta.
- _____. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta : Prenada Media.
- Cangara, Hafied H, 2006, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Jubilee Enterprise. 2012. *Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Mcquail. D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nitisemito, Alex Sumaji. 1996. *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Jakarta : Graha Indonesia.
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo. 1993. *Psychological Testing principles, application, and issues*. California: Brooks/Cole Publishing Company, Pacific Grove,
- Siegel, Sidney. 1997. *Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Ashadi, dan Rondang Pasaribu. 2008. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi-Organisasi*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard. dan Lynn H. Turner. 2010. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Buku 2) (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yusup, Pawit M., dan Priyo Subekti. 2010. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Sumber Lain

Ruggiero, Thomas E. 2000. *Uses and Gratifications Theory in the 21st Century*. Communication Department, University of Texas at El Paso. Mass Communication and Society 3(1), 3 – 37. Diakses pada Selasa 2 Agustus 2016 pukul 19.35 melalui <http://www4.ncsu.edu/~amgutsch/Ruggiero.pdf>



**KONTRIBUSI PENDAPATAN KELUARGA MELALUI
PERAN PEKERJA WANITA (STUDI TENTANG
FENOMENA PEKERJA WANITA DI PERKEBUNAN
KOPI LERENG GUNUNG GUMITIR DUSUN CURAH
LEDUK DESA BANYUANYAR KALIBARU
BANYUWANGI)**

Oleh:

Firdausia Hadi

Firdausiamumtazah18@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Jember

Abstrak

Peranan istri dan suami dalam bekerja kerap kali menjadi isu menarik dibanyak kalangan. Istri identik bekerja perihal urusan rumah tangga, sedang suami bekerja di luar rumah untuk mencari nafkah bagi keluarganya. Pembagian pekerjaan antara istri dan suami memang mutlak adanya, baik pembagian secara proporsional maupun pembagian kerja tidak proporsional. Berbeda dengan masyarakat Dusun Curah Leduk Desa Banyuanyar Kalibaru Banyuwangi, di tempat tersebut para istri banyak bekerja di perkebunan kopi sebagai petani kopi. Karena hal tersebut hal ini sangat menarik untuk diteliti. Secara tidak langsung bekerjanya istri di perkebunan sebagai fakta empiris bahwa istri juga ikut berkontribusi dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidup keluarga, meskipun nampaknya suami juga bekerja di kebun. Penelitian ini menemukan bahwa pembagian kerja suami istri pada masyarakat Dusun Curah Leduk tidak dibagi secara proporsional atau memeta-metakan, namun justru pembagian kerja antar suami istri didasarkan atas solidaritas sosial. Kemudian temuan yang kedua, istri bekerja di perkebunan membawa pengaruh besar terhadap hasil panen kopi, hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa istri ikut berkontribusi dalam pemenuhan perekonomian keluarga. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, teknik mengumpulkan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*), dan dokumentasi.



Kata Kunci: pembagian kerja, solidaritas, kontribusi

Abstract

the role of wife and husband in work is often an interesting issue in many circles. Wife identical work concerning household affairs, while husbands working outside the house to earn a living for his family. The division of labor between wife and husband is absolute, both proportional division and division of labor is not proportional. Unlike the community Dusun Curah Leduk Village Banyuwangi Kalibaru Banyuwangi, where the wives work in many coffee plantations as coffee farmers. No doubt this is very interesting to investigate. Indirectly the workings of wives in pekerbunan as empirical fact that the wife also contributed in order to fulfill the needs of family life, although it seems husband also work in the garden. This study found that the division of labor of husband and wife in the society of Dusun Curah Leduk not divided proportionally or memeta-metakan, but instead the division of labor between husband and wife is based on social solidarity. Then the second finding, the wife working at the plantation had a major impact on the coffee harvest, this indirectly indicates that the wife contributes to the fulfillment of the family economy. The research is a qualitative research with case study approach, the technique of collecting data is done by observation, indepth interview, and documentation.

Keywords: division of labor, solidarity, contribution

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran laki-laki dan perempuan setelah menikah berbeda dengan peran mereka sebelum menikah. Ketika memasuki kehidupan pernikahan, laki-laki dan perempuan memiliki peran baru yang merupakan konsekuensi dari pernikahan. Menurut Undang-Undang Perkawinan Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 1, pernikahan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Dengan demikian, peran baru laki-laki adalah sebagai suami dan peran perempuan sebagai istri. Selain itu, seorang laki-laki dan perempuan ketika memiliki seorang anak, maka mereka memiliki satu peran baru yaitu sebagai ayah dan ibu.



Pada umumnya seorang suami berperan sebagai kepala keluarga yang tugas utamanya adalah mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Suami juga berperan sebagai mitra istri yaitu teman setia yang menyenangkan dan selalu ada di saat suka maupun duka. Selain menjadi rekan yang baik untuk istri, suami juga dapat membantu meringankan tugas istri, seperti membantu mengasuh anak, mencuci pakaian, dan tugas rumah tangga lainnya.

Pembagian kerja antara suami istri terkadang masih dipengaruhi oleh cara pandang masyarakat pada umumnya, yaitu tugas rumah tangga menjadi tanggung jawab istri dan tugas di luar rumah menjadi tanggung jawab suami. Cara pandang ini, cenderung memposisikan perempuan untuk selalu berperan pada wilayah domestik. Atau dengan kata lain, seorang perempuan tugasnya adalah mengurus urusan rumah tangga, mulai dari mengurus anak, mencuci, menyapu, mengepel, memasak, dan semua pekerjaan rumah tangga lainnya.

Berbeda dengan para istri di Desa Banyuanyar Banyuwangi, mereka justru memiliki pekerjaan ganda sebagai petani. Para istri ikut bekerja membantu suami di perkebunan kopi dengan harapan dapat membantu suami bekerja. Hal ini pun mereka lakukan bukan atas dasar paksaan dari suami atau dari pihak manapun. Namun istri bekerja atas dasar rasa solidaritas sosial mereka terhadap suami. Pola pembagian pekerjaan pun terbentuk dengan sendiri, istri bekerja di rumah sebagai ibu rumah tangga dan istri juga bekerja di luar rumah sebagai petani kopi.

Peran istri bekerja di perkebunan menunjukkan bahwa istri juga berperan penting dalam pemenuhan perekonomian keluarga. Kontribusi nyata terapan bahwa istri bekerja sebagaimana suami menghasilkan sejumlah upah merupakan pendapatan istri yang pada masyarakat Desa Banyuanyar tersebut tidak dapat di kotak-kotakkan secara matematis, seberapa besar pendapatan yang dihasilkan istri dan seberapa besar hasil yang didapatkan suami.

Analisis feminis berpendapat, bahwa wanita petani tak kentara (*the invisible farmer*), namun tenaga kerja mereka memproduksi setengah dari makana dunia. Di Afrika, ketiga-perempat persen pertanian dilakukan oleh wanita, dan di Asia



setengah persen pertanian dilaksanakan oleh perempuan. Survey lokal mengungkapkan bahwa 35 hingga 40 persen wanita di beberapa wilayah terlibat dalam penanaman, perladangan, dan penuaian.⁸⁶ Deere dan Lean memberikan taksiran terperinci mengenai tenaga kerja pertanian wanita di Andes. Wanita menyumbang 25 persen tenaga kerja pertanian dalam keluarga, namun mereka hanya merupakan 10 persen tenaga kerja upahan.⁸⁷

Penelitian ini sangat menarik untuk diteliti, karena penelitian ini mencoba menganalisis pembagian kerja pada keluarga Dusun Curah Leduk dengan mengambil enam sampel keluarga secara acak, namun dalam artian enam keluarga pada sang istri ikut bekerja di kebun kopi. Selain itu peneliti juga mencoba menggambarkan sesuai data bahwa peran istri di kebun kopi sebagai pekerja publik, ikut berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan perekonomian keluarga.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada deskripsi latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang menjadi fokus kajian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pembagian kerja antara suami istri pada keluarga penduduk Dusun Curah Leduk Banyuwangi Banyuwangi?
2. Bagaimana peran kontribusi istri bekerja di publik dalam pemenuhan perekonomian keluarga?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang menjadi titik utama dari penelitian ini, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk memahami praktik pembagian kerja antara suami istri pada keluarga penduduk Dusun Curah Leduk Banyuwangi Banyuwangi
2. Untuk mengetahui peran kontribusi istri bekerja di publik dalam pemenuhan perekonomian keluarga.

A. Manfaat

⁸⁶ Jane C Ollenburger dan Helen A. Moore, *Sosiologi Wanita* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996),116.

⁸⁷ Deere dan Lean dalam Jane (1981).

Keinginan besar bagi peneliti adalah karyanya dapat memberi sumbangsih keilmuan khususnya untuk peneliti sendiri maupun untuk para pembaca pada umumnya. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memperluas khazanah dan wawasan keilmuan parktik pembagian kerja berdasarkan jenis kelamin dalam keluarga. Sehingga dapat membuka cakrawala kelimuan di bidang sosiologi wanita.
 - b. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis. Sehingga dapat memperluas pengetahuan bagi peneliti sendiri.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi peneliti sendiri agar bisa menjadi penelitian ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan nilai akademisnya.
 - b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi pengetahuan tentang pembagian kerja antara suami istri berdasarkan solidaritas dan dapat pula memberikan pengetahuan tentang peran istri yang dibutuhkan bekerja di ranah publik untuk menghasilkan pendapatan atau upah.

D. Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian jurnal yang terkait langsung dengan penelitian ini ada beberapa kesamaan dan perbedaan :

1. Jurnal atas nama Saidah, mahasiswa Progam S1 Sosiologi Konsentrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman dengan Judul "Sistem Pembagian Kerja Berdasarkan Jenis Kelamin (Analisis Gender terhadap Tenaga Kerja Perkebunan Kelapa Sawit PT Muaratoyu Subur Lestari di Kabupaten Paser". Persamaan antara penelitian ini dengan jurnal terletak pada pembagian kerja menurut jenis kelamin pada perkebunan. Perbedaannya, jurnal ini lebih berfokus pada pembagian kerja melihat dari faktor biologis dan budaya.⁸⁸
2. Jurnal atas nama Hudan Mudaris, dosen Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Yogyakarta (STIY) di Wonosari, Peneliti

⁸⁸ Saidah, Sistem Pembagian Kerja Berdasarkan Jenis Kelamin (Analisis Gender terhadap Tenaga Kerja Perkebunan Kelapa Sawit PT Muaratoyu Subur Lestari di Kabupaten Paser) jurnal Sosiologi Konsentrasi, Vol 1 No 12, 2013.

LAPKESDAM PWNU D.I. Yogyakarta, dan Associate member Pusat Studi Wanita (PSW) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Diskursus Kesetaraan Gender dalam Perspektif Hukum Islam Menuju Relasi Laki-Laki dan Perempuan yang Adil dan Setara”. *Persamaan* antara penelitian dengan jurnal terletak pada pembagian kerja antara suami istri yang merupakan masyarakatnya masih menerapkan budaya patriarki. Perbedaannya, terlihat dari segi objek penelitian dalam jurnal adalah Hukum Islam sebagai kerangka berfikir dalam kesetaraan gender pada relasi laki-laki dan perempuan, sedangkan objek dalam penelitian ini terletak pada bagaimana relasi suami-istri dalam kesetaraan gender mempengaruhi perekonomian keluarga

E. Karakteristik Informan

1. Tokoh Agama

KH Alimuddin berumur 50 tahun sebagai pengasuh pondok pesantren Miftahul Jadid.

2. Tokoh Masyarakat

Kepala Dusun Curah Leduk, Abdul Aziz dan istri ibu Halimah, berumur 50 tahun ke atas. Pekerjaan petani kopi dan memiliki beberapa hektar sawah. Penghasilan rata-rata perpanen kopi Rp 50.-juta ke atas.

3. Masyarakat

a. Keluarga Hilmi dan istri Rohema, berumur 50 tahun ke atas, pekerjaan petani kopi. Pendidikan terakhir suami SMP dan istri SD. Penghasilan yang didapatkan perhari Rp 200.000- Rp 300.000, dan sekali panen raya sekitar Rp 20,- juta ke atas.

b. Keluarga Gimo dan Rasia, berusia 60 tahun ke atas, pendidikan terakhir keduanya adalah SD. Penghasilan perhari di bawah Rp 300.000/hari dan sekali panen raya bisa mendapatkan keuntungan Rp 50,- juta ke bawah.

c. Keluarga Halim dan Beginah, usia di atas 50 tahun, pendidikan terakhir suami SMP dan istri SD. Penghasilan yang didapatkan setia harinya Rp 100.000 – Rp 400.000, dan sekali panen raya dapat menghasilkan Rp 50,- juta hingga ratusan juga karena luas lahan pekerbunan berkisar 3 hektar.

- d. Keluarga Abdul dan Hamidah berusia 50 tahun ke atas, pekerjaan sebagai patani kopi, pendapatan perpanen raya di bawah Rp 20,- juta, pendidikan terakhir SD keduanya.

F. Kerangka Teoritik

1. Masyarakat De (Johnson, 1994)

Sering dijumpai jenis-jenis masyarakat, seperti masyarakat desa dan masyarakat kota. Desa dan kota memiliki perbedaan baik secara fisik maupun secara sosial.

Sebuah desa sering kali ditandai dengan kehidupan yang tenang, jauh dari hiruk-piruk keramaian, penduduknya ramah-tamah, saling mengenal satu sama lain, mata pencarian penduduknya kebanyakan sebagai petani atau nelayan.

Masyarakat di desa mempunyai hubungan yang lebih erat dan mendalam antar sesama warganya. Sistem kehidupan biasanya berkelompok atau dasar kekeluargaan. Penduduk masyarakat desa pada umumnya hidup dari pertanian atau nelayan, meskipun pekerjaan lain pun ada seperti tukang kayu atau tukang batu. Sering ditemukan bukti, ketika musim bertani datang, mereka yang bekerja di luar pertanian kembali bertani. Mereka bekerja di luar pertanian hanya untuk sementara saja. Ketika pekerjaan bertani sedang tidak dilakukan, mereka melakukan pekerjaan di luar pertanian.

Pekerjaan bertani biasanya dilakukan bersama-sama antara anggota masyarakat desa lainnya. Hal itu mereka lakukan, karena biasanya satu keluarga saja tidak cukup melakukan pekerjaan tersebut. Sebagai akibat dari kerja sama ini, timbullah kebiasaan dari masyarakat yang namanya gotong-royong. Pada masyarakat desa, jarang dijumpai pekerjaan berdasarkan keahlian, akan tetapi biasanya pekerjaan didasarkan pada usia (karena kekuatan fisiknya) dan jenis kelamin.

Usia dan ketokohan sangat berperan dalam kehidupan orang desa. Golongan orang-orang tua pada masyarakat pedesaan, pada umumnya memegang peranan penting. Orang-orang akan selalu meminta nasihat-nasihat kepada mereka, apabila ada kesulitan-kesulitan yang dihadapi. Kesukarannya adalah orang-orang tua itu mempunyai pandangan-pandangan yang didasarkan pada tradisi-tradisi yang kuat, sehingga perubahan akan sangat sulit terjadi.



Desa mengalami perubahan, sehingga unsur-unsur kota masuk di dalamnya. Begitu pula kota, meskipun disebut sebuah kota, ciri-ciri atau kebiasaan desa masih ada yang melekat di dalamnya.⁸⁹

2. Pembagian Kerja Menurut Jenis Kelamin dan Ketidaksamaan

a. Pembagian kerja menurut jenis kelamin dan ketidaksamaan: pola umum

Ada berbagai cara masyarakat dalam menentukan orang-orang untuk peranan pekerjaan menurut jenis kelamin. Beberapa kegiatan seperti pembuatan tembikar, menenun, hortikultura yang diperuntukkan bagi kaum wanita dalam beberapa masyarakat dan diperuntukkan bagi kaum pria dalam masyarakat lainnya. Tetapi, meskipun terdapat perbedaan-perbedaan pendapat itu, ada sejumlah pekerjaan yang secara konsisten diperuntukkan hanya bagi kaum wanita dalam sebagian besar masyarakat di dunia

Dengan menggunakan contoh 185 masyarakat, Murdock dan Provost (1973) telah berusaha untuk mengidentifikasi pekerjaan-pekerjaan yang paling konsisten untuk “maskulin” dan “feminin” yang dapat dijumpai di seluruh dunia. Mereka mengidentifikasi pekerjaan maskulin yang paling konsisten sebagai berikut: memburu binatang, mengerjakan logam, melebur bijih-bijih, pekerjaan soldir, pekerjaan pertukangan kayu, membuat instrumen musik, menangkap dengan perangkap, membuat kapal, pekerjaan batu, mengerjakan tulang-tulang, tanduk, dan kulit kerang, menambang, mengangkut dan lain-lain. Pekerjaan feminin paling konsisten ialah mencakup mengumpulkan bahan bakar, mempersiapkan minuman, meramu dan menyediakan bahan makanan dari tumbuh-tumbuhan liar, produksi bahan susu, mencuci, mengambil air, dan memasak. Kaum wanita secara eksensif di seluruh dunia ini terlihat di dalam mengasuh anak dan melakukan kegiatan umum dalam rumah tangga.

Pada umumnya, kegiatan-kegiatan yang secara konsisten diperuntukkan bagi kaum pria ialah kegiatan-kegiatan yang memerlukan kekuatan fisik yang lebih besar, tingkat resiko, dan

⁸⁹ Setiadi M. Elly et.al, *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014), 226.

bahaya yang lebih tinggi, sering keluar dari rumah, tingkat kerja sama kelompok yang lebih tinggi, masa latihan teknik yang lebih lama, dan tingkat keterampilan yang lebih tinggi (parker dan parker, 1979). Sebaliknya, kerja sama feminin secara konsisten, relatif kurang berbahaya, cenderung lebih bersifat mengulang, tidak memerlukan konsentrasi yang intens, lebih mudah terputus-putus, dan kurang memerlukan latihan intensif dan keterampilan yang rendah.

Masyarakat-masyarakat industri juga dicirikan oleh ketidaksetaraan yang signifikan di antara jenis kelamin itu, meskipun tidak sama ekstrim yang dijumpai dalam dunia agraria. Kaum pria khusus mendominasi posisi-posisi berstatus tinggi dalam semua masyarakat industri, dan sistem negara industri berada di bawah pengawasan kaum pria. Kaum wanita sangat dibatasi pada pekerjaan-pekerjaan berstatus lebih rendah dan dibayar lebih rendah atau pada sektor rumah tangga dan fungsi-fungsinya atau kedua-duanya). Kaum wanita masih secara luas dipandang, baik oleh pria maupun wanita sendiri, sebagai pemegang status yang sekunder terhadap kaum pria. Persamaan menurut jenis kelamin tidak terdapat dalam masyarakat industri di dunia.

b. Pembagian kerja menurut jenis kelamin dan ketidaksetaraan dalam perspektif evolusi

Seperti telah dicatat oleh Rosaldo dan Lamphere, walaupun terdapat ciri-ciri semesta tertentu dalam hubungan antara kedua jenis kelamin itu, tapi hubungan itu sangat berbeda dari masyarakat yang satu ke masyarakat yang lainnya. Perbedaan-perbedaan itu adalah patut dikaji secara ilmiah sosial seperti halnya ciri-ciri universal. Cara terbaik untuk menyelidiki variasi-variasi demikian ialah dengan menyelidiki asosiasi di antara pola-pola peranan jenis kelamin dan adaptasi teknologi suatu masyarakat.

c. Masyarakat Pemburu dan Peramu

Peranan ekonomi utama dalam masyarakat pemburu dan peramu sangat bertipe jenis kelamin seks. Berburu tercakup sebagai bidang kaum pria. Sementara meramu pada dasarnya adalah tugas kaum wanita. Sementara kaum wanita dapat pula kadang-kadang berburu binatang kecil dan menangkap ikan, perburuan hewan besar sedang menangkap ikan laut secara



universal dimonopoli oleh pria. Demikian pula, sementara kaum pria kadang-kadang berpartisipasi dalam kegiatan meramu, peramu itu kebanyakan menjadi perhatian kaum wanita. Masyarakat-masyarakat pemburu dan peramu berbeda-beda dalam proporsi subsistensi yang diberikan oleh bahan makanan daging maupun tanaman. Di kalangan sebagian pemburu dan peramu, misalnya Eksimo, pemburuan memenuhi hampir seluruh kebutuhan subsistensi. Bahan makanan yang diperoleh melalui peramu dapat memenuhi lebih dari setengah subsistensi keseluruhan. Kenyataan ini mengarisbawahi sangat pentingnya peramu bagi kebanyakan pengumpul bahan makanan, dan menunjukkan bahwa kaum wanita pada umumnya memainkan suatu peran produksi yang besar dalam masyarakat demikian.

d. Masyarakat Hortikultur

Status kaum wanita di kalangan petani hortikultur tidak dapat dianalisis terpisah dari pola-pola kekerabatan, karena pola-pola itu mempunyai hubungan yang kuat dengan sifat kegiatan kaum wanita. Dengan menggunakan sampel sebanyak 104 masyarakat hortikultur, Martin, dan Voorhies menemukan bahwa 56 persen mempunyai asal usul patrilineal, dan 24 persen lainnya mempunyai asal usul matrilineal. Pada umumnya, status kaum wanita lebih tinggi dikalangan petani hortikultur, yang mempraktekkan keturunan matrilineal. Di kalangan petani hortikultur matrilineal, kaum wanita merupakan fokus struktur sosial keseluruhan, dan hal ini mengangkat kedudukan sosial mereka. Hubungan kekerabatan ditelusuri melalui wanita, dan pria menelusuri hubungan genealogis mereka melalui ibu dan saudara perempuan, bukan melalui ayah mereka. Masyarakat demikian kedudukan wanita sentral dalam melakukan kegiatan ekonomi. Tanah dimiliki secara matrilineal dan wanita menanamnya untuk kepentingan hubungan matrilineal mereka sendiri, yang berarti bahwa wanita sering mempunyai pengaruh yang besar atas masalah-masalah politik. Akan tetapi, politik dalam masyarakat hortikultur matrilineal tetap berada di tangan laki-laki, kecuali dalam hal ini laki-laki menjalankan wewenang dalam peran mereka sebagai saudara laki-laki wanita, bukan sebagai suami. Jadi, walaupun masyarakat matrilineal pada umumnya menempatkan kaum wanita dalam pandangan yang

cukup tinggi, kaum wanita tetap berada di bawah secara politis terhadap pria. Martilini memang mengurangi dominasi pria, tapi tidak menghilangkannya.

e. Masyarakat Agraris

Suatu ciri yang tersebar luas mengenai kehidupan dalam kebanyakan masyarakat agraris ialah disisihkan dan dibatasinya kaum wanita dari banyak kegiatan mereka (Martin dan Voornies, 1975, cf Mandelbaum, 1988). Kaum wanita dilarang memiliki hak milik, terlibat dalam politik, mengejar pendidikan, atau terlibat dalam kegiatan di luar rumah. Dalam banyak masyarakat agraria, kaum wanita dipandang kaum yang rendah dan bergantung pada kaum pria. Pemencilan mereka dari kaum pria, khususnya di dunia islam, disimbolkan oleh disandangnya pakaian yang menutupi seluruh bagian tubuhnya kecuali mata. Masyarakat agraris melakukan pengawasan yang ketat atas seksualitas wanita. Banyak masyarakat agraris menuntut keperawanan sebelum menikah pada pihak gadis, dan kegiatan seksual sebelum nikah dan di luar nikah yang diharamkan mendapat hukuman yang berat, malah membunuh wanita yang melakukan itu oleh suaminya atau kerabat lainnya. Sebaliknya, masyarakat agraris membolehkan dan malah mendorong kegiatan seksual di luar nikah kepada laki-laki. Kaum wanitanya juga biasanya dilarang minta cerai, yang biasanya merupakan hak istimewa pria.

f. Upah dan Pekerjaan

Para teoritis konflik telah menyarankan sederetan kemungkinan penjelasan tentang asal mula serta kelangsungan ketidakmerataan ekonomi bagi wanita. Kerangka-kerang penting ditawarkan kaum Marxis dan feminis sosialis. Hipotesis Marxis yang asli mengenai pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas besar Borjuis dan Proletariat, menyediakan suatu garis dasar yang menarik untuk menilai ketidakmerataan ini. Wanita adalah anggota perkawinan, atau upaya individual. Kaum feminis sosialis telah merevisi beberapa model awal yang diajukan Marx dan Engels, untuk memasukkan pengaruh patriarki serta menerangkan struktur pasar tenaga kerja yang lebih baru.

Pemikiran Marxian Klasik, keluarga pekerja industri terdiri atas seorang wanita yang bekerja di rumah, melakukan reproduksi dan pekerjaan pelayanan, sedangkan laki-laki untuk upah. Dalam model ini, pengambil keuntungan utama dari semua

pekerjaan, baik upahan maupun non upahan, mestilah kaum Borjuis. Para pemilik tidak lagi menyediakan kamar dan makanan bagi para pekerja, sebagaimana yang mereka lakukan pada hari-hari permulaan industri. Tempat tidur dan makanan (saat bekerja maupun istirahat) diatur, dibeli, serta disiapkan oleh pekerja rumah. Pakaian kerja biasanya dibeli dan dicuci oleh pekerja rumah.

Menurut Margaret Benston (1969), aktifitas-aktifitas tersebut merupakan “pajak tersembunyi” terhadap pekerja. Upah “dia” dalam keluarga pekerja klasik, tidak menggambarkan pembelian-pembelian tersebut, serta tidak memberikan upah penghidupan bagi keluarga pekerja. Kebutuhan akan laba serta persaingan di antara pemilik bahkan mendorong upah tersebut lebih rendah, karena pemilik secara simultan menaikkan harga barang-barang konsumsi.

Beberapa “fungsi” lain dilakukan oleh pekerja rumah wanita. Ia mempunyai waktu dan kesempatan untuk berbelanja menjadi konsumen penggerak roda kapitalisme. Hanya pada sedikit bangsa industri yang sudah maju, belanja menjadi suatu aktivitas rekreasional bagi wanita. Agaknya, para pekerja dengan jam kerja yang panjang serta aktivitas terbatas, hanya akan memiliki sedikit waktu untuk secara kreatif mengkonsumsi barang-barang yang dijual oleh kapitalisme industri. Wanita juga memproduksi serta mensosialisasi generasi baru pekerja, yang dididik oleh ibu mereka (dengan beberapa pertolongan dari sekolah) agar patuh dan tepat waktu serta memiliki beberapa keterampilan dasar. Dengan demikian, para pemilik mempunyai sebuah unit keluarga yang melengkapi lagi keperluan pekerja sehari-hari, serta menemukan kebutuhan mereka akan pekerja pada masa depan.

3. Solidaritas Sosial

a. Pengertian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian kata solidaritas adalah, sifat (perasaan) solider, sifat satu rasa (senasip), perasaan setia kawan yang pada suatu kelompok anggota wajib memilikinya.⁹⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata sosial adalah berkenaan dengan masyarakat, perlu adanya

⁹⁰ Departemen Pendidikan Nasional, 2007, 182.

komunikasi dalam usaha menunjang pembangunan, suka memperhatikan kepentingan umum.⁹¹

Sementara Poul Johson mengungkapkan:

"Solidaritas menunjuk pada suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok yang di dasarkan pada keadaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama yang diperkuat oleh pengalaman emosional bersama. Ikatan ini lebih mendasar daripada hubungan kontraktual yang dibuat atas persetujuan rasional, karena hubungan-hubungan serupa mengandaikan sekurang-kurangnya satu tingkat/derajat consensus terhadap prinsip-prinsip moral yang menjadi dasar kontrak itu."⁹²

Sependapat dengan Johnson, Lawang dalam bukunya juga mengungkapkan tentang solidaritas sebagai berikut, solidaritas tetap dipegang yakni kesatuan, persahabatan, saling percaya yang muncul akibat tanggungjawab bersama dan kepentingan bersama di antara para anggotanya.⁹³

Selian itu Emil Durkheim juga mengungkapkan tentang solidaritas sebagai berikut:

"solidaritas adalah perasaan saling percaya antara para anggota dalam suatu kelompok atau komunitas. Kalau orang saling percaya maka mereka akan menjadi satu/menjadi persahabatan, menjadi saling hormat menghormati, menjadi terdorong untuk bertanggung jawab dan memperhatikan kepentingan bersama".⁹⁴

b. Macam-macam Solidaritas

⁹¹ Ibid., 185.

⁹² Doyle Paul Johnson, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1994), 181.

⁹³ Lawang dalam Soedijati, *Solidaritas dan Masalah Sosial Kelompok Waria* (Bandung: UPPM STIE Bandung, 1995), 12.

⁹⁴ Ibid., 25.

Perkembangan solidaritas sosial menurut Durkheim yaitu berkembang dari masyarakat sederhana menuju masyarakat modern. Solidaritas sendiri menjadi salah satu komponen utama dalam kehidupan sosial masyarakat, dan solidaritas ini memiliki dua bentuk. Masyarakat sederhana memiliki solidaritas yang berbeda dengan bentuk solidaritas masyarakat modern. Seperti yang ditulis George Ritzer dalam bukunya sebagai berikut:

"Durkheim paling tertarik pada cara yang berubah yang menghasilkan solidaritas sosial, dengan kata lain, cara yang berubah yang mempersatukan masyarakat dan bagaimana para anggotanya melihat dirinya sebagai bagian dari suatu keseluruhan. Untuk menangkap perbedaan tersebut Emil Durkheim mengacu kepada dua tipe solidaritas yaitu mekanik dan organik. Suatu masyarakat yang dicirikan oleh solidaritas oleh solidaritas mekanik bersatu karena semua anggota adalah generalis. Ikatan di antara orang-orang itu adalah karena mereka semua terlihat dalam kegiatan-kegiatan yang mirip dan mempunyai tanggung jawab. Sebaliknya, suatu masyarakat yang dicirikan oleh solidaritas organik dipersatukan oleh perbedaan-perbedaan di antara orang-orang, oleh fakta bahwa semuanya mempunyai tugas-tugas dan tanggung jawab yang berbeda."⁹⁵

Dari beberapa pengertian di atas tentang solidaritas mekanik dan organik agar lebih jelas diuraikan di bawah ini:

1) Solidaritas Mekanik

Solidaritas mekanik adalah rasa solidaritas yang di dasarkan pada suatu kesadaran kolektif yang menunjuk pada totalitas kepercayaan-kepercayaan yang rata-rata ada dalam masyarakat yang sama, yaitu mempunyai pekerjaan yang sama, pengalaman yang sama, hingga banyak pula norma-norma yang dianut bersama. Hal ini sesuai dengan ungkapan Durkheim:

"Solidaritas mekanik di dasarkan pada suatu kesadaran kolektif bersama (*collective consciousness conscience*), yang pada totalitas kepercayaan-kepercayaan dan sentimen-sentimen bersama yang rata-rata ada warga masyarakat

⁹⁵ George Ritzer, *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern* (Jakarta: Pustaka pelajar, 2014), 140.

yang sama itu. Hal ini merupakan suatu solidaritas yang tergantung pada individu-individu yang memiliki sifat-sifat yang sama dan menganut kepercayaan dan pola normatif yang sama pula. Karena ini individualitas tidak berkembang, individualitas terus menerus dilumpuhkan oleh tekanan yang sama sekali untuk konformitas."⁹⁶

Solidaritas mekanik juga dicontohkan oleh Durkheim terhadap kelompok masyarakat yang berkumpul atas keinginan bersama dan tujuan yang ingin dicapai bersama dalam satu kelompok masyarakat, sebagaimana Johnson menulis sebagai berikut:

"Apa yang memperstukan jamaah gereja? apa ikatan sosial yang mengikat individu itu dengan kelompoknya? tentu bukan karena paksaan fisik, dalam suatu masyarakat bebas ada pemisah antara agama dan negara. Juga mungkin bukan harapan ekonomi, meski untuk beberapa orang hal ini secara tidak langsung sebagai akibat dari kontak sosial yang sudah terjalin. Ikatan utamanya adalah kepercayaan bersama, cita-cita dan komitmen moral. Orang yang sama-sama memiliki kepercayaan itu merasa bahwa mereka mestinya bersama-sama karena mereka berpikiran serupa."⁹⁷

2) Solidaritas Organik

Solidaritas sosial yang berkembang pada masyarakat-masyarakat kompleks berasal lebih saling ketergantungan daripada kesamaan bagian-bagian. Johnson menguraikan bahwa:

"Solidaritas organik muncul karena pembagian kerja bertambah besar. Solidaritas itu didasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan itu bertambah sebagai hasil dari bertambahnya spesialisasi dan pembagian pekerjaan yang

⁹⁶ Johnson, *Teori Sosiologi*, 183.

⁹⁷ *Ibid.*, 182.

memungkinkan dan juga menggairahkan bertambahnya perbedaan dikalangan individu."⁹⁸

Menurut George Ritzer, solidaritas organik dipersatukan oleh perbedaan-perbedaan di antara orang-orang, oleh fakta bahwa semuanya mempunyai tugas-tugas dan tanggung jawab yang berbeda.⁹⁹ Karena dalam masyarakat organik melaksanakan setiap pekerjaan yang relatif sempit, mereka banyak membutuhkan tenaga dari orang lain agar dapat memenuhi keberlangsungan hidupnya. Oleh karena itu, masyarakat organik dalam pandangan Durkheim dipersatukan oleh spesialisasi orang-orang dan kebutuhan mereka untuk layanan-layanan dari banyak orang lain.¹⁰⁰

Kohesi sosial solidaritas organis ini, bukan hanya berasal dari penerimaan suatu perangkat bersama dari kepercayaan dan sentimen, akan tetapi dari saling ketergantungan fungsional di dalam pembagian kerja. Durkheim menambahkan bahwa suatu masyarakat, jika setiap individu hanya mengejar-ngejar kepentingannya sendiri, akan hancur dalam masa yang singkat. Tidak ada suatu yang labil daripada suatu kepentingan. Kepentingan akan memainkan peran seseorang dalam menerjemahkan pelaku sebagai musuh ataupun teman.¹⁰¹

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research* (penelitian lapangan). Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data. Penelitian diangkat dari studi kasus pada perekonomian masyarakat Curah Leduk Kalibaru Banyuwangi, karena pada masyarakat tersebut pemenuhan perekonomian didominasi dengan bekerja di

⁹⁸ Ibid.,183.

⁹⁹ Ritzer, *Teori Sosiologi*, 145.

¹⁰⁰ Ibid.,147.

¹⁰¹ Durkheim dalam Rhamadani Kurniawan, *Solidaritas Mekanik ke Solidaritas Organik*, Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2005, 263.



perkebunan. Penelitian lapangan dirasa sangat cocok, karena peneliti dapat melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *riset studi* kasus. Pendekatan ini diambil karena studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang mencakup studi tentang suatu kasus dalam kehidupan nyata, dalam konteks atau *setting* kontemporer.¹⁰² Selain itu pendekatan ini mencoba mendefinisikan serangkaian peristiwa, aktifitas baik tingkat perorangan maupun kelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Peneliti disini melakukan pendekatan *studi* kasus dengan cara mengali data secara mendalam dan kemudian mendiskripsikannya dalam tulisan yang mudah dipahami.

2. Lokasi Penelitian

Dalam penulisan ini, peneliti melakukan penelitian di dusun Curah Leduk desa Banyuanyar kecamatan Kalibaru kabupaten Banyuwangi. Kalibaru berada di utara dan Barat berbatasan dengan kabupaten Jember. Sedangkan desa Banyuanyar berada di bagian Utara Kalibaru atau di bawah lereng Gunung Gunitir. Kira-kira membutuhkan 15 menit perjalanan dengan mengendarai motor atau mobil dari pasar Kalibaru. Daerah ini termasuk desa *enclafe* yaitu desa pinggir hutan, karena letaknya yang tidak jauh hutan-hutan lindung.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

- a. Yang menjadi subyek penelitian adalah kepala dusun Curah Leduk, pemuka agama, dan Masyarakat Dusun Curah Leduk
- b. Adapun obyek penelitian ini adalah penduduk yang bertempat tinggal dan bekerja di dusun Curah Leduk Banyuanyar Kalibaru Banyuwangi.

4. Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdiri dari sumber data pokok (*primer*) dan sumber data perengkapan (*sekunder*).

¹⁰² John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 135.

- a. Data *primer* adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian.¹⁰³ Data *primer* yang dimaksud adalah hasil wawancara langsung (*face to face*) pada informan, hasil observasi langsung atau pengamatan langsung pada obyek penelitian.
- b. Data *sekunder* adalah data pelengkap dari data *primer*. Data sekunder peneliti adalah gambaran umum lokasi penelitian, keadaan penduduk, berita-berita yang diakses melalui media masa maupun dari internet segala informasi yang berkaitan dengan obyek penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yang digunakan peneliti adalah observasi tidak terstruktur yang digunakan tanpa menggunakan *guide* observasi. Observasi atau pengamatan langsung dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian yaitu praktik pembagian kerja keluarga dan kontribusi pendapatan keluarga pada penduduk dusun Curah Leduk.

b. Wawancara

Peneliti menggunakan tehnik wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap informan dalam penelitian ini. Informan yang dimaksud disini kepala Dusun, pemuka agama, dan penduduk/keluarga yang bertempat tinggal dan bekerja di lokasi penelitian tersebut.

Wawancara yang digunakan tidak terstruktur karena peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Namun peneliti di sini hanya melakukan wawancara dengan garis-garis besar permasalahan, yaitu dilakukan dengan mendengar semua hal yang berhubungan dengan objek penelitian.

6. Analisis Data

¹⁰³Rahmadi Wahyu, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 64.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis triangulasi, yaitu:

a. Reduksi Data

Peneliti mengumpulkan data baik data *primer* maupun data *sekunder*. Lalu data yang telah terkumpul akan dipilah-pilah atau diringkas, setelah data-data yang diperoleh diringkas maka data tersebut dikode sesuai jenis dan keperluan penelitian. Setelah semua data dikelompok-kelompokkan, maka tahap selanjutnya adalah interpretasi data, yaitu peneliti melakukan penafsiran terhadap data-data yang sulit dipahami, sehingga akan memudahkan peneliti dalam memahami obyek penelitian.

b. Penyajian Data

Pada tahap ini peneliti menyajikan data yang telah direduksi dengan menyusun sekumpulan informasi yang diperoleh dari tiga teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi pernyataan, dan kemudian diklasifikasikan menurut pokok-pokok permasalahan.

c. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Verifikasi atau pemeriksaan tentang kebenaran data yang diperoleh. Peneliti di sini melakukan pengecekan ulang data melalui beberapa sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, karena sumber yang diperbandingkan sudah akurat.

Selanjutnya, tahap terakhir yang dilaksanakan pada tahap analisis data adalah penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan menarik kesimpulan dari obyek penelitian, dari penarikan kesimpulan tersebut memunculkan temuan baru yang belum pernah ada. Temuan tersebut berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek, serta temuan tentang esensi terdalam obyek penelitian.

Langkah penarikan kesimpulan dalam prakteknya menyatu dengan siklus reduksi dan penyajian data. Maksudnya dalam setiap langkah tersebut penarikan kesimpulan selalu dilakukan dari awal penelitian atau dibuat proposisi-proposisi kemudian

setelah itu disambungkan menjadi pernyataan yang lebih abstrak tingkatnya.¹⁰⁴

BAB II MONOGRAFI LOKASI PENELITIAN

Banyuanyar merupakan salah satu desa yang terdapat di kecamatan Kalibaru kabupaten Banyuwangi. Banyuanyar sendiri memiliki tiga dusun, yaitu dusun Krajan, Curah Leduk, dan Lekap. Dalam penelitian ini, yang menjadi lokasi penelitian adalah dusun Curah Leduk. Banyuanyar merupakan desa enclafe (desa pinggiran hutan), dikatakan desa enclafe karena posisi desa tidak jauh dari hutan. Desa ini pada awalnya adalah hutan lindung yang tidak berpenghuni, dan mulai ramai penduduk ketika lahan hutan yang dikuasai pemerintah dapat dikelola masyarakat luas.

Letak desa berada di bawah gunung gumitir atau 430 meter di atas permukaan laut, sehingga menjadikan suhu di daerah tersebut cukup dingin. Suhu dingin menjadi peluang untuk para petani menanam kopi disekitar lereng gunung. Kondisi alam yang masih alami, terlihat dari banyaknya tanaman-tanaman hijau yang masih banyak di sekitar desa. Desa dengan jumlah penduduk sekitar 9.879 ribu jiwa, dan 3.322 ribu jiwa penduduk dusun Curah Leduk. Para penduduk Curah Leduk sebagian besar adalah penduduk migran dari pulau Madura dan sebagian lagi memang penduduk asli setempat.

Tingkat curah hujan di kecamatan Kalibaru cukup tinggi termasuk dusun Curah Leduk. Menurut data statistik daerah Kalibaru per-2015 terjadi 123 hari hujan dengan curah hujan sebanyak 2257 mm. Karena tingkat hujan yang cukup tinggi tersebut menyebabkan daerah ini sangat lembab. Sehingga pada 2014 pernah terjadi gagal panen yang mengakibatkan kerugian besar bagi para petani kopi. Curah hujan tinggi mengakibatkan kopi-kopi yang masih kecil rontok berjatuhan diterpa hujan lebat.

Dusun curah Leduk memiliki kekayaan alam yang melimpah, sehingga jarang dari penduduk setempat impor bahan-bahan yang didapat dari alam. Selain kekayaan alam kopi

¹⁰⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), 27.

kualitas baik, penduduk setempat memiliki kekayaan alam lainnya. Seperti labu, cabai, pisang, padi, singkong, dan lain sebagainya. Kekayaan alam tersebut didapat dari kebun mereka masing-masing di lereng gunung, kecuali padi.

Berbicara sumber daya alam, maka tidak lepas dari sumber air yang mencukupi. Kecukupan sumber daya air juga sangat melimpah ruah di dusun ini. Dikatakan Banyuanyar yang memiliki arti air baru dari asal kata bahasa Jawa dan dikatakan Curah Leduk yang artinya sumber air meledak asal kata bahasa Madura. Kalau menelik kebelakang sedikit sejarah dusun ini dinamakan Curah Leduk karena terdapat beberapa sumber yang muncul atau meledak di beberapa titik dan memunculkan sumber air yang melimpah ruah tanpa pernah kering. Saat ini, sumber tersebut telah dijadikan sebagai tandon penyimpanan air yang kemudian disalurkan ke penduduk sebagai pemasok air. Karena letak dusun yang berada di daerah lereng gunung, tidak dapat dipungkiri sumber air menjadi cukup dingin.

Mayoritas penduduk Kalibaru bekerja sebagai petani sebagaimana dilansir dalam data statistic daerah Kalibaru. Pertanian merupakan sektor pekerjaan yang menyerap jumlah tenaga kerja paling besar, dengan prosentase penduduk yang bekerja pada sektor ini mencapai 57,96 persen atau sekitar 16.031 jiwa. Perdagangan menduduki posisi kedua setelah pertanian dengan prosentase 17,10 persen atau sekitar 4.730 jiwa. Namun desa Banyuanyar menjadi desa dengan prosentase terkecil yaitu sekitar 8 persen atau 3.238 orang dari tenaga kerja di kecamatan Kalibaru. Hal tersebut diakibatkan kerana jumlah penduduk desa Banyuanyar tidak begitu padat atau banyak.

Kondisi sosial budaya di dusun Curah Leduk sendiri tidak terlalu mencolok, sebagaimana masyarakat pada umumnya. Kondisi sosial kemasyarakat di dusun ini terlihat dari penduduknya yang selalu menjunjung tinggi solidaritas sosial bermasyarakatnya. Solidaritas ini terlihat salah satunya, ketika menyangkut kepentingan umum. Misalkan, pada pembangunan mushola, maka dapat dilihat penduduk sekitar berbondong-bondong datang tanpa dorongan dari siapa pun. Mereka bergotong royong membangun mushola dan tanpa imbalan apapun. Selain itu, kerja keras dan saling tolong menolong juga



tergambar dari beberapa keluarga. Kebanyakan dari penduduk setempat bekerja sebagai petani kopi ataupun padi. Mulai pagi dini hari mereka sudah mulai bekerja di kebun hingga nanti menjelang dzuhur. Berbeda halnya dengan para istri di daerah lain yang cenderung bekerja domestik (rumah tangga) saja, maka lain halnya dengan para istri di dusun ini. Mereka justru ikut bekerja di kebun membantu suami dengan mengendarai sepeda motor. Meskipun medan menuju kebun cukup sulit berupa jalan setapak yang apabila musim hujan jalanan menjadi sangat licin, ditambah lagi jarak tempuh yang lumayan jauh, memakan waktu 30 menit sampai 1 jam.

Beralih pada kondisi keagamaan, dusun Curah Leduk termasuk daerah mayoritas Muslim yaitu 99 persen banding 1 persen. Menurut data statistik daerah Kalibaru jumlah muslim mencapai 98,88 persen dan sisanya non muslim seperti Hindu, Protestan, dan Katolik. Tradisi keagamaan di dusun ini juga masih berkembang dan masih dijalankan hingga saat ini. Seperti tahlilan, fatayat, thariqat, dan muslimatan, dari semua tradisi keagamaan tersebut telah disepakati dan dijalankan oleh penduduk tersebut. Saling menghormati dan mamahami keberagaman Pratik beragama menjadi tongak utama kerukunan bermasyarakat. Hal tersebut juga terjadi di dusun Curah Leduk, mereka selalu mengedepankan sikap-sikap saling menghormati dan memahami antar sesama masyarakat beragama.

BAB III PEMBAHASAN

A. Pembagian Kerja sebagai Bentuk Solidaritas

Pembagian pekerjaan dalam suatu keluarga mutlak adanya. Pembagian kerja dalam keluarga sendiri dapat dilompokkan menjadi dua bentuk yaitu: pekerjaan domestik dan pekerjaan publik. Pekerjaan domestik merupakan pekerjaan yang dapat diartikan sebagai pekerjaan yang dilakukan pada wilayah pekerjaan rumah tangga, atau pekerjaan dalam lingkungan keluarga itu sendiri. Sedangkan pekerjaan publik merupakan pekerjaan di luar rumah atau pekerjaan yang dilakukan di wilayah publik/masyarakat umum. Jenis pekerjaan publik ini biasanya

dilakukan dalam rangka mencari uang untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Pembagian kerja pada penduduk Dusun Curah Leduk berdasarkan jenis kelamin menjadi sangat krusial di antara mereka. Peran pekerjaan publik yang pada umumnya banyak dilakukan oleh pria sebagai kepala keluarga yang berkewajiban mencari nafkah, namun pada masyarakat Dusun ini justru juga banyak dilakukan oleh para wanita. Hal ini istri selain berperan sebagai pekerja pada ranah domestik, namun juga mempunyai pekerjaan pada ranah publik.

Sudah tidak asing lagi melihat para wanita parubaya atau bahkan remaja wanita bekerja di kebun kopi sebagai petani kopi. Para wanita di sana mayoritas bekerja sebagai petani kopi, tak ayal hal ini disebabkan karena daerah ini merupakan daerah *enclave*¹⁰⁵, sehingga hampir semua penduduk setempat bekerja sebagai petani kopi. Berawal dari menjadi buruh di perkerkebunan kopi milik pemerintah yang kemudian dialih pemilikan menjadi milik rakyat pada masa pemerintahan Gus Dur. Tanah yang pada awalnya atas nama pemerintah lambat laun dibeli oleh masyarakat desa Banyuanyar untuk kemudian di tanami kopi dengan berbagai jenis kopi.

Pembagian kerja dari enam keluarga yang menjadi sampel masih berat sebelah. Istri masih harus bekerja ranah domestik sebagai ibu rumah tangga, mengerjakan tugas-tugas rumah seperti memasak, mencuci, mengasuh anak, menjemur, menyapu, dan pekerjaan rumah lainnya. Selain itu, para istri juga masih tetap bekerja di perkebunan membantu suami meskipun pekerjaan yang mereka kerjakan di luar rumah sekadar membantu suami.

Suami sebagai tulang punggung keluarga harus bekerja lebih keras di kebun sebagai petani kopi. Meskipun terkadang mereka juga masih membantu pekerjaan rumah seperti menyapu, menjemur, mengasuh anak, dan bahkan memasak. Pekerjaan suami di kebun sebagai seorang pria pastilah lebih keras atau dengan kata lain melakukan pekerjaan-pekerjaan yang fisik seperti mencangkul, menyemprot, dan lainnya. Sedangkan istri membantu pekerjaan yang lebih ringan seperti menyiram, membersihkan semak-semak benalu, memupuk, dan lainnya.

¹⁰⁵ Desa pinggir hutan/ perkebunan kopi

Pembagian kerja berdasarkan kekuatan sebagaimana yang diungkapkan Pakar: Pada umumnya, kegiatan-kegiatan yang secara konsisten diperuntukkan bagi kaum pria ialah kegiatan-kegiatan yang memerlukan kekuatan fisik yang lebih besar, tingkat resiko dan bahaya yang lebih tinggi, sering keluar dari rumah, tingkat kerja sama kelompok yang lebih tinggi, masa latihan teknik yang lebih lama, dan tingkat keterampilan yang lebih tinggi.¹⁰⁶

Bentuk kerjasama antara istri dan suami tergambar dari bagaimana keluarga di sebagian besar Dusun Curah Leduk saling bergotong royong membantu tugas atau tanggungjawab masing-masing. Dari enam informan, tidak satu pun ada yang merasa terbebani dengan pembagian kerja di antara mereka. Bahkan salah satu istri mengatakan:

"Saya ngak pernah dipaksa sama suami mbak, saya bantu suami di kebun ikhlas dan saya senang mbak dari pada di rumah diam saja"

Dari ungkapan ibu Rohema di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keenam informan juga sepakat bahwa bekerja di kebun bukan di dasarkan atas paksaan dari suami atau siapa pun, akan tetapi atas dasar kemauan pribadi. Terbetuknya solidaritas antar suami dan istri sangat kuat terbagun pada mayoritas penduduk Dusun Curah Leduk. Tidak hanya solodaritas antar suami istri, namn juga solidaritas antar penduduk desa. Hal ini terlihat dari rasa gotong royong yang tinggi dalam banyak hal seperti bersama-sama membangun masjid, melakukan pemilihan (pilkada), pengajian rutin dan semua kegiatan solidaritas sosial lainnya.

Solidaritas Menurut Dukheim adalah berubah yang menghasilkan solidaritas sosial, dengan kata lain, cara yang berubah yang mempersatukan masyarakat dan bagaimana para anggotanya melihat dirinya sebagai bagian dari suatu keseluruhan.¹⁰⁷ Suami istri melihat dirinya adalah satu kesatuan yang berjalan beriringan, saling percaya, saling bertanggungjawab, dan lebih mementingkan kepentingan bersama.

¹⁰⁶ Pakar dalam Sanderson, *Makrososiologi*, 395.

¹⁰⁷ Dukheim dalam Johnson, *Teori Sosiologi*, 181.

Pembagian kerja suami istri baik domestik maupun publik di dasarkan pada solidaritas organis. Solidaritas organis merupakan salah satu bentuk solidaritas yang muncul karena pembagian kerja bertambah besar. Solidaritas itu di dasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan itu bertambah sebagai hasil dari bertambahnya spesialisasi dan pembagian pekerjaan yang memungkinkan dan juga menggairahkan bertambahnya perbedaan dikalangan individu."¹⁰⁸

Solidaritas organis sangat sesuai dengan bentuk solidaritas antara suami istri keluarga di Dusun Curah Leduk, karena pernikahan antara pria dan wanita merupakan salah satu bentuk penyatuan antara satu individu dengan individu yang lainnya dengannya, yang mana kemudian dari perbedaan tersebut memunculkan rasa saling tanggungjawab antara keduanya. Suami sebagai kepala keluarga bertanggungjawab mencari nafkah untuk keluarganya, dan istri sebagai ibu rumah tangga bertanggungjawan mengurus pekerjaan rumah. Meskipun tugas itu menjadi kewajiban pokok bagi masing-masing, namun di antara keduanya tetap saling bahu membahu membantu tugas masing masing.

Durkheim menambahkan bahwa suatu masyarakat, ditiap individu hanya mengejar-ngejar kepentingannnya sendiri, akan hancur dalam masa yang singkat. Tidak ada suatu yang labil daripada suatu kepentingan. Kepentingan akan memainkan peran seseorang dalam menerjemahkan pelaku sebagai musuh ataupun teman.¹⁰⁹ Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa solidaritas organik antara suami istri sebagai bentuk gotong royong/bahu membahu menyelesaikan tugas masing-masing. Bukan sebaliknya saling acuh tak acuh terhadap tugas yang menjadi tanggung jawab masing-masing. Karena dengan solidaritas organis akan menunjukkan mana lawan mana kawan, suami istri ada karena mereka berkawan dan saling setia baik dalam suka maupun duka guna mencapai kebahagiaan bersama.

¹⁰⁸ Ibid.,183.

¹⁰⁹ Durkheim dalam Rhamadani Kurniawan, *Solidaritas Mekanik ke Solidaritas Organik*, Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2005, 263.

B. Peran Istri Penuhi Perekonomian Keluarga

Peranan seorang istri dalam pemenuhan kebutuhan perekonomian keluarga tidak dapat dipisahkan dari peran istri sebagai anggota keluarga. Belakangan ini banyak sekali isu-isu mengenai wanita karir¹¹⁰ dalam sebuah keluarga atau dapat digambarkan sebagai istri sebagai tulang punggung keluarga kecuali suami. Isu-isu wanita karir tidak pernah lepas dari gerakan "*feminisme*" yang menuntut kesamaan hak antara laki-laki dan perempuan di berbagai bidang seperti ekonomi, politik, dan sosial.

Para istri di Desa Banyuanyar bekerja di luar rumah sebagai petani kopi, sekaligus bekerja sebagai ibu rumah tangga mengurus segala pekerjaan rumah, sedangkan suami bekerja sebagai petani kopi di pekebunan. Pekerjaan ganda yang mereka jalani tidak menyurutkan atau bahkan mengabaikan pekerjaan rumah sebagai ibu rumah tangga. Dari keenam informan menyatakan bahwa pekerjaan ganda yang selama ini mereka jalani sama sekali tidak memberatkan, dan mereka menjalani dengan ikhlas tanpa ada keterpaksaan.

"Ya saya kerja membantu suami, ngak pernah merasa berat, saya bagian jemur kopinya biasanya!"¹¹¹

Lahan pertanian yang digarap oleh penduduk Desa setempat merupakan tanah Pemerintah yang pada awalnya dikelola Perhutani dan kemudian dibeli untuk kemudian diambil alih oleh penduduk sebagai landang penghasilan mereka. Struktur agraria yang baik adalah pembagian tanah pertanian yang ada secara adil, jaminan yang mantap dalam hubungan dengan hak guna atau hak pajak atau sewa yang adil.¹¹² Jika melihat antara keenam informan yang telah memaparkan pernyataannya, maka didapati lahan pertanian antara satu keluarga dengan keluarga yang lain berbeda. Misalkan saja keluarga pak Halim yang memiliki hampir tiga hektar lahan perkebunan kopi, sekali panen raya mereka dapat menghasilkan penghasilan puluhan bahkan

¹¹⁰ Wanita yang aktif bekerja di luar rumah dan lebih banyak kerja di ranah publik ketimbang kerja di rumah atau domestik.

¹¹¹ Wawancara dengan ibu Beginah pada 4 Nopember 2017

¹¹² J.W Schoorl, *Modernisasi: Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara Sedang Berkembang* (Jakarta: PT Gramedia, 1980), 215.

ratusan juta tergantung cuaca. Sedangkan keluarga pak Gimo dan ibu Rasia mereka hanya memiliki satu hektar lahan perkebunan kopi.

Panen kopi tidak selamanya dapat menopang biaya hidup sehari-hari tiap keluarga, kadang kala mereka dapat gagal panen. Dengan kemungkinan buruk tersebut penduduk Desa tersebut berinovasi dengan menanam berbagai macam sayuran di bawah pohon-pohon kopi seperti sayur, gubis, tomat, cabai, ubi, pisang dan manisah (labu). Dari tanaman-tanaman sekunder tersebut mereka dapat penghasilan setiap harinya hampir sekitar Rp 100.000,00 –Rp 300.000,00 per hari.

Melihat banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan di perkebunan, dari merawat kopi hingga menanam berbagai macam sayuran, maka peran istri bekerja di perkebunan sangatlah *urgen*. Istri berperan penting dalam mengelola kopi dan tanaman-tanaman tersebut. Atau bahkan istri berperan sebagai tonggak keberhasilan pekerjaan sebagaimana ungkapan salah satu informan:

*"Malah istri saya yang lebih tahu masalah-masalah perkebunan"*¹¹³

Dari ungkapan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa ibu Rohema jauh lebih mengetahui proses pengelolaan kopi mulai dari perawatan, pemupukan, teknis memetik, dan lainnya.

Kontribusi istri dalam pemenuhan kebutuhan hidup keluarga memang mutlak adanya. Para istri setiap pagi ikut bersama suami bekerja di kebun, namun sebelumnya para istri harus terlebih dahulu melaksanakan pekerjaan rumah tangga. Setiap pagi hari selepas sholat subuh para istri telah disibukkan dengan aktivitas memasak, mencuci, menjemur, menyapu, dan terkadang mereka harus terlebih dahulu mengantar anak mereka sekolah. Jika dirasa semua telah beres barulah mereka bergegas pergi kekebun untuk bekerja.

¹¹³ Wawancara dengan Pak Hilmi pada 4 Nopember 2017.

Pekerjaan istri di kebun dapat jauh lebih ringan ketimbang suami yang banyak bekerja menggunakan fisik. Istri bertugas menyiram, memupuk, membersihkan rumput-rumput benalu yang menempel, dan biasanya bagian menjemur kopi tatkala panen raya atau menjual dalam keadaan kopi kering. Sedangkan lebih banyak bekerja menggunakan kekuatan fisik seperti mencangkul.

Bila digambarkan secara empiris, istri yang bekerja di kebun berarti ikut serta berkontribusi menghasilkan pendapatan. Setiap pendapatan yang dihasilkan pasti juga atas jerih payah istri, meskipun jika dihitung secara matematis berapa besar penghasilan yang dihasilkan oleh istri tidak disebutkan secara jelas. Hal tersebut dikarenakan tidak ada suatu parameter yang dapat mengukur tingkat kontribusi istri bekerja di kebun, karena suami istri bekerja secara bersama-sama dan tidak ada pembatasan pekerjaan secara jelas di antara mereka sehingga sulit untuk diukur. Mereka bekerja bersama-sama, menikmati hasil bersama-sama. Dari setiap penghasilan yang mereka dapatkan, tidak pula ada pembagian penghasilan.

Melihat dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan istri memang ada berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan hidup keluarga. Hal tersebut tidak terlepas dari istri yang ikut serta bekerja di perkebunan sebagai petani. Atau dapat dikatakan bahwa istri berperan sebagai pencari nafkah tambahan di samping sang suami.

BAB IV SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan bahwa pembagian kerja pada penduduk Dusun Curah Leduk berdasarkan jenis kelamin menjadi sangat krusial di antara mereka. Peran pekerjaan publik yang pada umumnya banyak dilakukan oleh pria sebagai kepala keluarga yang berkewajiban mencari nafkah, namun pada masyarakat Dusun ini justru juga banyak dilakukan oleh para wanita. Dalam hal ini istri selain berperan sebagai pekerja pada ranah domestik, namun juga mempunyai pekerjaan pada ranah publik. Para wanita di sana mayoritas bekerja sebagai petani kopi, tak ayal hal ini disebabkan karena daerah ini merupakan daerah

enclave, sehingga hampir semua penduduk setempat bekerja sebagai petani kopi.

Pembagian kerja dari enam keluarga yang menjadi sampel masih berat sebelah. Istri masih harus bekerja ranah domestik sebagai ibu rumahtangga, mengerjakan tugas-tugas rumah seperti memasak, mencuci, mengasuh anak, menjemur, menyapu, dan pekerjaan rumah lainnya. Selain itu, para istri juga masih tetap bekerja di perkebunan membantu suami meskipun pekerjaan yang mereka kerjakan di luar rumah sekadar membantu suami.

Para istri di Desa Banyuanyar bekerja di luar rumah sebagai petani kopi, sekaligus bekerja sebagai ibu rumahtangga mengurus segala pekerjaan rumah, sedangkan suami bekerja sebagai petani kopi di perkebunan. Pekerjaan ganda yang mereka jalani tidak menyurutkan atau bahkan mengabaikan pekerjaan rumah sebagai ibu rumah tangga. Dari keenam informan menyatakan bahwa pekerjaan ganda yang selama ini mereka jalani sama sekali tidak memberatkan, dan mereka menjalani dengan ikhlas tanpa ada keterpaksaan.

Melihat banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan di perkebunan, dari merawat kopi hingga menanam berbagai macam sayuran, maka peran istri bekerja di perkebunan sangatlah urgen. Istri berperan penting dalam mengelola kopi dan tanaman-tanaman tersebut. Atau bahkan istri berperan sebagai tongak keberhasilan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bactiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos.
- Cerswell, John. W. 2013. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Setiadi, M Elly, dkk. 2014. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Johnson, Doyle. Paul. 1994. *Teori Sosiologi Klasik Modern*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

- Kurniawan, Rhamadani. 2005. Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. *Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Ollenburger, C. Jane dan Hellen A. Moore. 1996. *Sosiologi Wanita*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ritzer, George. 2014. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Schoorl, J. W. 1980. *Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-Negara Sedang Berkembang*. Jakarta: PT Gramedia .
- Soedijati. 1995. *Solidaritas dan Masalah Sosial Kelompok Waria* . Bandung: UPPM STIE Bandung.
- Wahyu, Rahmadi. 2008. *Pengantar Metodologi Penelitian* . Bandung: Pustaka Setia.

PERAN *PUBLIC RELATIONS* BAGI JUPEN DALAM PEMBINAAN UMAT HINDU

Oleh:

I Wayan Sukabawa¹¹⁴

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penerangan Agama
Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

Abstrak

Public relations adalah fungsi manajemen yang mendukung pembinaan dan membangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi agar diperoleh pengertian, penerimaan, dan kerjasama yang baik antara jupen dengan publiknya. Keberhasilan juru penerang agama Hindu dalam pembinaan tidak akan bisa menghasilkan hasil yang maksimal apa bila tidak melalui komunikasi yang baik. Namun tidak dapat dipungkiri pula jika seorang juru penerang agama merupakan elemen penting dalam sistem pembinaan umat.

Tulisan ini akan membahas peran dan fungsi *public relations* bagi juru penerang dalam meningkatkan pembinaan agama Hindu. Wacana ini secara khusus dimaksudkan sebagai gagasan dalam penguatan peran juru penerang menggunakan manajemen komunikasi sehingga mampu memberi kontribusi terhadap desa pakraman dengan tokoh-tokoh umat khususnya dalam mengelola pembinaan hubungan harmonis antara jupen dengan umat beragama tetap terjaga. Hubungan harmoni akan mampu memahami tugas pokok jupen, meningkatkan sumber daya manusia.

Kata kunci : *Public Relation* , *Juru Penerang*, *Pembinaan Umat Hindu*

1. Pendahuluan

Public Relation merupakan gabungan dari berbagai ilmu dan termasuk dalam jajaran ilmu-ilmu komunikasi. Beberapa tahun belakangan ini *Public relations* atau hubungan masyarakat

¹¹⁴ Tenaga Pengajar Pada Jurusan Komunikasi dan Penerangan Agama, Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

(humas) telah menjadi "trend" manajemen di Indonesia, dengan berbagai istilahnya. *Public Relation* sampai saat ini juga dipersepsi sebagai "dunianya" perempuan cantik, pria necis, glamour, menarik, wangi, memiliki relasi yang luas, sehingga untuk menjadi seorang *Public Relation* dianggap mudah, tidak memerlukan kompetensi tertentu. Pada hakekatnya *Public Relation* ini merupakan metode komunikasi yang meliputi berbagai teknik komunikasi, di dalam kegiatannya terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau perusahaan dengan publiknya. Lembaga kehumasan perlu menunjukkan komitmen dan langkah-langkah nyata peningkatan kualitas dengan mengambil prakarsa dan terobosan-terobosan baru (Noeradi, 2004). Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa *Public Relation* merupakan suatu fungsi management untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan dengan pihak lain. *Public Relation* digunakan untuk menciptakan aktivitas pembinaan umat Hindu sehingga nilai-nilai agama tetap terjaga, dan lestari di era globalisasi.

Capra mengatakan bahwa manusia telah berada dalam suatu krisis global yang serius, krisis yang kompleks dan multidimensional yang menyentuh semua aspek kehidupan. Krisis ini merupakan krisis dalam dimensi-dimensi intelektual, moral, spiritual, yang belum pernah terjadi sepanjang sejarah umat manusia. Krisis ini telah menjadi ancaman terhadap kelangsungan keberadaan ras manusia di planet bumi (Capra, 2000:3).

Dari penjelasan di atas kiranya dapat dipahami bahwa manusia dalam perjalanannya senantiasa bergelut dengan krisis yang senantiasa mengancam keberadaannya. Kabar baiknya, krisis tersebut dapat diatasi, yakni melalui pembinaan. Melalui tulisan ini saya ingin menelaah beberapa hal terkait profesi penerangan agama dan dimaksudkan untuk memberi penguatan terhadap peran penyuluh agama Hindu, yakni juru penerang menggunakan manajemen yang mendukung pembinaan melalui manajemen komunikasi agar diperoleh pengertian, penerimaan, dan kerjasama yang baik antara jupen dengan umatnya.

2. Pembahasan

2.1 Peran dan Fungsi *Public Relations* Bagi Juru Penerang dalam Meningkatkan Pembinaan Umat Hindu

Juru penerang dalam pembinaan perlu menggunakan komunikasi yang baik yang disebut *Public Relation* merupakan suatu fungsi manajemen untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan. Menggunakan manajemen komunikasi dapat tercermin jika di antara juru penerang dengan tokoh umat, satu Visi dan Misi dalam mengembangkan dharmā agama dan dharmā negara. Mengupayakan merangkul semua organisasi, lembaga yang bergerak dalam bidang keagamaan, termasuk di dalamnya dengan *Desa Pakraman*. Mamanfaatkan *Desa Pakraman* sebagai fatma di Bali dalam pengamalan ajaran agama di masyarakat. Juru penerang memberikan pelayanan dan pembinaan dibidang peningkatan *sradha* dan *bhakti*, sesuai dengan Weda, serta mendorong umat Hindu dalam rangka meningkatkan pengabdian dan peranan umat Hindu dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Untuk menghasilkan yang maksimal, maka perlu menggunakan beberapa komunikasi *Public Relation* adalah sebuah fungsi manajemen yang berkaitan dengan usaha untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan (*mutually beneficial relationship*) antara sebuah organisasi dengan publiknya, seperti yang dinyatakan oleh Cutlip, Center, dan Broom (1994:6), "Manusia dikatakan sebagai makhluk individu dan juga sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial manusia memerlukan hubungan dengan sesamanya, karena manusia tidak akan mungkin hidup sendirian. Betapapun kayanya, manusia itu, betapapun kuatnya, betapapun pintarnya, pasti memiliki kekurangan, kekurangan itulah yang dilengkapi oleh sesamanya atau oleh sesamanya. Untuk dapat dilengkapi itu, manusia harus melakukan pendekatan, pendekatan untuk membangun hubungan yang baik, berupa pergaulan. Ajaran Hindu, mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa mengembangkan dan membangun hubungan yang baik, bergaul yang baik, menjalin persahabatan sebagai bentuk kebersamaan guna mewujudkan cita-cita berupa kesejahteraan bersama.

Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu (Suprpto, 2006:3). Menurut Schramm (dalam Suprpto, 2006:5) bahwa sebuah komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan (*commonness*); kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerima (*audience-receiver*)-nya. Kamunikasi akan benar-benar efektif apabila *audience* menerima pesan, pengertian, dan lain-lain persis sama seperti apa yang dikehendaki oleh penyampai atau penyaji. Dari pendapat ini dapat dipetik maknanya bahwa sebagai jurnalis dan *pendharma wacana* diperlukan proses komunikasi untuk menyampaikan pesan yang utuh kepada *public* secara utuh dan benar. Tidak diharapkan pesan yang disampaikan itu menjadi berubah dari pesan aslinya atau asalnya.

Usaha pembinaan dan pengembangan Agama Hindu melalui juru penerang, telah dilaksanakan oleh semua pihak, baik oleh Majelis Parisada Hindu Dharma Indonesia, maupun oleh kelompok – kelompok masyarakat yang mempunyai kepedulian terhadap pembinaan Umat Hindu. Institut Hindu Dharma merupakan salah satu bagian dari lapisan masyarakat Hindu yang mempunyai tugas pokok untuk mendidik kader – kader pembina melalui pembinaan kader penyuluh Agama Hindu. Kualitas penyuluhan, diupayakan semakin lama ada peningkatan baik kualitas maupun kuantitasnya. Salah satu upaya peningkatan tersebut adalah dengan peningkatan manajemen penerangan agama.

Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *manus*, artinya tangan, *maneggiare* berarti menangani, mengatur, menggerakkan, mengelola, yang manajemen adalah suatu kegiatan yang menggerakkan orang atau organisasi dalam mengatur atau mengelola suatu program untuk mencapai tujuan Manajemen meliputi beberapa unsure kegiatan; 1) Perencanaan, 2) Pengorganisasian, 3) Pengarahan/menggerakkan, 4) Koordinasi, 5) Kontroling/pengawasan, 6) Pembinaan

Pengertian Manajemen penerangan agama

Manajemen Penerangan adalah suatu kegiatan yang menggerakkan orang atau organisasi dalam mengatur atau

mengelola suatu program pembinaan untuk mencapai meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan pengamalan Agama Hindu dengan baik untuk mencapai *mokshartham jagad hitaya ca iti Dharma*. Kegiatan manajemen pembinaan, upaya untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinasikan, dan mengontrol pembinaan, serta mengevaluasi kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan. Pengertian merencanakan penerangan adalah; mulai dari merencanakan tenaga juru penerang, materi pembinaan, serta metode yang akan dipergunakan dalam pembinaan. Mengorganisasikan pembinaan menyiasatkan pembagian petugas juru penerang, yang mampu dan mau untuk memberikan pembinaan melalui pembinaan kepada masyarakat.

Maksud dan tujuan dari manajemen penerangan agama, untuk memberikan arahan dan pedoman kepada Tenaga Pembina Agama, agar adanya suatu program yang terpadu, terencana dengan baik, agar tugas – tugas yang dilaksanakan oleh Tenaga Pembina/Penerangan benar – benar dapat menyentuh hati nurani masyarakat untuk memahami, mendalami, dan mengamalkan ajaran Agama Hindu yang baik dan benar.

Juru penerang agama Hindu sangat penting mendapat perhatian dari berbagai aspek. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah adanya penampilan prima bagi nara sumber tatkala melakukan pembinaan agama Hindu. Juru penerang agama Hindu sesungguhnya menjadi perhatian utama untuk ditampilkan secara maksimal dan prima. Cara mengungkapkan ide-idenya yang tidak runut. Atau bisa jadi intonasi suara pada saat pembinaan juga terlalu keras, atau dengan nada tinggi, sehingga nampak pembicaraannya menjadi tegang, kurang santai, terburu-buru, dan sebagainya. Intinya bahwa factor penampilan diri sebagai penyuluh sangat penting diperhatikan oleh si pembicara tatkala ingin melakukan penyuluhan agama Hindu

Kemudian Melvin De Fleur (dalam Suprpto, 2006:16) dinyatakan ada empat teori komunikasi massa kontemporer yakni : *pertama*, teori perbedaan-perbedaan individu, *kedua*, teori kategori sosial, *ketiga*, teori hubungan sosial, dan *keempat*, teori norma-norma budaya. Berdasarkan pendapat tersebut bahwa



bagi jurnalis dan juga *pendharma wacana* dalam bidang sosial, budaya, dan agama Hindu yang lagi *ngetren* saat ini, bahwa teori-teori di atas adalah sangat relevan untuk dipahami dan diparkatekkan dalam profesi sebagai jurnalis dan juga *pendharma wacana*. Hal ini sangat bagus untuk meningkatkan profesionalisme sebagai jurnalis dan juga *pendharma wacana*, terlebih lagi teori tersebut sangat pas hubungannya dengan masalah sosial, agama, dan budaya.

Juru penerang agama Hindu perlu menyiapkan diri dengan baik. Paling tidak persiapan mental, apakah sudah siap tampil dengan percaya diri di hadapan umat Hindu dengan berbagai kondisi, bisa jadi dari segi umurnya yang tua, ada sebagai tokoh, ada sebagai pegawai, ada sebagai intelektual, dan sebagainya. Dalam hal ini, penyuluh wajib mempersiapkan diri dengan baik dan benar. Jadi persiapan diri sangat penting diperhatikan. Jangan sampai setelah hadir di hadapan umat Hindu, tampil tidak percaya diri, harus mampu tampil dengan meyakinkan, tampil dengan sikap wajar, berpakaian yang sopan dan rapi, materi sajian dikuasai dengan baik dan benar berdasarkan sumber yang ada, gunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh umat Hindu.

Melakukan hubungan masyarakat (*public relations*) tidak sekadar untuk dapat berbaur dan kontak atau relasi secara positif, tenang, aman, tertib, dalam suasana kekeluargaan, sopan, saling menghargai, serta menjamin adanya suasana yang kondusif. Tidak dibenarkan adanya kondisi yang tidak akur, penuh konflik, suasana pertentangan, perkelahian, terjadinya bentrok, serta memicu suasana gaduh bagi masyarakat luas. Bagi pelaku humas termasuk juga yang menekuni di bidang orasi, *pendharma wacana* dan juga jurnalistik bahwa suasana yang aman, tertib, dan kondusif merupakan yang diprioritaskan dalam profesinya.

Tugas mulia juru penerang menciptakan suasana kebersamaan, kerukunan, dan keharmonisan hidup beragama, keharmonisan hidup bermasyarakat serta menjaga keharmonisan hidup antara manusia dengan alam bhuana agung dan bhuana alit. Penyuluh agama adalah para juru penerang penyampai pesan bagi masyarakat mengenai prinsip-prinsip dan etika nilai keberagamaan yang baik. Hasil akhir yang ingin dicapai dari penyuluh agama, pada hakekatnya ialah terwujudnya kehidupan

masyarakat yang memiliki pemahaman mengenai agamanya secara memadai yang ditunjukkan melalui pengamalannya yang penuh komitmen dan konsistensi seraya disertai wawasan multikultur untuk mewujudkan tatanan kehidupan yang harmonis dan saling menghargai satu sama lain. Dalam kehidupan saling menghargai namun dalam pergaulan selalu memilih bahwa ada beberapa pergaulan yang perlu dihindari.

Ajaran Hindu mengajarkan hendaknya setiap orang menghindarkan dirinya bergaul dengan orang-orang yang tercela, dan diharapkan bergaul dengan orang-orang yang bijaksana, demikian pula kebangsawanan sesungguhnya hanya dapat diperoleh melalui amal kebajikan. Perintah untuk meninggalkan pergaulan dengan orang-orang tercela tersurat di dalam kitab suci Veda, Rg.Veda X.53.8 :

*Asmanvati riyate sam rabhadhavam,
Uttisthata pra tarata sakhyah,
Atra jahama ye asan asevah,
Sivan vayam uttaremabhi vajan*

Terjemahannya:

Wahai teman-teman, dunia yang penuh dosa dan penuh duka ini berlalu bagaikan sebuah sungai yang alirannya dirintangi oleh batu besar (yang dimakan oleh arus air) yang berat. Tekunlah, bangkitlah, dan seberangilah ia. Tinggalkan persahabatan dengan orang-orang tercela. Seberangilah sungai kehidupan untuk pencapaian kesejahteraan dan kemakmuran.

Petikan Mantra suci Veda mengajarkan hendaknya setiap orang menghindarkan dirinya bergaul dengan orang-orang yang tercela, dan bergaulah dengan orang-orang yang bijaksana (suci). Karena dengan pergaulan (*Sangsarga*) dengan orang bijaksana (suci) akan membentuk karakter manusia yang bermoral, dan berbudi pekerti yang luhur, serta dapat meningkatkan kualitas hidup manusia menuju manusia yang utuh secara jasmani dan rohani.

Keyakinan ini kalau di renungkan dengan konsep ajaran Tri Pramana yaitu *Sabda/ Agama Pramana, Anumana Pramana* dan *Pratyaksa Pramana* maka kebenarannya tidaklah meragukan. Pertumbuhan dan kedewasaan manusia baik secara fisik maupun rohani sangat besar disebabkan karena faktor lingkungan yang



ada di luar dirinya, proses terjadinya pengaruh ini masuk melalui Panca Budhındriya dan Panca Karmendriya manusia itu. Contoh misalnya; Indriya pada telinga, kalau seseorang dalam hidupnya indriya telinganya hanya di gunakan untuk mendengarkan hal-hal tentang kesuksesan, keindahan, kesucian, maka seketika atau melalui sebuah proses lambatlaun emosi kejiwaan yang tumbuh dalam diri seseorang ingin merasakan kesuksesan, keindahan, dan kesucian dalam dirinya.

Ilustrasi ini sesuai dengan bagaimana membentuk karakter dan membekali pengetahuan dan mendidik anak mulai sejak dalam kandungan, yang dilakukan oleh Subadra terhadap bayi yang ada dalam kandungannya yaitu Abhimanyu, pada saat hamil Drupadi selalu menggunakan telinganya untuk mendengarkan cerita suaminya Arjuna tentang kepahlawanan, keperkasaan seorang ksatriya dalam medan pertempuran, ilmu peperangan, dan tentang kegagahan seorang ksatriya. Ternyata setelah lahir putranya Abhimanyu tumbuhlah menjadi seorang putra yang suputra dan memiliki ilmu pengetahuan tentang kepahlawanan, keperkasaan, dan ilmu peperangan seperti layaknya seorang ksatriya yang lain. Bahkan Abhimanyu memiliki ilmu seperti ayahnya Arjuna, padahal tidak melalui belajar. Tetapi ini diperoleh saat masih dalam kandungan ibunya Drupadi, karena Drupadi selalu menggunakan indriya telinganya untuk mendengar cerita akan kehebatan, kegunaan, fungsi, dan cara menggunakan ilmu yang dimiliki suaminya Arjuna. Aksi-reaksinya ternyata setelah lahir Abhimanyu sudah memiliki ilmu yang dimiliki oleh ayahnya yaitu Arjuna.

Dalam Canakya Niti Sastra Adhyaya I, Sloka 10 dijelaskan bahwa hendaknya orang menghindari pergaulan dengan orang-orang yang tidak memiliki sifat yaitu tidak memiliki kepedulian untuk memelihara kehidupan, orang yang tidak memiliki rasa takut, yang tidak memiliki rasa malu, tidak cerdas, tidak dermawan, hendaknya dihindari. Hal ini bukan dijadikan pembatas diri dalam pergaulan akan tetapi disarankan untuk memilih pergaulan dengan orang-orang bijaksana. Tentang kepada siapa saja harus bergaul di jelaskan dalam Canakya Niti Sastra Adhyaya V, Sloka 15 :

*Vidya mitram pravasesu,
bharya mitram grhesu ca,*



*vyadhitasyausadham mitram,
dharmo mitram mrtasya ca*

Terjemahannya:

Satu-satunya teman pada saat di negeri orang adalah ilmu pengetahuan, teman di rumah adalah istri, teman bagi orang-orang sakit adalah obat, bagi orang yang sedang menghadapi kematian satu-satunya teman adalah ajaran-ajaran kebenaran/dharma.

Merujuk kutipan sloka di atas bahwa Pertama, satu-satunya teman pada saat di negeri orang adalah ilmu pengetahuan. Apabila seseorang sudah bersahabat, berteman, atau bergaul dengan ilmu pengetahuan maka lautan luas pun akan terseberangi, segala kesulitan akan teratasi dan tidak ada kesulitan apapun yang tidak teratasi, seperti ucap sastra suci Veda. Walaupun sastra suci Veda sudah menjelaskan bahwa orang yang paling miskin di dunia ini adalah orang yang tidak memiliki pengetahuan, bukan orang yang tidak memiliki kekayaan material. Walaupun memiliki harta benda tetapi tidak memiliki pengetahuan, sesungguhnya orang tersebut adalah orang miskin namanya. Dengan demikian, kalau umat Hindu meyakini kitab sucinya maka kekayaan yang paling berharga di dunia adalah ketika memiliki pengetahuan, tetapi fenomenanya masih banyak umat Hindu yang tidak mau mengejar ilmu pengetahuan, justru yang dikejar adalah kekayaan material. Pernyataan ini di kemukakan ternyata memang masih banyak orangtua umat Hindu yang tidak menyekolahkan anaknya untuk menimba ilmu pengetahuan, kasarnya lebih cenderung beli tanah, beli mobil, membangun rumah mewah, sangat berani, tetapi untuk menyekolahkan anak dan menabung untuk biaya pendidikan masih perlu ditanyakan. Kalau mau berguru dengan ucapan sastra maka Canakya Niti Sastra ini berpesan kepada umat manusia bersabat dan bergaulah dengan ilmu pengetahuan, karena dengan berpengetahuan orang mampu berwiweka dan menumbuhkan kesadaran dalam dirinya untuk menumbuhkan karakter manusia.

Juru penerang agama Hindu tidak bisa lepas dari karakter manusia. Manusia adalah merupakan makhluk yang memiliki budhi untuk dapat berpikir yang lebih dibandingkan dengan makhluk lain ciptaan Tuhan. Manusia sebagai makhluk



sosial dan sebagai makhluk individu. Dikatakan sebagai makhluk sosial karena manusia tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain, selalu hidup berkelompok. Manusia tidak bisa hidup menyendiri di dunia ini. Pengelompokan hidup manusia menjadi suatu realita yang tidak dapat dielakan, selalu butuh hidup bersama dengan orang lain. Terutama di dalam kontek sosial budaya, manusia membutuhkan manusia lain untuk saling berkolaborasi dalam pemenuhan kebutuhan fungsi-fungsi sosial satu dengan yang lainnya. Karena pada dasarnya suatu fungsi yang dimiliki oleh manusia satu akan sangat berguna bagi manusia lainnya (Bungin, 2011:25--26).

Manusia disebut sebagai makhluk individu karena setiap manusia mempunyai karakter tersendiri yang memberikan warna kehidupannya masing-masing. Dalam ilmu sosial paham individu menyangkut tabiatnya dengan kehidupan jiwa yang majemuk. Memegang peranan dalam pergaulan hidup manusia. Individu bukan berarti manusia sebagai suatu keseluruhan yang tak dapat dibagi, melainkan sebagai kesatuan yang terbatas, yaitu sebagai manusia perorangan.

2.2 Tugas dan Fungsi Juru Penerang dalam Peningkatan Sumber Daya Manusia

Para juru penerang agama Hindu memiliki tugas dan fungsi yang khas yaitu: 1). Menjadi panutan atau memberi teladan bagi umatnya, khususnya di tengah situasi bangsa Indonesia di era teknologi informasi. 2). Mensejahterakan umat beragama, dan 3). Membina umat dalam mendekatkan diri dengan Tuhan dalam bentuk yadnya. Sebagai pemuka agama tentu ada syarat-syarat yang harus dipenuhi, antara lain: memiliki kualitas pribadi yang tinggi, memiliki karisma, yaitu bakat dan kemampuan dalam kepemimpinan. Memahami tentang ajaran agama, memiliki kehidupan pribadi dan sosial yang baik, dan dipercaya oleh umat atau diberi mandat oleh umat beragama.

Juru penerang agama dapat melaksanakan tugas-tugasnya dalam membina dan mengembangkan pemahaman dan pendalaman ajaran Agama yang baik dan benar dengan mengutamakan kerukunan umat beragama. Kerukunan umat beragama adalah merupakan dambaan dari berbagai pihak dalam rangka menjaga keharmonisan hidup bermasyarakat, berbangsa

dan bernegara. Menjaga kerukunan dan melaksanakan sudah tentu harus ada pengendalian diri agar tidak terjadi panatisme sempit dikalangan umat bergama.

Pedoman dasar dalam melaksanakan tugas sebagai juru penerangan agama hendaknya berpedoman kepada peraturan dan perundang-undangan yang berlaku; Keputusan Menteri Agama RI No. 70 Tahun 1978, tentang Pedoman Penyuiaran Agama berbunyi sebagai berikut :

- 1). Pembinaan umat beragama bahwa majelis agama dan organisasi-organisasi keagamaan sebagai pembina umat beragama agar membina umatnya masing-masing agar menjadi pengikut ajaran agamanya dengan sebaik-baiknya. Organisasi-organisasi keagamaan dalam pembinaan umatnya tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Penyiaran agama hendaknya berpegangan pada kesepakatan bersama, yakni penyiaran agama diarahkan a) Penyiaran Agama di arahkan untuk menjaga stabilitas nasional dan demi tegaknya kerukunan umat beragama, antar umat beragama, interen umat beragama dan antar umat beragama dengan pemerintah. b) Penyiaran Agama dilaksanakan dengan semangat kerukunan, tenggang rasa, teposeliro, saling menghargai, hormat menghormati antar umat beragama sesuai dengan semangat jiwa Pancasila.
- 2). Penyiaran Agama tidak dibenarkan untuk; a) Ditujukan kepada seseorang dan atau orang-orang (kelompok) yang telah memeluk Agama lain. b) Dilakukan dengan menggunakan bujukan/pemberian materi berupa uang, pakaian, obat-obatan, dan dalam bentuk apapun, dengan tujuan agar orang tertarik untuk memeluk suatu agama tertentu. c) Dilakukan dengan cara-cara menyebarkan pamflet, brosur, majalah buku buku dan sebagainya di daerah-daerah/dikediaman rumah orang yang beragama lain. d) Dilakukan dengan cara-cara keluar masuk ke rumah orang yang memeluk agama lain dengan dalih apapun.

Bilamana ternyata pelaksanaan pengembangan dan penyiaran agama sebagaimana yang dimaksud diktum tersebut, menimbulkan gangguan kerukunan umat beragama akan diambil

tindakan sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Juru penerangan agama juga dituntut untuk mampu memenuhi syarat khusus yang ditentukan dalam masing-masing agama. Juru penerangan agama harus menyadari bahwa menjadi penerangan agama merupakan panggilan dari Tuhan untuk melayani umatNya. Maka menjadi penerangan agama bukanlah untuk mencari prestise atau kedudukan dan kehormatan melainkan pertama-tama untuk melayani umat beragama. Karena menjadi penerangan agama merupakan panggilan dan pilihan dari Tuhan, maka sebagai orang yang percaya kepada Tuhan hendaknya menghormati dan menghargai keberadaan pemuka agama dari agama manapun dan berusaha untuk memberi dukungan terhadap tugas sebagai penerangan agama. Pembangunan bidang agama dapat ditempuh melalui beberapa cara. Diantaranya adalah Pertama, peningkatan kualitas pelayanan serta pemahaman pada agama dan kehidupan beragama. Kedua, peningkatan dimensi kerukunan hidup beragama yang mendukung sikap saling percaya dan harmonisasi antarkelompok masyarakat.

Arus globalisasi yang terjadi saat ini membawa dampak yang signifikan terhadap perkembangan adat budaya setempat. Di tengah kemajuan intelektual umat Hindu disertai dengan perkembangan modernisasi, justru banyak kasus adat yang mencuat. Permasalahan yang muncul ini memperlihatkan rasa *Sagilik – saguluke paras paros sarpanaya*, hidup berdampingan kian makin jauh, lebih menonjol individualis dan materialistik. Ketahanan masyarakat tradisional yang memperkuat budaya, makin rapuh.

Perkembangan peranan sukaduka, lambat laun tentu ada *suka* dan *duka* yang dihadapi, sesuai dengan konsep *rwa bhineda* dua unsur yang selalu berdampingan. Peranan juru penerang dalam membina dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, sering muncul bibit konflik di masyarakat, baik konflik individu dengan individu, maupun individu dengan masyarakat. Konflik diartikan sebagai perbedaan, pertentangan dan perselisihan.

Para ahli manajemen konflik memberikan definisi yang berbeda-beda tentang konflik sesuai dengan kepakarannya masing-masing. Daniel Webster memberikan definisi tentang

konflik adalah suasana batin yang berisi kegelisahan karena pertentangan antara dua motif atau lebih. Pertentangan dan perbedaan tersebut mendorong manusia berbuat kegiatan saling bertentangan. Beberapa jenis konflik dimaksud seperti: 1) Konflik Individu, 2) Kelompok/organisasi dan penganut agama 3) konflik akibat persaingan.

Kemajuan teknologi harus mampu memberikan pendidikan moral yang dimiliki oleh nenek moyang terdahulu, sebagai proses pembelajaran etika, sehingga dapat dijadikan sebagai bekal untuk mampu berperan dalam lingkungan individu tersebut berada, dan sekaligus mampu menempatkan diri sesuai dengan perannya. Pemahaman tentang peran diri dan orang lain dalam kelompok belajar merupakan bekal dalam bersosialisasi di masyarakat (*learning to live together*). Krisis moral merambah hampir seluruh aspek kehidupan manusia tanpa memandang usia, tingkat pendidikan, status sosial, kedudukan, dan pangkat manusia. Seks bebas di kalangan generasi muda, bukanlah pemandangan asing dalam kehidupan masyarakat Bali saat ini.

Juru penerang selalu menciptakan budaya kerja dalam pembinaan umat. Koentaraningrat (dalam Darajat, 2015: 28) mengatakan Budaya adalah keseluruhan sistem gagasan tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan cara belajar. Sedangkan kerja adalah melakukan sesuatu hal yang diperbuat, atau melakukan sesuatu untuk mencari nafkah. Jadi kata budaya dan kerja digabungkan memiliki pengertian yaitu nilai- nilai sosial atau suatu keseluruhan pola perilaku yang berkaitan dengan akal dan budi manusia dalam melakukan suatu pekerjaan. Dalam kamus webster, budaya kerja adalah ide, adat, keahlian, dan seni yang diberikan oleh manusia dalam waktu tertentu. Budaya menyangkut moral, social, norma-norma perilaku yang mendasarkan pada kepercayaan, kemampuan dan prioritas anggota organisasi.

Budaya kerja adalah suatu kebiasaan dipekerjakan yang dibudayakan dalam suatu kelompok sebagai bentuk kerja yang tercermin dari perilaku mereka dari waktu mereka bekerja, sehingga perilaku atau kebiasaan secara otomatis tertanam di dalam diri mereka sendiri-sendiri. Jadi budaya kerja sangat penting dalam dunia pekerjaan untuk meningkatkan kualitas yang

sangat berkualitas pekerjaan sebagai juru penerang. Sehingga jupen dapat menjadi tenaga atau pekerja yang unggul dan bermanfaat bagi umat. Tidak kalah pentingnya bahwa profesi sebagai juru penerang dalam bidang sosial, budaya, dan agama Hindu diperlukan semangat belajar dan upaya membaca berbagai sumber harus terus dilakukan. Sebagai juru penerang perlu memiliki banyak referensi untuk dijadikan sumber dalam mengungkap bidang tertentu yang akan disajikan dan dijelaskan kepada *public*. Bila hal itu masih kurang, maka bisa jadi terhambat dalam upaya menunaikan tugas secara baik dan benar. Tentu cara tadi masih bisa diupayakan dengan cara melakukan penggalian informasi yang sebanyak-banyaknya melalui wawancara, melalui observasi, melalui studi kasus, melalui pemeranan langsung, atau cara lainnya yang positif, sehingga upaya menuju kesempurnaan dalam tugas maupun profesi sebagai penyuluh yang profesional bisa terwujud dan menjadi kenyataan.

Juru penerang Hindu mempunyai budaya kerja yang dimaksud dalam hal ini adalah kebiasaan penyuluh agama untuk membudayakan pekerjaannya secara profesional, tanggung jawab, disiplin, komitmen, layanan, kerja keras, dan integritas terhadap umat dalam pembinaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawabnya, dengan tercapainya tujuan agama Hindu kehidupan yang harmonis.

3. Penutup

Peran *Public Relation* adalah membantu juru penerang Hindu bisa selalu punya hubungan harmonis dengan berbagai umat beragama melalui kegiatan komunikasi. Konsep *Public Relation* sebagai menegemen komunikasi dua arah menekankan pentingnya pertukaran komunikasi atau saling memahami dengan penekanan pada pembinaan agama.

Juru penerang agama harus mampu memberikan pembinaan kepada umat untuk meningkatkan sumber daya manusia. Mampu mejadi panutan dalam melaksanakan ajaran agama. Mempunyai kualitas pribadi yang tinggi, memiliki karisma, loyalitas terutamanya dipercaya dan mempunyai kemampuan lebih dari umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Baswedan, Anies. 2012. *Indonesi Mengajar, Kisah Para Pengajar Muda di Pelosok Negeri*. Yogyakarta:Bentang
- Capra, Fritjof. 2000. *Titik Balik Peradaban*. Terjemahan M. Thoyibi. Yogyakarta:Bentang
- Darodjat Achmad. 2015. *Pentingnya Budaya Kerja tinggi dan kuat*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Dherana, Tjokorde Raka 1975,, *Pokok – Pokok Organisasi Kemasyarakatan Adat Bali*, Denpasar, Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat Universitas Udayana,
- Jetkins, Frank. 1996. *Public Relations* (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat, Tanpa tahun, *Masyaraka Desa di Indonesia masa ini*, Jakarta., Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia,
- Ngurah, I Gusti Made.1999. *Buku Pendidikan Agama Hindu untuk Perguruan Tinggi*. Surabaya: Paramita.
- Pudja, G. 2005. *Bhagawad Gita (Pancama Weda)*. Surabaya:Paramita
- Purwanto, M. N. (1998). *Ilmu pendidikan teoritis dan praktis..* Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.
- Pusat Kerukunan Umat Beragama, Departemen Agama RI 2007 *Manajemen Konflik Umat Beragama, diterbitkan oleh Proyek Kerukunan umat Beragama* Proyek Kerukunan Umat Beragama, Jakarta
- Ruslan, Rosady. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sudharta, Tjok. 2004. *Slokantara*. Surabaya: Paramita
- Tirtarahardja, Umar & Sulo, S.L. La. 2005. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Titib, I Made. 1998. *Veda Sabda Suci (Pedoman Praktis Kehidupan)*. Surabaya:Paramita
- Undang-Undang RI No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen. (2006). Jakarta:CV Laksana Mandiri
- Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) Nomor 20 Tahun 2003. (2011). Jakarta:SL Media
- Zuriah, Nurul. 2008. *Pendidikan Moral dan Budi Pekerti dalam Perspektif Perubahan (Menggagas Platfom Pendidikan Budi Pekerti Secara Kontekstual dan Futuristik)*. Jakarta : Bumi Aksara



FENOMENA BUDAYA *ONLINE* ANAK USIA DINI DI ERA DIGITAL

Oleh:

Dwi Surti Junida

Email: dwisurtijunida@gmail.com.

Pascasarjana Program Antropologi Universitas Hasanuddin

Abstrak

Arus globalisasi teknologi informasi mengalami perkembangan pesat, terkhusus mereka yang telah mahir mengakses internet menciptakan perubahan dengan merubah cara interaksi manusia satu dengan manusia yang lain. Kehadiran internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang cultural bagi manusia. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya, termasuk anak-anak. Mudah bagi anak-anak untuk mengaksesnya, tinggal men-*download* terus instal lalu mereka memainkannya. Tulisan ini mengajak pembaca untuk menggali lebih mendalam tentang bagaimana sebenarnya mendidik anak usia dini di era digital ? Bagaimana agen pendidik seperti keluarga dan lingkungan mampu memfilter budaya *online* dalam membentuk nilai-nilai positif saat mengakses internet? Kenapa harus di usia dini karena di usia dini secara alami akan terbentuk karakter manusia untuk menghadapi tantangan hidup ke depan, sehingga ketika seorang anak sudah mulai dewasa, ia sudah siap menghadapi berbagai tantangan dunia. Saya menggunakan metode observasi partisipasi dengan ikut terlibat dalam aktifitas bermain informan saya yaitu anak-anak usia dini serta menggunakan wawancara mendalam kepada ibunya. Mendalami perihal bagaimana aktifitas bermain anak-anak menggunakan *gadget*? Bagaimana aktor pendidik seperti orangtua dan lingkungan men-filter unsur-unsur dunia internet? Lalu menganalisis data dengan mereduksinya melalui sumber-sumber yang terkait dengan era digital.

Kata kunci : Budaya online, anak usia dini, era digital



Pendahuluan

Sebagai seorang ibu, saya terganggu melihat putra kami sejak berumur 3 sampai 5 tahun sekarang ini gemar bermain di gadget. Tiap hari, ia selalu mengakses internet dengan melihat video di youtube atau memainkan *game online*. Belum lagi kalau ia *men-download game* dengan cepat dan mudah. Jari jemarnya sangat mahir mengoperasikan gadget saya, mulai dari mendengar musik, memainkan *game offline*, mendownload dan memainkan *game online* serta menonton di video *online*. Saya rasa hal tersebut membuktikan kalau arus globalisasi teknologi informasi mengalami perkembangan dengan pesat. Terkhusus mereka yang telah mahir mengakses internet menciptakan perubahan dengan merubah cara interaksi manusia satu dengan manusia yang lain. Kehadiran internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang cultural bagi dunia anak. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya, termasuk anak-anak. Beragam akses terhadap informasi serta hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Kehadiran internet dalam kehidupan manusia mampu menembus batas dimensi kehidupan mereka/pengguna, tentang ruang dan waktu pengguna, termasuk yang dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Selain media sosial, banyak *game online* ataupun *offline* yang tersedia dalam gadget. Mudah bagi anak-anak untuk mengaksesnya, tinggal *men-download* terus instal lalu mereka memainkannya. Yang lebih parah, kadang jika diamati mereka tidak mudah berhenti bermain game begitu saja, mereka akan terbawa oleh suasana yang telah mengantarkan mereka ke dunia digital. Salah satu pemicunya menurut peneliti adalah anak merasa belum puas kalau target dalam *game* yang mereka mainkan belum tercapai. Mereka tidak peduli dengan gangguan apapun, termasuk jika mereka sudah mulai lapar. Hingga bila diperhatikan kalau putra kami harus dibujuk beberapa kali (kalau sudah waktunya) untuk makan, mandi, dan buang air kecil. Akibatnya menurut peneliti anak rentan terhadap berbagai masalah kesehatan dan kedisiplinan.

Usia anak tergolong sebagai anak usia dini, dengan demikian anak usia dini dimulai sejak umur 0-6 tahun. Menurut



Marjory Ebbeck dikutip Firdausi, dalam penelitian ini dengan judul *Pola Pendidikan Anak Usia Dini* (2016:15)¹¹⁵, pendidikan anak usia dini atau PAUD adalah mekanisme atau upaya yang ditujukan kepada pembinaan anak-anak dimulai sejak lahir sampai dengan usia enam tahun, dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani maupun rohani agar memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut. Sehingga anak di usia dini adalah anak yang dipersiapkan sebagai generasi penerus melalui nilai-nilai yang diharapkan dapat membangun bangsa dan negara.

Tidak hanya itu, masa anak pada usia dini sebagai penentu pembentukan karakter sang anak sehingga sangat penting membina, mendidik, dan memberikan pendidikan yang positif bagi mereka. Dimasa-masa inilah masa keemasan sang anak sehingga peran orangtua dan lingkungan setempat menjadi sangat penting dalam menciptakan dan membentuk karakter anak demi keluarga dan masa depan bangsa yang lebih baik.

Tulisan ini mengajak pembaca untuk menggali lebih dalam bagaimana sebenarnya mendidik anak usia dini di era digital? Bagaimana agen pendidik seperti keluarga dan lingkungan mampu memfilter budaya *online* dalam membentuk nilai-nilai positif saat mengakses internet? Kenapa harus di usia dini karena pada usia dini secara alami dalam diri manusia akan terbentuk karakter/kepribadian untuk menghadapi tantangan hidup ke depan, tujuannya agar bisa mengatur perasaan emosi dan punya jiwa sosial yang tinggi sehingga ketika seorang anak sudah dewasa, ia sudah siap menghadapi berbagai tantangan dunia.

Anak Usia Dini dan Pembentukan Karakter

Dalam tulisan yang lain (Junida; 2016)¹¹⁶, peneliti menemukan berbagai sistem dari berbagai pengalaman masa kecil anak-anak yang umum dilakukan menimbulkan orientasi

¹¹⁵ Tesis saya berjudul “Pola Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) di TK Islam Qalbin Salim di Kota Makassar”. Penelitian tersebut mengantarkan saya meraih gelar magister tahun 2016.

¹¹⁶ Junida, Dwi Surti. 2016. *Membedah Paud dengan Pisau Budaya*. Cetakan pertama. Makassar: MIB Indonesia.

kepribadian yang khusus, serta dalam mempelajari suatu budaya, seorang anak belajar mengartikan motif, nilai-nilai, suatu pandangan dunia yang khas yang disebut oleh Keesing sebagai kepribadian. Kepribadian dalam pandangan ini adalah suatu internalisasi budaya (Keesing, 1999:94)¹¹⁷. Segala sesuatu yang berkaitan dalam proses pertumbuhan anak dimulai dari lahir sampai dewasa dapat membentuk karakter sang anak.

Dari kepribadian tersebut, banyak cara dalam memberikan pembinaan dalam membentuk kepribadian yang telah dijelaskan Keesing tersebut kepada anak di usia dini, salah satunya melalui program pendidikan anak usia dini atau PAUD. Dalam tulisan peneliti (Junida; 2016)¹¹⁸ selanjutnya menjelaskan tujuan terselenggaranya PAUD adalah untuk mengembangkan tingkat kecerdasan dan mental sang anak (secara fisik maupun rohani) serta membentuk karakter anak agar bisa mengatur perasaan emosi dan punya jiwa sosial atau empati terhadap sesama manusia yang tinggi (ikut merasakan). Sehingga ketika mereka/sang anak sudah masuk pada tingkat pendidikan berikutnya, sudah bisa menyelesaikan masalah yang dihadapi dengan lebih mandiri. Tidak hanya keluarga, karakter anak juga dapat terbentuk dari pengaruh lingkungan bermain anak-anak.

Saat usia dini, sang anak akan meniru dan mencoba mengikuti segala bentuk yang ter-indra disekitarnya. Mereka akan belajar dari semua hal yang diperolehnya sejak usia dini. Apalagi proses pendidikan itu ditransferkan melalui metode bermain yang menyenangkan. Sistem pendidikan yang diberikan kepadanya akan berpengaruh besar terhadap tumbuh kembangnya sebagai individu, sebagai bagian dari anggota masyarakat. Tentu, tidak hanya berperan sebagai pewaris saja dalam keluarga dan masyarakat saja, akan tetapi mereka berperan besar sebagai penerus bangsa dan negara (Junida, 2016)¹¹⁹.

¹¹⁷ Keesing, MR. 1999. *Antropologi Budaya (Suatu Perspektif Kontemporer)*. Edisi Kedua, Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.

¹¹⁸ Buku ini saya tulis sebagai lanjutan dari tesis saya.

¹¹⁹ Dalam buku tersebut peneliti menuliskan peran seorang anak sebagai pewaris nilai-nilai budaya bangsa dan negara, sehingga kehadiran keluarga sangat penting dalam membina dan membimbing mereka.

Linton (dalam Iriani, 2012:235)¹²⁰ berpendapat bahwa setiap manusia selama dalam proses pembentukan kepribadiannya, tidak hanya dibentuk oleh kebudayaannya dengan anggota-anggota masyarakat lainnya, akan tetapi dibentuk oleh pengalaman-pengalaman dalam kehidupannya. Apalagi dalam Junida (2016:2)¹²¹ mengatakan bahwa perkembangan sosial anak sangatlah bergantung atau berpengaruh terhadap pembinaan yang ditransferkan melalui proses perilaku dan bimbingan orangtua kepada anak-anaknya. Dalam hal ini bagaimana orangtua bijak mendidik mereka melalui gadget. Orangtua dan lingkungan harus bersinergi dalam membina, membimbing, dan mengawasi perilaku anak dalam penggunaan internet. Apalagi tumbuh-kembang anak dibentuk oleh lingkungan bermain mereka, apapun itu selama ia bermain dengan atau sama siapapun.

Budaya *Online* pada Anak Usia Dini

Dilihat dari sisi lain dalam banyak kasus, kurangnya perhatian orangtua kepada anaknya membuat suasana rumah mereka hanya menjadi tempat istirahat saja. Dalam setting semacam ini rumah menjadi tempat orang-orang berkumpul, tempat orang-orang yang sedang kecewa sehingga tidak ada yang bertindak sebagai imam yang mampu mengarahkan dan membimbing anak-anaknya (Abdullah, 2010: 162)¹²². Lanjut Abdullah, dalam konteks tersebut tidak terjadi komunikasi yang baik antar generasi, khususnya hilangnya media emosional dan hubungan tatap muka. Sehingga ruang-ruang elektronik menjadi batas-batas budaya yang menciptakan teman dan tempat pengaduan baru kegelisahan dan kesepian anak.

Tulisan Abdullah tersebut mengingatkan peneliti akan fungsi komunikasi sebagai berikut; *pertama*, komunikasi manusia berfungsi untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi,

¹²⁰ Iriani. 2012. Sistem Pendidikan Anak Pada Orang Wolio di Kota Bau-bau. De la Macca: Makassar

¹²¹ Peneliti menemukan perkembangan sosial anak sangat bergantung dengan pembinaan yang transferkan berupa perilaku yang telah terindra disekitarnya.

¹²² Abdullah, Irwan, 2010. Kontruksi dan Reproduksi Kebudayaan. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

menampilkan diri sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. *Kedua*, komunikasi berfungsi untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat (Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dikutip Mulyana, 2014: 5). Sehingga melalui komunikasi maka manusia dapat dengan mudah mengetahui dan membedakan antara identitas pribadi dan identitas sosial yang memiliki keunikan masing-masing.

Manusia dalam mempermudah berkomunikasi menggunakan berbagai media. Media terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti majalah, koran, brosur, dan lainnya. Media elektronik seperti radio, televisi, yang terus berkembang menjadi seperti email, jejaring sosial, blog, dan website. Perkembangan media elektronik ini secara fundamental telah mengubah dan membuka potensi komunikasi langsung dengan target para *audiens*. Peningkatan jumlah masyarakat (dari segala usia) di era sekarang lebih banyak yang menggunakan media *online* dan sebagai pilihan media, menemani keseharian mereka. Yang menjadikan media *online* juga diperbarui secara reguler dan tergantung pada aliran informasi yang kontinu (Butterick, 2013: 172)¹²³.

Sehingga media *online* adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan jaringan komputer lebih dari satu jaringan ke jaringan komputer lain sehingga terjalin komunikasi. Perkembangan informasi baru berbasis internet yang memudahkan semua orang berkomunikasi, berbagi, berpartisipasi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*. Cukup dengan menggeser jari di layar gadget dan mengakses internet, dan selanjutnya anak-anak bisa melakukan banyak aktivitas sekaligus tanpa harus keluar rumah, seperti mereka bermain dan belajar dalam waktu yang bersamaan.

Kehadiran internet membawa dampak positif seperti menurut Donna Rice Hughes, tokoh LSM yang mempelopori internet yang aman untuk anak) dikutip Nina Armando (2016)¹²⁴ seperti meningkatkan pengetahuan karena internet menyediakan informasi yang jumlahnya tidak terhingga, meningkatkan

¹²³ Butterick, Keith. 2013. Pengantar Public Relation: Teori dan Praktek (Terj: Nurul Hasfi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.

¹²⁴ Nina Armando seorang dosen komunikasi Universitas Indonesia.

ketrampilan membaca, sebagai alat komunikasi, membantu untuk penelitian, sebagai alat hiburan, dan membentuk sebuah jaringan. Akan tetapi menurut Ahli psikologi ini, sedikitnya terdapat tiga dampak negatif pada anak dari kecanduan internet yaitu Pertama; tumbuh kembang anak menjadi tidak optimal karena anak terlalu lama duduk asyik dengan gadget, kedua; anak dan remaja mengalami kecanduan untuk selalu menggunakan gadget, bukan sekedar untuk mencari informasi tetapi juga untuk bermain, berkomunikasi dengan orang lain di dunia maya, dan mengakses pornografi.

Lanjutnya, anak dan remaja yang kecanduan gadget setidaknya akan menunjukkan 11 tanda yang bisa diamati oleh para orangtua: (1) Fokus berkurang, (2) Menjadi lebih emosional, (3) Sulit mengambil keputusan, (4) Kematangan semu, terlihat besar fisik tetapi jiwanya belum matang, (5) Sulit berkomunikasi dengan orang lain, (6) tidak ada perubahan raut muka untuk mengekspresikan perasaan, (7) Daya juang rendah, (8) Mudah terpengaruh, (9) Anti sosial dan sulit berhubungan dengan orang lain, (10) Melemahnya kemampuan merasakan sensasi di dunia nyata, (11) Tidak memahami nilai-nilai moral. Yang mengerikan, manakala anak dan remaja mulai kecanduan mengakses gambar, cerita atau video porno, akan menimbulkan dorongan yang kuat untuk menirukannya. Oleh karena itu, jangan heran bila banyak kasus pelecehan seksual terjadi di masyarakat. Ketiga; dari sisi kesehatan, anak dan remaja yang kecanduan gadget, dapat dipastikan pola makannya tidak teratur, makan makanan yang hanya mereka suka dan kurang tidur.

Media online hadir sebagai ruang bermain baru bagi anak-anak, termasuk anak-anak usia dini. Media *online* menyediakan fitur game *offline* dan *online*, bagi game *offline* terlebih dahulu di-*download* lalu dimainkan sedangkan game *online* dapat dimainkan jika memiliki akun yang tersedia, kadang akun orangtuanya yang telah tersimpan (*save*) terhubung secara langsung saat game *online* dimainkan. Namun terdapat beberapa game yang dianggap berbahaya bagi anak untuk dimainkan, seperti; *World of Warcraft*, *Call of Duty*, *Point Blank*, *Cross Fire*, *War Rock*, *Counter Strike*, *Mortal Kombat*, *Future Cop*, *Carmageddon*, *Shelslock*, *Raising Force*, *Atlantica*, *Conflict Vietnam*, *Bully* dan *Grand*

Theft Auto (www.newsdetik.com)¹²⁵. Selanjutnya ada satu isu yang tersebar bahwa *game online* yang berbahaya lagi jika dimainkan oleh anak-anak adalah Mobile Legends yang telah ditelusuri oleh wartawan liputan6.com dengan mengkonfirmasi pihak Kemendikbud dan Asosiasi Game Indonesia (AGI) terkait daftar tersebut (www.liputan6.com)¹²⁶.

Banyak kasus yang ditemukan dari penelitian ini beberapa bulan terakhir, mulai dari dampak positif yang diciptakan sampai dampak negatif yang terjadi, sebagai berikut: Kasus pertama¹²⁷; seorang anak sebut saja namanya F berumur 4 tahun sering memainkan gadget hampir setiap hari. Dimulai dari bangun tidur, masih di atas kasur (belum ke WC) sudah memegang gadget. Setelah mandi, gadgetnya dipegang lagi sambil mamanya memberinya sarapan. Setelah sarapan, gadgetnya masih ditangan, sesekali ia bermain sepeda di halaman rumah. Siang harinya F tidak istirahat untuk tidur siang, ia berbaring sambil memainkan gadget-nya. Peneliti agak heran karena sering melihat mamanya sering ketiduran di siang hari sedang F malah asik bermain gadget. Di sore harinya sesekali F bermain sepeda di lapangan dekat rumahnya namun sering juga masih tetap bermain gadget. Setelah magrib tiba, gadget masih F pegang, sekalipun baterai gadgetnya sudah habis tetapi mamanya memakaikan gadget tersebut powerbank sebagai pengganti cas jadi gadgetnya masih tetap bisa dimainkan sekalipun baterainya sudah habis (masih menyala). Sambil makan malam, F juga masih tetap memainkan gadgetnya. Kadang mamanya memarahinya akan tetapi F tidak mau makan jika gadgetnya diambil darinya. Setelah makan malam, F masih tetap memegang gadgetnya sampai tertidur. Polanya hampir seperti itu setiap hari, hanya kadang-kadang, ayah F menyembunyikan gadgetnya agar F tidak memainkan gadgetnya seintents seperti yang saya jelaskan di atas. Sesekali F menangis jika gadgetnya tidak ditemukan, hanya sesekali mamanya mencoba menjelaskannya dengan memberikannya mainan mobil-mobilan, senjata mainan dan sepeda. Saat

¹²⁵ www.newsdetik.com/diakses tanggal 10 Maret 2018

¹²⁶ www.liputan6.com/diakses tanggal 26 April 2018

¹²⁷ Wawancara pertama dengan seorang informan berinisial IA, seorang ibu rumah tangga yang berumur 31 tahun memiliki seorang putra berusia 5 tahun pada tanggal 15 April 2018.



diwawancara mamanya, merasa sedikit khawatir dengan perilaku putranya. Ia mengatakan bahwa F baru mengenal gadget sejak usia 3 tahun, dulu F masih bermain table setelah tablenya rusak maka F dibeli gadget dan kuota internet. Tidak tanggung-tanggung kuota tiap bulannya mencapai hampir 100 ribu. Di gadget, F sering mengakses video di youtube, sesekali juga *download game online* dan memainkannya seperti game Counter Strike, Cross Fire, dan Mobile Legends. Keseluruhan *game* tersebut masuk dalam ke-15 *game* yang dilarang oleh Kemdikbud untuk dimainkan anak-anak.

Saya menganggap perilaku F tergolong sebagai perilaku anak penikmat internet. F sangat gemar menggunakan gadget sebagai media bermainnya, sekalipun memiliki teman bermain di lingkungan rumahnya akan tetapi karena sudah terbiasa berinteraksi dengan gadget sehingga sulit meninggalkannya. Peneliti sering melihatnya bermain game dengan gadget, F sangat mahir memainkannya. Jarinya sangat lincah mengoperasikan *game-game online*-nya dan matanya sangat jeli memperhatikan dengan detail lawan bermainnya. Peneliti menganggap anak-anak seusia F sudah sangat cepat memahami *game-game* yang dimasa peneliti dulu belum tersedia. Apalagi F sangat cepat memahami tiap prosedur *game-game* tersebut serta mampu membuat strategi dalam melawan lawan-lawan. Ada kekawatiran peneliti jika hal tersebut terus terjadi secara terus-menerus maka dapat membahayakan diri F seperti terjadi gangguan kesehatan terhadap matanya karena keseringan bermain gadget.

Beberapa hari peneliti bersama dengannya, peneliti melihat F lambat merespond jika diajak berbicara. Lambat menjawab pertanyaan yang diajukan atau tidak menjawab sama sekali, hanya tersenyum saja. F sering memukul temannya jika merasa terancam misalnya saat bermain, ia tidak mau meminjamkan gadgetnya kepada teman yang datang ke rumahnya akan tetapi temannya tersebut merebut dari tangannya sehingga F memukul temannya hingga menangis. Kadang juga saat bermain sepeda di lapangan dekat rumahnya saat sore hari, jika ada anak yang ingin meminjam sepedanya, F langsung marah dan memarahinya.

Sikap emosional yang terlihat dari perilaku F disebabkan oleh pengaruh *game online* yang dimainkannya. F sulit

berkomunikasi dengan orang lain, mungkin sikap ini tergolong sebagai sikap anti sosial sehingga sulit berinteraksi dengan orang lain. Sebaiknya F dilatih untuk tidak memegang gadget dengan mengalihkan perhatiannya melalui permainan lain. Orang tua dan orang-orang terdekat seperti kakek, nenek, dan sepupu atau orang-orang disekitar F juga harus sering menemaninya bermain bersama sehingga kecanduan akan gadget bisa berkurang.

Sikap kecanduan internet F disebabkan karena sejak kecil usia sekitar 2 tahun sudah dibiasakan dengan memberikannya gadget. Kedua orang tuanya sibuk masing-masing sehingga F diberikan gadget sebagai teman bermainnya. Awalnya tidak apa dan belum kecanduan nanti ketika berumur 4 tahun, masa dimana F sudah mulai memahami bentuk permainan, *download game* dan cara mengakses internet barulah masa itu sudah membentuk kebiasaan F dengan dunia internet. Tentu, hal tersebut sangat disayang namun itulah fakta yang terjadi.

Kasus kedua¹²⁸; seorang ibu sebut saja inisialnya A berumur 41 tahun memiliki 3 orang anak. Anak pertamanya berumur 6 tahun, anak kedua berumur 5 tahun, dan anak ketiganya berumur 2.5 tahun. Kesehariannya A mengurus anak-anaknya di rumah sedang suaminya bekerja sebagai karyawan perusahaan swasta di Makassar. Putra pertamanya sudah kelas 1 di Sekolah Dasar tidak jauh dari rumah, orangtua A. Tiap hari sekolah diantar dan dijemput oleh kakeknya. Keseharian ketiga anak A seperti anak-anak pada umumnya. Mereka bermain bertiga di rumahnya saat anak pertamanya sudah pulang dari sekolah. A berharap anak-anaknya selalu akur saat bermain bersama, sang ibu selalu mengawasi ketiga anak saat bermain bersama.

Saat diwawancara A, berharap anak-anaknya tidak kecanduan gadget dengan memberikan ketiga anaknya sepeda sesuai umurnya masing-masing. Apalagi menurut A, kalau ketiga anaknya bermain gadget maka akan menimbulkan konflik antar mereka seperti anak pertama tidak mau berbagi gadget dengan kedua adiknya. Selain itu bagi A, jika ketiga anaknya bermain

¹²⁸ Wawancara kedua dengan seorang informan berinisial A, seorang ibu rumah tangga yang berumur 41 tahun memiliki seortiga orang anak, anak pertamanya berjenis kelamin laki-laki berusia 7 tahun, anak keduanya seorang putrid berusia 5 tahun dan putra ketiganya berusia 3.5 tahun.

sepeda, mobil-mobilan, dan lain-lain bersama-sama maka tercipta kerjasama antar mereka. Banyak hal positif yang didapatkan oleh anak-anak mereka jika tidak bermain gadget, menurut A, anak-anaknya bisa lebih cepat bersosialisasi dengan teman-temannya di sekitar rumah mereka. Sekalipun kadang-kadang A membiarkan anak-anaknya menonton video kartun di laptop saat siang hari, jika ketiganya tidak bisa istirahat siang. Bagi A, menonton kartun di laptop lebih aman dibandingkan bermain *game* atau mengakses youtube di gadget.

Cara lain yang A lakukan jika anak-anaknya menangis meminta gadget adalah A mematikan akses kartu kuota internet pada gadget agar anak-anaknya tidak dapat mengakses konten apapun termasuk men-*download game*. Selain itu, A juga men-*download game offline* yang menurutnya aman untuk dimainkan seperti puzzle, rubik, dan lego. Saya menganggap cara A sudah baik dalam mendidik anak-anaknya menggunakan gadget. A bisa mengatur dan cerdas dalam menghadapi anak-anaknya agar tidak kecanduan gadget.

Penutup

Segala bentuk perilaku manusia dalam kehidupan sosialnya selalu dibarengi dengan sistem-sistem ideal sebagai sistem yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Dalam keluarga, orangtua, dan lingkungan harus mampu mengajarkan kebudayaan mereka kepada anak, lalu memahami budaya masyarakat serta mengajarkan berbagai kejadian atau fenomena sosial hingga sang anak mampu mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi dalam hidupnya (Junida, 2016:31)¹²⁹. Sistem-sistem ideal tersebut adalah suatu jaringan sistem itu sendiri (dalam Alam, 2012:179)¹³⁰, sebab terjadi suatu proses pewarisan generasi satu ke generasi berikutnya melalui proses sosialisasi dalam interaksi sesama anggota masyarakat.

Di sisi lain, kemajuan teknologi informasi menjadi ruang bermain baru bagi anak-anak usia dini. Mereka menemukan ranah bermain dan belajar yang baru yang sangat mudah dan

¹²⁹ Junida, Dwi Surti. 2016. Membedah Paud dengan Pisau Budaya. Cetakan pertama. Makassar: MIB Indonesia.

¹³⁰ Alam, N R, 2012. Model Pendidikan anak Pada Orang Wolio di Kota Bau-bau. Makassar: De la Macca.

cepat, cukup dengan memainkan jari-jemari di gadget. Kehadiran internet membawa dampak positif dan dampak negatif bagi tumbuh-kembang anak, apalagi dimulai pada usia dini. Masa disaat sang anak sudah mulai membentuk karakter dengan belajar yang bersumber dari panca indranya. Membina anak dengan cara baru, karena pembinaan yang didapatkannya dari dunia *online* membawa pengaruh positif ataupun negatif.

Selain itu, perilaku manusia tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan diperoleh dari proses belajar sehingga pembinaan sosial anak sangat tergantung dengan pembinaan yang ditransferkan dari proses perilaku, dalam hal ini mengenai aspek kehidupan sosial atau norma-norma yang berlaku dan disepakati bersama (Junida: 2016)¹³¹. Seperti jika anak-anak sudah dapat mengakses berbagai hal dari internet dengan menirunya (dari orang-orang yang dilihatnya) termasuk yang berunsur negatif seperti pornografi (salah satu contohnya) maka dalam benak mereka sudah terekam unsur pornografi. Sehingga perlu pengawasan penggunaan media sosial terhadap anak-anak.

Selain itu Panji (2014), menyatakan terdapat tiga motivasi bagi anak dan remaja untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, terhubung dengan teman (lama dan baru) dan untuk hiburan. Pencarian informasi tersebut dilakukan sering didorong oleh tugas-tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan di dorong oleh kebutuhan pribadi. Sehingga penggunaan media sosial di kalangan anak-anak pada saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Hampir setiap hari anak-anak mengakses media sosial untuk bermain dan belajar. Tidak masalah jika belajar tentang berhitung, membaca dengan bermain akan tetapi yang ditakutkan jika mereka juga mengakses konten yang membawa dampak negatif seperti perilaku kekerasan sehingga anak-anak rentan mempraktekannya ke perilaku *bullying* (Junida: 2017)¹³².

¹³¹ Tulisan saya yang terbit di Koran Tribun Timur, dengan judul. Pendidikan Pra-Sekolah, Makassar, pada 29 Februari 2016.

¹³² Tulisan saya yang terbit di Koran Harian Fajar, dengan judul Awasi & Awasi Bullying, Koran Harian Fajar, Makassar, 25 Juli 2017.

Oleh karena itu, perlu kiranya mengajarkan kepada anak agar memanfaatkan kelebihan dari media sosial seperti menemani anak saat mengakses internet. Jika orangtua menemani, bisa mengatur apa yang anak akses, orangtua bisa menemaninya berdiskusi tentang hal yang dilihatnya di gadget, dapat pula mengajarkannya tentang hal-hal yang buruk dan baik seperti *game* yang membawa unsur kekerasan dan *game* yang bisa mengasah pertumbuhan otak mereka. Hal ini memang sangat sulit bagi seorang ibu yang juga berprofesi sebagai wanita karir, akan tetapi mereka bisa cerdas dalam mendidik dengan memanfaatkan waktu saat sore atau malam hari disaat pulang kerja untuk menemani anak-anak mereka mengakses internet. Sedangkan bagi ibu-ibu yang aktivitasnya lebih banyak di rumah diharapkan bisa membagi waktu anak bermain di gadget, mengatur pola makan anak, tidur siang anak, belajar, dan bermain di luar rumah bersama teman-temannya. Banyak ditemukan ibu-ibu sekarang lebih suka memainkan gadgetnya atau duduk bercerita bersama teman-temannya ketimbang menemani anaknya mengakses internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan, 2010. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Alam, N R, 2012. *Model Pendidikan anak Pada Orang Wolio di Kota Bau-bau*. Makassar: De la Macca.
- Butterick, Keith. 2013. Pengantar Public Relation:Teori dan Praktek (Terj: Nurul Hasfi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Iriani. 2012. Sistem Pendidikan Anak Pada Orang Wolio di Kota Bau-bau. De la Macca, Makassar.
- Junida, Dwi Surti. 2016. Membedah Paud dengan Pisau Budaya. Cetakan pertama. Makassar: MIB Indonesia.
- Keesing, MR. 1999. *Antropologi Budaya (Suatu Perspektif Kontemporer)*. Edisi Kedua, Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyana. 2013. *Kiat-kiat Khusus Membangun Keluarga Sejahtera*. Jakarta: BKKBN Pusat.

Sumber Tesis

Junida, Dwi Surti. 2016. Pola Pendidikan Anaka Usia Dini (PAUD) di TK Walbim Salim Kota Makassar. Tugas akhir untuk meraih gelar Magister di Pascasarja Universitas Hasanuddin: Makassar.

Sumber Media Cetak

Junida, Dwi Surti. 2017. Penyerbukan Budaya Dalam Pendidikan Karakter, Koran Harian Fajar, Makassar, 11 Maret 2017.

_____ 2017. Pendidikan Pra-Sekolah, Koran Tribun Timur, Makassar, 29 Februari 2016.

_____ 2017. Awas & Awasi Bullying, Koran Harian Fajar, Makassar, 25 Juli 2017.

Sumber Internet

<https://news.detik.com/berita/3198716/kemendikbud-15-game-ini-berbahaya-bagi-anak>. Diakses 10 Maret 2018.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3265060/kemendikbud-larang-anak-anak-main-gim-mobile-legends>. Diakses 10 April 2018.

Nina Armando, Mutmainnah. 2016. Mendidikan Anak di Era Digital. Di akses tanggal 03/04/2018. <https://webcdn.com/sdirmember/20/19631/produk/Nina%20Armando%20%20Media%20LI%20Oktober%202016%20rev.pdf>.

Panji, Aditya. 2014. Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia. <http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia>. Diakses 10 April 2018.

PERPUSTAKAAN 2.0 (*LIBRARY*2.0) DAN PERUBAHAN PRILAKU KOMUNIKASI PUSTAKAWAN

Oleh:

'Kadek Ayu Siswi Bintari*

Abstrak

Teknologi Informasi dan komunikasi (TIK) terbukti sangat berpengaruh pada perkembangan perpustakaan. Meski pada dasarnya teknologi adalah alat, namun dengan menggunakannya ternyata terjadi perubahan atas pola pikir dan pola tindak penggunanya. Demikian juga dengan pola pikir dan pola tindak perpustakaan. Dahulu akses terhadap buku masih sangat terbatas, hanya dapat dilakukan oleh kalangan tertentu (bahkan dapat dikatakan kewenangan istimewa bagi kelompok elit), kini ketika munculnya media baru yaitu internet, tidak saja memudahkan akses pada dokumen tertulis saja, tetapi siapa saja dapat dengan bebas menyimpan, mengakses dan menerbitkan semua jenis data, baik koleksi digital, hingga adanya layanan komunikasi berbasis virtual (Web). Dengan adanya perkembangan media maka cara berkomunikasi organisasi perpustakaan pun turut berubah, perubahan konsep inilah mulai dikenal dengan istilah Library 2.0 atau Perpustakaan 2.0. Lalu Apaitu sebenarnya konsep Perpustakaan 2.0? Dan bagaimana implikasi perpustakaan 2.0 terhadap prilaku komunikasi pustakawan dengan pemustaka di era web 2.0?

Keywords: Perpustakaan 2.0, Prilaku Komunikasi Pustakawan di Era Web 2.0

1. Pendahuluan

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi, bekerja, serta belajar untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memperoleh informasi. Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/*new media*/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/*new media*/ media online



sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa, dan lain-lain (<http://media.kompasiana.com>).

Media Baru/ New Media, menjanjikan adanya kecepatan mendapatkan informasi, hal tersebut merupakan salah satu faktor tuntutan dalam pengelolaan informasi khususnya bagi perpustakaan. Perpustakaan sebagai salah satu lembaga publik yang bertugas mengelola informasi, menyadari arti pentingnya penerapan TIK untuk mendukung tugas tersebut. Tuntutan masyarakat terhadap pelayanan perpustakaan semakin tinggi dan beraneka ragam, merupakan sebuah tantangan dan kompetensi bagi seorang pustakawan bagaimana cara pustakawan mengelola dan memberdayakan informasi secara optimal, serta cara mengemas dan mendisiminasikan informasi agar sampai kepada penggunaannya. Peran pustakawan yang diharapkan maupun yang dihasilkan di era globalisasi (berbasis *web*) harus memiliki ketrampilan berupa **hard skill** (pengetahuan teknis dan pengetahuan TI) serta **soft skill** seperti kemampuan berkomunikasi dalam memberikan pelayanan dalam upaya meningkatkan profesionalitas serta citra pustakawan.

Perkembangan penerapan teknologi dan komunikasi di perpustakaan dapat dilihat dari model pengelolaan perpustakaannya, dimulai dari pengadaan, pengolahan, dan pelayanan diotomasi dan kemudian disediakan dalam format digital sehingga memudahkan para penggunaannya memperoleh informasi secara langsung dengan bermediakan komputer dan jaringan lokal atau *internet*. *New Media* yang diasosiasikan dengan elektronik media seperti *internet*, *mobile telecommunication technology*, *digital television*, dan sebagainya memiliki sifat interaktif. Interaktif di sini berarti si penerima (*receiver*) yang memutuskan apa yang akan dilihat dan kapan melihat, dengan kata lain mengontrol alur komunikasi. Kedua yang tidak kalah pentingnya dari *new media* adalah *multimedia nature* artinya format-format yang berbeda seperti teks, gambar, film, animasi, music, dan video dikombinasikan dalam satu medium. Dengan adanya penggunaan medium digital sebagai sarana berkomunikasi berpotensi bagi perpustakaan untuk melakukan kegiatan promosi (Irawan, 2008:18-19). Hal inilah yang telah melahirkan konsep baru bagi dunia perpustakaan yaitu *Library Web 2.0*. Lalu apa itu



perpustakaan 2.0 dan bagaimana implikasi perpustakaan 2.0 terhadap perilaku komunikasi pustakawan dengan pemustaka di era web 2.0?

2. Tinjauan Literatur

2.1. Konsep *Library 2.0* (Konsep Perpustakaan 2.0)

Istilah *Library 2.0* kali pertama digunakan oleh Michael Casey dalam blognya, *Library Crunch*, pada bulan September 2005 (Miller, 2006:2). Istilah ini digunakan untuk menyebut perpustakaan yang benar-benar berbeda dengan perpustakaan yang pernah ada selama ini. Dalam visinya, *Library 2.0* berupaya menyediakan informasi yang tersedia dimana pun dan kapan pun pengguna membutuhkannya. Semangat interaksi multi arah yang dibawa oleh web 2.0 dijemakan menjadi terjalinnya interaksi erat *via-online* antara pustakawan dan penggunanya. Jalur yang digunakan bisa bermacam-macam, mulai dari blog pribadi pustakawan, jejaring sosial yang menampilkan profil pustakawan dan perpustakaan, hingga *tag cloud* pada web resmi perpustakaan. Dalam platform web 2.0, perpustakaan akan lebih leluasa menampilkan informasi interaktif dalam laman-laman webnya. Tidak hanya informasi seputar layanan, perpustakaan bahkan bisa berlaku seperti toko buku atau penerbit yang memasarkan buku mereka. Misalnya bagian pengolahan perpustakaan menampilkan resensi mengenai buku yang baru mereka olah dan siap untuk dilayankan. Interaksi dengan pengguna dapat dimulai dengan menyediakan tempat khusus untuk menampung komentar mereka. Bagi pengguna yang pernah membaca buku tersebut bisa menambahkan informasi yang mungkin belum tercakup dalam ulasan perpustakaan. Konsep kolaborasi dengan banyak orang inilah yang memberi inspirasi lahirnya konsep *Library 2.0*.

Konsep *Library 2.0* adalah konsep baru yang berkaitan dengan mengadakan perubahan di perpustakaan yang melibatkan pengguna. Perubahan ini dimaksudkan untuk perubahan yang senantiasa terjadi, tidak bersifat merombak secara dratis tapi perubahan yang bertahap. Dengan demikian perubahan akan selalu terjadi di dalam perpustakaan, baik layanannya,

infrasrukturanya, fasilitasnya, dan bahkan atmosfir di perpustakaan (Purwono, 2013: 160-161).

Konsep ini diperuntukkan bagi semua jenis perpustakaan dan semua ukuran perpustakaan. Ukuran perpustakaan yang kecil cenderung lebih mudah melakukan adaptasi terhadap perubahan, sementara semakin besar semakin membutuhkan lebih banyak usaha untuk berubah. Karena itu dalam melakukan perubahan perlu mengacu pada model perubahan yang sesuai. Setiap model perubahan untuk mewujudkan layanan baru senantiasa memberi penekanan penting pada kegiatan evaluasi. Kegiatan evaluasi adalah kegiatan yang membuat perubahan di perpustakaan dapat berlangsung terus-menerus. Jadi *Library2.0* merupakan model untuk perubahan yang terus menerus untuk memberdayakan pengguna melalui keterlibatan mereka dan layanan yang berfokus pada pengguna. Perubahan yang dapat dilakukan dengan konsep *Library2.0* adalah perubahan pelayanan, prosedur, dan operasional lainnya. Perubahan ini bersifat terus-menerus melalui evaluasi dan pembaharuan.

Sesuai dengan pernyataan di atas L 2.0 didefinisikan oleh Sarah Houghton sebagai berikut: *“Library 2.0 simply means making your library’s space (virtual and physical) more interactive, collaborative, and driven by community needs. Examples of where to start include blogs, gaming nights for teens, and collaborative photo sites. The basic drive is to get people back into the library by making the library relevant to what they want and need in their daily lives...to make the library a destination and not an afterthought”*. Pengertian tersebut diartikan oleh Blasius Sudarsono, (2009:201) sebagai upaya membuat ruang perpustakaan baik fisik maupun ruang maya menjadi semakin interaktif, kolaboratif, didorong oleh keperluan masyarakat. Selain itu juga upaya membuat perpustakaan relevan pada apa yang diinginkan pengguna dalam hidup kesehariannya. Selanjutnya mampu membuat perpustakaan kembali menjadi tujuan utama bukan sekedar pilihan kedua.

Jadi konsep *Library 2.0* adalah memungkinkan layanan-layanan, seperti layanan referens maya, OPAC, dan media yang dapat di unduh lainnya, hingga pemakai perpustakaan dapat merasa puas di perpustakaan mereka sendiri. Meskipun dalam prakteknya perpustakaan tersebut masih menyimpan koleksi tercetak, namun yang disyaratkan di sini adalah koleksi digital.



Dengan demikian terkait dengan berbagai jenis perpustakaan yang telah disebutkan sebelumnya, Perpustakaan 2.0 (*Library 2.0*) adalah termasuk Perpustakaan Digital. Menurut Manees (2006) teori *Library 2.0* memiliki empat elemen penting, yaitu:

- a. Perpustakaan ini berorientasi pada pemakai.
Para pemakai berpartisipasi pada penciptaan isi dan layanan mereka pandang di dalam Web perpustakaan, contohnya OPAC, konsumsi, dan penciptaan isinya dinamis, dan oleh karena itu peran pustakawan dan pengguna tidak selalu jelas.
- b. Perpustakaan ini memberikan suatu pengalaman multimedia.
Baik koleksi maupun isi *Library 2.0* berisi komponen-komponen video dan audio. Meskipun hal ini sering tidak disitir sebagai fungsi *Library 2.0*., disini disarankan seharusnya demikian.
- c. Perpustakaan ini kaya masyarakat pemakai. Keberadaan Web tersebut termasuk kehadiran pemakai. Ada cara baik sinkronisasi (Contohnya IM) dan *a-sinkronisasi* bagi pemakai (contohnya Eikis) untuk berkomunikasi satu sama lain dengan pustakawan.
- d. Perpustakaan ini bersifat inovatif secara komunitas.

2.2. Kualifikasi Pustakawan yang diharapkan di Era Perpustakaan Web2.0

Internet singkatan dari *internetworking of networks*, merupakan gabungan antara komputer dengan telekomunikasi yang muncul pada tahun 1990-an se usai Perang Dingin. Perang dingin merupakan bentuk peperangan idiologi dan teori antara kapitalisme dan sosialisme, konsep ini muncul dari adanya teori modernisasi dan pembangunan.

Keberadaan internet menimbulkan pertanyaan, apakah pustakawan masih diperlukan mengingat kini dengan adanya internet dengan mesin pencariinya seperti *google search*, pemakai dapat dengan mudah mencari informasi tanpa bantuan pustakawan. Di samping itu pula kemajuan TI juga menghasilkan *e-book*, *e-journal*, *e-commerce*, *e-mail* sehingga menimbulkan pertanyaan apakah eksistensi buku masih dapat dipertahankan atau tidak di masa mendatang. Berpijak pada kenyataan itu bila

dikatkan dengan masa mendatang, bahwa eksistensi pustakawan masih tetap diperlukan namun dengan catatan peranan pustakawan sudah berubah. Ini menjadi suatu tantangan bagaimana mencetak atau memperoleh kualifikasi pustakawan yang dibutuhkan.

Berdasarkan tinjauan kualifikasi dari beberapa pendapat dan *trend* dalam era digital sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, penulis berpendapat bahwa kualifikasi pustakawan di era digital ini harus memiliki kemampuan sebagai berikut:

I. Kemampuan Profesional

Kemampuan profesional adalah kemampuan profesi yang harus dimiliki setiap pustakawan dan profesional informasi lainnya dalam menjalankan perannya di era digital. Kemampuan profesional yang harus dimiliki seorang pustakawan terdiri dari 2 bagian yaitu kemampuan umum dan kemampuan khusus.

a. Kemampuan Umum

Kemampuan umum bagi profesional informasi mencakup kemampuan dibidang manajemen dan organisasi informasi serta penggunaan teknologi informasi. Secara spesifik kemampuan umum ini antara lain :

1. Kemampuan menjadikan ruang digital sebagai ruang pembelajaran virtual yang efektif dan selektif. Memahami tentang sumber-sumber elektronik (*e-book*, *e-journal* dan *e-resources*) serta memahami tentang *legal agreement* dengan pihak *vendor*.
2. Kemampuan konseptual dan teknis dalam teknologi informasi dan manajemen informasi (manajemen pengetahuan) sesuai dengan tingkatan tanggung jawab pekerjaan.
3. Kemampuan berkomunikasi, terutama komunikasi interpersonal dan komunikasi antarbudaya serta komunikasi bermedia komputer/internet mengingat dunia digital menjangkau dunia tanpa batas dengan beragam latar belakang budaya para pengakses layanan informasi.
4. Memahami etika dunia maya dan UU ITE termasuk pendistribusian informasi karena akan selalu

berhubungan dengan hak cipta atau hak akan kekayaan intelektual dari sebuah informasi yang ditawarkan.

5. Kemampuan menulis karena pustakawan digital akan selalu behadapan dengan *update* data setiap saat, termasuk reportase *real-time*.
6. Kemampuan bekerja sama. Dunia digital membuka peluang kolaborasi yang lebih luas baik antar perpustakaan maupun antar pustakawan.
7. Kemampuan berkomunikasi atau berbahasa, baik bahasa daerah maupun bahasa internasional.
8. Kemampuan dalam organisasi dan distribusi informasi.

b. Kemampuan Khusus

Kemampuan khusus akan sangat beragam karena berkaitan dengan tempat pustakawan bekerja. Misalnya kemampuan Bahasa Asing selain Bahasa Inggris atau kemampuan analisa sesuai dengan bidang kajian yang ditanganinya.

II. Kemampuan Personal

Kemampuan personal mencakup kemapuan yang seharusnya melekat pada diri pustakawan atau sering disebut sebagai *soft skills* seseorang. Kemampuan personal antara lain mencakup kemampuan analisa, kemampuan bernegosiasi, kemampuan beradaptasi, bersosialisasi, bekerja sama, kreativitas, dan motivasi diri untuk terus belajar.

Kualifikasi pustakawan yang telah disebutkan di atas diharapkan mampu membawa pustakawan memenangkan persaingan di era digital. Era digital sendiri merupakan sebuah proses. Untuk menjamin kelancaran pencapaian tujuan akhir secara bertahap, segala sesuatunya perlu dipersiapkan secara matang. Mulai dari perencanaan program jangka pendek hingga program jangka panjang. Setiap sasaran diberi jangka waktu target pencapaian. Dengan demikian kesinambungan sebuah program oleh program lainnya atau sebuah kegiatan oleh kegiatan lainnya dapat berjalan dan diimbangi oleh sumber daya manusia yang siap beradaptasi dalam setiap proses tersebut.

3. Perubahan Prilaku Komunikasi Pustakawan Di Era Web 2.0

3.1 Konsep Perubahan Prilaku

Sebelum dibahas lebih lanjut mengenai perubahan prilaku terlebih dahulu baiknya perlu dipahami apa yang dimaksud dengan pengertian tersebut. Perubahan bisa terjadi setiap saat, dan merupakan proses yang dinamik serta tidak dapat dielakkan. Berubah berarti beranjak dari keadaan yang semula. Tanpa berubah tidak ada pertumbuhan dan tidak ada dorongan. Namun dengan berubah terjadi ketakutan, kebingungan, dan kecemasan atau kegembiraan. Setiap orang dapat memberikan perubahan pada orang lain. Merubah orang lain bisa bersifat *implicit* dan *eksplisit* atau bersifat tertutup dan terbuka. Kenyataan ini penting khususnya di dalam kepemimpinan dan manajemen perpustakaan. Banyak definisi pakar tentang arti berubah, dua diantaranya yaitu Atkinson dan Brooten. Berubah merupakan kegiatan atau proses yang membuat sesuatu atau seseorang berbeda dengan keadaan sebelumnya (Atkinson,1987). Berubah merupakan proses yang menyebabkan perubahan pola perilaku individu atau institusi (Brooten,1978). Sedangkan Perilaku itu sendiri dapat diartikan sebagai aktivitas manusia yang timbul karena adanya stimulasi dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Notoatmodjo, 2007).

Perubahan prilaku yang terjadi pada manusia banyak sekali macamnya, namun secara umum hanya pada dua kecenderungan besar, yaitu perubahan kearah yang positif dan perubahan kearah yang negatif. Hal positif dan negatif di sini dijadikan patokan normatif masyarakat yang beragama pada umumnya, karena norma agamalah yang paling universal di antara norma-norma yang ada. Karena adanya dua kutub arah perubahan manusia secara umum, maka atas keinginan dan usaha manusia yang bijak, diusahakanlah agar perubahan-perubahan itu terjadi pada diri manusia kearah yang positif, kearah yang baik, dan kearah yang tidak merusak sistem sosial yang sudah mapan. Itulah konsep perubahan perilaku, yaitu usaha yang dilakukan oleh seseorang secara sengaja untuk mengarahkan atau mengubah manusia lain yang masih belum dewasa kearah yang lebih baik di masa yang akan datang (Yusup, 2009:222).

Komunikasi di dalamnya dijelaskan bahwa konsep perubahan perilaku manusia terjadi akibat interaksi atau efek-efek komunikasi dengan lingkungannya, baik lingkungan psikologis, sosial, maupun lingkungan alamiah. Komunikasi adalah suatu proses saat terjadinya penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dalam bentuk verbal maupun nonverbal ataupun secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Komunikasi harus mencakup penyampaian informasi dan pemahaman makna dari pesan tersebut karena pesan berkaitan erat dengan masalah penafsiran bagi yang menerimanya. Komunikasi dianggap berhasil (efektif) jika penerima dan pengirim pesan merasa senang atau puas dengan adanya komunikasi antara mereka, dan terjadi perubahan sikap (perilaku) pada si penerima sesuai dengan keinginan penyampai informasi (Basuki, 2008:155). Apabila pesan yang diterima tidak bisa dipahami oleh penerima maka pesan yang dikirimkan tersebut tidak menjadi informasi. Menurut teori Shannon Weaver informasi bukan sekedar cerita tentang proses perjalanan pesan dari satu sumber ke sumber lain. Informasi bukan sekedar berbicara tentang pesan, tentang media, tentang orang atau tentang konten, namun lebih dari itu. Dalam konteks kekinian informasi bisa dikaitkan dengan perilaku seseorang, dengan kebiasaan seseorang atau dengan semua aspek tentang orang dengan segala keunikannya (Yusup, 2012:196). Dengan demikian konsep perubahan perilaku (sikap) pada diri seseorang atau sekelompok orang berkaitan erat dengan pesan/informasi yang dikomunikasikan melalui media yang digunakannya.

Media merupakan elemen penting yang menjadi pangkal dari perubahan sosial. Media dilihat sebagai kekuatan sosial dari luar yang masuk (atau dimasukkan) ke dalam situasi sosial tertentu dan mengakibatkan efek perubahan beruntun. Kehadiran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses perubahan sosial. Teknologi komunikasi membentuk budaya yang memiliki karakter tertentu dan diberi nama oleh beberapa peneliti sesuai dengan jenis teknologi yang digunakannya. Hal inilah yang menimbulkan pernyataan yang dikatakan oleh Marshal McLuhan dalam slogannya, “*Medium is Massage*” bahwa,

budaya manusia dibentuk oleh bagaimana cara ia berkomunikasi. Perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut yang pada akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Misalnya dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik (McLuhan, 1964: 23-35; 63-67).

3.2. Media Sosial dan Cara Komunikasi Pustakawan di Era Web 2.0

Di dalam *digital natives* (Generasi Digital) terdapat generasi milenia (*Millennial Generation*), generasi ini biasanya selalu *online*, selalu terkoneksi dengan dunia maya; ingin mendapatkan informasi dengan cepat, biasanya mendapatkan informasi secara *online* dan gratis; menciptakan, mengemas dan mengorganisasikan informasi yang didapatnya sendiri dengan jumlah yang sangat banyak, kemudian mendistribusikan dan memasarkan informasi yang dihasilkannya tersebut.

Gadget sebagai salah satu alat komunikasi, sudah menjadi suatu kebutuhan/gaya hidup (*lifestyle*) yang tak terelakkan bagi generasi milenia. Media berukuran mini ini yang mudah digenggam serta dibawa kemana-mana memberikan kemudahan akses informasi yang tersedia di internet. Melalui perangkat inilah generasi milenia mencari informasi. Tentu saja pustakawan harus dapat beradaptasi dengan generasi pengguna *mobile technology* tersebut, dengan mengembangkan konsep layanan perpustakaan yang berbasis *cyberspace* atau layanan yang berbasis *web*. Apabila dilihat dari sisi pengguna, menurut Fatmawati (2012: 41-42) beberapa alasan yang membuat perpustakaan harus segera berbenah dan menyesuaikan *trend* pengguna, antara lain:

1. Sebagian besar pengguna sudah mempunyai laptop dan ponsel maupun *gadget* lainnya.
2. Semua pengguna yang mempunyai *handphone* semakin banyak yang berkemampuan akses internet dan ada fasilitas kameranya.

3. Pengguna *smartdevice*: iPhone, iPad, Galaxy, dan lainnya semakin luas dan murah.
4. Konten digital (*e-Book, videos/podcast*) semakin diminati.
5. Sebelumnya masyarakat lebih dulu tahu *facebook* ketimbang komputer.
6. Generasi saat ini (anak-anak kecil) sudah akrab dengan perangkat *mobile* sebagai mainan pertama.
7. Konten koleksi perpustakaan semakin bertambah, baik dari sisi judul dan jumlahnya
8. Mengurangi antrean pemustaka pada saat membutuhkan informasi.
9. Mengurangi layanan rutin, sehingga pustakawan bisa melakukan layanan lain.

Di era *Libraryweb2.0* membuka berbagai kemungkinan baru untuk membantu pustakawan mengembangkan kompetensinya, terutama bagaimana pustakawan dapat turut mengambil peran membangun kemampuan literasi pemustakanya. Pustakawan harus mengikuti perkembangan TI karena nantinya akan melayani pemustaka seperti jasa rujukan virtual, komunikasi dengan pemakai melalui fasilitas komunikasi misalnya melalui media sosial seperti *facebook, twitter, blog* perpustakaan, dan lain-lain. Jenis-jenis media sosial yang digunakan pustakawan di era web 2.0 berbagai ragam dalam layanan yaitu:

1) *Chat Reference* atau 'Instance messaging' yaitu layanan yang dapat langsung berbungan dengan pustakawan secara *On-line*, tanpa menunggu waktu untuk mendapatkan balasannya.

2) Media Streaming, yaitu salah satu bagian dari layanan Chat Reference, yang menambahkan pangkalan data tutorial dengan bahan ajar On-line (*Peer Reviewed Instructional Material Online / PRIMO*). Dalam prakteknya dapat dilakukan dengan penambahan layanan *Repository Digital*.

3) *Blog dan Wikis*. Blogs untuk perpustakaan-perpustakaan merupakan bentuk lain dari publikasi. Wiki utamanya adalah halaman Web yang terbuka, sehingga setiap orang yang terdaftar dengan Wiki dapat mempublikasikannya, mengembangkannya, dan merubahnya. Hal tersebut dapat merubah kepustakawanan, pengembangan koleksi yang kompleks dan instruksi

keberaksaraan informasi (*information literacy*), yang memungkinkan pemakai mengkatalog buku mereka sendiri dan melihat apa yang dilakukan pemakai lain men-*share*-kan buku tersebut.

4) Jaringan sosial. *MySpace*, *Facebook*, *Delicio.us*, *Frappr* dan *Flicker*, adalah jaringan kerja yang telah menikmati popularitas besar-besaran dalam Web 2.0. Jaringan sosial lain yang patut dilakukan di perpustakaan adalah '*LibraryThing*'

5) Tagging (Pe-*ngetag*-an). Dalam *Library 2.0* pemakai dapat me-*ngetag* koleksi perpustakaan dalam katalog dengan menambahkan kata (Subjek) yang umum dipakai di masyarakat, tanpa membuang subjek yang telah dibuat pustakawan; dan oleh karenanya pemakai berpartisipasi dalam proses pengatalogan. Pe-*ngetag*-an (*Tagging*) membuat penelusuran tambahan menjadi lebih mudah.

6) *RSS Feed*. *RSS Feeds* dan teknologi lainnya yang semacam memberikan kepada pemakai suatu cara untuk mempersatukan dan mempublikasikan kembali isi dari situs lain atau blogs, mengumpulkan isi dari dari situs lain ke dalam suatu tempat tersendiri. Setelah perpustakaan mengkreasikan *RSS Feeds* untuk pemakai untuk melanggannya, termasuk meng *up-date* artikel-artikel baru dalam suatu koleksi, layanan baru, dan isi baru dalam pangkalan data langganan, perpustakaan tersebut juga mempublikasikan kembali isi dari situs mereka.

7) *Mashups*. Mashup adalah aplikasi yang dicangkokkan, dimana dua atau lebih layanan digabung ke dalam satu layanan yang benar-benar baru. *Library 2.0* adalah *mashup*. *Mashup* tersebut adalah suatu blog hibrida (suatu blog yang dihasilkan dari 2 sistem yang berbeda), wikis, media streaming, pengumpul isi, berita instant, dan jaringan sosial. *Library 2.0* mengingatkan pemakai ketika mereka masuk (*Log-in*) kedalam suatu sistem. *Library 2.0* memperbolehkan pemakai mengedit data OPAC dan metadata, menyimpan *tag* pemakai, surat menyurat *instant* dengan pustakawan, memasukkan data wiki dengan pemakai lain, dan mengkatalog semua tentang hal tersebut dengan pemakai lain.

4. Dampak (Implikasi) Adanya Perpustakaan 2.0 terhadap Prilaku Pustakawan di Era *Web 2.0*.

Pustakawan atau dalam bahasa Inggris disebut *Librarian* akan berubah fungsinya menjadi *Cyberarian* karena dia bergerak di alam virtual atau maya, sekaligus juga di alam nyata karena pustakawan masih mengelola buku dalam bentuk cetak dan atau bentuk elektronik seperti CD ROM beserta perkembangannya berupa CD ROM dalam *jukebox*. Perkembangan selanjutnya pustakawan menjadi *Webrarian* karena dia mengelola *Web* beserta perlengkapannya. Disatu sisi tugas pustakawan diringankan oleh berbagai fasilitas TI yang ada namun di segi lain beban pustakawan semakin berat karena informasi tersedia dimana-mana, sehingga kurangnya pengawasan bibliografis.

Pada masa mendatang akan terjadi peningkatan *grey literature* yang akan menyulitkan pustakawan. Kalau pada situasi sekarang ini, dengan dokumen cetak saja pustakawan sudah kewalahan menghadapi *grey literature*, maka dengan keberadaan internet, pustakawan akan semakin kewalahan. Internet sebagai salah satu wadah demokrasi yang memungkinkan siapa saja membuat situs, mengisi, dan menghapusnya akan menimbulkan belantara informasi dan masalah penyimpanannya oleh perpustakaan.

Meningkatnya jumlah *electronic journals*. Majalah elektronik (*electronic journals*) semakin bertambah. Berbeda dengan pandangan umum, sebenarnya tidak semua majalah elektronik dapat diakses secara cuma-cuma. Banyak majalah elektronik yang menetapkan harga langganan yang memaksa pustakawan harus melanggan. Bila ada pandangan yang mengatakan bahwa 70% informasi dapat diperoleh dari internet, maka hal tersebut patut diragukan karena tidak semua informasi tersedia di internet, tidak semuanya dapat diperoleh secara cuma-cuma (Elnumeri, 2014: 133-134).

5. Simpulan

Library 2.0 adalah perpustakaan yang berorientasi pada pemakai dan dikendalikan oleh pemakai seutuhnya yang menyediakan layanan berbasis digital yang sifatnya interaktif. Adanya konsep perpustakaan ini, mengubah paradigma perpustakaan dari yang semula sebagai penyedia informasi hingga sebagai produsen dan pendistribusi informasi. Library

2.0 memberikan akses kemudahan informasi bagi penggunaanya kapanpun dan dimana pun, pengguna berada. Adanya konsep library web 2.0 telah mengubah cara dan perilaku pustakawan di dalam bekerja, dan berkomunikasi, maupun beradaptasi dengan pemustaka. Tantangan pustakawan yang harus di hadapi dalam menyediakan dan menyampaikan informasi pun turut berubah, yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti blog, chat atau instan massaging dan sebagainya, guna untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna jasa perpustakaan. Mengembangkan konsep Library 2.0 harus memiliki seorang pustakawan yang memiliki keahlian dan kecakapan baik yang sifatnya *soft skill* maupun yang *hard skill*. Dengan demikian segala aktivitas layanan informasi yang sediakan di perpustakaan dapat dimanfaatkan oleh pengguna jasa perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Zuntriana. Artikel ***Peran Pustakawan Di Era Library 2.0***. Pustakawan pada Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang
- Blasius Sudarsono. 2009. ***Pustakawan, Cinta dan Teknologi***. Jakarta: Ikatan Sarjana Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia (ISIIP).
- Farli Elnumeri. 2014. ***Senarai Pemikiran Sulistyio Basuki: Profesor Pertama Ilmu Perpustakaan dan Informasi di Indonesia***. Jakarta: Ikatan Sarjana Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia (ISIPII).
- Fatmawati, Endang. (2012). ***Trend terkait M-library untuk Perpustakaan Masa Depan***. Visi Pustaka vol. 14, no. 3, Desember.
- <http://media.kompasiana.com> Akses tgl 30.4. 2018.pukul 14.22 Wita
- Laksmi dkk. 2008. ***Manajemen Perkantoran Modern***. Jakarta: Penaku.

- Mcluhan, Marshall. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, P. 2006, *Library 2.0: The Challenge of Disruptive Information*;
http://www.talis.com/resources/documents/447_Library_2_prf1.pdf, diakses tanggal 8 Desember, 2009.
- Pawit M. Yusup. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pawit M.Yusup. 2012. *Perspektif Manajemen Pengetahuan Informasi, Komunikasi, Pendidikan dan Perpustakaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- PROSIDING: Seminar Lokakarya dan Workshop Kepustakawanan Nasional Indonesia 2015 *Library Move On: Bangga Menjadi Profesional di Dunia Perpustakaan dan informasi*. Bandung: Ikatan Sarjana Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia (ISIIP).
- Purwono. 2013. *Profesi Pustakawan Menghadapi Tantangan Perubahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sri Ati Suwanto. Artikel *Layanan Perpustakaan Elektronik Dengan Konsep Library 2.0*.

STRUGGLING OF WOMEN MASSAGERS IN NUSA DUA TOURISM AREA

Oleh:
Ni Desak Made Santi Diwyarthi

ABSTRACT :

Women are required to play a role or presence in various places, such as in factories, in offices, within social organizations, but must remain in the home environment, in addition to husbands, in the reach of beloved children, in the family environment, and in other social gatherings.

This research seeks to analyze women workers in the informal sector, as well as wives who must take care of the household, they must also play their traditional role in traditional village. Focus of research subjects are women Massagers in Nusa Dua tourism area. The research questions are the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats faced by women workers in informal sector in Nusa Dua tourism area. The method used is the analysis of Stength, Weakness, Oportunity, and Threat are put forward.

The research method is Quantitative by using Likert scale, and data analysis technique is SWOT Analysis. The results show the Internal factors of Strength and Weakness, and External factors namely Opportunity and Threat.

Keywords: Women, workers, informal sector, tourism

INTRODUCTION

Tourism industry is one of the largest foreign exchange earners. Foreign exchange earned from the tourism sector is the only one that does not pollute the environment and does not destroy nature. In this case the government promotes the efforts of foreign exchange through the tourism industry sector considering tourism is an activity that involves a long chain and can mobilize various economic activities of the community, where activities are labor intensive and at the same time become the spread of the distribution of development.

One of the tourist destinations in Indonesia which is excellent among domestic and international tourists is Bali



Island. Bali as a potential tourism area and as a major tourism development center in Indonesia, strived to accommodate the flow of tourists who every year is always increasing. The unique nature, customs and cultural arts possessed by Bali can be used as capital to develop tourism development.

According to Bali Provincial Regulation no. 3 of 2005 on spatial plan of Bali Province, Badung Regency has three tourism area that is Nusa Dua, Kuta, and Tuban. Badung regency also has many tourist attraction and supported by supporting facilities and infrastructure of tourism which is not so surprising if Regency of Badung become one of main destination area of majority of local and foreign tourists compared to other regency in Bali Province.

The development of tourism also brings added value especially to the economic life in producing goods and services needed for tourists. According to Rachman (2005: 4) the major components in the tourism industry include : *Tour and Travel Arrangement, Transportasi, Akomodasi, Restaurant and Catering, Entertainment, Tourist Object and Tourist Attraction, Souvenir Shop, Handicraft, Shopping Center.*

Benoa village is an area that directly intersect with tourism, where the majority of the population is engaged in tourism as well. The development that occurred since 2000, where once the majority of the population are farmers and fishermen, but now working on various sectors of tourism, of course also produce various changes. This includes women with 10,584 people.

In one aspect the informal sector still plays an important role in accommodating the workforce, especially the inexperienced young labor force or the labor force that first entered the labor market. This situation can have a positive impact on reducing open unemployment. But on the other hand it shows symptoms of low productivity levels, as it still uses traditional tools with relatively low levels of education and skills.

Given the role of the informal sector which is quite positive in the development process, it is reasonable for the fate of the workers to think about. Some policies, whether directly or indirectly, to assist the development of the community through the establishment of business activities of workers in the



informal sector has been done. However, there is a tendency for economic activity in the informal sector and the fate of informal sector workers has not changed much. Without undermining the importance of existing policies, the policies commonly employed to large employers may be reduced, then priorities are given to informal sector activities and favor the interests of the community.

The study seeks to expose informal employment activities and provides thought for the promotion of the informal sector and the development of informal business activities, including in order to provide protection for its workers. The main problem in this research is how is the activity of woman workers of informal sector in Nusa Dua?

THEORIES

Research conducted by Bappenas on Worker Profile in the Informal Sector shows that by 2015, the number of informal sector workers covers 82.75% of the total number of workers throughout the existing job classification.

The characteristics of the informal business sector are: Do not have a place of business license (usually only permit from local RW). Capital is not too large, relatively small. The number of workers is not too much. In running the business does not require formal education, special skills but only by experience. The technology used is very simple. Less organized. Business hours are not regular. The scope of his business is small. Generally only dilakukan by family members. Type of business in informal sector are: crafts, trade and services. Production results tend to lower middle segment.

Informal Sector Workers

Understanding the informal sector (Bappenas, 2012) is often associated with the main characteristics of employers and informal sector actors, among others: the main business activity on the independence of the people, using simple technology, the workers mainly come from unpaid family labor, Utilizing local resources, mostly serving the needs of the lower middle class, education and the quality of the resources of the perpetrators are low.



Each worker has different reasons for choosing job field. The following table provides an overview of the motivations and needs that drive people to do an act.

This research is a type of descriptive-quantitative research. According Mardalis (2009: 26) descriptive research is research conducted by recording, interpreting, analyzing and describing the conditions that are applicable today. Quantitative research is a study that does not emphasize the depth of data and can store data as much as possible from a large population (Masyhuri and Zainuddin, 2008: 13).

Descriptive-quantitative research was conducted at Benoa village, which was determined to limit the location to be studied.

RESEARCH METHODS

This research uses observational research method (Sugiyono in Sutrisno Hadi, 1999: 139), Questionnaire (Triton, 2007: 61), Interview (Kusmayadi, 2000, 150), Documentation Study (Sugiyono.2007: 329).

This study uses cluster sampling and is used to determine the sample if the object to be studied or the source is very wide (Sugiyono, 2009: 83). By using this method the researcher can take the population in large quantities scattered in various regions. Methods by means of area sampling were used in this study to determine the selected region as the sample, namely Benoa Village.

Researcher also use method of purposive sampling, that is sample determination technique with certain consideration (Sugiyono, 2009: 85). Researchers use this sampling by determining the sample members of the women who have the Benoa District Identity Card.

Operational Definition of Variables (Kotler) profile of women informal sector workers are: the profile of female informal sector workers in the Nusa Dua Tourism Area, including female merchants, female masseur on the beach, women working in kiosks within Nusa Dua tourism area managed by PT ITDC.

Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of Informal Sector Workers Women in Nusa Dua Bali Tourism Area.



Analysis on the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of Women The informal sector workers in Nusa Dua Bali Tourism Area are conducted by using SWOT analysis. Rangkuti explains (2011), SWOT analysis is the systematic identification of various factors to formulate strategic planning. This analysis is based on logic that maximizes strengths and opportunities, while simultaneously minimizing weaknesses and threats. Strength, weakness, opportunity and threat are the strategic factors that need to be analyzed in the current condition. This is also called situation analysis with SWOT.

SWOT analysis is used to identify internal and external factors, once the factors are identified, weighting and ranking are performed. The weights multiplied by the rating of each factor get scores for these factors. Weight is calculated, 0.0 (not important) to 1.0 (very important). The amount of weight for opportunity and threat is 1.00, as well as the amount of weight and weakness also one. Rating opportunities range from 1 (below average), 2 average, 3 (above average) and 4 (very good), based on the influence of these factors on the condition of the company. The value of the opportunity and threat rating is always contradictory, for example if the threat factor is greater, it is rated 4.

Similarly, the value for strength and weaknes. In the SWOT analysis, based on the score obtained whether there is an opportunity (positive value) or threat (negative), and whether the strength factor outperformed (+) weakness (-) then got 4 quadrant of recommendation. The Cartesian quadrant chart analysis diagram of SWOT, can be seen in Figure 5.2.

Establish weighting based on contribution to the influence of strength or weakness toward achievement of goal. The greater the weight, meaning the higher the contribution / influence on the effectiveness of tourist destinations. Establish a branch by comparing the position of each factor with the main competitor, for the same factor, for example, if the strenght factor is better than the competitor's business, then the branch can be 4 (very good).

According to Rangkuti (2011) Process Preparation of strategic planning in SWOT analysis through 3 stages of analysis are:

1. Data collection phase, both internal and external, such as marketing, production, finance, human resources, economic situation, politics, social culture.
2. Stage Analysis. The values of internal factors and external factors are described in the form of SWOT diagrams by subtracting the value of strength with the value of weakness, and the value of opportunity with the value of the threat. All information is arranged in matrix form, then analyzed to obtain a suitable strategy in optimizing efforts to achieve effective, efficient and sustainable performance. For this purpose SWOT matrix, shown in table 5.3, can be analyzed from 4 existing strategies which are possible for organizations to move forward. What is the strategy of Strengths-Opportunities (SO). Weaknesses-Opportunities (WO) Strategy, Strengths-Threats (ST) strategy or Weaknesses-Threats (WT) strategy.
3. Decision-making Stage, by reviewing the four strategies that have been formulated in the analysis phase. Next decision-making in determining the most profitable, effective and efficient strategy.

Factors included in the SWOT analysis were determined on the basis of the selected theoretical reference. Holloway (1989: 47) describes the distractions, ie factors that cause tourists not to have a positive motivation to visit a particular tourist destination. According to Holloway, if there is no guarantee that the local population is not able to create good relations with tourists, then certainly they will not be motivated to visit the tourist destination. Holloway describes that in order to create a positive motivation for tourists to visit a tourist destination, the participation of local people to create good relationships with tourists is a must.

A description of the various opinions of experts mentioned above can be concluded that SWOT analysis is important for people associated with a tourism destination to recognize, realize and implement the role of community participation, especially local communities in determining the sustainability of a tourist destination.

Madiun's research (2008:) concludes that there are various forms of participation by local communities in tourism destinations in their areas, namely (1) Manipulative participation, (2) community participation that occurs with power and Threats (Coersive participation), (3) Induced community participation, (4) Spontaneous participation.

The availability of qualified resources, the emergence of new paradigms in the development of locally oriented local communities, the influence of discourse that develops among local people, the desire for economic benefits, the influence of modernization in the life of local communities, the prospect of a complementary business in the future, the desire to realize a society that Independent. And the participation of local communities is a form of strength (Strenght) that can mean compliance, economic meaning, the meaning of pluralism and multiculturalism, and the meaning of competition.

RESULTS

A. Internal Factors

1. Strength

Balinese women are known friendly and courteous, Balinese massage is known as a traditional sight in restoring energy and maintaining body fitness, Nusa Dua Tourism Area has been known as world destination, Female massagers on the beaches of Nusa Dua tourism area are competent human resources in tourism, experienced and well trained.

2. Weakness

Trip to Nusa Dua sometimes takes a long time because of traffic jam, Greatly influenced by weather change factors, Boredom could be result from monotonous work, No career development opportunities for women massagers

B. External Factors

1. Opportunity

Participate actively in tourism, Improve experience in tourism, Opportunity to interact with various culture.

2. Threat



Increasing number of other destinations, Offer uniqueness social culture attraction in a new way, Long distance traveled due to congestion, can make tourists feel less comfortable.

Alternative strategies are: Strategy to give greater opportunities for women, Improve the welfare of women massagers, such as inclusion in the program of health and safety insurance, Conduct parent program strategy for women massagers.

The analysis explain that women workers in the informal sector are in quadrant IV then alternative strategies that can be used by various parties related to the existence of women workers in informal sector in Nusa Dua Tourism Area are:

- A. Strategy to give women greater opportunities, such as participate in various meetings with the hotel and PT ITDC, meetings with village authorities related to decision-making related to their existence.
- B. Implementing strategies to improve the welfare of informal sector workers, such as engaging in occupational health and safety insurance programs.
- C. Conduct a foster parent program strategy for informal sector workers

Suggestion

As for some suggestions relating to the research of Women Workers of the Informal Sector in Nusa Dua Tourism Area are as follows:

1.The Government of Benoa Urban Village

Women are an abundant resource, with 10,584 people, from diverse backgrounds, they are able to play an active role in the economy of Benoa Sub-district. It is time to give a bigger role for women, for example in the field of service industry in the form of spa. By improving education and skills in the field of appearance and body fitness, confidence in running daily activities will increase, so that impact on other things as well.

2.The Provincial Tourism Provinces of Bali

Business services in the field of body fitness and appearance is a rapidly growing tourism services business, so it should be worked as one segment of the Bali tourism market. It is based on the average visitor income of beauty and body fitness center in the form of spa, which is Rp 5.000.000, - - Rp 10.000.000, -

3. Nusa Dua Tourism High School Bali

STP Nusa Dua Bali conduct scientific research related to women, especially related to tourism.

REFERENCES

- Abdullah, Irwan, 2006a. *Studi Tubuh, Nalar dan Masyarakat: Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: Tici Press.
- _____. 2006b. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Atmadja, Nengah Bawa, 2010. *Komodifikasi Tubuh Joged Ngebor Bali*. Denpasar: Program Studi Magister dan Doktor Kajian Budaya bekerja sama dengan Pustaka Larasan.
- Barnard, Malcolm, 1996. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Berger, Peter L, dan Thomas Luckmann, 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES.
- Darma Putra, I Nyoman, 2007. *Wanita Bali Tempoe Doeloe: Perspektif Masa Kini*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Dibia, I Wayan, 2003. “Nilai-nilai Estetika Hindu dalam Kesenian Bali”, dalam I.B.G
- Yudha Tri Guna (ed.) *Estetika Hindu dan Pembangunan Bali*. Denpasar: Program Magister Ilmu Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia

- bekeja sama dengan Penerbit Widya Dharma. Halaman 91-110.
- Ibrahim, Idi Subandy, Ed., 1997. *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra. Halaman xiii.
- Ibrahim, Idi Subandi, 2006. “Imaji Perempuan di Media: Representasi dan Idealisasi di Balik Wacana Tubuh”, dalam Alfathri Adlin (Ed.) *Mengeledah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Yogyakarta: Jalasutra. Halaman 265-280.
- Mohammad, Goenawan, 2000. “Tubuh, Melankoli, Proyek”, *Jurnal kebudayaan Kalam*, edisi 15 tahun 2000, hal 5-25.
- Melliana, Annastasia, 2006. *Menjelajahi Tubuh Perempuan Dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS.
- Pilliang, Amir Yasraf, 1999. *Hiper – Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS
- _____. 2004. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna, 2004. *Becoming White: Reperesentasi Ras, Klas, Femininitas dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Bandung: Jala Sutra.

BUDAYA NGABEN BEYA TANEM DI WONGAYA GEDE KECAMATAN PENEHEL KABUPATEN TABANAN PROVINSI BALI

Oleh:
Nengah Aryanatha

Abstrak

Ngaben (*ngaben*) Beya Tanem di Desa Wongaya Gede adalah bentuk upacara keagamaan, terutama dalam mengupacarai jenazah, dengan tujuan mengembalikan unsur fisik (badan kasar) ke lima bhaha maha dan jiwa manusia (*atma*) ke sifat Brahman (Tuhan). Ngaben Beya Tanem sangat unik di antara jenis *ngaben* di Bali, yaitu *ngaben* tanpa membakar jenazah, tapi dengan cara di kuburan. Pemahaman umum tentang *ngaben* adalah membakar *jenazah*. Tradisi ini bila dilihat mundur, muncul sebagai proses *ngaben* di masa lalu, namun kini sudah dimodernisasi demi kepentingan zaman. Meski begitu, masih memiliki perbedaan mendasar, namun filosofinya sama yaitu mengembalikan unsur *panca maha bhuta* dan menjadikan *atman* menjadi *Pitara*/taraf Tuhan.

Kata Kunci: Ngaben Beya Tanem.

A. Pendahuluan

Bali sering dijuluki sebagai pulau seribu pura atau pulau para dewa dengan berbagai kegiatan ritual, yang menyebabkan Bali terkenal di mancanegara. Bali tidak hanya menarik untuk keindahan alam dan keramahan masyarakatnya, tapi juga karena budayanya. Hinduisme sebagai jiwa budaya Bali sangat erat terjalin dan tidak terpisahkan. Ekspresi praktik keagamaan Hindu di Bali muncul dalam tingkah laku dan aktivitas upacara keagamaan yang memberi nuansa kehidupan religius di Pulau Bali.

Ekspresi Bali terlihat saat melakukan upacara keagamaan yang dibungkus dengan budaya. Agama dan budaya merupakan pelengkap eksistensi, sehingga upacara keagamaan di Bali sangat unik. Seperti kematian dalam upacara Hindu di Bali dilakukan



dengan variasi dan tingkat yang berbeda disesuaikan dengan kehidupan sosial masyarakat atau *desa, kala, patra*. Beberapa dimakamkan terlebih dahulu dan beberapa di antaranya langsung dibakar (*ngaben*) disesuaikan dengan kondisi ekonomi seseorang atau individu. Upacara *ngaben* di Wongaya Gede melaksanakan upacara kematian atau *ngaben* yang berbeda dengan upacara *ngaben* pada umumnya, yang tidak membakar *jenazah*/jenazah. *Ngaben* Beya Tanem dengan sistem pemakaman memberikan anggapan bahwa kultivasi desa Wongaya Gede dalam budaya yang berlangsung dari masa prasejarah. Bahkan hingga saat ini masih dipegang oleh Komunitas Wongaya Gede, namun telah mampu mempengaruhi dan mereformasi seiring berjalannya waktu dalam pelaksanaan *ngaben* jenazah, jenazah tetap terkubur dan prosesi disesuaikan dengan efek masuknya budaya sesuai dengan waktu.

Kata *ngaben* di Bali ini berasal dari kata Ngaba + in menjadi *Ngaben*. *Ngaben* bahasa Bali berarti melengkapi atau menyediakan bekal. Tentu dalam hal ini bisa jadi bekal bahan berwujud yang direalisasikan dengan upakara. Upakara ini dalam bentuk *banten* (sesaji), seperti *bade*, *petulangan*, dan lain lain. Upacara *ngaben beya tanem*, persembahan, dan perlengkapan lainnya yang membedakannya adalah kualitas *ngaben* tersebut, sedang, dan besar. Perbedaan ini menunjukkan perbedaan kualitas bahan yang digunakan, namun makna dan tujuannya sama. Selain itu, juga mengucapkan mantra spiritual oleh Ida Pedanda (Sulinggih), serta doa dari keluarga (Putra, 1987/1988: 1; Arwati, 2006: 4; Singgin, 1998: 2).

Dari sudut pandang ini, *ngaben* berarti upacara kembalinya lima unsur *panca maha bhuta* dan atma ke kodrat aslinya. Upacara ini sering disebut *Pitra Yajna* dalam ritual Hindu di Bali. Pelaksanaan *ngaben* di Bali tidak sama, baik proses maupun penggunaan fasilitas. Hal itu terjadi karena masing-masing daerah memiliki budaya yang berbeda yang muncul dalam upacara *ngaben*, terutama masyarakat Hindu di pegunungan dan di dataran. Di daerah pegunungan pada umumnya seperti Wongaya Gede (Tabanan), Kintamani (Bangli), Sembiran (Buleleng), dan lain-lain melakukan upacara *ngaben* yang mengubur orang mati tanpa dibakar. Sebaliknya, di sebagian besar seperti daerah pedesaan yang memiliki ketinggian kurang lebih 350 meter

di atas permukaan laut, upacara *ngaben* dilakukan dengan cara membakar jenazah. Kedua upacara *ngaben* tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu mengembalikan lima unsur *panca maha bhuta*. Selain itu, karena arti upacara ini adalah persembahkan sakral bagi nenek moyangnya, pembayaran hutang kepada nenek moyangnya disebut *Pitra rna*. Utang itu harus dibayar dengan cara melakukan *Pitra Yajna (ngaben)*.

B. Prosesi *Ngaben Beya Tanem*

Upacara *ngaben Beya Tanem* di Desa Gede Wongaya dilakukan berdasarkan keberadaan jenazah, jenis *ngaben Beya Tanem* dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, sebagai berikut:

1. *Sawaprateka*: *ngaben jenazah* yang masih ada. Ada *jenazah* atau *ngaben* dengan *jenazah*.
2. *Nyawawedana*: upacara pengolahan roh atau jiwa. *Ngaben Nyawawedana* adalah *ngaben* tanpa *jenazah*.
3. *Pranawa*, upacara *ngaben* yang lebih kecil dari upacara *ngaben* lainnya. Namun, kualitasnya sama, tergantung pada implementasinya. Upacara *ngaben* *Pranawa* bisa dibedakan, sebagai berikut: (a) *Sawapranawa* adalah upacara *ngaben jenazah* di tingkat utama setara dengan upacara *ngaben* umum yang disebut *ngwangun*, di tingkat menengah (*intermediate*). Pelaksanaan upacara ini tidak jauh berbeda dengan pelaksanaan upacara *ngaben ngwangun*. Satu-satunya perbedaan adalah penggunaan *upakara (penawaran)*, yaitu: *wadab (bade)*, *damar layon*, *ancak saji* di *balai semangen*, *tumpang salu*, dan *palelengkungan*. (b) *Toya Pranawa*, adalah upacara *ngaben* di tingkat menengah, prosedur pelaksanaannya adalah *kusa pranawa*. *Penawaran* ini tidak menggunakan *ancak saji* di *balai semangen*, tapi menggunakan: *damar kurung*, *damar layon (angenan)*, *tumpang salu*, *papalengkungan*, dan peti mati. (c) *Kusa Pranawa* adalah upacara *ngaben* yang menggunakan *pengawak* dari *Ambengan* (meniru tubuh dengan beberapa jenis rumput). Hal ini bisa dilakukan baik dengan tubuh atau tidak. Prasarananya : *damar kurung*, *damar layon*, *tumpang salu*, *papalengkungan*, dan peti mati. (d) *Supta Pranawa*, upacara *ngaben* yang

pelaksanaannya lebih kecil dari pada upacara *ngaben toya Pranawa*, dengan *sesajen*: tidak *pakai ukur* (pangerekaan uang bolong), pakai peti mati, *damar kurung*, *damar awam*, *papaga* hanya untuk membawa *jenazah*. *Geni Pranawa* adalah upacara *ngaben* yang paling kecil dan pelaksanaannya berlangsung di Setra/kuburan seluruhnya. Prasarana dan sarana digunakan: *damar layon (angenan)*, peti mati, *papaga* sebagai pengangkut jenazah ke Setra/kuburan.

4. *Astiwedana* adalah upacara *ngaben* yang memproses tulang. Hal ini dilakukan karena *jenazah* almarhum dikubur terlebih dahulu yang kerap dirujuk ke makingsan atau dikubur tanpa upacara *ngaben*. Kemudian keluarga yang masih hidup ingin memproses upacara *ngaben* dengan mengangkat tulang mereka dari kuburan. Di *Lontar Purana Yama Tattwa* disebutkan bahwa seharusnya tidak memproses tulang jenazah yang dikuburkan dan dibangkitkan kembali dari kubur. Dikatakan di lontar, *tawulan* adalah perwujudan dari *bhuta cuil* dan tidak boleh disucikan. Meski tulangnya digali dan dibakar bersamaan dengan *pengawak*, tidak dikuburkan tulangnya, namun hanya ikut dibakar di *pengawak* (Sudarsana, 2002: 77 - 185) .

C. Mersihin Sawa (Mandi jenazah)

Proses mersihin sawa (mandi jenazah) pada upacara *ngaben Beya Tanem* tidak jauh berbeda dengan *mersihin sawa* atau mandi *jenazah* secara umum. Untuk lebih jelasnya, dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tahap pertama adalah mengambil jenazah dari tempat tidur dimana jenazah diletakkan, lalu diletakkan di atas *pepaga*/palankeen yang terbuat dari anyaman bambu. Di sinilah jenazah dimandikan dengan berbagai sarana prasarana upakara memandikan jenazah. *Mersihin* atau memandikan jenazah adalah rangkaian upacara *Pitra Yajna* paling awal. Upacara ini merupakan kewajiban keluarga (ahli waris) untuk memandikan jenazah dalam bentuk ritual mandi. Upacara ini sangat bervariasi

menurut tradisi (*dresta*), terutama *purwa dresta* (tradisi kuno), *loka dresta* (tradisi lokal), atau adat sesuai dengan kepercayaan lokal. Namun, tujuan dan fungsinya sama. Memandikan jenazah dalam upacara *ngaben Beya Tanem* di Desa Wongaya Gede adalah sebagai berikut: Yang pertama adalah meletakkan kain putih di atas tempat mandi jenazah. Kain putih merupakan simbol sebagai leluhur. Bentuk *rerajahan* yang dipasang di atas badan pembersih seperti ini: *ulap-ulap*, *Rurub Kajang*. Langkah selanjutnya adalah memasang pepaga (balai *padyusan*) yang diisi dengan tikar, pakaian, bantal, dan daun pisang ikik. Kemudian, diikuti menurunkan jenazah dari balai adat. Pakaian yang digunakan oleh jenazah harus dilepas. Di atas *papaga* ini jenazah sudah dibersihkan. Jenazah dimandikan secara fisik seperti orang masih hidup pakai sabun. Hal yang paling penting dalam upacara ini adalah mandi spiritual, yang menggunakan tatanan upacara, cara memandikan jenazah pada umumnya. Alat ini digunakan dalam prosesi seremonial untuk memandikan jenazah. Itu dimulai dengan *keramas*, begitu pula jenazah seperti orang hidup yang menggunakan bahan *ambuh* dari daun dapdap yang dicampur dengan kelapa yang dilumatkan atau digiling. Dengan perkembangan zaman itu digunakan sampo untuk mencuci rambut jenazah. Setelah dicuci dengan air bersih dan dilanjutkan dengan air *kumkuman*, yaitu air yang diisi dengan berbagai bunga, dilanjutkan dengan parfum/bablonyoh/*boreh miyik* dan parfum. *Sigsig* digunakan untuk membersihkan mulut jenazah yang terbuat dari *jajan begina*, yang bertujuan membersihkan mulut seperti orang yang masih hidup. Dilanjutkan dengan menggunakan *bablonyoh putih kuning*, yang fungsinya membersihkan seluruh tubuh jenazah. Sekapa adalah sejenis umbi-umbian yang tumbuh batangnya yang sedikit membahana. Tanaman ini tumbuh bermusim, yaitu saat musim hujan.

- b. Tahap *kedua* setelah memandikan *jenazah* dan membungkus kain putih, dan pakaian diberikan sesuai dengan almarhum orang (pria atau wanita) dan disembah oleh keluarga yang harus beribadah.

- c. Tahap *ketiga* setelah digulung tikar, *jenazah* itu ditempatkan lagi di tempat yang disebut *tumpang salu*. Selanjutnya beberapa persembahan ditawarkan, seperti persembahan *banten teben*, 2 saji, 1 *bebangkit*, 1 *uriaga*, 1 *pisang jati*, 2 *bunga gayah*, 1 *tutuan besik ibu sugih*, 1 *kabemben*, *sok cegceg*, *teterag*, *sorohan dadua*, dan di bawah *segehang gede*. Di sinilah letak salah satu perbedaan *ngaben Beya Tanem* di tingkat utama dengan dua tingkat *ngaben* lainnya *Beya Tanem*.
- d. Tahap *keempat* adalah upacara di *jenazah* yang diletakkan. Upacara selanjutnya adalah *nyiramang skab* (menyucikan *skab*) ke tempat yang sakral, biasanya disesuaikan dengan situasi kondisi desa. Di desa Wangaya Gede dilakukan di *beji* (tempat khusus mata air) dan kemudian menunggu hari upacara *ngaben Beya Tanem*.
Demikianlah prosesi upacara *mersihin sawa*.

Proses selanjutnya adalah melakukan upacara *masakapan*, upacara yang digelar sehari sebelum upacara *beya tanem*. Upacara tersebut digelar seperti pada alat yang digunakan dalam upacara *ngaben Beya Tanem* tingkat utama, seperti teratai, *памуспан*, *petulangan* (bentuknya mungkin berupa banteng, singa, dan yang lainnya), sepasang ogoh-ogoh (pria dan wanita).

D. Sarana Upacara *Ngaben Beya Tanem*

Secara umum, upacara *ngaben* biasanya dilihat sarananya, seperti bade sebagai alat untuk mengusung jenazah dibawa ke *Setra* (pemakaman). Pada upacara *ngaben Beya Tanem* di desa Wongaya Gede, sarana atau alatnya sebagai berikut:

1. *Bade*.

Bade berfungsi untuk membawa *jenazah* tersebut dibawa ke *Setra*/kuburan. Banyak variasi *Bade* tergantung pada klen masyarakat, terutama masyarakat yang masih fanatik mengenai sistem kelas sosial, ketimbang bentuk *bade* yang digunakan untuk menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan. Arsitektur semua ini telah diatur dalam lontar “*Asta Kosala – Kosali?*” sesuai pemanfaatannya. Selain itu, *bade* menunjukkan status sosial seseorang di masyarakat. Apalagi pada zaman Kerajaan Gelgel dan Klungkung di abad XV - XVII (Kaler, 1997: 82). Jenis *Bade*

yang diperbolehkan dan penggunaan yang wajar oleh seseorang ditentukan berdasarkan statusnya dalam sistem sosial jaman itu. Status atau posisi sosial yang lebih tinggi di masyarakat, semakin "meriah" juga jenis *Bade* yang digunakan. Jadi, itu adalah ketentuan dari pemimpin (raja). Namun, peraturan ini tidak dikeluarkan oleh menteri sebagai Adi Guru Loka atau guru atau untuk membimbing orang-orang dalam kehidupan religius, namun dikeluarkan oleh raja sebagai guru wisesa (Kaler, 1997: 82



2. *Pamuspaan*.

Pamuspaan adalah bentuk *bilik matumpang* bertingkat (*multilevel bade*) seperti *Meru* yang berfungsi sebagai tempat *Pitara* (jiwa) untuk sementara yang telah dimurnikan sebelumnya. Selain itu, juga sebagai tempat sementara para dewa menyaksikan upacara *ngaben* yang digelar. *Pamuspaan* hanya dibuat saat melaksanakan upacara *ngaben* besar

3. *Kakenjer*.

Kakenjer terbuat dari sepotong bambu kecil batangan berisi. Bentuknya menyerupai orang-orangan sawah, seperti bentuk manusia yang hanya memakai kemeja dan bentuk kepalanya yang terbuat dari anyaman bambu, tidak ada mata, hidung, mulut, dan telinga.

4. *Ogoh - ogoh.*

Ogoh-ogoh dibuat dari jerami menyerupai manusia lengkap yang memiliki tangan, kaki, kepala, mata, telinga, hidung, mulut, dan lain-lain. *Ogoh-ogoh* dibuat sepasang, seperti suami dan istri, yang melambangkan *purusa* dan *pradana* yang berarti bahwa upacara *ngaben* diadakan untuk mengembalikan unsur *purusa* dan *pradana* ke asalnya.

5. *Damar Kurung.*

Damar kurung terbuat dari anyaman bambu sedemikian rupa. Bentuknya oval dan dihiasi dengan kertas berwarna di dalamnya ada sejenis lampu yang terisi bahan bakar dari minyak kelapa. Kemudian digantung menggunakan tiang bambu dan dipasang di pintu depan, setelah upacara *pangeringkesan* atau memandi *jenezah*. Dinyalakan setiap malam sampai hari upacara *ngaben*. Ini memberikan gambaran umum tentang pelaksanaan upacara *ngaben* bahwa adalah upacara *ngaben* besar. Damar Kurung ini melambangkan pencahayaan untuk Sang Hyang Atma untuk perjalanan menuju alam suci (swah loka).

6. *Patulangan.*

Patulangan ini bermacam-macam bentuknya tergantung dari posisi sosial orang yang meninggal di masyarakat. *Petulangan* ini juga diarak mengelilingi *Desa Pakraman* (desa). Fenomena tersebut adalah pengaruh Hindu yang terlihat pada masa Bali Majapahit (1343 - 1558) saat kedatangan seorang pendeta ke Bali, yaitu Dang Hyang Dwijendra. Dia sebagai seorang pendeta dan juga penasihat raja, yang memberikan pemahaman tentang pelaksanaan ajaran agama yang meluas. Secara tidak langsung memengaruhi raja untuk membedakan dirinya dalam status pelaksanaan upacara *ngaben* yang terjadi sebagai perbedaan dalam penggunaan *bade*. Saat seorang raja meninggal, menggunakan *wadah* bertingkat sebelas, keluarga lain dengan sembilan tingkat, perdana menteri dengan tujuh tingkat, dan begitu menyesuaikan diri dengan posisinya di kerajaan. Sebaliknya, orang biasa bisa menggunakan *Jempana* atau *bade* sederhana.

E. Upacara Ngarorasin atau Mamukur

Kata '*Ngarorasin*', yang berasal dari kata '*roras*' yang berarti dua belas, lalu mendapat imbuhan '*nga*', dan supfiks '*dalam*' menjadi '*ngarorasin*' (kata kerja) untuk melakukan sesuatu yang memiliki makna pada hari kedua belas. *Ngarorasin* erat kaitannya dengan upacara *ngaben*. Upacara ini biasanya dilakukan dalam jangka waktu dua belas hari setelah upacara pembakaran atau penguburan (Warna, 1978: 482). Namun, kondisinya sangat berbeda sekarang, situasi ini tidak luput dari pengaruh era globalisasi modern. Kehidupan orang sekarang sangat kompleks dan selalu mendapat perhitungan agar efisien dalam hal waktu, ekonomi, energi, dan lain-lain.

Upacara *Mamukur* yang beberapa orang menyebutnya juga upacara *maparoras*, mungkin awalnya diambil dari pemahaman bahwa upacara mamukur harus dilakukan pada hari kedua belas *Palebon* atau *pakutangan* atau upacara *ngaben*. Pandangan semacam itu juga bisa mengilhami upacara *sraddha* yang dilakukan di Majapahit dua belas tahun pertama setelah *pengabenan*. Upacara *Sraddha* adalah upacara ke tempat-tempat para raja jiwa di sebuah kuil *padharman* yang juga disebut *dhinarma* (Purwita, 2001: 4).

Untuk itu, terjadi ambiguitas antara upacara *ngarorasin* dalam arti mamukur dengan *ngarorasin* setelah upacara *ngaben*. Istilah *Ngarorasin* didefinisikan sebagai proses pembersihan atau pemurnian tempat dan alat yang digunakan pada saat *ngaben*.

F. Tujuan Mamukur

Upacara ini merupakan lanjutan dari upacara *ngaben*. Upacara *ngaben* adalah proses pemisahan *suksma sarira* dengan *stula sarira* (tubuh halus dengan tubuh kasar), dan upacara *ngaben* adalah mengembalikan unsur-unsur *panca maha bhuta*, Tujuan upacara *mamukur* adalah memperbaiki kembali kesucian roh (jiwa) sampai tingkat Tuhan yang berada di alam *Dewa Pitara* atau surga (Purwita, 2001: 8). Saat jiwa dari upacara *ngaben* baru sampai di tingkat *Dewa Pitara* yang berasal dari *bhvah loka*, semangatnya kemudian hanya setengah suci atau dalam bahasa Bali disebut *Kedas* (bersih dari kotoran atau benda kasar/stulasarira), belum sepenuhnya tercapai. Dalam upacara mamukur ada perpisahan antara *jivatman* dan *Antahkarana* sehingga *jivatman* (jiwa) disebut

Dewa Pitara dan berada di planet dewa atau *swah loka* (*Swarga*). Dengan demikian, upacara *mamukur* disebut upacara *atma nedana*.

Upacara *mamukur* adalah upacara *ngaben* lanjutan. Upacara *Mamukur* merupakan kewajiban yang dilakukan oleh ahli waris dengan tujuan untuk memimpin jiwa orang mati untuk mencapai surga (*swah loka*). Jika jiwa sudah di *swah loka* daripada status jiwa meningkat dari *pitara* menjadi *dewa pitara*. Jika jiwa sudah berada di planet dewa, jiwa akan menjelma lagi muncul sebagai manusia untuk memperbaiki tindakannya sebelum saat masih hidup. Artinya, jiwa berinkarnasi akan melakukan *subhakarma* mereka (tindakan yang baik) untuk bisa memperbaiki diri untuk menjadi orang yang lebih baik dan jiwanya akan bangkit dan menjadi satu atau bersatu dengan *paramatma* (Ida Sang Hyang Widhi). Jika tidak diikuti dengan upacara *memukur*, jiwa mereka akan melayang tidak bisa berinkarnasi atau tidak bisa digabungkan dengan paramatma karena atma masih terikat oleh *suksma sarira*, yaitu *citta* (*thought*), *budhi* (intelekt), *manas* (pikiran), dan *ahamkara* (ego).

Upacara *Memukur* bisa diimplementasikan dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Upacara *Memukur* diadakan segera setelah upacara *ngaben* dan *nganyud* (menghnyutkan abu ke laut). Upacara ini disebut *ngelanus* (upacara selesai dalam satu hari meski sampai tengah malam).
2. Upacara *Memukur* dengan *nandang mantra*, artinya upacara *mamukur* diadakan sehari setelah *ngaben*.
3. Upacara *Memukur* diadakan tiga hari, dua belas hari, dan empat puluh dua hari setelah hari *ngaben*, jangan pilih hari yang baik. Upacara *Memukur* ini dilakukan sesuai dengan *sasengker* (batas waktu).
4. Upacara *Mekukur* bisa dilakukan dengan memilih waktu tertentu (selamat siang). Orang Bali sudah memanggil *ngawaka ngawangun*. Upacara seperti ini bisa dilakukan, baik secara individu maupun bersama (kolektif) atau *ngiring ke Grya*

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wirawan, I Made. 2011. *Tri Hita Karana Kajian Teologi Sosiologi dan Ekologi Menurut Weda*. Surabaya. Paramita Surabaya.
- Masmuh. 2008. *Komunikasi Organisasi dalam Persepektif Teori dan Paktek*. Malang. Universitas Muhammadiyah.
- Panitia. 1978. *Kamus Bali - Indonesia*. Dinas Pengajaran Tingkat I.
- Poloma, M.M. *Sosiologi Kontemporer*. Terjemahan Tim Penerjemah Yasogama. Jakarta: PT Raja Grasindo Persada.
- Pudja dan Rai Sudharta. 1973. *Manawa Dharma Sastra (Manu Dhramacstra) atau Weda Smrti Compedium Hukum Hindu*. Jakarta. Lembaga Terjemahan Kitab Suci Weda.
- Pudja. 2004. *Bhagavad Gita (Pancamo Veda)*. Surabaya. Paramita.
- Ritzer G. dan Goodman D.J. 2007. *Teori Sosiologi Edisi Modern ke 6*. Terjemahan Alimandan. Jakarta: Prenada Media Group.
- Usman, Husaini. 2008. *Manajemen Teori Praktik & Riset Pendidikan*. PT. Bumi Aksara, Jakarta Timur.



PERAN BANTEN *BYAKALA* (*BYAKAON*) SEBAGAI SIMBOL PENTING DALAM UPACARA KEAGAMAAN DARI PERSPEKTIF MAKNA DAN TUJUAN

Oleh:

Ni Made Budiasih

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penerangan Agama
Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

Abstrak

Pada jaman modern ini, perilaku dan sifat-sifat negative dari manusia. Unsur negative manusia ini, sangat terlihat dan semakin banyak kasus yang terjadi karenanya. Upacara keagamaan Hindu di Bali terdapat *banten* sebagai sarana penetralisir unsur negative seperti jenis *banten* penyucian salah satunya *Banten Byakala* sebagai lambang penyucian lahiriah. Setiap Upacara *yadnya* umumnya selalu diawali dengan Upacara pembersihan atau penyucian pada tahap awal. Penyucian itu meliputi dua macam. Penyucian yang bermakna lahiriah dan penyucian yang bermakna rohaniah. *Banten byakala* adalah *banten* yang melambangkan upacara penyucian lahiriah. *Banten byakala* terdiri dari bahan yang hampir semuanya memiliki makna penyucian. Peran *Banten byakala* menjadi sangat penting. Edialnya sebelum mengawali suatu upacara seharusnya melewati proses penyucian. Selain sebagai sarana penyucian, *Banten byakala* juga penting dalam upacara *yadnya*. Karena dapat digambarkan sebagai berbagai simbol yang mengawali sebuah upacara. Karena sebagai simbol mengawali maka jika tidak ada *banten byakala*, maka upacara tidak dapat dimulai dan dilaksanakan.

Kata Kunci: *penyucian, banten, byakala.*

PENDAHULUAN

Di jaman modern ini semakin terlihat jelas unsur – unsur negative baik dari alam maupun manusia, hal ini sebaiknya semakin ditingkatkanlah prosesi penyucian ini. Karena sekarang semakin banyak orang yang tidak mengerti dan sembarangan dalam bertindak tanpa menyadari bahwa perbuatannya telah mengotori diri sendiri maupun alam secara lahiriah dan rohaniah dengan berbagai perbuatan yang melanggar dari aturan



keagamaan untuk itu dalam upacara Hindu di Bali untuk menjalin komunikasi yang baik antara alam Manusia, Bhuta, dan Dewa untuk menyucikan kembali ketiga alam tersebut maka dibuatlah *Banten Penyucian*.

Banten adalah tata cara *yajna* (persembahan) yang berasal dari jaman Veda dan berakar pada Tantra. Tata cara *yajna* ini dibawa dari India ke nusantara oleh Maharsi Agastya (abad ke-4 M) dan Maharsi Markandeya (abad ke-8 M), dengan disesuaikan dengan keadaan dan situasi lokal. Lalu seiring waktu *banten* ini terus dikembangkan oleh orang-orang suci lokal, seperti (kalau khususnya di Bali) oleh Mpu Sangkulputih, Mpu Jiwaya, Danghyang Nirartha, dll.

1. *Banten* sebagai *Yantra*.

Yantra adalah sebuah teknologi spiritual. *Yantra* mewujudkan simbol-simbol suci dari misalnya alam semesta, kesadaran, para dewa-dewi, dan lain-lain. Selaras dengan isi Lontar *Yadnya Parakerti*, bisa disimpulkan bahwa *banten* adalah *yantra*, yaitu simbol-simbol mistik yang berfungsi sebagai *kanal* (saluran) penghubung dengan para dewa-dewi dan Brahman. Simbol-simbol ini dalam *banten* (seperti halnya *yantra*), diwujudkan dalam tata letak perpaduan warna, bunga-bunga, biji-bijian, dan unsur-unsur lainnya dalam *banten*.

2. *Banten* sebagai Mantra.

Banten adalah mantra yang diwujudkan dalam bentuk fisik. Tujuannya agar lebih kuat, sehingga apa yang diharapkan dapat lebih mudah terwujud. Beberapa contoh *banten* sebagai perwujudan fisik mantra, misalnya :

Byakala , perwujudan mantra Rig Veda V.82.5

Om visvani deva savitar, duritani para suva, yad bhadram tanna a suva
[Brahman sebagai cahaya realitas mahasuci, jauhkanlah segala energi jahat dan berkahi kami dengan yangjig terbaik].

3. *Banten* sebagai *yajna* (persembahan)

Bisa dikatakan bahwa secara umum landasan pokok dari *yajna* adalah welas asih dan rasa terimakasih, ke semua arah dan



semua loka (alam semesta). Apa-apa yang didapatkan dalam hidup ini, dikembalikan dalam bentuk persembahan suci (*mebanten, yajna, upakara*). Aktifitas ini bukannya tidak ada efeknya. Bagi orang-orang yang mata bathinnya sudah terbuka, akan bisa melihat vibrasi kosmik kesucian dan kedamaian di Pulau Bali yang sungguh luar biasa.

4. *Banten* sebagai sastra (ajaran dharma).

Pada jaman dahulu sarana komunikasi tidaklah semudah sekarang. Tidak ada percetakan yang dalam sekejap bisa mencetak ribuan buku, tidak ada internet. Terlebih lagi jaman dahulu banyak sekali orang yang buta huruf. Sehingga oleh para *tetua* yang bijak, ajaran *dharma* diletakkan atau "disembunyikan" di dalam *banten*.

Banten adalah ajaran *dharma* dalam bentuk simbol-simbol yang mona (diam), seperti halnya huruf-huruf tulisan yang diam. Tapi seandainya cukup memahami *sasabaning tukang banten*, lalu disaat *mejejaitan*, maka *banten* itu dengan sendirinya akan banyak menuturkan berbagai ajaran *dharma* yang selaras dengan Veda dan Vedanta. Misalnya pada *banten* itu ada *reringgitan* dan *tetuwasan* yang melambangkan keteguhan bathin. Ini bermakna sebagai wujud keteguhan bathin di dalam menghadapi berbagai bentuk godaan kehidupan.

Dalam keadaan banyak sekali hambatan untuk meneruskan ajaran dharma secara tertulis di jaman dahulu, para *tetua* yang bijak mengharapkan ajaran dapat ditanamkan ke dalam lubuk hati secara motorik, melalui pembuatan *banten*.

5. *Banten* sebagai sarana untuk membuat segala sesuatu menjadi baik.

Ada berbagai macam tata-cara *banten* sesuai tujuannya, yaitu sebagai sarana penyucian, sarana *somya* [harmonisasi], dari pikiran gelap menuju terang, dari keadaan suram menuju sejahtera, dari bencana menuju aman-tenteram. Secara garis besar, inilah tujuan tertinggi dari *banten*, yaitu membuat segala sesuatu menjadi baik. Tidak ada tujuan lainnya lagi yang lebih penting.

Misalnya *banten* sebagai sarana *somya* (harmonisasi). Alam semesta berada dalam pengaruh vibrasi energi kosmik yang bersifat *tri guna* (tiga sifat alam), yaitu : *sattvam*, *rajas* dan *tamas*. Sehingga tidak hanya manusia yang memiliki tingkatan-tingkatan spiritual, tapi alam sekitar lingkungan juga. Ketika melakukan persembahan, vibrasi energi yang muncul dari persembahan mengurai vibrasi unsur *rajas-tamas* di alam, sekaligus membangkitkan dan meningkatkan vibrasi unsur *sattvam*. Sehingga memurnikan vibrasi kosmik alam sekitarnya.

Upacara keagamaan Hindu di Bali terdapat *banten byakala* sebagai lambang penyucian lahiriah. Setiap Upacara *yadnya* umumnya selalu diawali dengan Upacara pembersihan atau penyucian tahap awal. Penyucian itu meliputi dua macam. Ada penyucian yang bermakna lahiriah dan ada penyucian yang bermakna rohaniah. *Banten byakala* adalah *banten* yang melambangkan upacara penyucian lahiriah. Upacara yang melambangkan penyucian lahiriah ini dilengkapi dengan upacara penyucian rohaniah dengan menggunakan *upakara* atau *banten prayascitta*. Dalam setiap upacara di Bali sebaiknya berisi upacara penyucian ini karena sebelum melakukan upacara suci sebaiknya sifat negative dari *bhuana* agung maupun *bhuana* alit dinetralkan agar saat upacara utama dilaksanakan terjadi suasana yang positif dan acara upacara keagamaan dapat berjalan dengan baik.

PEMBAHASAN

Banten byakala berperan sangat penting di dalam rangkaian upacara keagamaan, sebagai contoh dalam upacara *manusa yadnya* seperti otonan *banten byakala* menjadi simbol penyucian secara lahiriah sehingga Banten Byakala dilakukan paling awal dan sebagai pembuka dari rangkaian upacara selanjutnya. Upacara otonan *banten byakala* yang bersaranakan *tepung tawar* sebagai sarana penawar (penetralisasi) kekuatan negatif yang ada di dalam *angga sarira* (badan). Dilanjutkan dengan *kekosot/kekosok* yang biasanya terbuat dari *muncuk* daun pandan, atau alang-alang. *Kekosot* ini dilakukan dengan cara mengosokkannya dengan kedua telapak tangan, sehingga *kekosok* tersebut menggosok kencang. Maknanya adalah simbolis dari menggosok atau membersihkan lapisan lapisan kekotoran yang ada pada diri manusia secara lahir batin. Pengosokan dari *kekosok* ini juga diyakini akan



memunculkan angin *baret* (angin kencang) bahkan angin ribut (*ngelinus*) secara niskala. Angin *niskala* ini diharapkan mampu menghempaskan dan menerbangkan segala kekotoran (*mala*), segala penyakit (*rogba*), segala penderitaan (*lara*), yang melekat pada jasmani dan rohani yang bersangkutan. Setelah itu dilakukan memberikan benang *barak* (merah) di kaki, sebagai simbol *ngeseng* (membakar) dari *sehananing mala* (segala kekotoran) yang ada dalam diri manusia baik secara lahir maupun batin. Dilanjutkan dengan *natab biakaon*, yakni *ayunan* tangan diarahkan ke kaki atau ke bawah. Hal ini sebagai simbol pelepasan mala agar kembali ke *Sanghyang Ibu Pertiwi*. Simbolisasinya adalah ke arah kaki, karena kaki sebagai organ tubuh yang setiap saat kontak dengan bumi atau pertiwi. Oleh sebab itulah, natab *biakaon* sering disebut dengan natab *batis*.

Banten byakala dapat menjadi symbol dari pengesahan/persatuan yang dilaksanakan pada upacara *manusa yadnya* yaitu pawiwahan atau pernikahan. *Banten byakala* menjadi penting karena sebelum pasangan dapat melakukan *patemu semayan* (melakukan hubungan suami istri secara sah), pasangan harus diupacarai dengan *banten byakala* terlebih dahulu agar hubungan mereka menjadi sah secara lahiriah dan dapat dinyatakan resmi dan telah diperbolehkan melakukan hubungan selayaknya suami istri secara sah. *Banten byakala* dalam pawiwahan menjadi awal pengesahan sehingga pasangan terkait dapat melanjutkan upacara ke tahap selanjutnya.

Banten byakala dapat menjadi simbol penetralisir unsur negative yang dilaksanakan pada upacara *dewa yadnya* dan *bhuta yadnya*. *Banten byakala* diaturkan paling pertama dengan ciri dihidupkannya penimpug (3 buah bambu yang kedua sisinya masih utuh sehingga saat dibakar akan menimbulkan suara ledakan), hal ini bertujuan untuk mengundang unsur *bhuta kala* agar datang ke tempat upacara dan diberikan persembahan sehingga unsur *bhuta* di alam dapat dikendalikan dan tidak menimbulkan hal yang tidak diinginkan sehingga upacara *dewa yadnya* maupun *bhuta yadnya* setelahnya dapat dilakukan dengan baik karena alam (unsur *bhuta*) telah dinetralisir.

Banten byakala dapat menjadi symbol pembuka jalan yang dilaksanakan pada upacara *pitra yadnya* dan *rsi yadnya*. Sama seperti

dalam Yadnya yang lain, Banten Byakala mengawali rangkaian upacara *pitra yadnya* dan *rsi yadnya*. Namun dalam *yadnya* ini, *banten byakala* berfungsi sebagai pembuka jalan sehingga dalam konsepnya disini, *banten byakala* menjadi kunci utama untuk memasuki prosesi upacara *pitra yadnya* maupun *rsi yadnya*. Tanpa symbol pembukaan jalan oleh *banten byakala* maka prosesi upacara yang lebih condong kearah persembahan kepada leluhur, tidak dapat terlaksana karena belum terbukanya jalan antara manusia yang menghaturkan *yadnya* dengan leluhur maupun guru (baik *pitra* maupun *rsi*) yang menerima *yadnya*.

Secara umum, *banten byakala* ini terdiri beberapa unsur yang hampir semuanya melambangkan suatu proses penyucian yang bersifat lahiriah. *Banten byakala* ini dibuat dengan alas menggunakan *ayakan* dalam bahasa Bali namanya *sidi*. Penggunaan *Sidi* atau *ayakan* ini sangat jelas fungsinya dalam kehidupan sehari-hari. *Ayakan* ini alat untuk menyaring tepung beras untuk mendapatkan tepung yang halus. Hal ini melambangkan tujuan *banten byakala* ini adalah untuk menyaring wujud yang kasar menjadi lebih halus. Upacara *byakala* untuk meningkatkan sifat-sifat *bhuta kala* dari yang kasar menjadi lebih halus untuk membantu manusia dalam menangani berbagai pekerjaan dalam rangka beryadnya.

Di atas *ayakan* itu diletakan *kulit sesayut*. *Kulit sesayut* itu dibuat dari daun janur yang masih hijau yang disebut *selepan*. *Kulit sesayut* itu bentuknya *bundar* dengan garis tengah antara dua puluh lima sampai tiga puluh centimeter. Dibuat dari *selepan* dengan cara *maiseh* berkeliling sehingga bentuknya menjadi bundar. Bentuk ini juga melambangkan hidup di dunia *sakala* ini diusahakan dengan cara bertahap dengan rencana yang matang menuju tujuan yang semakin baik. *Bentuk kulit sesayut* itu memang sejalan dengan arti istilah *sesayut*.

Istilah *sesayut* ini berasal dari kata “Ayu” yang artinya selamat atau rahayu. Kata “Ayu” ini mendapat *penganter dwi purwa* lalu menjadi *sesayu*. Dari *sesayu* itu mendapat reduplikasi “t” lalu menjadilah *sesayut* yang artinya menuju kerahayuan. Dengan *kulit sesayut* itu telah tergambar bahwa tujuan *banten byakala* itu adalah merubah keadaan dari yang kurang baik menjadi lebih baik. Dari yang kotor menjadi bersih dan suci tahap demi tahap. Perlengkapan berikutnya adalah menggunakan *kulit peras pandan*



berduri. Pandan berduri itu disebut *pandan wong*. Istilah peras dalam lontar *yadnya prakerti* artinya *prasadha*. *Prasadha* artinya sukses dengan mengendalikan *Tri Guna*. Dengan mengendalikan *Tri Gunadi Bhuwana Alit* dan *Bhuwana Agung* akan mendapat kekuatan yang tangguh untuk menyucikan kekotoran yang bersifat sekala ini.

Pandan wong adalah pandan lambang senjata untuk melindungi kebenaran yang diperjuangkan oleh manusia. Bersih dalam artian sakala adalah segala sesuatunya berada dalam keadaan seimbang sesuai dengan posisi, proporsi, dan fungsi masing-masing. Misalnya dalam pekarangan rumah. Meskipun ada sampah dan kotoran lainnya, sepanjang semuanya itu berada pada tempatnya masing-masing, seperti sampah berada pada tempat sampah, kotoran manusia berada pada tempat pembuangannya, limbah keluarga tersalur lewat salurannya yang sudah disiapkan untuk itu. Hal yang seperti itulah yang disebut bersih. Bersih dalam artian sekala bukanlah berarti sama sekali tidak ada yang kotor dalam lingkungan hidup.

Banten byakala dilengkai dengan *nasi metajuh* dan *nasi metimpuh*. *Nasi* ini dibuat dengan *nasi* dan garam serta lauk-pauk lainnya. *Nasi* tersebut dibungkus dengan daun pisang sedemikian rupa sehingga ada yang berbentuk segi empat (*nasi metajuh*) dan segi tiga (*nasi metimpuh*). Membungkus nasi dengan lauk-pauknya dalam dua bentuk tadi dengan menggunakan daun pisang. *Nasi* dalam dua bentuk itu melambangkan isi alam yang dibutuhkan oleh manusia sehari-hari. Isi alam tersebut patut dilindungi dari pencemaran *bhuta kala*. Daun pisang yang dijadikan pembungkus itu lambang perlindungan dari pengaruh *bhuta kala*.

Hal ini diceritakan dalam Mahabharata. Dalam perang *bharata yudha* diceritakan Duryudana dipanggil oleh ibunya Dewi Gandhari. Duryudana disuruh oleh ibunya menghadap waktu malam hari dalam keadaan telanjang bulat. Atas nasehat Sri Krishna maka Duryudana tidak jadi menghadap ibunya dalam keadaan telanjang bulat. Karena hal itu sangat tidak pantas dilakukan oleh seorang anak yang sudah dewasa bahkan sudah beristri dihadapan ibunya. Hal ini memang atas nasehat Sri Krishna.

Duryudana akhirnya menghadap ibunya dengan menutup bagian badannya yang terlarang dengan daun pisang. Begitu

Duryudana menghadap ibunya, lalu Dewi Gandhari membuka tutup matanya untuk memancarkan kesaktian pada Duryudana agar Duryudana menjadi teguh tidak tembus segala macam senjata. Karena ada bagian tubuhnya yang tidak telanjang maka bagian itulah yang tidak teguh. Saat Duryudana bertempur dengan Bima bagian tubuhnya yang tidak teguh itulah yang dipukul oleh Gadanya Bima. Duryudana pun roboh dan terus gugur dalam medan pertempuran. Berdasarkan kisah inilah yang menyebabkan daun pisang diyakini memiliki kekuatan untuk menolak kekuatan negatif seperti *bhuta kala* itu agar dapat dimenyucikan lingkungan atau *somia*.

Banten hyakala juga menggunakan *sampian* yang disebut *lis alit* atau *lis bebuu* sebagai *lis pabyakalaan*. *Lis bebuu* ini sangat berbeda dengan *lis senjata* atau juga *lis amu amu* yang dipergunakan dalam *banten prayascitta*. *Sampian lis bebuu* ini lambang alam dalam keadaan seimbang. Dalam *sampian lis* ini terdapat beberapa *sampian jejahitan* seperti *tangga menek*, *tangga turun*, *jan sesapi*, *ancak bingin*, *alang-alang*, *tipat pusu*, *tipat tulud*, *basang wayah basang nguda*, *tampak*, *tipat lelasan*, *tipat lepas* dan yang lainnya. Itu dibungkus dijadikan satu dengan sebuah *jejahitan* yang bernama *takep jit* terus diikat menjadi satu sehingga berbentuk *base tampelan*. Diisi *urung tipat kukur*. Menurut *mantram lis bebuu* ini tujuan penggunaan *lis* ini untuk menghilangkan *dasa mala*, yaitu sepuluh perbuatan yang kotor yang tidak layak dilakukan.

Dasa mala ini diuraikan dalam kitab Slokantra. 84, yaitu: *tandri*, *kleda*, *leja*, *kutla*, *kubaka*, *metraya*, *megata*, *ragastri*, *bhaksa bhuvana* dan *kimburu*. Itulah sepuluh jenis perbuatan yang dianggap kotor atau *mala* yang menghalangi seseorang mencapai karunia Tuhan. Dalam *banten hyakala* digunakan juga *sampian padma* lambang senjata Dewa Siwa sebagai pembasmi yang bersifat negatif seperti *dasa mala* tersebut. Dengan *banten hyakala* ini diwujudkan kesucian secara *sakala* dengan menata segala sesuatunya sesuai dengan posisi, proporsi, fungsi, dan profesi masing-masing. Keadaan itulah yang akan melahirkan keadaan yang harmonis. Keadaan yang harmonis itulah keadaan yang dianggap bersih untuk ditingkatkan menuju kesucian *niskala*.

Mantra Ngaturang Byakaon/ Byakala:

Alternatif Pertama :



Om pukulun sang kala kali, puniki ta pabyakala nira, sang yajamana, katur ring sang kala kali, sira ta reka pukulun, angeluarana sakueh ikang kala kecarik. Kala pati, kala lara, lara karogan, kala ujar, kala pepugan, kala gringgingan, kala sepetan, kala kechang kingan, kala brahma, kala undar-andir, mekadi sekuah ikang kala ingena, keluarana denira bhataras Siva, mekadi betara betari, lah sama mata sang kala-kali, mundur sedulur maring ipun sang abayakala, den ipun anutugaken tunuh, tunggumen denira sang Hyang Premana, ketekan sari nadyanipun.

Om siddhirastu ya namah swaha.

Alternatif Kedua :

Pakulun batara kala, batara kala sakti, sang kala petak, sang kala bang, sang kala jenar, sang kala ireng, sang kala manca warna, sang kala karogan-rogan, sang kala sepetan, sang kala gering, sang kala pati, sira sang sedahan kala kabeh, aja sira anyungkalen sang Hyang Deva, muang manusanira ring mrecapada, aluara sira ring prewatek sang Hyang Deva, iki buktin sira kabeh, iki tadah sajninira pilih abelanira soang-soang pasang sarga sira ring batara Siva

Ong sang kala kali bya bakta ya namah, Ong ksama sampurna ya namah.

Om sarwa kala ksama sampurna ya namah swaha.

PENUTUP

SIMPULAN

Banten byakala merupakan *banten* yang penting dalam upacara *panca yadnya* dan dapat menjadi berbagai *simbol* berbeda dalam setiap upacara tergantung dari makna dan tujuan upacara tersebut. *Banten byakala* selalu mengawali setiap rangkaian upacara keagamaan sehingga *banten byakala* menjadi penting karena sebelum *banten byakala* dihaturkan/prosesinya dilaksanakan, maka rangkaian upacara tidak dapat dimulai dan dilanjutkan.

Banten byakala dapat menjadi simbol penyucian dan pengesahan pada upacara *manusa yadnya*. *Banten byakala* dapat menjadi simbol penetralisir pada upacara *dewa yadnya* dan *bhuta yadnya*, sedangkan pada upacara *pitra yadnya* dan *rsi yadnya*, *banten byakala* menjadi simbol pembuka jalan.

Walaupun *banten byakala* dapat menjadi berbagai simbolik dalam berbagai *yadnya*, namun peran terpenting *banten byakala* memiliki makna sebagai *banten* yang mengawali prosesi rangkaian upacara *yadnya*, dengan tujuan dilaksanakannya prosesi



menghaturkan *banten byakala* yaitu menjadi *pemahayu* atau *banten* yang dibuat agar rangkaian upacara setelahnya secara keseluruhan dapat berjalan dengan lancar, baik, dan sempurna, tanpa adanya unsur yang menggagu karena diawal sudah diupayakan dicegah dengan prosesi *byakala* ini.

SARAN

Dalam upacara keagamaan khususnya *panca yadnya*, setiap orang melaksanakannya secara tulus ikhlas menghaturkan *yadnya* dan Bakti mereka kepada *sang* yang dihaturkan *yadnya*. *Banten byakala* menjadi *banten* awal yang diharapkan dapat memperlancara tujuan baik tersebut. Namun tetap setiap *yadnya* harusnya dilakukan secara seimbang dalam kedua unsur secara dan niskala, dalam unsur *niskala* dengan *banten* dan dalam unsur Sekala dengan perbuatan *taring* yang menghaturkan *yadnya*. Maka diharapkan dalam menghaturkan *yadnya* dihimbau dengan hati yang tulus ikhlas tanpa ada maksud dan tujuan yang tidak baik agar *yadnya* tetap dapat berjalan dengan baik dan tidak kehilangan makna sesungguhnya.

Banten byakala dapat memberikan keharmonisan dengan unsur *Dewa*, *Manusa*, *Pitra*, *Rsi*, dan *Bhuta* namun secara sekala juga harus melakukan hal yang seimbang untuk mempertahankan keharmonisan tersebut misal dengan unsur *bhuta* (alam) harus tetap menjaga lingkungan sekitar, dengan unsur *Manusia* harus menjaga hubungan dan menghindari perbuatan yang melanggar batasan, dalam unsur *Dewa* harus menjaga kesucian dan menghindari kegiatan yang sekiranya dapat menimbulkan *kecemeran*, dalam unsur *Pitra* dan *Rsi* harus tetap bhakti dan ingat karena tidak akan noda tanpa adanya beliau.

DAFTAR PUSTAKA

- Kajeng. 1991. *Sarasamuscaya, Alih Bahasa*. Mayangsari: Jakarta.
Mantra, Ida Bagus. 1967. *Bhagawad Gita, Alih Bahasa*. PHDIP.
Mardiarsito. L., 1978. *Kamus Jawa Kuna Indonesia*. Nusa Indah: Ende Flores.
Puja, I Gde dan Rai Sudharta, Cok, 1977/1978. *Manawa Dharmasastra, Alih Bahasa*, Departemen Agama.R.I.: Jakarta.
Semadi Astra, dkk, 1984. *Kamus Kecil Sansekerta Indonesia*. Pemda Bali.



- Titib, I Made, 2000. *Teologi Hindu dan Simbol-Simbol dalam Agama Hindu*. Paramita: Surabaya.
- Titib, I Made, 1998. *Weda Sabda Suci Pedoman Praktis Kehidupan*. Paramita. Surabaya.
- Wiana, I Ketut, 1995. *Yadnya dan Bhakti Dari Sudut pandang Agama Hindu*. Pustaka Manik Geni: Denpasar.
- Wiana, I Ketut, 2001. *Makna Upacara Yadnya Dalam Agama Hindu Jilid I*. Paramita: Surabaya.
- Wiana, I Ketut, 2009. *Suksmaning Banten*. Paramita: Surabaya.

PERKEMBANGAN MANFAAT DAN KELEMAHAN *E-COMMERCE*

Oleh
Dewa Ketut Wisnawa
dwkwesnawa@yahoo.com



ABSTRAK

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya dunia baru yang disebut duniamaya. Di duniamaya, setiap individu memiliki bakat dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. Globalisasi yang sempurna sebenarnya telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi serta paling cepat tumbuh. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet lebih dikenal dengan nama e-business dan E-commerce. Melalui E-commerce, seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di duniamaya.

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan tindakan ekonomi seperti misalnya melakukan jual-beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merembesnya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang

dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet.

Keberadaan *E-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *E-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *E-commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Oleh karena itu, jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.

PEMBAHASAN

1.1 Pengertian *E-commerce*

E-commerce adalah dalam satu website menyediakan atau dapat melakukan Transaksi secara *online* atau juga bisa merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet yang terdapat website yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*“. *E-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan) .

Adapun pendapat mengenai pengertian *E-commerce* bahwa *E-commerce* mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauan lebih sempit. dimana *E-commerce* adalah subperangkat dari E-Bisnis. Cara pembayarannya: melalui



transfer uang secara digital seperti melalui account paypal atau kartu credit Sedangkan, E-Bisnis mengacu pada internet tapi jangkauan lebih luas. Area bisnisnya terjadi ketika perusahaan atau individu berkomunikasi dengan *klien* atau nasabah melalui e-mail tapi pemasaran atau penjualan di lakukan dengan internet. dengan begitu dapat memberikan keuntungan berupa keamanan fleksibilitas dan efisiensi. cara pembayarannya yaitu dengan melalui pembayaran digital secara E-Gold dan sudah di akui di seluruh dunia dalam melakukan transaksi *online*. Pada umumnya pengunjung *Website* dapat melihat barang atau produk yang dijual secara *online* (24 jam sehari) serta dapat melakukan *correspondence* dengan pihak penjual atau pemilik *website* yang dilakukan melalui email.

Dalam prakteknya, berbelanja di web memerlukan koneksi ke internet dan *browser* yang mendukung transaksi elektronik yang aman, seperti *Microsoft Internet Explorer* dan *Netscape Navigator*. Microsoft dan Netscape, bekerja sama dengan perusahaan kartu kredit (Visa dan Master Card), serta perusahaan-perusahaan internet security (seperti Veri Sign), telah membuat standar enkripsi khusus yang membuat transaksi melalui web menjadi sangat aman. Bahkan, Visa dan Master Card menyediakan jaminan keamanan 100% kepada pengguna credit cardnya yang menggunakan e-com.

E-commerce memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan *E-commerce*, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu. Bagi usaha kecil dan menengah, dengan menggunakan *E-commerce* dapat menawarkan sesuatu yang berkualitas dan terjangkau serta memiliki kepercayaan diri menghadapi pesaing. Biaya tidak kemudian menjadi kendala utama, tetapi yang terpenting bagaimana usaha kecil dan menengah dapat menunjukkan produk atau jasa yang ditawarkan melalui websitenya dan dapat dilakukan melalui penjualan secara *online*.

Dengan menggunakan *E-commerce*, produsen dapat merubah daftar harga atau melakukan kustomisasi produk atau jasa yang ditawarkan dan terinformasikan secara cepat melalui website. Sesuatu yang biasanya memerlukan waktu yang lama untuk

dilaksanakan atau diintegrasikan, dengan *E-commerce* menjadi lebih cepat. Melakukan model usaha yang inovatif atau melakukan *re-engineering*, melaksanakan spesialisasi dengan derajat yang tinggi atau meningkatkan produktivitas dan perhatian terhadap pelanggan, bukan sesuatu yang tidak mungkin dengan *E-commerce*. *E-commerce* juga bermanfaat dalam membangun database pelanggan yang komprehensif. Produsen dapat mempunyai informasi tentang pola pemesanan yang dilakukan pelanggan dan mengelolanya sebagai informasi yang berharga. Database tersebut akan membantu produsen saat melakukan pemasaran dan strategi promosi agar dapat tepat sasaran.

Dalam konteks hubungan dengan mitra bisnis, *E-commerce* membantu dalam mengurangi inefisiensi yang mungkin terjadi dalam rantai penawaran, mengurangi kebutuhan untuk membuat inventory dan menghindari keterlambatan pengiriman. Sehingga produsen mempunyai kepercayaan diri tentang usaha yang dijalankan dalam melakukan kerjasama dengan pemasok dan perusahaan jasa. *E-commerce* secara *inherent* akan menyederhanakan dan mengotomatisasi proses bisnis yang mendukung, menggabungkan dengan kecepatan dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dalam hubungannya dengan pelanggan, *E-commerce* membantu dalam memfasilitasi kegiatan pembelian yang nyaman. *E-commerce* dapat menghemat waktu pelanggan dibandingkan jika pelanggan tersebut melakukan pembelian secara *off-line*. Seringkali pelanggan membayar lebih murah untuk harga produk tertentu dibandingkan jika pelanggan membelinya secara *off-line*.

Meskipun memiliki beberapa keuntungan, penggunaan *E-commerce* juga menghadapi kendala. Melakukan kegiatan transaksi secara *online* berarti pelanggan akan terpaksa menyediakan sejumlah informasi pribadi yang dipersyaratkan oleh penjual. Persyaratan ini tentunya dapat mengganggu kerahasiaan dan menimbulkan *issu* tentang keamanan dari informasi yang disediakan. Protokol untuk proses tertentu yang belum *standard*, *bandwith* telekomunikasi yang terbatas dan keterbatasan *software* yang digunakan, merupakan beberapa *issu* teknis yang mengakibatkan *E-commerce* masih kurang terintegrasi dengan sistem IT yang kontemporer.

Disamping kendala teknis, isu non teknis juga menjadi kendala dalam penggunaan *E-commerce*. Masih banyak pembeli yang tidak percaya dan susah merubah kebiasaannya untuk bertransaksi tanpa bertemu langsung dengan penjualnya dan menggunakan kertas yang terbatas (*paperless*). Menurut Marhum Djauhari (2009), berdasarkan kenyataan bahwa hukum sering berdasar pada obyek fisik maka hal ini akan menimbulkan masalah yang serius terhadap bisnis karena ketidak pastian hukum dari proses tersebut. Status hukum dari transaksi yang dibentuk secara otomatis, belumlah jelas. Apakah mungkin untuk sebuah perjanjian atau yang lebih umum, prosedur hukum dibuat oleh sebuah komputer.

Di samping hal tersebut di atas, seperti bisnis online yang sangat bergantung pada *internet*, *web server* dan *aplikasi* berbasis *web* untuk sehari-hari dalam bisnis, maka *web hosting* sangat penting untuk kelangsungan hidup dan keberhasilan usaha. Keamanan yang ketat dan kuat, kehandalan sempurna, integritas data dan *downtime* seminimal mungkin adalah kriteria utama untuk memilih *E-commerce web hosting*.

Sebuah *E-commerce webhosting* membutuhkan tingkat keamanan yang tinggi karena berhubungan dengan transaksi keuangan yang berjalan setiap hari. Sebuah kesalahan kecil dapat berubah menjadi kesalahan fatal yang membuat kerugian besar bagi pemilik bisnis. Apalagi saat ini semakin marak kejahatan *cyber*, *website E-commerce* menimbulkan tantangan lebih dari penyusup yang tidak sah dan *hacker cyber*. Orang-orang ini bisa menyedot uang secara ilegal jika sistem keamanan *webhosting* yang dipilih lemah. Karena itulah wajib memilih *webhosting* dengan sistem keamanan yang tepat di tempat yang terbaik (Jakarta WebHosting, 2011).

2.2 Kelemahan & Kendala *E-commerce*

Menurut survey yang dilakukan oleh CommerceNet para pembeli/pembelanja belum menaruh kepercayaan kepada *E-commerce*, mereka tidak dapat menemukan apa yang mereka cari di *E-commerce*, belum ada cara yang mudah dan sederhana untuk membayar. Di samping itu, surfing di *E-commerce* belum lancar betul.

Pelanggan *E-commerce* masih takut ada pencuri kartu kredit, rahasia informasi personal mereka menjadi terbuka, dan kinerja jaringan yang kurang baik. Umumnya pembeli masih belum yakin bahwa akan menguntungkan dengan menyambung ke Internet, mencari situs *shopping*, menunggu *download* gambar, mencoba mengerti bagaimana cara memesan sesuatu, dan kemudian harus takut apakah nomor kartu kredit mereka di ambil oleh *hacker*. Tampaknya untuk meyakinkan pelanggan ini, *e-merchant* harus melakukan banyak proses pemandaian pelanggan. Untuk sistem bisnis-ke-bisnis, isu yang ada memang tidak sepele di atas, akan tetapi tetap ada isu-isu serius. Seperti para pengusaha belum punya model yang baik bagaimana cara mensetup situs *E-commerce* mereka, mereka mengalami kesulitan untuk melakukan *sharing* antara informasi yang diperoleh *online* dengan aplikasi bisnis lainnya. Masalah yang barangkali menjadi kendala utama adalah ide untuk *sharing* informasi bisnis kepada pelanggan dan *supplier* – hal ini merupakan strategi utama dalam sistem *E-commerce* bisnis ke bisnis. Kunci utama untuk memecahkan masalah adalah merchant harus menghentikan pemikiran bahwa dengan cara menopangkan diri pada Java Applets maka semua masalah akan *solved*, padahal kenyataannya adalah sebetulnya Merchant harus me-restrukturisasi operasi mereka untuk mengambil keuntungan maksimal dari *E-commerce*.

Banyak kasus, sebuah perusahaan *E-commerce* bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor yang termasuk:

1. Menyediakan harga kompetitif
2. Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat, dan ramah.
3. Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas.
4. Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon.
5. Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian.
6. Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan, dan lain-lain.

7. Mempermudah kegiatan perdagangan.

2.3 Hubungan Hukum Antar Pelaku *E-commerce*

Dalam bidang hukum misalnya, hingga saat ini Indonesia belum memiliki perangkat hukum yang mengakomodasi perkembangan *E-commerce*. Padahal pranata hukum merupakan salah satu ornamen utama dalam bisnis. Dengan tiadanya regulasi khusus yang mengatur mengatur perjanjian virtual, maka secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet tersebut akan diatur oleh hukum perjanjian non-elektronik yang berlaku.

Hukum perjanjian Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak berdasarkan pasal 1338 KUHPerd. Asas ini memberi kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian untuk menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian. Dengan demikian para pihak yang membuat perjanjian dapat mengatur sendiri hubungan hukum di antara mereka.

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, *E-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat.

Di dalam hukum perikatan Indonesia dikenal apa yang disebut ketentuan hukum pelengkap. Ketentuan tersebut tersedia untuk dipergunakan oleh para pihak yang membuat perjanjian apabila ternyata perjanjian yang dibuat mengenai sesuatu hal ternyata kurang lengkap atau belum mengatur sesuatu hal. Ketentuan hukum pelengkap itu terdiri dari ketentuan umum dan ketentuan khusus untuk jenis perjanjian tertentu.

Jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHP erd, sedangkan *E-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual-beli yang diatur dalam Buku III KUHP erd berlaku sebagai dasar hukum aktifitas *E-commerce* di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi *E-commerce* tersebut timbul sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut. Akan tetapi permasalahannya tidaklah sesederhana itu. *E-*

commerce merupakan model perjanjian jual-beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual-beli konvensional, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual-beli konvensional akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *E-commerce*. Oleh karena itu, perlu analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam KUHPerd dan KUHD sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat *E-commerce* atau perlu regulasi khusus yang mengatur tentang *E-commerce*.

SIMPULAN

Pengembangan aplikasi *E-commerce* bagi sebuah perusahaan atau lembaga merupakan proses yang cukup kompleks. Melibatkan beberapa organisasi atau situs dalam penanganan sekuriti dan otorisasi. Popularitas *e-business* di penghujung abad 20 dan di awal milenium baru ini sesungguhnya ditunjang oleh tiga faktor pemicu utama, yaitu (1) faktor pasar dan ekonomi, diantaranya kompetisi yang semakin intensif, perekonomian global, kesepakatan dagang regional, dan kekuasaan konsumen yang semakin bertambah besar, (2) faktor sosial dan lingkungan, seperti perubahan karakteristik angkatan kerja, deregulasi pemerintah, kesadaran dan tuntutan akan praktis etis, kesadaran dan tuntutan akan praktis etis, kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan, dan perubahan politik, dan (3) faktor teknologi, meliputi singkatnya usia siklus hidup produk dan teknologi, inovasi yang muncul hampir setiap waktu, *information overload*, dan berkurangnya rasio biaya teknologi terhadap kinerja.

Perangkat lunak aplikasi *E-commerce* dalam Dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk dengan harga yang lebih murah. Jenis antarmuka web dipilih dengan pertimbangan fleksibilitas implementasi perangkat lunak ini yang dapat dilakukan di jaringan intranet maupun internet, kemudahan untuk *deployment*, serta kemampuan *crossplatform*.

3.2 Simpuln



Pengembangan aplikasi *E-commerce* bagi sebuah perusahaan/lembaga merupakan proses yang cukup kompleks. Melibatkan beberapa organisasi/situs dalam penanganan sekuriti dan otorisasi. Perangkat lunak aplikasi *E-commerce* dalam dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk dengan harga yang lebih murah. Jenis antarmuka web dipilih dengan pertimbangan fleksibilitas implementasi perangkat lunak ini yang dapat dilakukan di jaringan intranet maupun internet, kemudahan untuk deployment, serta kemampuan cross platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2008. Industri Pakan Ternak Indonesia (Industri Profil). Indonesian Commercial Newsletter. Mei 2008.
- Anonymous. 2009. Penerapan *E-commerce* untuk Meningkatkan Nilai Tambah (Added Value) bagi Perusahaan. <http://aninasukmajati.wordpress.com>. Diakses : 22 July 2011.
- Anonymous. 2010. Laporan Produksi Feedmill 2009. Dirjen Peternakan, Departemen Pertanian Republik Indonesia.
- Anonymous. 2011. Cara Mudah Belanja *E-commerce* ke Luar Negeri. <http://www.diptara.com/2011/07/cara-mudah-belanja-E-commerce-ke-luar.html?showComment=1313328396324#c4972188189390166687>
- Anonymous. 10 Free *E-commerce* Software. <http://infomation.blog.com/E-commerce/#comment-39>
- Anonymous. Membuat Toko Online dengan 10 CMS *E-commerce* Open Source <http://wayjar.com/membuat-toko-online-dengan-10-cms-ecommerce-open-source/comment-page-1/#comment-1105>
- Alisjahbana, B. 2009. Internet dan *E-commerce* Untuk Koperasi dan UKM. Seminar UKM 25 Nopember 2009.



- Almilia, L. S. dan Robahi L. 2009, Penerapan *E-commerce* Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan.
- Arfans. 2001. Mode-Model Bisnis *E-commerce*.
<http://www.amazonku.com/tag/model-model-bisnis-E-commerce/>
- Budiarto, H. 2009 Electronic Commerce Systems. Materi kuliah Management Information System
- Fadli. *E-commerce*. <http://fadli-tn.info/blog/E-commerce/#comment-262>
- Indrajit, E., Richardus. 2001. Electronic Commerce: Konsep dan Strategi Bisnis di Dunia Maya. Elex Media Komputindo.
- Jakarta Web Hosting. 2001. Sukses E commerce :Ketepatan Memilih Webhosting.
<http://www.jakartawebhosting.com/blog/shared-hosting/sukses-E-commerce-ketepatan-memilih-webhosting/#more-856>
- Laksito. R.D. 2011. 10 Pertanyaan Tentang *E-commerce* <http://ryandwilaksito.blog.unsoed.ac.id/2011/05/18/10-pertanyaan-tentang-E-commerce/comment-page-1/#comment-368>
- O'Brien, James. 2002. Introduction to Information System. The McGraw-Hills Companies. USA.
- Rizdan 2001. Tips Memilih Hosting Untuk Bisnis Online.
<http://www.rizdancreative.net/tips-memilih-hosting-untuk-bisnis-online#comment-1387>
- Siregar R.R. 2010. *Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan E-commerce*. <http://blog.trisakti.ac.id>
- Sunggiardi, Michael S., 2009 Kiat kiat pemasaran Kiat-Online untuk UKM. Seminar UKM 25 Nopember 2009
- Suyanto, M. 2003, Strategi Periklanan pada *E-commerce* Perusahaan Top Dunia. Andi Yogyakarta
- Wibawa, H. 2010. Perkembangan, Manfaat, dan Kelemahan *E-commerce* <http://mhs.blog.ui.ac.id/hari.wibawa/2010/10/28/perkembangan-manfaat-dan-kelemahan-E-commerce/#comment-56>

Zifan. 2001. Membuat toko online ecommerce dengan
wordpress [http://ini-apa.com/2011/02/membuat-
toko-online-ecommerce-dengan-
wordpress/#comment-6428](http://ini-apa.com/2011/02/membuat-toko-online-ecommerce-dengan-wordpress/#comment-6428)

KEBANGKITAN *ENTERPRENEUR* MUDA DALAM INDUSTRI KREATIF DI ERA MILENEAL

Oleh:

I Made Adi Surya Pradnya

Abstrak



Generasi muda adalah penerus bangsa, serta diharapkan dapat memajukan negerinya, dengan melahirkan banyak *entrepreneur*, sebab Indonesia telah tertinggal secara kuantitas daripada Malaysia dan Singapura. Oleh karena itu, zaman milineal adalah yang sangat ketat mengejar ketertinggalan, inilah zaman kebangkitan *entrepreneur* muda di Indonesia dan peran komunikasi adalah penentu utama dalam mengubah paradigma generasi muda yang biasanya menjadi *employer* agar dapat menjadi pembisnis ataupun investor.

Memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu internet dengan media sosialnya sangat memudahkan generasi muda mendapatkan ide kreatif yang akan dijual dalam barang dan jasa, salah satu untuk menggali impian itu adalah dengan SMART (*Specific, Measurable, Antusiasable, Reasonable, dan Time Limit*), selain itu memanfaatkan bisnis *online* dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu *hoby*, jalan-jalan, *riszet* dan kepedulian. Dengan demikian kreatifitas generasi muda dapat mengubah setiap passion, menjadi peluang dan setiap peluang menjadi uang.

Kata Kunci: Kebangkitan Enterpreneur Muda, Industri Kreatif, zaman milineal

I. PENDAHULUAN

Perubahan adalah kebangkitan dan ketakutan, bangkit bagi mereka yang ingin berubah dan ketakutan bagi mereka yang telah mapan. Kompetisi berakhir ketika yang bangkit berubah, mengejar ketertinggalan, melihat peluang dan mengalahkan yang mapan. Sedangkan yang ketakutan hanya berpikir aman atau membuat manuver untuk mempertahankan *comfort zone*-nya, apabila tidak mampu bertahan, maka merekapun ditinggalkan. Oleh karena itu, diperlukan agility yang dalam literature ilmiah disebut juga dengan dynamic capability, yang dimaknai sebagai kualitas pengendus yang cepat terhadap berbagai ancaman dan kesempatan, pemecah masalah dan kemampuan merubah dalam menata "*resource base*" (Kasali, 2017: 6)

Kompetisi di era yang serba cepat, telah merontokan perusahaan-perusahaan besar, seperti Nokia yang telah berjaya, begitu juga aplikasi Blackberry dengan BBM telah cepat berganti, sehingga perusahaan besar yang tidak segera berubah dan cepat

mengejar teknologi yang baru, maka menghadapi hal yang sama seperti perusahaan besar lainnya. Pidato CEO Nokia, Steven Elop saat melepas bisnis divisi *smartphone* perusahaan itu kepada microsoft, mengatakan “kami tidak melakukan kesalahan apapun, tetapi entah bagaimana, kami kalah” pidato terakhir Elop disampaikan sambil bercucuran air mata (Kasali, 2018: 62).

Keadaan yang cepat berubah ini, sangat menguntungkan generasi muda dan inilah kesempatan menggantikan perusahaan besar. Kesempatan ini tidak perlu disiasikan, perlu respon cepat. Oleh karena itu, generasi milenial dengan kemajuan teknologi adalah kebangkitan entrepreneur muda untuk mengembangkan diri dalam bisnis industri kreatif. Persoalanya, sudah siapkan generasi muda mengambil langkah dalam bidang kewirausahaan? Atau masihkah generasi muda hanya menunggu menjadi *employer* di swasta maupun negeri?. Inilah tantangan generasi muda Indonesia, namun dengan berdirinya Gojek, Bukalapak, dan Tokopedia, adalah pembuktian generasi muda telah mampu eksis dalam perubahan arah bisnis, semoga menjadi inspirasi anak muda Indonesia untuk merubah nasibnya, menjadi *entrepreneur* ataupun investor.

Bisnis konvensional yang telah mapan kini perlahan-lahan mulai ditinggalkan, semua telah berubah menjadi bisnis *online*, komunikasi menjadi lebih cepat dan mudah diakses. Kemajuan komunikasi *online* telah merubah paradigma bisnis dari yang nyata menjadi maya, sehingga perusahaan besar kebingungan menghadapi musuh yang tidak kelihatan. Inipun menjadi ancaman bagi Mall-Mall besar di Indonesia, sebab untuk membeli baju, sepatu, jam tangan dan kebutuhan lainnya sudah tersedia secara online dengan harga yang super murah, kualitas yang baik, dikirim langsung ke rumah dengan cepat. Begitu juga pedagang dan pengusaha untuk media marketing tidak membutuhkan uang banyak, cukup membeli paket internet, telah mampu meraup ratusan ribu bahkan puluhan juta keuntungan tiap bulannya. Inilah cara gaul menambah penghasilan dan meningkatkan omzet, ini adalah zaman generasi muda, seharusnya generasi muda lebih peka dan memanfaatkan *smartphone* untuk bisnis dan mengurangi penggunaan untuk hal yang tidak menguntungkan secara finansial.

II. PEMBAHASAN

2.1 Generasi Milineal: Kesempatan Generasi Muda Merubah Nasib

Generasi milineal adalah generasi kreatif dan anak muda memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi kemampuan untuk mengembangkan diri. Generasi muda adalah harapan bangsa dan telah tercantum dalam undang-undang, sehingga Pendidikan menjadi skala prioritas bagi pemerintah untuk mencerdaskan generasi muda Indonesia, bahkan dana APBN 20% digunakan untuk menyempurnakan Pendidikan di Indonesia. Namun demikian Pendidikan finansial bukanlah menjadi fokus mata pelajaran bagi siswa/siswi, mereka hanya diajarkan ilmu formal secara keseluruhan, tanpa Pendidikan berbisnis ataupun kewirausahaan sejak dini. Oleh karena itu, diperlukan Pendidikan formal dan nonformal untuk dapat menumbuhkan kecerdasan keuangan atau IQ Keuangan, sebab dengan IQ keuangan dapat membuat orang merubah nasibnya dari miskin menjadi kaya (Kiyosaki, 2018: xvi)

Meskipun demikian dengan kemajuan pengetahuan dan teknologi, generasi muda dapat mengembangkan dirinya dan menunjukan jati dirinya melalui internet dengan media social. Siapapun dapat melihat kreatifitas generasi muda, dari cara mereka menempatkan profil, status, gambar yang diupload maupun video yang dishare. Kreatifitas seperti ini baiknya mendapatkan wadah yang lebih fokus untuk mengembangkan diri dalam bentuk barang atau jasa, sehingga dapat menjadikan kreativitas memiliki nilai komersil dan menjadikan kreativitas anak muda sebagai peluang melalui komunikasi konseptual dan kontekstual, sehingga mampu merubahnya menjadi uang.

2.1.1 Mewujudkan Ide Kreatif

Mewujudkan ide kreatif bagi generasi muda dapat dilakukan melalui “SMART” yang dapat dilakukan generasi muda untuk mewujudkan impiannya, sehingga dengan memiliki impian ini, generasi muda dapat mengubah nasibnya dan menjadi entrepreneur sejati. Tanpa adanya impian dan tujuan dalam berbisnis, sesungguhnya tidak ada spirit untuk merubah paradigma dan stigma generasi muda tentang pentingnya menjadi entrepreneur. Berikut penjabaran SMART (Singgih, 2017: 30-33).

1. Spesific (S)

Impian anda harus spesifik, detail, jelas dan kongkrit. Untuk memiliki industri kreatif, maka generasi muda terlebih dahulu memiliki impian untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Impian yang dibuat dengan kongkrit akan memberikan hasil yang maksimal, sesuaikan ide kreatif dengan passion yang jelas dan terukur, seandainya memiliki hoby memasak, maka buatlah ide kreatif, seperti membuat donut yang special dan enak, atau membuat kuliner yang unik, sehingga ide yang dibuat spesifik menjadikan generasi muda lebih mudah fokus mengimplementasikan ide kreatifnya kreatifnya, serta fokus pada satu bidang usaha yang akan ditekuni. Inilah yang disebut pola berpikir *teknopreneur*, yaitu orang yang membuat, berkreasi dan berinovasi atas suatu produk yang akan dijual ke pasar (Soegoto, 2014: 36)

2. Measurable (M)

Segala sesuatu, termasuk ide untuk berbisnis sebaiknya terukur dan terencana dengan baik. Contoh: menciptakan bisnis kreatif sesuai passion, setelah itu rencana awal yang akan dilakukan, permodalan yang sesuai, pasar yang tepat, produk yang terjamin dan profit yang telah ditentukan. Dengan mengukur kemampuan dan juga keyakinan yang baik, maka bisnis kreatif akan menjadi sesuatu yang bernilai. Minyak kelapa sangat murah, tetapi ketika menjadi VCO harganya meningkat, perlu proses yang tepat untuk merubah nilainya dan generasi muda dapat melakukan hal tersebut, karena setiap hari kreatifitas tiada batas. Oleh karena itu, generasi muda setidaknya mengetahui kompetensi menjadi seorang enterprenuer melalui pengukuran, inilah yang disebut dengan *knowing The Basic Business Management*(Soegoto, 2014: 32-33).

3. Antusiasable

Untuk dapat melahirkan ide yang besar, maka generasi muda Indonesia sebaiknya memiliki sikap antusias, yakin dan semangat mengerjakan ide kreatifnya, sehingga perusahaan besar yang selama ini menghegemoni usaha kecil, dapat berimbang, sehingga semangat ini mampu merubah masa depan generasi



muda Indonesia yang kini telah meningkat jumlah enterprenurnya menjadi 3,1% meskipun masih tertinggal dengan Singapura dan Malaysia. Hal ini dikatakan Menkop dan UKM RI, AA. Puspayoga, sesuai data BPS 2017, sehingga semakin optimis untuk kebangkitan entrepreneur mudakedepan (<http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirusaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/>, diakses: 1 Mei 2018).

4. Reasonable

Mewujudkan impian menjadi entrepreneur akan lebih cepat tercapai apabila memiliki alasan untuk menjadi entrepreneur. Alasan merangsang untuk segera mendapatkan ide kreatif, dengan demikian semakin cepat untuk action dan mengambil keputusan menjadi pengusaha. Adanya alasan menyebabkan generasi muda lebih memunculkan kreatifitasnya, misalnya butuh biaya untuk membantu orang tua, melunasi hutang atau membeli handphone yang digemari maupun alasan lain, sehingga memotivasi untuk segera membuat ide-idenya berkembang dan menjalankan bisnisnya dengan lebih semangat dan kreatif. Buku *lords of the Rim* (dalam Acitra, 2010: 30) melukiskan bagaimana orang-orang China meninggalkan tanah airnya dan merantau ke berbagai penjuru dunia dan mendapat sukses besar di tanah rantau. Dijelaskan juga bagaimana orang China keluar dari China melalui pelabuhan Xiamen, dengan sangat menderita, dari inilah kemudian alasan untuk bangkit, sehingga sukses di tanah rantau, hidup bahagia dan memiliki semangat pantang menyerah yang tinggi.

5. Time Limit

Adanya batas waktu yang harus segera diselesaikan atau eksekusi, contohnya memulai usaha bulan depan, sehingga ada persiapan sejak dini, entah itu produk yang di jual ataupun jasa yang ditukarkan. Time limit membuat generasi muda lebih mencintai waktunya untuk dapat membuat ide kreatif dan segera memasadrkannya melalui media social maupun web, blog, dan sebagainya. Hidup berpacu pada waktu dan setiap waktu adalah peluang dan setiap peluang adalah uang.

2.1.2 Merubah Paradigma Generasi Muda dari *Employer* Jadi Bisnis

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan ruang dan waktu begitu singkat dan dekat. Seolah-olah kita dapat bertemu langsung pada orang dibelahan dunia lainya, inilah dunia dalam genggamannya atau zaman milenial. Di dalam ajaran Hindu, yaitu *Itihasa* Mahabharata mengisahkan Krisna menunjukan *murti* pada Arjuna, saat itu awatara Krisna membuka mulut dan Arjuna melihat dunia didalamnya, dunia tampak kecil begitu juga planet lainya. Kemahakuasaan ini hanya dapat dilihat oleh Arjuna dan juga Sanjaya, yang telah diberikan kemampuan oleh Maharsi Vyasa untuk dapat melihat keadaan perang Mahabharata.

Jika dianalogikan, siapapun orang yang mampu mengakses alam semesta seperti Arjuna, maka dunia dan semua makhluk ciptaan-Nya dapat dipahami. Begitu pula ketika ditemukan teknologi, segala sesuatu dapat diketahui dengan mudah, bahkan anak-anak menjelajahi dunia dengan jempolnya. Kini anak usia 2 tahun, telah mampu mengakses dunia melalui *smart phone*, anak usia 2 tahun telah mampu membuka youtube.com dan mencari permainan anak-anak dan mereka belajar banyak hal, seperti mengenal huruf, angka, binatang, tumbuhan, bahkan mengucapkan kalimat Bahasa Indonesia dan juga Bahasa Inggris. Inilah Arjuna-Arjuna di zaman sekarang yang telah mampu mengakses Krisna melalui kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi juga berpengaruh pada dunia pendidikan, anak yang putus sekolah mampu belajar hal sama dengan anak sekolah, sehingga tidak ada bedanya antara anak yang belajar di sekolah formal dengan anak yang putus sekolah, sebab mereka dapat belajar dan mengakses internet bersama-sama. Perbedaan paling utama antara pendidikan formal, dan putus sekolah adalah ijazah, mereka yang sekolah formal merasa lebih unggul dengan pendidikan dan ijazahnya, sehingga berhak mendapatkan pekerjaan yang baik, gaji yang besar, dan berlomba menjadi pekerja teladan. Faktanya memang demikian, mereka yang berpendidikan menjadi karyawan/pegawai yang sangat rajin, ulet, bertanggung jawab, dan mendapat gaji besar. Namun di antara mereka jarang menjadi *owner*. Karena *owner* adalah mereka yang putus sekolah, ini adalah fakta. Mengapa terjadi



demikian? Karena sistem pendidikan mengajarkan anak sekolah menjadi karyawan dan pegawai yang baik. Sistem pendidikan selalu mengajarkan anak didiknya disiplin, tidak dimarahi guru dan tunduk pada aturan perusahaan nantinya (Kiyosaki, 2017)

Tak heran Bob Sadino (dalam Mawardi, 2017) memberikan wasiat bisnis kepada para *entrepreneur*, dengan pemikiran dan ide-ide kontroversi. Bob Sadino adalah pengusaha yang unik, nyentrik, namun sangat terkenal di Indonesia. Meskipun ia telah meninggal, pemikiran dan ide-idenya telah banyak dibukukan. Berikut salah satu nasihat kontroversi kepada calon pengusaha:

“Mau Kaya? Berhenti sekolah atau kuliah sekarang juga. Mulai *action*, buka usaha. Ilmu di lapangan lebih penting daripada ilmu di bangku sekolah atau kuliah”

“Saya tahu tidak semua orang mau kaya dan mau menjadi *entrepreneur*. Tapi bagi Anda yang mau menjadi *entrepreneur*, segera tinggalkan bangku sekolah sekarang juga”.

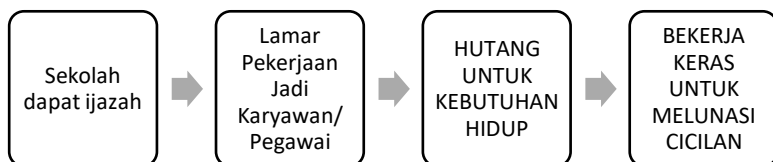
“Orang- “pintar” menganggap, untuk berbisnis perlu tingkat Pendidikan tertentu. Orang “bodoh” yakin, dia pun bisa berbisnis”. Dalam dunia bisnis, keyakinan dan komitmen harus kuat, dan dunia bisnis tidak peduli IQ dan ijazah.

“Orang- “pintar” sering terlalu percaya diri dengan kehebatanya. Dia merasa semua sudah oke berkat kepintarannya, sehingga mengabaikan suara konsumen, tapi orang “bodoh” sadar konsumen seringkali lebih pintar darinya”, sehingga mendengarkan suara konsumen jika ingin sukses berbisnis dan jangan anggap remeh mereka.

Demikian nasihat bisnis Bob Sadino, namun nasihatnya perlu dicerna dan dalam makna. Mengapa Bob Sadino menyarankan seperti itu? Ya’ karena sistem sekolah dan kuliah tidak mengajarkan secara langsung para siswanya cara mengelola uang dan mencari uang. Sekolah atau kuliah hanya mengajarkan teori dan mencetak seorang pegawai atau karyawan yang profesional, memiliki dedikasi dan mapan dalam keilmuan serta bidang yang ditekuni. Oleh karena itu, hanya mereka yang berani

berbisnislah yang mampu menciptakan bisnis, bukan banyak teori dan analisis, tapi tidak menghasilkan apapun. Inilah yang menjadi pemikiran Bob Sadino. Kemudian ada pertanyaan, “Apakah jebolan sekolah bisa kaya?” Tentu bisa, namun harus diimbangi dengan pendidikan finansial yang tepat, jika tidak kekayaannya akan cepat habis dan tidak mampu bertahan menjadi kaya, kecuali segera beralih menjadi investor.

Pemikiran Bob Sadino dan pemikir keuangan lainnya, seperti Robert Kiyosaki, menyebabkan banyak orang tua yang belum memahami dan mengerti tentang *finansial education*, menganggap pemikiran itu *nyeleneh* dan bahkan menghina dunia Pendidikan, karena *mindset* kebanyakan orang adalah “Pendidikan formal mengajarkan kita mengenal ilmunya, setelah itu mendapatkan pekerjaan yang baik di perusahaan, kantor atau BUMN, setelah itu mendapatkan gaji besar dan ditabung”. Sesungguhnya kata-kata seperti ini adalah pemikiran ayah miskin Robert Kiyosaki, yang menganggap sekolah hanya mampu mencetak para karyawan dan tidak mencetak Bos. Pendidikan formal memberikan ijazah, kemudian melamar pekerjaan, setelah mendapat pekerjaan, posisinya hanya menjadi pekerja, *employer*. Bekerja dapat gaji, setelah itu gajinya dipakai nyicil dan berhutang lagi, akibatnya mereka terjebak untuk selalu bekerja keras demi uang dan bayar cicilan. Akhirnya setelah bekerja bertahun-tahun tidak memiliki apapun, kecuali hutang.



Oleh karena itu, pemikiran-pemikiran kaku dan kuno yang selama ini yakini dan menganggap bahwa orang yang tidak berprestasi di sekolah ataupun saat kuliah adalah anak-anak yang gagal dan tidak berguna di masa depan, mesti segera dihilangkan. Tujuannya, agar tidak mengendap dan menghambat kesuksesan, sehingga mampu menumbuhkan mental *entrepreneur*, meningkatkan kepercayaan diri dan menghasilkan kekayaan melalui bisnis dengan *finansial education* yang benar.

Berikut pemikiran Robert Kyoisaki (2012) yang dikenal dengan teori Kuadran Cash Flow, yaitu untuk mendapatkan penghasilan yang lebih, maka generasi muda tidak saja dibentuk sebagai Employer (E), melainkan segera melompat pada kuadran sebelah kanan yaitu menjadi Bisnis (B) atau Investor (I), seperti gambar di bawah ini.



Gambar: 2.1

(<https://www.selasar.com/jurnal/29023/Kuadran-Penghasilan-dan-Pekerjaan-Perawat>, diakses 1 Mei 2018)

Pemikiran selama ini, seseorang yang telah tamat sekolah dan kuliah diarahkan untuk menjadi pegawai, karyawan dalam sebuah perusahaan ataupun tenaga kontak di pemerintahan dan merasa bangga berpenampilan menarik, namun digaji hanya UMR setiap bulanya. Pemikiran ini adalah pemikiran *employer* yang bermental gaji, ingin aman, dan mendapat tanggungan, serta bekerja pada perusahaan yang *owner*-nya kebanyakan tamat SMP, SMA bahkan tidak sekolah sama sekali. Kiyosaki (2015: 9) mengatakan jutaan orang mengambil pekerjaan di pemerintahan atau militer, bukan untuk melayani negara, tapi untuk mendapatkan uang pensiun serta tunjangan kesehatan. Inilah mengapa Bob Sadino (dalam Mawardi, 2017: 3) mengatakan lebih baik jadi orang goblok, tapi memiliki usaha sendiri, dan jadi bos sendiri.

Saat ini adalah waktu yang cepat mengambil keputusan untuk segera mengambil langkah untuk berpindah kuadran dari *employer* menjadi *entrepreneur* dengan memanfaatkan media online saat ini. Dimana cara ini sangat efisien dan tidak membutuhkan biaya marketing yang tinggi, berbeda dengan sistem perusahaan zaman dulu, dimana biaya iklan begitu mahal, baik di media cetak maupun elektronik. Dengan cara yang sangat mudah ini, hanya bermodal kreatifitas saja, kemudian *upload* foto, video, maka sudah dipastikan generasi muda dapat menciptakan usaha sendiri, memiliki sistem, dan dapat menggaji karyawan sendiri. Meskipun tidak bekerja uang dapat mengalir, karena sistem telah dibentuk dan sekarang adalah moment yang tepat untuk mengambil kesempatan dan bangkit sebagai generasi muda yang mandiri.

2.2 Bisnis *Online*: Cara Gaul Menambah Penghasilan

Inilah timing yang tepat bagi menerasi muda, generasi milineal untuk mampu merubah nasibnya menjadi seorang entrepreneur hanya dengan kreatifitas melalui komunikasi media internet dengan membuat industry kreatif. Ide membuat industry kreatif dapat dilakukan dengan menangkap peluang yang diperoleh melalui:

1. Hoby

Generasi muda tentu sangat senang dengan sesuatu dan mengetahui passion dengan baik, sehingga dengan hoby ini akan merubah diri mereka menjadi seorang *entrepreneur*, memiliki bisnis sendiri, tanpa harus bekerja dengan orang lain dan dapat mengatur waktu, berbeda dengan pekerja pada umumnya yang diatur oleh Bos dan gaji yang tak seberapa. Tinggal merubah hoby menjadi bisnis dan inipun telah banyak yang dilakukan generasi muda, salah satunya memanfaatkan hoby photography misalnya.

Saat ini bisnis photography dilakukan hampir sebagian besar generasi muda, khususnya di Bali. Berdasarkan observasi dan wawancara kepada fotografer atau melihat karya mereka melalui Instagram (IG) rata-rata usia mereka masih remaja, bahkan ada yang sedang sekolah, salah satunya Agus dengan instragramnya @_agusphotography mengatakan fotografi adalah hoby dan dia

mengawali dunia fotografi melalui kamera HP yang langsung terkoneksi ke Facebook atau Instragram, melalui kamera HP. Inilah idenya semakin berani dan menjadikanya sebagai industry kreatif yang siap dijadikan bisnis dan terbukti dia telah menjadi seorang *entrepreneur* dengan mengkomunikasikan jasanya melalui internet (wawancara, 25 April 2018). Alhasil penghasilan perbulanya jutaan bahkan pada hari tertentu dapat mencapai puluhan juta.

2. Jalan-jalan

Jalan-jalan adalah sesuatu yang sangat menyenangkan, apalagi anak muda saat ini, dapat dengan mudahnya mengakses tempat-tempat wisata baru. Pada hari liburan banyak anak muda memanfaatkan liburanya dengan mengunjungi daerah-daerah yang telah diakses lewat Instagram ataupun facebook. Rupanya hal ini adalah sebuah ide yang sangat menarik, jika memiliki tempat unik disekitar rumah ataupun memiliki sesuatu yang khas, seperti wisata kuliner, wisata fashion, wisata spiritual dapat memanfaatkan media sosial untuk mengenalkanya pada masyarakat.

Bahkan generasi muda yang senang *selfie* dan juga membuat video singkat dengan *background* tempat wisatanya, rupanya menjadi pusat pesona tersendiri. Tempat wisata yang dulunya tak pernah dikunjungi oleh siapapun, tiba-tiba menjadi ramai dan dikunjungi banyak orang sebut saja wisata Nusa Penida, Nusa Lembongan dan Nusa Ceningan, Gili Trawangan dan daerah-daerah lainnya, inilah model komunikasi zaman milenial. Begitu masuknya wisatawan yang berkunjung, maka menghidupkan tempat wisata tersebut, seperti adanya restoran, *home stay* dan akomodasi pariwisata lainnya, mereka mampu menghasilkan puluhan rupiah dalam tiap bulanya, belum lagi banyaknya paket-paket wisata yang di kelola oleh generasi muda saat ini di Indonesia.

3. Membaca

Membaca adalah jendela dunia dan membaca tidak lagi seperti zaman dulu, yaitu pergi ke toko buku, kemudian memilih, jika cocok dan uang cukup, barulah buku dibeli. Kemudian ketika



buku dipinjam teman, maka bukunya hilang, tidak kembali. Tampaknya zaman sekarang buku telah berbentuk digital, dapat diunduh berkali-kali, dapat diakses dari mana saja, dapat dibaca langsung ataupun di cetak melalui printer. Pemanfaatan teknologi dengan baik, menyebabkan minat baca masyarakat Indonesia telah mulai meningkat dengan adanya budaya baca, sehingga kreatifitas anak muda dapat dilakukan dengan membuat blog, webside dan juga membuat aplikasi khusus membaca.

Melalui blog dan web kreatifitas generasi dapat disalurkan, tentu untuk menulis sebuah blog perlu pembelajaran melalui budaya membaca ataupun memiliki pengalaman tertentu, sehingga blognya dapat dikunjungi oleh banyak orang, ketika blog dan web telah dikunjungi, maka banyaklah iklan yang ingin dipasang dalam blog atau web yang telah teruji menarik untuk dibaca, karena berisi informasi dan Pendidikan yang bersumber dari penulisnya, sehingga inilah disebut pengetahuan baru.

4. Rizet

Ide-ide kreatif dapat muncul yaitu dengan membuat rizet-rizet kecil, salah satunya dengan searching melalui google, rizet dapat dilakukan dengan menelusuri trend pasar saat ini, apa yang disukai masyarakat saat ini dan apa yang dapat dibuat?, serta pertanyaan bagaimana cara membuat, telah terjawab sesungguhnya melalui aplikasi google yang diciptakan Larry Page (2018: 88). Sehingga melalui rizet kecil telah menjawab kebutuhan anak-anak muda saat ini untuk bangkit sebagai entrepreneur dan ini segera diambil sebagai peluang untuk Indonesia emas.

Rizet dapat dilakukan misalnya mencari resep masakan terbaru, membuat desain produk, mencari tempat yang dapat membantu mewujudkan produk binnis, seperti kemasan, packing, jalur distribusi, dan sebagainya. Bahkan aplikasi kasir dengan mudah didownload bahkan free, sehingga membuat usaha menjadi lebih maju dan tertib secara adminitrasi, karena dapat menggunakan juga aplikasi mengelola keuangan, sehingga usaha generasi muda dapat dengan mudah dibentuk, sekali lagi diperlukan keberanian dan *action* untuk memulainya.

III. PENUTUP



Generasi milineal adalah generasi yang sangat beruntung karena dengan adanya kreatifitas, maka melahirkan industry kreatif dengan memanfaatkan komunikasi melalui internet khususnya media *social*. Hal ini dapat dilakukan dengan SMART, yaitu membuat produk barang atau jasa secara specific (S), Kemudian mengukur, merancang bisnis yang akan difokuskan (*Measureable*), Semangat mengerjakan bisnis dan bangkit dari kemalasan, sehingga sukses (*Antusiabile*), Memberikan alasan agar terpicu untuk mengerjakan bisnis menjadi lebih focus dan ada motivasi di dalamnya (*Reasonable*), serta memiliki waktu untuk action dan melangkah (*Time Limit*), dengan demikian mental bisnis tercipta untuk kebangkitan *entrepreneur* muda bagi Indonesia. Selain itu zaman milineal adalah *moment* yang tepat mengubah paradigma dan stigma generasi muda dari *employer* (pekerja) menjadi *entrepreneur* (Bisnis).

Ide kreatif untuk industry kreatif dapat dilakukan dengan dengan sangat mudah oleh generasi muda, yaitu dengan 1). menyalurkan hoby dan passionnya menciptakan barang dan jasa yang dapat menghasilkan uang; 2). Memanfaatkan jalan-jalan diakhir pekan dan menjadikanya sebagai sebuah refresh untuk menemukan ide kreatif, sehingga sambil jalan-jalan bebrbisnis dengan upload gambar, video, sehingga mampu mengenalkan tempat yang jarang dikunjungi menjadi objek wisata yang dapat menghidupkan ekonomi masyarakat setempat; 3). Membaca, adalah salah satu cara untuk meningkatkan wawasan setiap orang, dengan membaca, generasi muda dapat menulis di blog, web, media sosial, sehingga bermanfaat dan menjadi tempat iklan yang menghasilkan uang; 4). Rizet, melalui penelitian kecil, dapat mengakses pasar atau trend yang sedang viral, dengan demikian dapat membuat ide kreatif yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Acitra, Yuan, 2010. *Meniru Bangsa Terkaya di Dunia China & Jepang*. Pustaka Solomon: Yogyakarta
- Huda, N, 2018. *Isi Otak orang-Orang Terkaya di Dunia*. Media Pressindo: Yogyakarta
- Kasali, Rhenald, 2017. *Agility Bukan Singa Yang Mengembik*. Gramedia: Jakarta
- Kasali, Rhenald, 2018. *Tomorrow is Today*. Gramedia: Jakarta



- Kasali, Rhenald, 2017. *Distruption*. Gramedia: Jakarta
- Kiyosaki, Robert T., 2012. *The Cashflow Quadrant, Panduan Ayah Kaya Menuju Kebebasan Finansial*. Gramedia: Jakarta
- Kiyosaki, Robert, 2015. *Why "A" Students Work For "C" Students*. Gramedia: Jakarta
- Kiyosaki, Robert T., 2018. *Rich Dad's Increase Your Financial IQ, Kelola Uang Anda Lebih Cerdas*. Gramedia: Jakarta
- Kiyosaki, Robert T., 2017. *The Business School*. Gramedia: Jakarta
- Mawardi, Dodi, 2017. *100 Wasiat Bisnis Bob Sadino*. Elex Media Komputindo: Jakarta
- Singgih, Yasa, 2017. *Never Too Young To Become A Billionaire*. Elex Media Komputindo: Jakarta
- <https://www.selasar.com/jurnal/29023/Kuadran-Penghasilan-dan-Pekerjaan-Perawat>, diakses 1 Mei 2018
- <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/>, diakses: 1 Mei 2018

***THE ROLE OF WOMEN ON COMMUNICATION
BETWEEN THE PRODUCTION ASSISTANT
PRODUCTION WITH CREW PROGRAM “MORNING
CALL” AT MEDIA NUSANTARA CITRA MUSIC
CHANNEL***

Oleh:

Arbi Cristional Lokananta

Email: arbi.lokananta@budiluhur.ac.id

Faculty of Communication
Budi Luhur University

ABSTRACT

This paper aims to determine how the women communication between the Production Crew Production Assistant on Morning Magazine program in Media Nusantara Citra Call Music Channel. How the external system and internal system communications group that they do. The research method used was a qualitative approach and descriptive exploratory method with data collection obtained from observations (observation) direct and depth interviews with key informants and informant. Data obtained through library research and documentation of the various media, both print and online. The results showed that the three essential elements in the communication group George C. Homans is all of the activities, interactions and feelings that are conducted by the women Production Assistant and Production Crew at Morning Call magazine program in Media Nusantara Citra Music Channel. The three elements forming something called external communication systems group. External communications system at their disposal group eventually formed an internal group communication system. Studies conclusion was a feeling shared by members of the group on the external system should go beyond that. Thus forming a set of activities and interactions that the new so-called internal systems. This means that the external system and internal system of group communication occurs that results from the interaction of each member of the group with a Production Assistant Production Crew did influence the feelings they have.

Keywords: The Role of Women, Communications Group, Production Assistant, Production Crew.



INTRODUCTION

Group communication as well as interpersonal communication involves two or more individuals who are physically adjacent to who communicate it and answer messages both verbally non-verbally. Women's role in group communication between Production Assistant and Production Crew in the Morning Call magazine program must be clear and well conveyed in order to be accomplished well in order to achieve the main objective of shooting that has been made during the production meeting. In the end, all teams produce broadcast programs that are able to compete by displaying their flagship programs that can attract viewers to generate stable rating-share. The stable share of the Morning Call program in Media Nusantara Citra Music Channel is the reason for program selection and TV channel chosen by Researchers. So the Researcher wanted to know the group communication done by Production Assistant with Production Crew Morning Call program in Media Nusantara Citra Music Channel..

Reason Researchers chose Morning Call magazine program to be examined is because among the programs that aired MNC Music Channel is the only program magazine they produce. In addition, according to rating-share of all programs broadcasted by Indovision channels, Morning Call has a stable rating-share compared to other Indovision programs. Among the five Indovision channels, MNC Music Channel is rated one of five music channels in Indovision. Researchers see the relationship between sociability with the process of group communication is something interesting. The communication used by a television broadcast program team is worthy to be studied as learning for other television stations in making its broadcast program, starting from Communication Production Assistant role with Production Crew Morning Call that support the result of interesting program broadcast program, the role of woman in group communication between Production Assistant with Production Crew in the delivery of materials or ideas and technical issues that will be delivered at a production meeting from pre-production, production, until the editing stage is the completion or post-



production stage to be done with careful planning. Most textbooks mean role as functions performed by members in groups. These functions include giving opinions, explaining the judgment of other members, or various other tasks and behavior processes. Approach to the most prominent role was performed by Bormann, who defined the role based on participants' expectations.

The maximization of women's roles in group communication between Production Assistant and Production Crew in Morning Call can demonstrate a practical operational optimization that can be done through different approaches that may vary depending on the situation and conditions for the purpose of producing a broadcast program to achieve an expected spectacle. In the communication is expected to have positive feedback between inividu each crew, to produce a positive level of performance. Disagreements that occur during discussions or meetings between Production Assistant and Production Crew in Morning Call magazine programs allow for differences of opinion that members have before discussing with opinions after discussion. Paulson concludes, however, that the pressures for reaching a unity within the discussion group are strong enough and that "independent judgment" often has to succumb to these pressures.

Researchers are interested in taking this theme and examining it because they want to know the role of women in group communication between a Production Assistant with the scope of Production Crew's performance in the process of making or producing broadcast program magazine. For that reason, the researcher chose to explore and examine the performance of the Production Assistant involved in the production process, entitled: The Role Of Women On Communication Between The Production Assistant Production With Crew Program "Morning Call" At Media Nusantara Citra Music Channel.

Researchers use communication theory of Internal System and External System according to George C. Homans. Group communication is a communication process conducted by three



or more people face-to-face whose members interact with each other. According to Homans, there are three elements in the group structure: activities, interactions and feelings.⁶ Activities comprise member actions related to group tasks. In doing these actions they depend and respond to each other in behavior. Although the definition of Homans about this element does not only cover aspects of communication, but most of the interaction involves interpersonal communication. The third element of social behavior, in small groups is feeling. This feeling is similar to Heider's concept of likes or dislikes consisting of negative and positive feelings felt by group members towards other members.

Activities, interactions and feelings of interdependence of an increase or decrease of one element will affect the other elements. If the three elements are directed to the group's normal tasks, then all three will shape what Homans calls the formal system (the external system). But the group because of the various things often leads to complexity.⁷ The group's likes and dislikes to each other goes far beyond what is required for group work and generate new sets of interactions and activities. The feelings, activities and interactions that are not directly related to group formal task responsibilities are called informal systems or internal systems. Theoretically, the informal system (internal system) grows from the formal system (external system) but in both groups take place simultaneously.

The element of feeling is something affective like the Heider's concept of feelings of likes or dislikes, this can be attributed to intrapersonal communication. In a sense, it includes the ways group members more directly relate to the interests of group communication experts because most of what Homans mean by interaction is interpersonal communication. Thus, of the two major elements of the Homans element is concerned at least in part of the group communication process. Homans theory has presented to group communication researchers, hypotheses that can be tested and related to such things as the effect of interaction on feelings, and has further supported the distinction (often done by scholars and communication teachers) between the tasks of communication (external system) with the

communication process (internal system). Although Homans placed interaction as an important element in his system, he did not elaborate on it systematically.

RESEARCH RESULT

There are three elements in the group communication that Production Assistant and Production Crew do on the Morning Call magazine program at Media Nusantara Citra Music Channel: Activity element, Interaction elements, and Feeling element. There is a system in the group communication that Production Assistant and Production Crew do on Morning Call magazine program in Media Nusantara Citra Music Channel: External System and Internal System. Nonetheless the group communication they do with each other is still at a professional stage. So even if there are feelings of dislike that give rise to internal systems but they still maintain good relationships for the work and production process of Morning Call.

CONCLUSION

Conclusions of this research results that have been done are: External systems and internal systems of group communication between Production Assistant and Production Crew occur in several stages. The proximity of members within the group makes group communication more fluid and although there are members who do not get in touch either outside of work, but they remain professional. The interpersonal relationships of the group members are good and compact, resulting in a stable rating-share program.

REFERENCES

- Bormann, Discussion and Group Methods
Dean C. Barnlund, Interpersonal Communication (Boston: Houghton Mifflin 1968)
George C. Homans, Social Behavior: Its Elementary Forms (New York: Harcourt, Brace and Worl, 1961)
Goldberg Alvin: Komunikasi Kelompok, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta



- Louis Lerea dan Alvin Goldberg, "The Effects of Socialization Upon Group Behaviour," Speech Monographs 28 (1961)
- Stanley F. Paulson, "Pressures Toward Conformity in Group Discussion," Quarterly Journal of Speech 44 (1958)



KOMUNIKASI MEDITATIF BERDASARKAN KONSEPSI HINDU SEBAGAI SOLUSI BAGI KEMEROSOTAN SPIRITUALITAS MASYARAKAT MODERN

Oleh:

Nyoman Mahardika

(Karyasiswa Magister Ilmu Komunikasi IHDN Denpasar)

Abstrak

Perkembangan kehidupan masyarakat modern mengalami kemerosotan dalam bidang spiritualitas dengan segala masalah turunannya. Apa faktor-faktor penyebab dari fenomena tersebut dan solusinya dilihat dari perspektif Hindu, adalah merupakan rumusan masalah pertama. Kedua adalah tentang andil Konsepsi Ajaran Hindu dalam Ilmu Komunikasi berbasis Fenomenologi dan yang ketiga adalah model komunikasi yang dapat ditawarkan sebagai solusi. Dalam kajian fenomenologi Husserl, ternyata Konsepsi Hindu dapat berkontribusi mengisi penjelasan tentang kesadaran dan subjek komunikasi.

Karya tulis ini bertujuan disamping membuat kajian secara fenomenologi permasalahan kemerosotan spiritualitas masyarakat, juga mencari model komunikasi yang kuat berbasis Hindu. Penulisan makalah ini memakai metode observasi atas fenomena yang ada ditengah masyarakat, dilanjutkan dengan melakukan kajian pustaka Fenomenologi dan susastra Hindu yang terkait. Penjabaran pokok-pokok pikiran kritis yang terkait dengan meditasi dan komunikasi yang meditatif didasarkan padapengalaman lapangan 14 tahun sebagai praktisi meditasi (spiritualitas) dan sepuluh tahun sebagai pengajar mata kuliah Interpersonal Skill.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terkait dengan kehidupan masyarakat modern dalam konteks global, Stuart Hall (1992) tokoh Cultural Studies Inggris, mengidentifikasi empat aspek dalam pendefinisian masyarakat modern. Salah satunya (aspek ke empat) adalah “Kemerosotan dunia religius dalam masyarakat tradisional serta kebangkitan budaya sekuler dan materialis yang memperlihatkan impuls-



impuls individu, rasional, dan instrumental” (Hall, 1992 : 6; Lubis, 2014 : 8).

Religiusitas dalam pemahaman penulis lebih lepat disebut dengan spiritualitas karena spiritualitas adalah esensi dari religiusitas. Kemerosotan spiritualitas dengan berkembang pesatnya materialisme adalah dua fenomena global yang memiliki hubungan sebab akibat. Sementara impuls yang muncul di permukaan berupa :

1. Sifat individualistik, melunturnya nilai-nilai kebersamaan yang sebelumnya melandasi terciptanya gotong royong dan keharmonisan;
2. Rasionalitas. mengagungkan atau meng-unggulkan rasio atau daya logika. Urusan ‘rasa’ kurang mendapatkan perhatian untuk berkembang;
3. Instrumental, mengandalkan, tergantung, sekaligus mengagungkan instrumen atau alat, sebagai dampak dari perkembangan teknologi yang super cepat dan canggih, yang akhirnya menciptakan budaya instan

Belakangan ini, di Indonesia perkembangan semakin memburuk. Sebagai ilustrasi, betapa besar masalah yang dihadapi Indonesia saat ini, dalam Diskusi Kamisan bertema Medsos dan Demokrasi, Harapan atau Ancaman, yang diselenggarakan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Institut Hindu Dharma Negeri (IHDN) Denpasar tanggal 17 Mei 2018 di Aula Pascasarjana IHDN Denpasar, diangkat data yang cukup mencengangkan, bahwa 60 % masyarakat Indonesia tidak memiliki tabungan, tetapi 85 % memiliki ponsel. Orang Indonesia tidak bisa hidup tanpa ponsel lebih lama dari 7 menit, dengan rata-rata mengakses internet antara 8 sampai dengan 11 jam perhari. 4 dari 10 orang aktif di media social. Sementara minat baca buku orang Indonesia juga sangat rendah, yaitu hanya 27 halaman per tahun, dan berada di peringkat ke 60 dari 61 negara menurut data UNESCO. Sedangkan cuitan di media sosial sangat tinggi, yaitu mencapai 28.000 cuitan per-menit.

Data tersebut mewakili keadaan asyarakat Indonesia yang kecanduan Gadget dan internet, serta secara masif tidak memiliki prioritas untuk hal-hal yang penting. Permasalahan masyarakat



ini sangat erat kaitannya dengan komunikasi. Karena telah terjadi kegagalan komunikasi antar generasi untuk mentransformasikan nilai-nilai. Bangsa ini juga menjadi gagap dalam mengantisipasi munculnya ‘tsunami’ informasi yang terjadi tahun tahun terakhir ini.

Para komunikolog harus menyadari dan memahami dengan baik bahwa peri kehidupan masyarakat dimana ilmunya diperlukan, telah mengalami perubahan drastis. Para komunikolog harus merasa terpanggil untuk mencari solusi pemikiran berbasis fenomenologi yang sepadan terhadap masalah yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

- (1). Apa faktor penyebab fenomena kemerosotan spiritualitas versus berkembangnya materialisme di tengah kehidupan masyarakat dalam perspektif Hindu ?
- (2). Bagaimana andil Konsepsi Ajaran Hindu dalam Ilmu Komunikasi berbasis Fenomenologi ?
- (3). Bagaimana model komunikasi yang dapat ditawarkan sebagai solusi?

1.3 Metode Penulisan

Penulisan makalah ini memakai metode observasi atas fenomena yang ada ditengah masyarakat terkait dengan ketiga rumusan masalah tersebut di atas, dan dilanjutkan dengan melakukan kajian pustaka Fenomenologi dan susastra Hindu yang terkait.

Penjabaran pokok-pokok pikiran kritis yang terkait dengan meditasi dan komunikasi yang meditatif didasarkan padapengalaman lapangan 14 tahun sebagai praktisi meditasi (spiritualitas) dan sepuluh tahun sebagai pengajar mata kuliah Interpersonal Skill.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Karya tulis ini bertujuan untuk :

- (1) Mendiskripsikan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kemerosotan spiritualitas dan berkembangnya materialisme di tengah masyarakat dalam perspektif Hindu, dan menganalisis



solusinya. Manfaatnya, masyarakat dapat menjadi lebih sadar dan waspada, dan bersama-sama mencari solusi;

(2) Membuat kajian atas kontribusi konsepsi ajaran Hindu bagi Ilmu Komunikasi yang berbasis fenomenologi. Manfaatnya : memperkaya konsepsi Ilmu Komunikasi Hind;

(3) Mengangkat model komunikasi yang dapat menjadi alternatif baru dalam berkomunikasi untuk menciptakan keadaan masyarakat yang lebih baik. Manfaatnya, kontribusi ini membuat eksistensi ilmu komunikasi dan para komunikolog lebih diapresiasi masyarakat.

II. PEMBAHASAN

2.1 Faktor-faktor di Balik Fenomena Kemosotan Spiritualitas dan Merebaknya Materialisme.

Spiritualitas dan materi adalah dua sisi dari satu keping mata uang yang saling melengkapi. Spiritualitas memperhatikan dan mengelola faktor-faktor spirit dari kehidupan, yaitu tentang nilai-nilai dan hukum-hukum kehidupan, yang lebih dikenal dengan urusan bathin. Memberdaya diri untuk mengembangkan sifat-sifat kemanusiaan di dalam diri setiap orang, dan kemudian terus menerus mengembangkan kemuliaan lagi menuju sifat-sifat keilahian, adalah urusan spiritualitas. Sedangkan materi sesungguhnya adalah terjemahan dari spiritualitas ke dalam bentuk-bentuk dan urusan-urusan fisik. Di Bali, hal ini dikenal dengan istilah Niskala dan Sekala.

Faktor penyebab **pertama** adalah ketidakpahaman dan kegamangan masyarakat terhadap hubungan di antara kedua bidang kehidupan ini. Antara kehidupan spiritual dengan kehidupan materi, atau antara Niskala dengan Sekala.

Pemahaman umum adalah keduanya harus diseimbangkan. Kehidupan spiritual harus diseimbangkan dengan kehidupan material. Kehidupan rohani harus diseimbangkan dengan kehidupan jasmani. Bagaimana caranya menyeimbangkan, kalau sesungguhnya spiritualitas membutuhkan materi, spiritualitas yang seharusnya menentukan dan mengatur kebutuhan dan pengelolaan semua bentuk kehidupan fisik atau materi. Mencari uang misalnya, harus berdasarkan nilai-nilai kemuliaan, untuk dipergunakan atau dipersembahkan juga dengan didasari nilai-nilai kemuliaan yang ada di dalam spiritualitas. Seperti badan,



badan jasmani hanyalah alat yang digunakan oleh rohani di dalam beraktifitas .

Kesalahan dalam pemahaman ini mengakibatkan spiritualitas dan materialisme diposisikan terpisah. Cerita-cerita Robbinhood pun merebak dalam berbagai varian. Rajin beribadah dan melakukan korupsi seakan menjadi dua urusan yang berbeda.

Ajaran-ajaran etika dan perilaku yang banyak termuat dalam kitab-kitab agama menjadi tidak laku untuk dicermati.

Akhirnya, akibat tanpa sentuhan spiritualitas, materialisme berkembang dengan bebas, bahkan cenderung liar.

Kitab Hindu Traitiriya Upanishad, terdapat uraian yang sangat detail tentang lapisan lapisan dalam diri manusia, yang terdiri dari 5 lapisan, yaitu :

1. Annamayakosha : yaitu badan fisik manusia yang memerlukan makan-minum, istirahat, dan seks. Di dalam lapisan ini juga terdapat panca indra yang bertugas sebagai alat sensor sebagai penghubung antara badan dengan dunia luar. Banyak yang justru menjadi korban dan selama hidupnya terkendali oleh indranya ;
2. Pranamayakosha : yaitu lapisan Energi kehidupan yang memanfaatkan jalur nafas sebagai medianya. Lapisan ini yang membuat seseorang dapat bekerja, bersemangat atau tidak bersemangat, tampak cerah atau kusam, dan sebagainya;
3. Manomayakosha : yaitu lapisan Manas, Mind atau gugusan pikiran yang terdiri dari pikiran rasional (Mental) dan pikiran emosional. Untuk kebanyakan orang, lapisan inilah yang menjadi pengendali kehidupannya. Permainan ego dan emosi yang bercokol pada lapisan ini sangat dominan mempengaruhi tingkah laku manusia secara umum;
4. Vjnanamayakosha : Lapisan ini juga disebut dengan Buddhi, Inteligensia, Intuisi, Viveka atau Wisdom. Lapisan ini adalah hasil dari transformasi Mind. Mind yang sudah bebas dari ego dan memiliki keselarasan dengan irama alam. Pada

lapisan inilah sesungguhnya lapisan bathin atau nurani dimulai.

5. Anandamayakosha : Adalah lapisan terdalam yang disebut dengan Kesadaran Murni (Bliss atau kebahagiaan sejati) tempat Sang jati diri bersemayam.

Ilustrasi lima lapisan kesadaran manusia menurut Taittiriya Upanishad sebagaimana gambar berikut :



Faktor penyebab **kedua**, Kemerosotan spiritualitas terjadi karena kepemimpinan diri secara pribadi maupun kolektif masih tetap berada pada lapisan ketiga. Ketiga lapisan luar manusia memang bersifat materi. Pikiran juga merupakan materi dalam wujudnya yang halus.

Lapisan materi hanya memahami bahasa materi. Sebelum kesadaran Buddhi seseorang berkembang, maka kebijaksanaan dan spiritualitas tidak akan mampu mengambil alih kepemimpinan diri. Sifat materislistik akan semakin menjadi-jadi. Hal ini diperburuk dengan keadaan antara lapisan satu dengan lainnya, sangat sering terjadi konflik. Konflik di dalam ini selalu mengundang konflik di luar.

Ketidakhahaman akan adanya elevasi kesadaran terhadap kelima lapisan diri ini, yang seharusnya menjadi objek bagi pengembangan diri melalui pendidikan dan aktifitas keagamaan

maupun spiritualitas, mengakibatkan proses pendidikan secara umum dan pendidikan keagamaan berjalan di tempat, bahkan mengalami kemunduran.

Sub-faktor lainnya sebagai penyebab kemerosotan spiritualitas adalah ketidakmampuan membedakan antara kebahagiaan dan kepuasan diri sejati (lapisan keempat dan kelima) dengan kenikmatan (lapisan pertama), kenyamanan (lapisan kedua) dan kesenangan (lapisan ketiga). Masyarakat pada umumnya menganggap kenikmatan, kenyamanan, dan kesenangan sama dengan kebahagiaan. Padahal ketiganya selalu membawa konsekuensi keterikatan dan penderitaan.

Dalam konsepsi Hindu, Bhagavad Gita memberikan tolok ukur yang sangat jelas untuk mengukur niat di balik setiap tindakan yang hendak dilakukan, agar tercapai tujuan-tujuan yang selaras dengan kehendak Ilahi.

*śreyo hi jñānam abhyāsā jñānād dhyānam viśiṣyate
dhyānāt karma-phala-tyāgas tyāgāc chānter
anantaram* (Bhagavadgita 12:12)

Artinya :

Pengetahuan sejati lebih mulia daripada laku yang tidak cerdas tanpa memilih antara yang tepat dengan tidak tepat untuk dilakoni; Meditasi atau pemusatan kesadaran pada Ilahi, lebih mulia dari Pengetahuan Sejati; dan melepaskan diri dari keterikatan pada hasil perbuatan adalah lebih mulia dari Meditasi; Kedamaian sejati adalah hasil dari pelepasan yang demikian.

Krsna menggunakan istilah Sreya, yang berarti ‘Lebih Mulia’ – bukan lebih baik atau di atas yang lain. Dengan menggunakan istilah Sreya, Krsna sedang membandingkan satu kegiatan dengan kegiatan lain dengan menggunakan tolok ukur atau timbangan Sreya dan Preya – yang memuliakan dan yang sekedar menyenangkan” (Anand Krishna, Bhagavad Gita, 2014:584).

Faktor penyebab **ketiga** adalah masyarakat modern tidak memiliki atau mengabaikan faktor tolok ukur Sreya dan Preya ini. Yang dipahami dan dikejar hanya kesenangan-kesenangan, kenikmatan-kenikmatan, dan kenyamanan-kenyamanan atau



preya saja. Sementara peletakan dasar-dasar karakter melalui pendidikan terabaikan, tergantikan oleh komersialisasi pendidikan. Peletakan dasar-dasar keadilan dan kehormatan melalui sistem penegakan hukum juga dilecehkan. Pelayanan kesehatan sebagai wujud pengembangan rasa kemanusiaan juga tidak mendapatkan perhatian yang semestinya, berubah menjadi industri kesehatan yang ‘berselingkuh’ dengan industri farmasi.

Sepertinya dinamika kehidupan dan peradaban manusia memang sedang berulang karena manusianya mengulangi kesalahan yang sama. Sejarah sudah mencatat banyak peradaban yang dulu sangat besar dan hebat, seperti Yunani, Romawi, Mesir dan sebagainya, sekarang tinggal nama karena masyarakat dan pemimpinnya hanya asik dengan preya, tanpa memperhatikan sreya.

Colloseum Romawi Kuno sebagai mana gambar berikut, adalah salah satu saksi sejarah reruntuhan peradaban tersebut.



Sumber :<https://www.google.com>

2.2 Andil Ilmu Komunikasi Berbasis Fenomenologi dan Konsepsi Hindu

Ilmu komunikasi yang bertumbuh mengikuti perkembangan keilmuan dan dinamika masyarakat, terbentuk dari kolaborasi berbagai keilmuan yang terkait, yaitu Psikologi, Sosiologi, dan juga Fenomenologi.

Sebelum lanjut dengan pembahasan bentuk model komunikasi yang dapat dijadikan solusi, sedikit diulas keterkaitan Fenomenologi dengan Komunikologi, sebagai berikut :

“Fenomenologi lahir sebagai reaksi terhadap metodologi positivistic Auguste Comte. Pendekatan positivistic yang selalu mengandalkan seperangkat fakta sosial yang objektif, atas gejala yang tampak mengemuka, sehingga cenderung melihat fenomena hanya dari permukaannya saja, tidak mampu memahami makna

di balik gejala yang tampak tersebut. Sedangkan fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu. Inilah yang menyebabkan fenomenologi kemudian digunakan secara luas dalam ilmu social, termasuk Ilmu Komunikasi atau Komunikolog” (Engkus, 2009 : 6-7).

Salah satu tokoh sentral dari aliran Filsafat Fenomenologi adalah Edmund Husserl (1859-1938).

“Fenomenologi Husserl pada prinsipnya bercorak idealistik, karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran. Ilmu komunikasi (komunikologi) akan mendapatkan landasan yang kokoh jika asumsi-asumsi ontology dan epistemologisnya didasarkan pada pengetahuan tentang esensi kesadaran. Konsepsi Husserl tentang ‘aku transendental’ dipahami sebagai subjek absolut, yang seluruh aktifitasnya adalah menciptakan dunia. Namun Husserl tidak menjelaskan bahwa dalam kehidupan sesungguhnya subjek atau kesadaran itu selain mengkonstitusikan dunia, juga dikonstruksi oleh dunia” (Engkus, 2009 : 11)

Dalam kaitan dengan permasalahan mendasar yang sudah dibahas di depan, pendekatan Fenomenologi Husserl sangat relevan, selaras dan mendukung. Bahwa permasalahan utamanya terletak pada kesadaran manusianya yang berperan sebagai subjek. Husserl juga memiliki konsepsi yang sama bahwa ada “aku transendental” sebagai objek absolut. Dalam konteks ini, kekosongan penjelasan konsepsi Husserl tentang subjek “aku transendental” dan kesadaran tersebut dapat diisi oleh konsepsi yang berasal dari Taittiriya Upanishad berupa adanya elevasi tingkat kesadaran dalam lima lapisan diri manusia atau Pancamayakosha, dan kesadaran akan kemuliaan yang diamanatkan oleh Bhagavad Gita, yaitu tolok ukur Sreya dan Preya.

Spiritualitas berbasis Hindu, Pancamayakosha ini adalah peta bagi wilayah pemberdayaan diri yang dilakukan. Kesadaran yang hanya berorientasi kepada urusan-urusan lapisan pertama (fisik) dan lapisan kedua (energi) dikategorikan kesadaran dasar, semua makhluk berbadan memiliki kemiripan

dalam karakteristiknya. Tradisi di Bali dikategorikan kesadaran dasar ini disebut ‘Buta ya’. Atau dalam tradisi lain ada yang menyebut dengan ‘kesadaran hewani’.

Kesadaran ‘Manusa ya’ atau kesadaran insani, berada pada kesadaran yang orientasinya ada pada urusan lapisan ketiga (mind) yang terus diusahakan untuk bertransformasi menjadi Buddhi atau lapisan keempat. Bila kesadaran Buddhi yang memimpin, keliaran mind dengan egonya dapat dikendalikan, maka seseorang dikatakan humanis, atau kemanusiaannya hidup. Kesadaran murni adalah kesadaran Illahi atau ‘Dewa ya’.

Jadi, Pancamayakosha adalah **roadmap** pemberdayaan diri untuk meningkat dari kesadaran hewani, melampaui kesadaran insani, menuju kesadaran Illahi, atau dari Buta ya, melampaui *Manusa ya* menuju *Dewa ya*.

Untuk peningkatan kesadaran tersebut, latihan yang harus dilakukan satu satunya adalah Dyana, latihan bermeditasi atau berkontemplasi (Tafakur atau Zikir dalam tradisi Muslim, Metanoya dalam tradisi Kristiani dan Vipasana dalam tradisi Buda).

Prinsip dasar meditasi adalah duduk heningyang relaks, dengan membawa kesadaran sepenuhnya ke dalam diri. Cara yang efektif adalah dengan menutup mata, pelan-pelan kemudian memperpanjang irama nafas sambil melakukan pengamatan terhadap jalannya nafas dan muncul-lenyapnya pikiran demi pikiran.

Jadi prinsip dasarnya bukan mengosongkan pikiran karena itu tidak mungkin, bukan pula berkonsentrasi dengan memusatkan perhatian pada objek tertentu, melainkan focus dengan melakukan pengamatan.

Proses latihannya, relaksasi badan fisik yang terjadi hanya diamati tanpa larut untuk menikmatinya (Pengamatan terhadap lapisan pertama). Demikian juga keluar masuknya nafas diamati tanpa direkayasa (pengamatan terhadap lapisan kedua). Sementara muncul-lenyapnya pikiran juga diamati tanpa intervensi. Hanya mengamati, tanpa menilai, tanpa menghakimi (Pengamatan terhadap lapisan ketiga).

Bila latihan sederhana ini dilakukan dengan tekun, maka kebiasaan mengamati ketiga lapisan fisik (Badan, nafas, dan Mind) akan dapat dilakukan dengan mudah. Dan yang diaktifkan,



sebagai pengamat dalam kemampuan ini tidak lain adalah lapisan keempat, yaitu Buddhi.

Latihan meditasi adalah latihan untuk mengembangkan Buddhi atau intuitiveness.

Ketekunan adalah persyaratan mutlak untuk pembiasaan agar kemampuan *meditativeness* tercapai.

Dalam Bhagavadgita 8:8 dikatakan, **“Wahai Partha (Arjuna), seseorang yang pikirannya terkendali lewat pola hidup berlandaskan Yoga, meditasi secara teratur, dan kesadarannya senantiasa terpusat pada Yuhan, pada Jiwa Agung, niscaya ia mencapai kemuliaan-NYA yang tak terhingga”.**

Yoga dan meditasi dengan cara pembiasaan atau berlatih dengan disiplin, mendapat tempat yang sangat terhormat di dalam Bhagavad Gita.

Bhagavadgita 12: 9 mengatakan,

“Jika kau tidak mampu memusatkan kesadaranmu padaKu, maka raihlah kemanunggalan dengan-Ku dengan melakoni Yoga, wahai Dhananjaya (Arjuna, Penakluk Kebendaan)”

Kedua sloka (ayat) tersebut membahas tentang pentingnya Abhyasa atau melakoni pembiasaan dengan praktek Yoga dan meditasi terus menerus secara intensif dan repetitif.

Kesadaran manusia sebagian besar mengalis keluar diri. Untuk itu, kesadaran harus dibelokkan ke dalam diri. Kebenaran ada di dalam diri.

“Jadilah detektif bagi diri sendiri. Ketika kesadaran mengalir keluar, cepat-cepatlah cari simbol, ikon, kitab suci, tempatsuci, atau apa saja yang dapat mengingatkan tentang kesucian, kemuliaan dan kekuatan diri”(Anand Krishna, Bhagavad Gita, 2014: 582)

Kebiasaan yang diperoleh berupa kemampuan menjadi pengamat melalui latihan meditasi dapat dikonversi menjadi kebiasaan untuk mengamati diri sendiri dalam setiap perilaku sehari-hari. Aktivitas makan akan menjadi aktivitas yang meditatif, mandi bisa dilakukan dengan meditatif, bekerja meditatif,

berjalan secara meditatif, bahkan marah dapat dilalui dengan meditatif, berduka secara meditatif, sukacita pun dengan meditatif. Demikian seterusnya, dan kemampuan inilah yang disebut dengan Meditatif atau ***Meditativeness***. Melakukan apapun dilakukan dengan kesadaran penuh, karena kesadaran ada pada lapisan Buddhi sebagai pemimpin dan pengendali perilaku.

2.3 Model Komunikasi Meditatif sebagai Solusi

Sikap ***meditativeness*** yang mengawal setiap aktifitas berkomunikasi disebut dengan model Komunikasi Meditatif (***Meditativeness Communication***). Berkomunikasi dengan penuh kesadaran.

Bila mengacu kepada teori komponen-komponen komunikasi dalam model komunikasi modern yang diperkenalkan oleh Lasswell (1948) dalam konteks komunikasi massa yang efektif, yang mengandung lima unsur :

- 1). *Who* (sumber, siapa, komunikator)
- 2). *Says what* (Pesan, mengatakan apa)
- 3). *In which channel* (Media, saluran komunikasi : pada saluran mana)
- 4). *To whom* (penerima, komunikan)
- 5). *With what effect* (pengaruh : dengan dampak apa) (Suciati, 2017 : 41 – 42)

maka Komunikasi Meditatif berarti sadar akan diri sebagai komunikator, sadar dan terkendali atas pesan yang hendak disampaikan, sadar akan tipe dan respon komunikan, sadar akan situasi dan kondisi media dan saluran yang dipakai serta lingkungan, dan menyadari apapun effect yang muncul.

Model Komunikasi Meditatif melampaui keunggulan dari Model Komunikasi Empati yang diperkenalkan oleh Stephen R. Covey.

Prinsip Komunikasi Empatik menurut Covey dalam bukunya 7 Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif adalah berusaha mengerti terlebih dulu baru dimengerti. Hal ini adalah kunci komunikasi antarpribadi yang efektif. Covey mengakui bahwa Komunikasi adalah keterampilan yang paling penting di dalam hidup, dan sebagian besar waktu bangun adalah untuk berkomunikasi. Pada umumnya pembicara selalu berusaha

‘menyerbu’ masuk dengan motif autobiografinya. Memaksakan pengalaman dan kerangka acuannya sendiri untuk pendengar (Covey 2002 : 235-238).

Komunikasi empati hanya memusatkan perhatian pada komunikan. Komunikasi Meditatif menjaga fokus kesadaran tetap *holistic* (menyeluruh) sebagaimana hasil dari latihan –latihan meditasi.

Komunikasi empati menjaga dan memanfaatkan empati agar tujuan komunikasi tercapai. Kesadarannya hanya pada level tujuan, masih ada aroma pamrih di dalamnya. Sementara Komunikasi Meditatif memiliki kesadaran diri bukan saja untuk menjaga agar tujuan-tujuan komunikasi tercapai, tetapi juga dapatmemuliakan bagi semuanya. Komunikasi Meditatif dengan sadar berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan yang memberdaya dan memuliakan. Ada upaya lebih dari sekedar komunikasi biasa.

Terkait dengan kemerosotan spiritualitas, tidak ada pilihan lain sebagai antidotnya kecuali *Sadhana* (disiplin) spiritual yaitu meditasi dan melakoni semua peri kehidupan dengan meditatif, termasuk berkomunikasi.

Kemerosotan kesadaran spiritual masyarakat harus diatasi dengan mulai berkomunikasi dan mengkomunikasikan hal hal yang bersifat membangun kesadaran spiritual tersebut. Bahwa materi sangat penting, tetapi harus dicari, dikelola dan dipergunakan secara bijaksana sesuai dengan nilai-nilai etika dan hukum kehidupan. Bahwa semua keterikatan dan kesenangan yang diburu hanyalah urusan kulit semata.

Semua perilaku, pada dasarnya adalah komunikasi. Selalu dimulai dengan *self-talk* atau berbicara dengan diri sendiri. Bila dengan Komunikasi Meditatif, *self-talk* dapat dilakukan dengan baik, maka seluruh perilaku akan terkendali dan berkualitas.

Saatnya mengkomunikasikan apa yang penting bagi **Self**, Sang diri sejati yang bersemayam di dalam lapisan kelima di dalam diri. Komunikasi Meditatif dengan Sang Diri Sejati yang Hassurl sebut sebagai ‘aku transendental’, memiliki pengertian sebenar-benarnya sebagai aktifitas **Selfish**. Yang terlanjur dimaksud self itu hanyalah **Mindish**, dengan orientasi ego yang bercokol di dalam pikiran (lapisan Manasmaya kosha)

Komunikasi Meditatif yang dikendalikan oleh lapisan kesadaran intuisi dapat bersifat seperti siaran langsung. Pengamatan dan pengendalian komunikasi berlangsung pada saat proses komunikasi sedang berlangsung. Jadi model komunikasi berkesadaran meditatif dapat melampaui apa yang diakui sulit dalam fenomenologi sebagaimana pernyataan berikut :

“Fenomenologi tidak membuat karakteristik dari pengalaman, ketika pengalaman itu sedang dialami. Karena ketika sebuah pengalaman sedang dialami, maka akan menyita seluruh perhatian pada saat itu, dan membuat bias kondisi-kondisi yang melatarbelakanginya” (Engkus, 2009 :23-24).

Prinsip dari Komunikasi Meditatif adalah tidak larut sepenuhnya dalam proses. Ada bagian kesadaran yang menjadi pengendali yang dapat mengamati dan memegang kendali komunikasi. Bukan berarti komunikasi tidak berjalan dengan maksimal. Justru komunikasi akan berjalan sangat maksimal termasuk dengan kewaspadaan penuh atas segala kemungkinan yang dapat menggagalkan tujuan komunikasi.

III. SIMPULAN

3.1 Simpulan

1). Faktor-faktor penyebab kemerosotan spiritualitas di tengah masyarakat adalah :

Pertama, ketidakpahaman dan kegamangan masyarakat terhadap hubungan di antara kehidupan spiritual atau rohani dengan kehidupan materi atau jasmani, antara Niskala dengan Sekala. Pemahaman umum adalah keduanya harus diseimbangkan. Itu berarti posisi di antara keduanya adalah seimbang. Akibatnya spiritualitas tidak lagi dapat menjiwai dan menuntun dunia materi. Materialisme menjadi bebas berkembang dengan liar;

Solusinya adalah menjadikan spiritualitas adalah spirit dari pencarian, pengelolaan, dan penggunaan segala bentuk materi;

Kedua, ketidaktahuan akan adanya lima elevasi kesadaran dalam diri, yaitu

1. Annamayakosha (Badan fisik),
2. Pranamayakosha (Energi/nafas),
3. Manomayakosha (Mind/Mental-emotional)



4. Vjnanamayakosha (Buddhi/Intuisi)
5. Anandamayakosha (Kesadaran Murni)

sehingga secara alamiah, lapisan Manomayakosha dengan ego dan orientasi materinya yang kuat, masih kuat memegang kendali. Masyarakat modern juga tidak dapat membedakan antara kebahagiaan dengan kenikmatan, kenyamanan dan kesenangan. Ketidakmampuan ini menyebabkan mereka terjebak dalam materialisme;

Solusinya adalah melakukan transformasi kesadaran Manomayakosha menjadi kesadaran Vjnanamayakosha dengan berlatih meditasi;

Ketiga, masyarakat modern tidak memiliki atau mengabaikan faktor tolok ukur niat yaitu Sreya (memuliakan) dan Preya (menyenangkan). Yang dipahami dan dikejar hanya preya saja, sementara peletakan dasar-dasar karakter, keadilan, kehormatan, kemanusiaan, dan pelayanan tidak diindahkan.

Kalau tidak segera dilakukan perbaikan, maka kehancuran akan terjadi seperti peradaban-peradaban besar yang tinggal nama.

Solusinya adalah dengan menjadikan *sreya* dan *preya* sebagai tolok ukur setiap kali mengambil keputusan dan bertindak.

2). Terkait kontribusi Ilmu Komunikasi berbasis Fenomenologi, Konsepsi Hindu tentang Pancamayakosha dalam Taittiriya Upanishad sebagai *roadmap* pemberdayaan diri dan sadhana (disiplin spiritual) berupa praktik meditasi dapat menyempurnakan konsepsi Fenomenologi Husserl terkait dengan kesadaran diri “Aku transendental” dan fungsi sebagai subjek komunikasi.

Konsepsi *Sreya* dan *Preya* dalam Bhagavad Gita dapat dijadikan tolok ukur bagi subjek komunikasi di dalam mengukur kualitas dari tujuan komunikasi yang dilakukan.

3). Latihan Meditasi dengan teknik sederhana yaitu mengembangkan kemampuan mengamati lapisan kesadaran materi di dalam diri, yang dibiasakan dengan tekun, dapat menghasilkan kemampuan Komunikasi Meditatif. Model komunikasi Meditatif adalah berkomunikasi dengan penuh kesadaran dan holistik. Bukan hanya *focus* untuk mencapai tujuan

berkomunikasi, melainkan juga membangun dan mengkomunikasikan kebaikan serta kemuliaan.

3.2 Saran-saran :

- 1). Hindu sangat kaya dengan ajaran yang dapat dijadikan konsepsi keilmuan dan dikolaborasikan dengan keilmuan modern. Konsepsi tentang tolok ukur Sreya dan Preya dalam Bhagavad Gita, adalah salah satu konsepsi yang sangat mendasar dalam pengambilan keputusan;
- 2). Temuan dalam kajian ini bahwa konsepsi Pancamayakosha dapat mengisi kekosongan Fenomenologi Husserl dalam hal penjelasan tentang konsep kesadaran dan subjek komunikasi dapat ditindaklanjuti dengan bentuk bentuk penelitian lebih lanjut;
- 3). Meditasi dan Yoga belakangan ini sudah sangat populer dalam dunia profan bidang kesehatan dan kecantikan. Penelitian metode meditasi dalam konteks Ilmu komunikasi Hindu masih sangat terbuka, mengingat jumlah metode meditasi dan Yoga sangat banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Muliarta, 2018, Makalah Media Sosial dan Demokrasi : Antara Kebebasan Informasi dan Hoaks, Denpasar, Diskusi Kamisan IHDN Denpasar;
- Suciati, 2017, TEORI KOMUNIKASI dalam Multi Perpektif, Yogyakarta, Buku Litera Yogyakarta;
- Akhyar Yusuf Lubis, 2014, Postmodernisme : Teori dan Metode, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada;
- Anand Krishna, Bhagavad Gita, 2014, Jakarta, Pusat Studi Veda dan Dharma;
- Engkus Kuswarno, 2009, Metodologi Penelitian Komunikasi FENOMENOLOGI Konsepsi, Pedomam, dan Contoh Penelitiannya, Bandung, Widya Padjadjaran;
- Stephen Covey, 2002, 7 Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif, Jakarta, Binarupa Aksara.



Swami Sarvanand, 1921, Taittiriya Upanishad II Brahmananda
Valli Chapter II-IV; Madras, Thomson & Co;

**KETERPINGGIRAN PURA KEBO EDAN SEBAGAI
DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN
GIANYAR**

Oleh:



PROSIDING SEMINAR NASIONAL:
ILMU KOMUNIKASI DI ERA MILENIAL
KOMUNIKASI DIGITALISASI DAN TRANSFORMASI RISET KOMUNIKASI
ISBN : 978-602-52589-1-6 Penerbit IHDN PRESS <http://ihdnpress.ihdn.ac.id>

MADE DARMIATI

Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan
STP Nusa Dua Bali

ABSTRACT

Pura Kebo Edan in Banjar Intaran, Pejeng Village, Gianyar in context of tourism expansion based on its human power resources, can be grouped as culture tourist attraction. Yet, Pura Kebo Edan is merely a potential attraction with no actual existence in Gianyar area or Bali. This can be seen from its physical potential, history and culture but with no align development. These facts caused by less factor attention from government, no innovation of tourism industry and low resources of local people professionalism regarding Pura Kebo Edan management. All these factors give effect on Pura Kebo Edan economic. The place has ignored and unclean environment. Another result is insufficient welfare for people who manage and maintain the place. However Pura Kebo Edan development as culture tourist attraction can be meaningful to cultural preservation, religious local routine preservation which is connected to Pura Kebo Edan function as sacred Pura nowadays.

Key words: *Kebo Edan Temple, Cultural tourist attraction, preserved, cultural remains, cultural tourism.*

PENDAHULUAN

Provinsi Bali sebagai daerah tujuan wisata memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan, sesuai dengan Peraturan Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 butir 5. Potensi yang besar itu sebagian telah berhasil dikemas menjadi daya tarik wisata sehingga Bali tetap menjadi andalan pariwisata Indonesia dengan ciri khas pariwisata budaya.

Pura Kebo Edan adalah salah satu peninggalan pura cagar budaya di Desa Pejeng Tengah memiliki potensi sangat bagus untuk dikembangkan, karena pura ini menyimpan nilai sejarah berupa peninggalan-peninggalan kepurbakalaan yang unik sehingga menjadi nilai sejarah tinggi. Semua keunikan yang ada di Pura Kebo Edan tidak cukup menunjang keberadaannya untuk menjadi sebuah daerah tujuan wisata,



namun lingkungan kurang tertata, sampah berserakan serta fasilitas yang tersediapun sangat sangat kurang memadai sebagai daerah tujuan wisata.

Daya tarik wisata Kebo Edan yang dikelola oleh lembaga adat, masih terkesan berantakan, kurang tertata dengan baik. Daya tarik wisata tersebut memiliki peninggalan sejarah yang tinggi. Wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Kebo Edan di Desa Pejeng, akan menyaksikan patung-patung yang bernilai tinggi berserakan tidak teratur, tempat parkir sempit dan kotor seperti daya tarik wisata tak bertuan. Siapa pun yang berjalan-jalan menjadi turis ke daya tarik wisata Pura Kebo Edan di Desa Pejeng akan menyaksikan proses kehancuran fisik dan citra objek tersebut sehingga meredupnya *taksu* Bali jika hal itu memang pernah bersinar terang. Semua itu mencerminkan program perawatan dan pelestarian terhadap objek tersebut terlupakan sama sekali.

Penelitian ini berfokus pada : Faktor-faktor apa yang menyebabkan keterpinggiran Pura Kebo Edan sebagai daya tarik wisata budaya?

TEORI

Teori komodifikasi dipilih sebagai alat untuk mengasah analisis bentuk-bentuk keberadaan Pura Kebo Edan sebagai daya tarik wisata budaya. Dalam konteks ini, Pura Kebo Edan diasumsikan mengalami proses komodifikasi karena menjadi bagian dari produk pariwisata (*touristproduct*) tanpa memperhatikan apakah produk itu laku jual atau tidak.

METODE DAN TEKNIK YANG DI GUNAKAN

Hasil wawancara langsung kepada tokoh masyarakat, pemerintah maupun pelaku pariwisata dengan mengutamakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mencari dokumen-dokumen resmi yang berhubungan dengan penelitian, seperti monografi Desa Pejeng Kecamatan Tampaksiring.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, kemudian data tersebut diuraikan, dideskripsikan dan dianalisis, untuk memberikan gambaran umum, ringkas, jelas mengenai keadaan, kejadian, atau gejala spesifik yang dapat disimpulkan (Wirawan, 2001)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori komodifikasi dipilih sebagai alat untuk mengasah analisis bentuk-bentuk keberadaan Pura Kebo Edan sebagai daya tarik wisata budaya. Karena Komodifikasi menjadikan sesuatu secara langsung dan sengaja (dengan penuh kesadaran dan perhitungan) sebagai sebuah komoditas atau produk belaka. Kenyataannya, melalui proses pembangunan yang penekanannya adalah pemerolehan uang sebanyak-banyaknya, tempat suci umat tertentu pun mengalami komodifikasi.

Konteks ini, Pura Kebo Edan diasumsikan mengalami proses komodifikasi karena menjadi bagian dari produk pariwisata (*tourist product*) tanpa memperhatikan apakah produk itu laku jual atau tidak.

Keseimbangan yang harus dijaga adalah antara ekonomi dan lingkungan atau keseimbangan antara lingkungan dengan pariwisata. Seperti yang diungkapkan oleh Wall (1995: 347), pariwisata tidak berjalan sendiri-sendiri tetapi terkait dengan sektor lain untuk bisa menjaga keseimbangan antara manusia dengan Tuhan, antara manusia dengan lingkungannya, dan antara manusia dengan manusia lainnya. Konsep Tri Hita Karana, manusia telah diarahkan untuk bisa menjaga keseimbangan antara manusia dengan Tuhan, antara manusia dengan lingkungannya, dan antara manusia dengan manusia lainnya.

Baik atau buruknya lingkungan di Pura Kebo Edan bukan hanya sebagai akibat pariwisata, melainkan juga sebagai akibat dari aktivitas sehari-hari masyarakat setempat. Seperti yang diuraikan oleh Soemarwoto (1994: 293), bahwa pariwisata sangat tergantung pada lingkungan. Pariwisata sangat peka terhadap kerusakan lingkungan, misalnya, oleh limbah domestik yang berbau dan nampak kotor, sampah yang bertumpuk, kerusakan pemandangan karena penebangan pohon, gedung yang letak dan

arsitekturnya tidak sesuai, dan sikap penduduk yang tidak ramah. Untuk menyikapi agar tidak terjadi kerusakan lingkungan di Pura Kebo Edan semakin diperlukan penataan agar kerusakan tidak bertambah parah.

Faktor yang Menyebabkan Keterpinggiran Pura Kebo Edan Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya

Lemahnya Dukungan Pemerintah

Pura Kebo Edan di Desa Pejeng Tengah Gianyar sebagai salah satu daya tarik wisata budaya kelangsungannya hanya diurus oleh Banjar Adat Intaran *panyungsung* pura tanpa ada sentuhan Pemerintah Kabupaten Gianyar dalam hal ini Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Gianyar sebagai perpanjangan tangan untuk pengembangan pembangunan pariwisata di Kabupaten Gianyar.

Hal ini penting karena pengelolaan warisan budaya harus memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat setempat terutama kepada *panyungsung*. Selain itu pengelolaan suatu warisan budaya harus berorientasi pada kelestariannya untuk kepentingan generasi yang akan datang, akan tetapi beda halnya dengan Pura Kebo Edan sebagai salah satu DTW budaya sama sekali tidak mendapat perhatian pemerintah daerah setempat (Pen.Kab.Gianyar), ini terlihat dari surat keputusan Bupati Kab. Gianyar sbb:

Dalam keputusan Bupati Gianyar Nomor 127 Tahun 2016 tentang, penetapan objek dan daya tarik wisata Kabupaten Gianyar dijelaskan bahwa keputusan ini di buat dengan : (a) Bahwa dalam upaya menumbuh kembangkan dan mempertahankan nilai-nilai budaya dan keindahan alam sejalan dengan perkembangan pembangunan sarana dan kegiatan kepariwisataan di Kabupaten Gianyar, dipandang perlu menetapkan Objek dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Gianyar, (b) bahwa Penetapan Objek dan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam huruf a perlu ditetapkan dengan keputusan Bupati, berdasarkan keputusan Bupati Gianyar Pura Kebo Edan tidak tercantum sebagai daya tarik wisata yang pengelolaannya di bawah pemerintah Kabupaten Gianyar.

Menurut Ruma (wawancara 2017),

“Kantor Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Wilayah Kerja Propinsi Bali, NTB, dan NTT ini ada sedikit peranannya namun sebatas bertanggungjawab untuk melindungi, melestarikan, dan memelihara warisan peninggalan-peninggalannya saja seperti arca-arca, tidak untuk kelangsungan kebo edan sebagai dtw budaya, seperti pembangunan pura serta fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan di pura Kebo Edan.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa tidak ada perhatian pemerintah untuk pengembangan pembangunan Pura Kebo Edan sebagai daya tarik wisata budaya, hanya sebatas perawatan peninggalan kepurkasaan yang ada pada pura Kebo Edan saja. Berikut juga bisa dilihat tabel kunjungan wisatawan ke DTW budaya Kebo Edan.

Tabel Kunjungan
Donation/Dana Punia Pura Kebo Edan
Tahun 2017

NO	TANGGAL DATE	NAMA NAME	ALAMAT ADDRESS	DANA PUNIA DONATION	PARAF SIGNATURE
1	3 - 10- 2017	Bruton	USA	Rp. 10.000,-	
2	4- 10- 2017	Suzuki	JAPAN	Rp. 10.000,-	
3	4- 10- 2017	Arnold	USA	Rp. 20.000,-	
5	4- 10- 2017	Alex	Nederland	Rp. 20.000,-	
6	5-10 - 2017	Xan Miggia	Jpan	Rp. 10.000,-	
7.	5-10 - 2017	Maciek Asis	Polano	Rp. 20.000,-	
8.	5-10 - 2017	Cecela Angee	Holland	Rp. 10.000,-	
9.	5- 10 - 2017	Panny Billk	Canada	Rp. 10.000,-	
10.	6- 10-2017	Asi Stenh	Poland	Rp. 10.000,-	
11.	6-10-2017	Made Darmiati	Bali	Rp. 20.000,-	
12.	6-10-2017	Varerque Beauliru	Canada	Rp. 10.000,-	
13	6-10-2017	Oiane L Raul	France	Rp. 10.000,-	
14.	8-10-2017	Ngurah Eka	France	Rp. 10.000,-	
15	9-10-2017	Panca	Indonesia	Rp. 10.000,-	

Sumber : Pengelola Pura Kebo Edan, 2018.

Dari tabel di atas terlihat bahwa sejak tanggal 3 Oktober s/d 15 Oktober 2017 hanya ada 15 wisatawan. Ini berarti setiap hari pada saat itu Pura Kebo Edan hanya kedatangan sekitar 2 orang wisatawan setiap harinya. Bandingkan jumlah wisatawan tersebut yang datang dengan jumlah kedatangan daerah tujuan wisata yang lain seperti goa gajah. Dari tanggal 3 s/d 9 Oktober 2017 memperoleh jumlah wisatawan yang paling sedikit, sedangkan tanggal 5 s/d 6 Oktober mendapatkan jumlah wisatawan yang paling banyak. Sedangkan donasi yang diperoleh mencapai jumlah Rp. 180.000,- yang berarti Rp. 1.200,- tiap harinya. Paling rendah adalah Rp. 10.000,- dan yang paling tinggi adalah Rp. 20.000,-

Menurut I Wayan Gedet penjaga Pura Kebo Edan (wawancara, 2017).

"Asapuniki sampun pemasukan pura iriki pengunjung ngaturan punia nenten wenten patokan kanggeang kayun-kayun wisatawan sane raub. Wenten anak raub nyingakin pura niki sampun seneng tiang, tiang iriki idep nganggur kewale sambil nyingakin purane. Yening patok tiang jinabne tamune melaib kondisi purane ten lengkap fasilitas". (I Wayan Gedet sebagai penjaga Pura Kebo Edan mensyukuri donasi yang masuk ke Pura Kebo Edan berapapun jumlah yang didapat sudah cukup karena memang tidak ketentuan karcis masuk berapa pengunjung yang datang membayar).

Pernyataan ini menunjukkan betapa Pura Kebo Edan sebagai daya tarik wisata budaya dalam posisi terpinggirkan. Tidak ada aturan bagi wisatawan yang datang harus membayar donasi dengan jumlah yang sudah ditentukan oleh pengelola Pura Kebo Edan. Desa adat Banjar Intaran juga tidak berani memberikan ketentuan takut akan berdampak terhadap wisatawan mengurungkan niatnya datang melihat Pura Kebo Edan melihat fasilitas yang ada tidak memadai.

Suwantoro (2004 :32) menyebutkan dalam kepariwisataan terdapat 4 komponen pokok yang memiliki fungsi yang terjalin



erat satu sama lain yaitu komponen pemerintah, komponen penyelenggara pariwisata (swasta), komponen wisatawan dan komponen masyarakat. Pura Kebo Edan sebagai salah satu daya tarik wisata budaya yang baru berkembang di Desa Pejeng dalam pengembangannya 4 komponen pokok tersebut yang mempengaruhi pengembangannya belum ada, sehingga keberadaan Pura Kebo Edan Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya benar-benar terpinggirkan (termarginal).

SIMPULAN

Pura kebo Edan di Banjar Intaran Desa Pejeng Gianyar dalam konteks pengembangan kepariwisataan sesuai sumber daya manusia yang dimilikinya, yaitu sumber daya budaya (*culture resources*) dapat di golongkan sebagai daya tarik wisata budaya (*culture tourist attraction*). Hanya dalam kenyataannya keberadaan Pura Kebo Edan hanya sebagai potensi dan tidak menjadi aktual sebagaimana daya Tarik wisata budaya di Kabupaten Gianyar maupun di Bali. Hal ini dapat di lihat secara kebetulan dengan potensialnya fisik, sejarah, dan budaya yang dimilikinya. Namun ternyata tidak berkembang sebagai daya tarik wisata lainnya. Aksesibilitas yang dimilikinya khususnya dalam pengertian tingkat kemudahan cara pencapaiannya, Pura Kebo Edan relatif gampang ditempuh dari berbagai tempat. Kenyataannya, tidak ada sistem transportasi yang bagus baik menuju maupun dari Pura Kebo Edan. Hal ini berarti Pura Kebo Edan harus dicapai dengan menyediakan kendaraan sendiri baik kendaraan wisatawan maupun Biro Perjalanan Wisata.

Sebagai daya Tarik wisata budaya yang relatif tidak laku kalangan industri pariwisata tidak begitu memanfaatkan kerjasama dengan Pura Kebo Edan. Sangat jarang Pura Kebo Edan di tulis dalam program-program kepariwisataan industri pariwisata. Konsekwensinya adalah tidak cukup banyak wisatawan baik wisatawan domestik maupun manca negara yang mengunjunginya setiap hari.

Kenyataan di atas di sebabkan oleh faktor-faktor kurangnya perhatian pemerintah, tiada inovasi industri pariwisata dan rendahnya profesionalisme masyarakat local pengelola Pura Kebo Edan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Gde. 2001. "Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan yang Berbasis Kerakyatan" makalah *Seminar Nasional The Last or The Lost Paradise*.
- Ardika, I Wayan. 1993. "*Dampak pariwisata terhadap Situs dan Peninggalan Arkeologi di Bali*", Laporan Penelitian Universitas Udayana, Denpasar.
- , 1999. "Pelestarian dan Pemanfaatan Tinggalan Arkeologi dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Bali" Makalah Ilmiah Pariwisata Universitas Udayana, Denpasar.
- , 2002. "Pengelolaan Sumberdaya Budaya dalam Kaitannya dengan Pelaksanaan Otonomi Daerah", dalam Sutaba, I Made (ed), *Manfaat Sumberdaya Arkeologi untuk Memperkokoh Integrasi Bangsa*. Denpasar: Upada Sastra.
- , 2003. *Komponen Budaya Bali sebagai Daya Tarik Wisata*. Program Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana, Denpasar.
- , 2007. *Pusaka Budaya & Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Bali Post, 2006. "Tuntutan Baru Perlindungan Objek Wisata Bali", Senin, 17 Desember, hal. 7.
- Burkat, A.J. and Medlik, S. 1981. *Tourism Past, Present and Future*, Second Edition. London: Heineman.
- Capra, Fritjof 1996. *Titik Balik Peradaban, Sains, Masyarakat, dan Kebangkitan Kebudayaan*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali (Disparda Bali). 1994. *Informasi. Objek dan Daya Tarik Wisata di Bali*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali (Disparda Bali)
- Erawan, Nyoman. 1994. *Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi (Bali sebagai Kasus)*. Denpasar: Upada Sastra.
- Jaman, I.K. 1999. *Kemitraan Lembaga Adat dan Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Tampaksiring*. Tesis Program Magister kajian Budaya Universitas Udayana.

- Moelyarto, T. 1993. *Politik Pembangunan Sebuah Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press.
- Murchland, B. 1992. *Humanisme dan Kapitalisme, Kajian Pemikiran tentang Moralitas*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya.
- Marpaung. 2005. *PengetahuanKepariwisataaan*. Penerbit: Alfabeta Bandung.
- Natori, N. (ed.). 2001. *Tourism and Sustainable Development Monitoring, Planning, Managing*. University of Waterloo, Heritage Resources Culture.
- Natori, Masahiko. 2001. *A Guide Book for Tourism-Based Community Development*, Yokohama: AsiaPacifik Tourism Exchange Centre.
- Peraturan Daerah Bali Nomor 3 Tahun 1991 tentang Pariwisata Budaya (sebagai pengganti Peraturan Daerah Bali Nomor 3 Tahun 1974 tentang Pariwisata Budaya).
- Pitana, I Gde, 2003. Kebijakan dan Strategi Pemerintah Daerah Bali dalam Pembangunan Pariwisata. Dalam Ardika (ed.). *Parivisata Budaya Berkelanjutan*. Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar.
- Rata, Ida Bagus. 2001. *Pengembangan dan Penataan Objek Wisata yang Berorientasi Pada Pelestarian Lingkungan dan Parivisata Budaya*. Denpasar: Pusat Penelitian Kebudayaan dan Kepariwisataaan Universitas Udayana.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. PradnyaParamita.
- , 2006. *PariwisataBudaya, Masalah dan Solusinya*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

STRATEGI *ONLINE BOOKING* DALAM MENGOPTIMALKAN OKUPANSI HOTEL BERBINTANG: STUDI KASUS DI KABUPATEN BADUNG

Oleh:

I Gusti Agung Alit Suryawati

Email: igaalitsuryawati@uahoo.co.id

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Udayana

ABSTRAK

Makalah ini bertujuan untuk membahas strategi *online booking* dalam mengoptimalkan tingkat hunian hotel berbintang di Kabupaten Badung. Sebagai hasil penelitian kualitatif, data penelitian diperoleh melalui observasi, studi dokumen, dan wawancara mendalam dengan 10 informan pemerhati dan staf manajemen hotel berbintang di wilayah Kuta, Kabupaten Badung. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat hunian hotel berbintang di wilayah Kabupaten Badung lebih tinggi dari pada tingkat hunian hotel non bintang. Terdapat empat strategi dalam mengoptimalkan okupansi hotel berbintang: (a) meningkatkan jaringan pemasaran dengan sistem *online booking*, (b) upaya peningkatan mutu layanan, serta (c) meningkatkan profesionalitas sumber daya manusia dan (d) merestrukturisasi organisasi. Mayoritas tamu hotel berbintang (60%-75%) diperoleh dari online booking. Upaya peningkatan kapasitas SDM dan pemasaran dengan *online booking* perlu terus dikembangkan.

Kata kunci : Online Booking, Okupansi, Hotel berbintang

ABSTRACT

The purpose of this writing was to discuss about online booking strategic in optimizing of star hotel occupancies in Kuta, Badung Regency. As a result of qualitative research, data was obtained through observation, documentation study and in-depth interviews with 10 informants as observers and star hotel managements in Kuta, Badung Regency. Data was analyzed by using descriptive – qualitative. The studies shows that the level of star hotel occupancy was higher than the level of non star hotel occupancy. There were



four strategic in optimizing of star hotel occupancies: (a) developing the marketing channel through on optimize line booking. (b) encreasing the quality of the services; (c) encreasing the skill of the human resources and (d) set up the organization Chart. The majority of the star hotel guess in Kuta area (60% to 75%) was collected by online booking. The online booking and encreasing the capabelity of Human resources should be continuously in optimizing star hotel occupancies.

Key words : Online Booking, Occupancy, Star Hotel

1. Pendahuluan

Salah satu sektor bisnis yang terus berkembang dari tahun ke tahun adalah sector pariwisata. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan internasional akan mencapai 1,6 milyar. Perkembangan pariwisata membawa dampak ekonomi yang sangat besar baik bagi pemerintah, kalangan swasta, maupun masyarakat di daerah tujuan wisata. Pariwisata telah menjadi industri terbesar dewasa ini, baik dilihat dari jumlah tenaga kerja yang terserap maupun dari jumlah dolar yang dihasilkan (Pitana, 2011: 1).

Sejak tahun 1920-an, pariwisata Bali telah menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Secara kumulatif, jumlah wisatawan mancanegara yang langsung datang ke Bali terus meningkat, yaitu 3.278.598 orang pada tahun 2013, meningkat menjadi 5.697.739 orang pada tahun 2017 (lihat tabel 1)). Secara umum terdapat 8 faktor daya tarik bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Bali, yakni: (1) harga-harga produk wisata yang wajar, (2) budaya dalam berbagai bentuk manifestasinya, (3) pantai dengan segala daya tariknya, (4) kenyamanan berwisata, (5) kesempatan luas untuk relaksasi, (6) citra (*image*) atau nama besar Bali, (7) keindahan alam, (8) keramahan penduduk setempat (Suradnya, 2006).

Tabel 1



Kunjungan Wisatawan asing ke Indonesia dan Bali

Tahun	Indonesia		Bali	
	Total	Growth (%)	Total	Growth (%)
2013	8 802 129	9.42	3 278 598	11.16
2014	9 435 411	7.19	3 766 638	14.89
2015	10 406 291	10.29	4 001 835	6.24
2016	11 519 275	10.70	4 927 937	23.14
2017	14 039 799	21.88	5 697 739	15.62

Sumber: <https://bali.bps.go.id/statictable/2018>

Di samping sektor dasar pertanian, perkebunan dan perikanan, pariwisata telah menjadi sektor andalan untuk mendukung pembangunan Kabupaten Badung. Sekitar 70% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Badung berasal dari sektor pariwisata (Gunarta, 2015). Selain itu, pariwisata juga telah mendorong munculnya beragam usaha dan jasa, termasuk tumbuhnya agen pariwisata, penyedia event, atraksi wisata, *travel agent* dan penyediaan jasa akomodasi, baik hotel berbintang maupun hotel kelas non bintang (Stokes 2003). Fasilitas akomodasi hotel berbintang dan non bintang nampak berkembang, sejalan dengan perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung. Dalam hahun terakhir 2016, jumlah hotel di Kabupaten Badung adalah sebanyak 676, terdiri dari hotel berbintang 155 unit dan non bintang 521 unit (Badung Dalam Angka, 2017).

Pesatnya perkembangan hotel telah mengakibatkan kelebihan jumlah kamar yang selanjutnya memunculkan beragam masalah. Di antaranya adalah munculnya persaingan tak sehat antara hotel berbintang dengan hotel non bintang. Hotel berbintang cenderung memenangkan persaingan karena didukung oleh jaringan pemasaran internasional dan dikung dengan penerapan teknologi *e-commerce*. Pemanfaatan *E-Commerce*

Dalam Dunia Bisnis memang mampu secara efektif mendukung pemasaran berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan adanya layanan *electronic commerce* (*e-commerce*), pelanggan dapat mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat. Pelanggan yang ingin mengakses *e-commerce* tidak harus berada di suatu tempat, hal itu dikarenakan di kota-kota besar di Indonesia telah banyak tempat-tempat yang menyediakan suatu fasilitas akses internet hanya dengan menggunakan laptop/notebook ataupun dengan *Personal Digital Assistant* (PDA) dengan menggunakan teknologi wifi (Irawati, 2011). Studi ilmiah ini sengaja membahas upaya manajemen hotel berbintang di wilayah Kabupaten Badung dalam menerapkan *online booking* untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat hunian hotelnya.

2. Metode Penelitian

Karya ilmiah ini merupakan hasil penelitian kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui observasi, studi dokumen, dan wawancara mendalam dengan 10 informan pemerhati dan staf manajemen hotel berbintang di wilayah Kuta, Kabupaten Badung. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif deskriptif.

3. Optimalisasi Okupansi Hotel Berbintang

Kinerja penyedia jasa akomodasi wisata, yakni hotel tercermin pada tingkat hunian hotel yang bersangkutan. Secara umum, tingkat hunian (okupansi) hotel berbintang di wilayah Kabupaten Badung lebih tinggi dari pada tingkat hunian hotel non bintang. Persentase tingkat penghunian kamar hotel bintang pada tahun 2016 sebesar 63,38 % meningkat dari tahun 2015 sebesar 62,33%. Sedangkan persentase tingkat penghunian kamar hotel non bintang pada tahun 2016 adalah 50,47 % meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar 43,73 % (Badung Dalam Angka, 2017).

Walaupun capaian okupansi hotel berbintang relatif lebih tinggi dari hotel non bintang, peningkatan jumlah kamar hotel di Bali juga mengancam kinerja hotel berbintang. Dalam lima tahun terakhir (2012-2016), jumlah hotel berbintang dan non bintang di Kabupaten Badung meningkat dengan drastis. Apabila tahun



2012 jumlah hotel bintang sebanyak 98 unit atau 16360 kamar dan non bintang sebanyak 697 atau 22684 kamar, maka pada akhir tahun 2016 hotel bintang sebanyak 155 unit atau 24683 kamar dan non bintang sebanyak 521 atau 33075 kamar (Badung Dalam Angka, 2017).

Tabel 2
Jumlah hotel berbintang dan non bintang di Kabupaten Badung
Periode 2012-2016

Jenis Hotel	2012		2016	
	Jumlah Unit	Jumlah Kamar	Jumlah Unit	Jumlah Kamar
Hotel Berbintang	98	16360	155	24683
Hotel Non - bintang	597	22684	521	33075
Total	695	39044	676	57758

Sumber: Badung Dalam Angka, 2017

Peningkatan jumlah kamar hotel di Kabupaten Badung telah menimbulkan perang tarif antarpemedia layanan akomodasi hotel. Harga kamar hotel menjadi jatuh. Tarif kamar hotel berbintang 3 dan 4 yang semula dijual seharga Rp. 500.000 – Rp. 750.000 jatuh menjadi Rp. 200.000 – Rp. 400.000. Fenomena bisnis pariwisata seperti ini tidak sehat, karena dalam jangka panjang akan merugikan pengusaha jasa akomodasi wisata. Nilai kembali investasinya (*return of investment/ROI*) menjadi sulit tercapai. Di samping menyebabkan tingkat hunian kamar hotel merosot, perang tarif harga kamar hotel tersebut, memunculkan praktik persaingan tak sehat antar penyedia jasa layanan akomodasi hotel berbintang di Kabupaten Badung. Untuk itu, banyak pelaku bisnis perhotelan yang mengharapkan agar diupayakan standarisasi harga kamar hotel serta pembatasan pembangunan hotel baru di wilayah Kabupaten Badung seperti pernyataan informan berikut.

”Jumlah kamar hotel yang melebihi permintaan pasar memang menjadi masalah dalam praktik pemasaran jasa akomodasi wisata di Bali. Untuk itu, standarisasi harga

kamar hotel ini amat diperlukan, agar prinsip *break even point* bisa dijalankan (Sutawa, 52 tahun, GM Puri Sharon).”

Untuk mengoptimalkan tingkat hunian kamar (okupansi) hotelnya, pihak manajemen hotel berbintang di Kabupaten Badung terus berupaya mencari strategi dan langkah dalam mempertahankan keberadaan hotelnya. Berdasarkan hasil observasi, dan wawancara mendalam dengan nara sumber yang representatif diperoleh gambaran bahwa dalam mengoptimalkan tingkat hunian kamarnya, pihak manajemen hotel berbintang melakukan sejumlah langkah strategis, yaitu: peningkatan jaringan pemasaran dengan sistem *online booking*, upaya peningkatan mutu layanan, serta meningkatkan profesionalitas sumber daya manusia dan merestrukturisasi organisasi.

Pertama, manajemen hotel berbintang telah mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini, yakni mengembangkan sistem pemasaran *online* melalui *web-e-commerce*. Di samping email dan jaringan web sites, hotel berbintang di wilayah Kabupaten Badung juga memanfaatkan aneka media sosial seperti *Twitter.com*, *Facebook.com*, *Plus.google.com*, *Youtube.com* dan *istagram*. Sesuai dengan pendapat Kalakota dan Whinston (1997), penerapan *e-commerce*, telah memperkuat operasionalisasi manajemen usaha baik dalam perspektif komunikasi, proses bisnis, mutu layanan, dan sistem *online*. Menurut para informan, penerapan *e-commerce* untuk mendukung *online booking* di lingkungan hotel berbintang di Bali memerlukan proses adaptasi tersendiri. Pada awal tahun 2000-an, penerapan teknologi *e-commerce* untuk menunjang sistem pemasaran hotel berbintang di Kabupaten Badung belum optimal, karena belum terdukung oleh staf operator yang memiliki *skill* khusus yang diperlukan. Namun, kini semua hotel berbintang sudah memanfaatkan *e-commer*s dalam menunjang apemasarannya. Pihak manajemen hotel berbintang terus berupaya meningkatkan kemampuan staf *sales-marketing*-nya dalam menerapkan *e-commerce*. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi *online (e-commerce)* telah diterapkan pada hotel-hotel berbintang di Kabupaten Badung. Di hotel All Season misalnya, pada tahun 2016 telah berhasil melakukan pemasaran dengan memanfaatkan jaringan sosial media, yakni *on-line travel agent* dan websites yang memberikan



kontribusi terhadap tingkat hunian sebesar 65%. Penerapan teknologi e-commers dalam bentuk online booking berhasil menjaring tamu hotel berbintang sebanyak 60%-75%. Penerapan *e-commerce* dalam upaya peningkatan daya saing usaha. Di samping dapat digunakan sebagai sarana promosi, penerapan *e-commerce* terbukti mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan omzet penjualan produk (Maryama, 2013). Pemasangan web-sites telah menjadi bagian dari strategi hotel berbintang dalam memasarkan jasa akomodasi wisata (Budiasa dan Suriyasa, 2015).

Kedua, permasalahan yang terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia (SDM). Peningkatan jumlah kamar hotel di Kabupaten Badung belum diantisipasi dengan tersedianya jumlah tenaga kerja hotel yang terlatih. Layanan hotel bisa berkualitas apabila perbandingan antara jumlah kamar hotel dan pekerja adalah 1:1. Belum semua hotel berbintang di Kabupaten Badung telah memenuhi kebutuhan tegaga terlatih sesuai jumlah kamar hotelnya. Tenaga terlatih relatif kurang, sehingga sebagian hotel berbintang di Badung mempekerjakan pegawai baru yang baru lulus sekolah perhotelan dengan kualitas yang masih relatif rendah (Sutawa, 2015). Selain itu, sirkulasi (*turn over*) tenaga kerja perhotelan di Bali cukup tinggi, yakni 20%. Hal ini akibat adanya kesempatan kerja lain, seperti kesempatan kerja di kapal pesiar, bekerja di hotel-hotel luar negeri. Penyediaan tenaga kerja yang sesuai rasio jumlah kamar pada hotel berbintang sangat diperlukan. Selain itu, pihak manajemen hotel berbintang di Kabupaten Badung juga perlu melakukan peningkatan motivasi bagi pekerjanya. Diantaranya adalah dengan memberikan insentif berupa tambahan satu kali gaji (1 bulan) dalam setahun, program *best employer of the month*, *best employer of the quarterly*, *best employer of the year* serta pemberian kesempatan bagi karyawannya untuk peningkatan karir mereka (Sutawa, 2015).

Ketiga, manajemen hotel berbintang juga meningkatkan kualitas layanannya. Para pengelola hotel berbintang di Kabupaten Badung berupaya memberikan *service* yang berkualitas kepada konsumennya. Akan tetapi, belum semua tenaga kerja hotel berbintang di Kabupaten Badung memiliki *individual communication skill* yang memadai, sehingga layanan yang

diberikan kepada tamu hotel menjadi kurang optimal seperti pernyataan informan berikut ini.

“Tak semua staf hotel berbintang memiliki *communication skill* secara individual. Untuk memuaskan konsumen hotel, *communication skill* harus dikuasai oleh setiap pegawai hotel. Mereka bukan hanya dituntut mampu menjelaskan informasi seputar layanan hotel yang dimilikinya, tetapi juga mampu menjelaskan secara umum objek dan atraksi wisata yang ada di Bali misalnya (Eko, 50 tahun, pemerhati wisata Bali)”

Communication skill menjadi penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk itu, pihak manajemen hotel berbintang di Kabupaten Badung perlu terus berupaya meningkatkan kapasitas pekerjaanya agar mereka mampu mengasah kemampuan *communication skill-nya* dan mau mendengarkan harapan dan memperhatikan masukan tamu hotel untuk meningkatkan pelayanan. Selain itu diharapkan agar tiap tenaga kerja hotel mesti berperan sebagai *sales-marketing*.

Dengan layanan berkualitas diharapkan kepuasan dan loyalitas wisatawan dapat ditingkatkan. Kepuasan dan loyalitas layanan tercermin pada lamanya tinggal serta pemilihan akomodasi ulang wisatawan terhadap hotel yang pernah melayani mereka (Solichin, 2011). Rata-rata lama tinggal wisatawan baik domestik maupun asing berwisata di Bali hanya sekitar 2-4 hari (lihat Tabel 3).

Tabel 3. Lama Menginap Wisatawan Asing dan Domestik di Kab Badung Tahun 2015 dan 2016

Tahun	Lama menginap (hari)	
	2015	2016
Bintang		
Asing	3,12	3,18
Domestik	2,70	2,39
Nonbintang		
Asing	3,84	3,44
Domestik	3,97	3,10

Sumber: Badung Dalam Angka, 2017

Upaya peningkatan layanan di lingkungan hotel berbintang antara lain dengan menjalankan tugas secara profesional, melakukan tindakan yang cepat, mengembangkan sistem komunikasi terbaik dengan relasi dan tamu hotel, serta melaksanakan kegiatan sesuai *time frame* layanan yang jelas sehingga para tamu hotel merasa nyaman seakan tinggal di rumah (*guest feel home*). Dengan layanan yang bermutu, maka diharapkan tamu bisa merasa puas sehingga terjadi revisit yang diharapkan hotel berbintang mampu mempertahankan dan meningkatkan tingkat okupansinya.

Keempat, sejalan upaya mengoptimalkan sumberdaya manusia dalam mendukung pelayanan yang bermutu, pihak manajemen hotel berbintang juga melakukan restrukturisasi organisasi hotel. Restrukturisasi organisasi dilakukan ketika struktur organisasi dianggap tidak memadai lagi (tidak efektif dan efisien) untuk mencapai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan organisasi. Restrukturisasi organisasi dilakukan dengan cara: unifikasi atau penggabungan beberapa unit kerja atau deorganisasi: penghapusan satuan organisasi, revitalisasi, yakni memberdayakan organisasi atau rekayasa ulang perubahan pada sistem-sistem kerja organisasi, misalnya sistem produksi, sistem pasokan input, sistem pemasaran, sistem komunikasi, dan lain-lain dengan tujuan untuk membangun keterkaitan yang lebih efektif dan efisien di antara sistem-sistem tersebut. Penyusunan kembali strategi organisasi dilakukan ketika posisi strategis organisasi sudah tidak sesuai lagi dengan tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran organisasi (Kotter, 1997).

Pihak manajemen hotel berbintang di Kabupaten Badung di satu pihak tetap mempertahankan divisi-divisi yang ada, yakni *front office (FO)*, *housekeeping (HK)*, *food & beverage (FB)*, *sales-marketing (SM)*, *Accounting*, dan *human resource division (HRD)*, di pihak lain juga melakukan penyesuaian struktur organisasi perhotelan sesuai tantangan era globalisasi yang diwarnai dengan kemajuan teknologi informasi (*internet/web-sites*). Sesuai dengan kemajuan teknologi informasi di era global saat ini, terjadi penambahan divisi dalam struktur organisasi perhotelan di Bali telah menambah bagian *e-commerce staff* dan *revenue manager*. Penambahan bagian *e-commerce staff* dalam struktur organisasi

hotel berbintang ini diperlukan sebagai kebutuhan dalam menjaring konsumen melalui *online booking*.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

Tingkat hunian hotel berbintang di wilayah Kabupaten Badung lebih tinggi dari pada tingkat hunian hotel non bintang. Penerapan teknologi e-commers dalam bentuk online booking berhasil menjaring tamu hotel berbintang sebanyak 60%-75%. Keberhasilan pemasaran hotel melalui *online booking* ini disertai dengan upaya peningkatan mutu layanan, serta meningkatkan profesionalitas sumber daya manusia dan merestrukturisasi organisasi.

b

Untuk mengoptimalkan okupansi hotel berbintang di Kabupaten Badung, upaya peningkatan kapasitas SDM dan pemasaran dengan *online booking* perlu terus dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiasa, I Gusti Putu Ngurah, Suriyasa, I Wayan Yudi. 2015. E-commerce Strategy InterContinental Bali Resort. Journal of Business and Economics, ISSN 2155-7950, USA October 2015, Volume 6, No. 10, pp. 1775-1784.
- BPS Kabupaten Badung. 2016. Tingkat Penghunian Hotel Kabupaten Badung 2016.
- BPS Provinsi Bali. 2016. *Bali Dalam Angka. Denpasar: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali.*
- Gunarta, I Wayan Eri. 2015. Wow, Ini Sumber PAD Tertinggi di Kabupaten Badung, Rabu, 1 April 2015 16:41; <http://bali.tribunnews.com/2015/04/01/wow-ini-sumber-pad-tertinggi-di-kabupaten-badung>
- Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375, Edisi Ke-VI, November 2011, Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya



- Kompas.com. 2014.
<http://travel.kompas.com/read/komentar/2014>
- Kalakota, R and Whinston, A.B. 1997. *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. New Jersey: Addison-Wesley Professional.
- Kotter, J. 1997. *Leading Change: Menjadi Pioner Perubahan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maryama, Siti. 2013. Penerapan e-commerce Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha, *Jurnal liquidity* (Vol 2 no.1, Januari-Juni 2013)
- Pitana, I Gede dan Putra, I Nyoman Darma. 2011. *Pemberdayaan dan Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Suradnya, I Made. 2006. *Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali Dan Implikasinya Terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali*. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Sutawa, Gusti Kade. 2015. Pengaruh Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, Motivasi Kerja Dan Perubahan Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Sektor Perhotelan Di Bali (disertasi). Denpasar: Program Studi Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Stokes, Robyn. L. 2003. Inter-organisational relationship for events tourism strategy making in Australian states and territories. Ph.D Disertation, Departement-School of Tourism and Hotel Management. Griffith University. on-June. 2006. "Network-based strategy making for event tourism". *European Journal of Marketing*. Vol.40 No.5/6.
- Solichin. 2011. Persepsi Wisatawan Terhadap Pelayanan Vila di Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta Kabupaten Badung (tesis). Denpasar: Program Magister Pariwisata, Pascasarjana, Universitas Udayana
- Soemarso.2004.Akuntansi Suatu Pengantar. Jakarta : Salemba Empat.



 **IHDPRESS**

ISBN 978-602-52589-0-9



9

786025

258909