



**GAYA KOMUNIKASI CALON KEPALA DESA DALAM PEMILIHAN
KEPALA DESA TAHUN 2013**

**DRA. HJ.NIKEN
LESTARINI, M.SI.**

**SOLIDARITAS KAUM LAKI-LAKI SEBAGAI PEDAGANG
SAYUR KELILING ATAU BAKUL ETHEK
DI PASAR SONGGO LANGIT PONOROGO**

**Dra. EKAPTI
WAHJUNI DJ MSi**

MEDIA, POLITIK dan KEKUASAAN

**AYUB DWI ANGGORO,
S.IKom, M.Si**

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO TERHADAP PROGRAM
KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA.**

Drs. PINARYO, MM

ISLAM DAN PERUBAHAN SOSIAL

Drs. SULTON, M.Si.

**STUDI SEMIOTIK, SIKAP HUMANIS-RELIGIUS DALAM TRAILER FILM
SANG MURABBI**

ELI PURWATI, S.SOS



ISSN : 2338-5162

ARISTO



vol : 01 | No : 02 | Hal : 109-196 | Agustus 2014

Diterbitkan oleh :
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Jurnal ARISTO
Terbit dua kali setahun

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau keseluruhan isi dalam berbagai bentuk medium baik cetakan,elektronik,maupun mekanik.**

ISSN : 2338-5162

**Diterbitkan Oleh:
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Desain dan tata letak oleh Oki Cahyo N.S.Sn

JURNAL ARISTO

Terbit dua kali setahun pada bulan Januari dan Juli, berisi artikel ilmiah yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian ilmu di bidang Sosial-Humaniora

Penanggung Jawab

Dra. Hj.Niken Lestarini,M.Si

Ketua Penyunting

Drs. Jusuf Harsono, M.Si

Wakil Penyunting

Dra. Ekapti Wahjuni DJ,M.Si

Penyunting Pelaksana

Dian Suluh KD,S.Sos.I.,MAP

Elli Purwati,S.Sos

Khoirurrosyidin,SIP

Drs. Pinaryo,MM

Oki Cahyo N,S.Sn

Penyunting Ahli : LPPM

Drs. Bambang Widiyhsena,M.Si

Hery Wijayanto,ST.,MT,.MM

Pelaksana Administrasi

Deny Wahyu Tricana,S.Sos

Ayub Dwi Anggoro,S.Ikom.,M.Si

**ALAMAT PENYUNTING DAN TATA USAHA / ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO, GEDUNG UTARA LANTAI 2
JALAN BUDI UTOMO NO.10 PONOROGO 63471
Telp (0352) 481124-487662 fax.(0352)461796
Web site: fisip.umpo.ac.id
Email:aristo.fisip@umpo.ac.id**

PENGANTAR REDAKSI

Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Allah swt bahwa edisi ini bisa diterbitkan dengan tanpa kesulitan yang berarti. Terbitnya edisi ini menandakan semakin eksisnya Jurnal Aristo yang dikelola Fisip Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Terbitnya edisi ini juga menandai semakin banyak dosen yang berkarya tulis ilmiah sesuai dengan tuntutan Tridarma Perguruan Tinggi. Terbatasnya pnerbitan Jurnal Aristo menjadikan beberapa penulis terpaksa masuk dalam waiting list untuk dimuat pada edisi berikutnya.

Kebijakan kampus untuk mewajibkan para dosen untuk melakukan kegiatan penelitian yang didanai kampus menjadikan Jurnal Aristo berkontribusi dengan konstanya suplai tulisan para dosen. Semakin banyak dosen yang berkarya tulis menjadikan Jurnal ini bisa memperkaya tema kajian dan optimis untuk berkembang sesuai dengan kebutuhan.

Ucapan terimakasih disampaikan redaksi pada para penulis yang sudah berkontribusi dan pimpinan kampus yang telah menelorkan kebijakan yang kondusif sehingga mendukung eksistensi Jurnal Aristo ini.

DAFTAR ISI

GAYA KOMUNIKASI CALON KEPALA DESA DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2013 DRA. HJ.NIKEN LESTARINI, M.SI.	1
SOLIDARITAS KAUM LAKI-LAKI SEBAGAI PEDAGANG SAYUR KELILING ATAU BAKUL ETHEK DI PASAR SONGGO LANGIT PONOROGO Dra. EKAPTI WAHJUNI DJ MSi	15
MEDIA, POLITIK dan KEKUASAAN AYUB DWI ANGGORO, S.IKom, M.Si	25
PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TERHADAP PROGRAM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. Drs. PINARYO, MM	53
ISLAM DAN PERUBAHAN SOSIAL Drs. SULTON, M.Si.....	67
STUDI SEMIOTIK SIKAP HUMANIS-RELIGIUS DALAM TRAILER FILM SANG MURABBI ELI PURWATI, S.SOS	77

GAYA KOMUNIKASI CALON KEPALA DESA DALAM PEMILIHAN

KEPALA DESA TAHUN 2013

(Penelitian Pada Pemilihan Kepala Desa di Desa Nglumpang

Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo)

Oleh :

Hj.Niken Lestarini

Email: niken_lestarini@umpo.ac.id

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Seorang Kepala Desa sebagai pemimpin harus bisa mempengaruhi masyarakat atau pengikutnya maka gaya komunikasi yang digunakan haruslah tepat karena masyarakat mempunyai tipe dan karakter yang berbeda-beda. Seorang Calon Kepala Desa tentunya juga harus mampu menggunakan gaya-gaya komunikasi yang tepat agar masyarakat benar-benar mendukung dan memilihnya. Penelitian ini menggunakan teknik indept interview atau wawancara mendalam. Interview digunakan untuk menggali data dari para informan yang telah ditunjuk dan dalam wawancara mendalam ini pertanyaan yang diajukan tidak terstruktur, pertanyaan bersifat terbuka dan mengarah pada kedalaman serta dilakukan secara non formal. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut : Pertama, Sebagai calon pemimpin yaitu sebagai calon Kepala Desa di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo Bapak Sucipto yang memperoleh kemenangan mutlak dengan perolehan suara signifikan dan mampu membawa suasana politik yang aman, damai dan tenang mempunyai kemampuan memilih gaya komunikasi yang sangat efektif sehingga mampu menarik simpati dari mayoritas pemilih yang mempunyai karakter yang berbeda-beda. Kedua Gaya Komunikasi politik yang digunakan oleh calon kepala Desa Nglumpang dikategorikan sebagai gaya komunikasi politik konteks rendah atau Low Context yaitu gaya komunikasi yang dalam menyampaikan suatu pesan cenderung tidak basa basi terlebih dahulu menyebutkan pesan secara lugas dan langsung pada pokok yang diinginkan atau to the point. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka saran yang perlu disampaikan agar para calon pemimpin baik di tingkat desa maupun tingkat yang lebih tinggi di pemerintahan Indoesia hendaknya mampu menggunakan komunikasi yang efektif dan mampu memilih. Gaya Komunikasi yang tepat karena masyarakat kita di Indonesia ini dalam memilih ternyata tidak semata-mata dengan diiming-imingi imbalan materi atau uang tetapi lebih pada kemampuan atau kredibilitas dan akseptibilatas para calon pemimpin dalam memilih gaya komunikasi yang tepat sehingga money politik dan korupsi bisa diantisipasi oleh masyarakat secara dini

KATA KUNCI : gaya komunikasi, calon kepala desa, pemilihan, desa

PENDAHULUAN

Kepala desa dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan kepala desa atau singkat pilkades. Masa jabatan kepala desa adalah 6 tahun dan sesudahnya dapat

dipilih kembali untuk 1 kali masa jabatan berikutnya. Kepala desa dan perangkat desa umumnya berasal dari penduduk setempat dan menetap atau bertempat tinggal di desa itu.

Di Kabupaten Ponorogo pada tahun 2013 ini hampir seluruh desa akan mengadakan Pemilihan Kepala Desa. Demikian juga di desa Nglumpang Kecamatan Mlarak yang masa jabatan kepemimpinan Kepala Desa akan habis pada bulan Agustus 2013 ini, berdadarkan Peraturan Daerah maka sebelum habis masa jabatan Kepala Desa akan dilaksanakan Pemilihan Kepala Desa atau Pilkades agar tidak terjadi kekosongan kepemimpinan. Di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo Pemilihan Kepala Desa akan dilaksanakan pada sekitar pertengahan bulan Mei 2013. Sedangkan pendaftaran bakal calon Kepala Desa dimulai awal bulan April 2014.

Meskipun pendaftaran bakal calon Kepala Desa belum dimulai, sekitar 3 bulan sebelum pendaftaran, beberapa bakal calon Kepala Desa sudah mulai mengadakan pendekatan-pendekatan dengan melakukan komunikasi tertentu kepada tokoh-tokoh masyarakat. Komunikasi dilakukan dengan maksud selain untuk pencitraan diri bakal calon tersebut juga agar tokoh-tokoh masyarakat segera menyampaikan pesan-pesan dari bakal calon Kepala Desa tersebut kepada masyarakat pengikutnya. Para bakal calon Kepala Desa tentunya mengetahui bahwa untuk menjadi Kepala Desa dengan pemilihan langsung harus

mempunyai suara terbanyak. Oleh karena itu mereka mulai mengadakan komunikasi tertentu agar memperoleh simpati dan pada akhirnya mau memilih.

Informasi yang disampaikan oleh beberapa tokoh masyarakat di Desa Nglumpang ada 3 bakal calon yang sudah jelas melakukan komunikasi bahwa mereka akan mencalonkan diri sebagai Calon Kepala Desa. Dari ketiga bakal calon tersebut mempunyai gaya komunikasi yang berbeda dalam melakukan pendekatan kepada masyarakat calon pemilih. Sebagai Individu, tentu para Bakal Calon Kepala Desa tersebut mempunyai gaya komunikasi yang berbeda sebagaimana tokoh-tokoh yang pernah dan sedang menjabat seorang Presiden kita memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda. Dari mulai Presiden Soekarno, Soeharto, Habibie, Gus Dur, Megawati maupun SBY bahkan Joko Wi.

Menurut seorang tokoh masyarakat Desa Nglumpang yaitu Bapak H. Abdul Syukur, S.Pd.I. seorang bakal calon Kepala Desa yang terus terang dan tegas akan mendaftar adalah Sucipto, satu lagi bernama Evi seorang perempuan yang aktif sebagai wartawan Radar Jawa Pos dan satu orang lagi adalah Mamik yang sampai saat ini masih menggunakan bahasa yang sangat halus.

Setelah mendekati hari pelaksanaan pemilihan Kepala Desa dan penutupan pendaftaran calon Kepala Desa ternyata yang mendaftarkan diri sebagai calon kepala desa hanya satu orang yaitu Bapak Sucipto.

Dari beberapa fenomena tersebut di atas maka perlu penelitian tentang Gaya Komunikasi Calon Kepala Desa Pada Pemilihan Kepala Desa 2013 di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo.

PEMILIHAN KEPALA DESA

Kepala Desa dipilih langsung melalui Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) oleh penduduk Desa setempat. Usia minimal Kepala Desa adalah 25 tahun, dan Kepala Desa haruslah berpendidikan paling rendah SLTP, penduduk Desa setempat. Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa dilakukan oleh Panitia Pemilihan, dimana dibentuk oleh BPD, dan anggotanya terdiri dari unsur perangkat Desa, pengurus lembaga kemasyarakatan, dan tokoh masyarakat.

Cara pemilihan Kepala Desa dapat bervariasi antara Desa satu dengan lainnya. Pemilihan Kepala Desa dan masa jabatan Kepala Desa dalam kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak tradisionalnya

sepanjang masih hidup dan yang diakui keberadaannya berlaku ketentuan hukum adat setempat.

Pemilihan Kepala Desa, atau seringkali disingkat Pilkades, adalah suatu pemilihan Kepala Desa secara langsung oleh warga desa setempat. Berbeda dengan Lurah yang merupakan Pegawai Negeri Sipil, Kepala Desa merupakan jabatan yang dapat diduduki oleh warga biasa.

Pilkades dilakukan dengan mencoblos tanda gambar Calon Kepala Desa. Pilkades telah ada jauh sebelum era Pilkada Langsung. Akhir-akhir ini ada kecenderungan Pilkades dilakukan secara serentak dalam satukabupaten, yang difasilitasi oleh Pemerintah Daerah. Hal ini dilakukan agar pelaksanaannya lebih efektif, efisien, dan lebih terkoordinasi dari sisi keamanan.

Kepala desa dipilih secara langsung oleh rakyat melalui pemilihan kepala desa atau disingkat pilkades. Masa jabatan kepala desa adalah 6 tahun dan sesudahnya dapat dipilih kembali untuk 1 kali masa jabatan berikutnya. Kepala desa dan perangkat desa umumnya berasal dari penduduk setempat dan menetap atau bertempat tinggal di desa itu.

Berdasarkan pada Peraturan Daerah Ponorogo No.6 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pencalonan, Pemilihan, Pengangkatan, Pelantikan dan Pemberhentian Kepala Desa Pasal 3 ayat 1 dan 2 bahwa BPD adalah yang berhak membuat Panitia Pemilihan Kepala Desa yang keanggotaannya terdiri dari unsur Perangkat Desa, Pengurus Lembaga

Kemasyarakatan, dan tokoh masyarakat, Mekanisme pengusulan keanggotaannya diajukan oleh masing-masing unsur. Susunan Panitia Pemilihan Kepala Desa ditetapkan oleh Keputusan BPD.

GAYA KOMUNIKASI CALON KEPALA DESA

Sejalan dengan akselerasi teknologi informasi (komunikasi), kini peradaban manusia mencapai kemajuan yang sangat pesat. Dengan dukungan teknologi informasi, batas interaksi manusia semakin tak terbatas, mulai dari lintas budaya, lintas negara, bahkan lintas Benua, akibat kecanggihan alat komunikasi. Hampir setiap kejadian baru atau event penting di belahan dunia ini, kita bisa langsung melihatnya dalam tempo waktu itu juga. Luar bisa kemajuan teknologi komunikasi saat ini. Demikian halnya dengan di Desa sekarang ini teknologi komunikasi sudah

merambah dipedesaan.

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non-verbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak punya sistem simbol yang sama

Tidak dapat disangkal bahwa salah satu fungsi pemimpin yang bersifat hakiki adalah berkomunikasi secara efektif (Prof.Dr.Sondang P.Siagian,MPA: 55 ; 2003) Demikian pentingnya komunikasi yang efektif itu dalam usaha peningkatan kemampuan memimpin seseorang sehingga dapat dikatakan bahwa penguasaan teknik-teknik atau gaya berkomunikasi dengan baik merupakan condition sine qua non bagi setiap pejabat pimpinan.

Bahkan ada pendapat yang mengatakan bahwa timbulnya perselisihan, perbedaan paham dan bahkan konflik, terutama disebabkan oleh tidak adanya komunikasi yang efektif antara pihak-pihak yang saling berhubungan, apakah itu melalui tulisan, lisan, mendengarkan atau

dengan cara-cara lain. Padahal sebagian besar waktu terbangun seseorang sekitar 70% digunakan untuk berkomunikasi. (Prof.Dr.Sondang Siagian ; 2003).

Dalam karyanya, yang berjudul “Komunikasi Efektif,” (Deddi Mulyana, 2006) menjelaskan bahwa komunikasi itu memiliki berbagai jenis, gaya dan karakter yang berbeda yang dapat kita temui di muka bumi ini. Sebagai seorang pakar komunikasi, Mulyana menjelaskan bagaimana seseorang mampu membangun citra dirinya melalui komunikasi efektif ketika akan berhadapan dengan ‘orang-orang Asing’, terutama mereka yang punya latar belakang berbeda-beda. Demikian juga halnya dengan Calon Kepala Desa yang ingin menarik simpati dari seluruh pemilih yang mempunyai karakter yang berbeda harus mempunyai kemampuan gaya berkomunikasi yang tepat.

Model komunikasi dapat dipetakan menjadi dua hal, yaitu komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah. Komunikasi konteks tinggi adalah komunikasi yang bersifat implisit dan ambigu, yang menuntut penerima pesan agar menafsirkannya sendiri. Komunikasi konteks tinggi bersifat tidak langsung, tidak apa adanya. Ciri komunikasi model ini yaitu kalau mau mengutarakan sesuatu pesan cenderung dengan basa-basi terlebih

dahulu, bahkan sering menggunakan kata-kata kiasan yang sekiranya bisa menyentuh, dengan tidak menyebutkan pesan secara langsung.

Model semacam ini, sering digunakan alm. Gus Dur (Abdurrahman Wahid) sewaktu beliau masih hidup dalam memberi keterangan atau tuduhan kepada lawan bicaranya. Pesan atau makna yang terkandung dalam komunikasi beliau sering tidak mudah ditangkap oleh para masyarakat, terutama masyarakat awam. Karena pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang implisit dan banyak kiasan. Model komunikasi demikian, dapat dijumpai dari budaya Jawa dan Timur Tengah yang sering ditandai dengan menggunakan bahasa kiasan/sindiran dengan ungkapan halus, tapi sebenarnya menegur/memuji. Dalam hal komunikasi, orang Jawa dan orang Timur Tengah sesungguhnya memiliki kemiripan dalam mengungkapkan pesan dengan sering di dahului ”basa-basi” terlebih dahulu.

Konon, menurut para alumni yang pernah belajar di negara-negara Eropa, bahwa bahasa tubuh merupakan indikator dari tingkat pendidikan dan kesopanan seseorang-suatu hubungan yang agak diabaikan di Amerika Serikat. Dengan

komunikasi non-verbal, orang dapat membaca keadaan emosional orang lain melalui pengamatan atas perilaku non-verbal dengan tingkat kecermatan yang memadai. Dengan demikian, komunikasi non-verbal tetap harus diperhatikan sebagai sebuah cara membangun komunikasi efektif pada diri seseorang.

Sebagai sarana pengembangan diri, komunikasi efektif dapat dipraktikkan bagi siapa saja, baik itu profesinya sebagai marketing, pebisnis, politikus, ilmuwan, birokrat, hingga para diplomat. Karena melalui gaya komunikasi itulah sesungguhnya cermin kredibilitas seseorang dapat dibaca dan diukur sejauh mana keefektifan dalam menempatkan pergaulan dengan para tamu dan koleganya.

Ada orang-orang tertentu yang seolah-olah dilahirkan untuk menjadi orang yang sukses dalam pergaulan. Dengan mudahnya mereka dapat menjalin persahabatan setiap bertemu dengan teman yang baru. Bukan itu saja, persahabatan mereka pun biasanya bertahan sampai kekal. Sebaliknya, ada pula orang-orang yang justru mengalami kesukaran dalam pergaulan. Tema " disalah-mengerti " merupakan tema pokok hidup mereka, meski pun mereka tak henti-hentinya berusaha mengoreksi diri. Banyak faktor yang terlibat yang menyebabkan

keberhasilan atau kegagalan kita dalam pergaulan, salah satunya adalah gaya kita berkomunikasi.

Tanpa kita sadari, sebenarnya gaya komunikasi itu sendiri adalah bagian dari isi berita yang kita komunikasikan. Pada umumnya orang yang sukses dalam pergaulan bukan saja memahami dampak gaya komunikasinya pada orang lain, ia pun telah berhasil mengubahnya menjadi gaya komunikasi yang luwes dan menyenangkan. Gaya komunikasinya bukan saja tidak mengganggu isi berita yang ingin ia sampaikan, malah gayanya yang luwes itu menambah kekuatan atau bahkan adakalanya melengkapi kekurangan isi berita yang ingin ia kemukakan. Menurut Prof.Mulyana, MA.Ph.D. (32 : 2008) Pemilu di Indonesia 2004 menunjukkan bahwa manusia Indonesia bukan makhluk rasional semata-mata. Mereka bukan hanya individu tetapi juga anggota yang unik, penting dan bermakna dalam komunikasi sosial mereka. Keterlibatan mereka yang intens dalam komunikasi itu dimaksudkan untuk mengekspresikan kepedulian mereka kepada komunitas yang mereka cintai. Ekspresi tersebut, apalagi jika capres cawapres favorit mereka memenangkan pemilu, tak bisa dinilai dengan imbalan materi sekalipun.

Seorang Kepala Desa sebagai pemimpin harus bisa mempengaruhi masyarakat atau pengikutnya maka gaya komunikasi yang digunakan haruslah tepat karena masyarakat mempunyai tipe dan karakter yang berbeda-beda. Seorang Calon Kepala Desa tentunya juga harus mampu menggunakan gaya-gaya komunikasi yang tepat agar masyarakat benar-benar mendukung dan memilihnya

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan adanya fenomena yang terjadi pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Tahun 2013 di desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo dan menurut seorang tokoh masyarakat Desa Nglumpang yaitu Bapak H. Abdul Syukur, S.Pd.I. seorang bakal calon Kepala Desa yang terus terang dan tegas akan mendaftar adalah Sucipto, satu lagi bernama Evi seorang perempuan yang aktif sebagai wartawan Radar Jawa Pos dan satu orang lagi adalah Mamik yang sampai saat ini masih menggunakan bahasa yang sangat halus. Tetapi berdasarkan kenyataan berikutnya yang terjadi bahwa yang mendaftarkan diri sebagai calon Kepala Desa hanya Bapak Sucipto.

Serta sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan tentang Gaya Komunikasi Calon Kepala Desa

pada Pemilihan Kepala Desa 2013 di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo tersebut maka lokasi penelitian adalah di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak kabupaten ponorogo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell,1988:15). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Keberadaan informan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif cukup penting dan dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa key informan sesuai dengan kapasitas mereka.

Penelitian ini menggunakan teknik *indept interview* atau wawancara mendalam. Interview digunakan untuk menggali data pada para informan yaitu

para tokoh Masyarakat yang tahu tentang Situasi dan Proses Pemilihan Kepala Desa Tahun 2013 di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo dan dalam wawancara mendalam ini, pertanyaan yang diajukan tidak terstruktur, pertanyaan bersifat *open ended* dan mengarah pada kedalaman serta dilakukan dengan tidak formal (HB.Sutopo: 2002; 59).

Posisi Peneliti

Keberadaan peneliti dalam penelitian kualitatif tidak hanya sebagai alat analisis tetapi juga dalam proses penggalian data bisa menjadi alat pengumpul data yang bisa diandalkan apalagi bila di lapangan terdapat kendala penggunaan instrument penelitian, maka keberadaan peneliti menjadi alat pengumpul data yang utama.

Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan *Model interaktif Analisis Data* (HB.Sutopo; 2002; 96) berdasarkan penelitian kualitatif, maka aktifitas analisis data dilakukan di lapangan dan bahkan bersamaan dengan proses pengumpulan data dan wawancara mendalam. Reduksi data dan sajian data merupakan dua komponen dalam analisis data. Penarikan kesimpulan dilakukan

jika pengumpulan data dianggap cukup memadai dan dianggap selesai. Jika terjadi kesimpulan yang dianggap kurang memadai maka diperlukan aktifitas verifikasi dengan sasaran lebih terfokus, ketiga komponen aktifitas tersebut saling berinteraksi sampai diperoleh kesimpulan yang mantap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Ponorogo dilaksanakan hampir bersamaan di setiap desa dan dilaksanakan tiga tahap : tahap pertama pada Akhir bulan April tahap kedua pertengahan bulan Mei dan tahap ketiga pada awal bulan Juni 2013 sedangkan di Desa Nglumpang dilaksanakan pada tahap kedua yaitu pada hari Rabu tanggal 15 Mei 2013.

Suasana menjelang Pemilihan Kepala Desa biasanya terjadi suasana yang sangat menegangkan terutama bagi desa yang mempunyai lebih dari satu calon karena bersinggungan dengan perbedaan pilihan terhadap calon kepala desa tersebut. Sebelum masa pendaftaran calon Kepala desa terdengar ada tiga orang yang bakal mencalonkan tetapi pada pelaksanaannya ternyata hanya satu orang yang mendaftar diri sebagai calon Kepala desa hal ini disebabkan karena

Bapak Sucipto orang yang rajin dan aktif di kegiatan desa sehingga tidak asing lagi apabila beliau mencalonkan diri sebagai kepala Desa dan dari aspek keturunan dan istri juga berasal dari desa nglumpang hal ini berbeda dengan kedua bakal calon yang lain karena keduanya tidak begitu dikenal oleh masyarakat desa karena tidak pernah aktif dalam kegiatan desa nglumpang sebagaimana di jelaskan oleh Bapak Misraji hasil wawancara pada hari Rabu 8 Mei 2013 bahwa Bapak Sucipto sangat dekat dengan Kepala Desa dan perangkat desa yang lain karena beberapa tahun beliau menjabat sebagai Ketua Tim Pelaksanaan Kegiatan PNPM Mandiri Perdesaan di desa sehingga sudah terbiasa bekerja dengan perangkat desa dan orangnya sangat rajin dan supel.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa gaya komunikasi Bapak Sucipta sebagai calon Kepala desa Nglumpang baik komunikasi verbal atau komunikasi melalui lesan/bicara luwes maupun komunikasi non verbal melalui symbol yaitu melakukan berbagai kegiatan di desa, hal ini menunjukkan beberapa makna dan pesan komunikasi yang disampaikan mengena pada kepala desa dan semua aparat di desa, ini merupakan modal besar yang dimilikinya sebagai orang yang mencalonkan diri menjadi Kepala Desa. Hal tersebut senada dengan salah satu

macam dari Tiga macam Gaya Komunikasi menurut Gamble (2005: 286-288) : yaitu **Gaya Asertif** Adalah gaya komunikasi yang dilakukan dengan mengekspresikan perasaan dan harga diri dengan berdasarkan pikiran yang etis.

Pernyataan di atas didukung menurut Bapak H. Abdul Syukur hasil wawancara Hari kamis malam Jum'at 9 Mei 2013 pada saat pengajian rutin mengatakan juga bahwa agar suasana pada sebelum dan sesudah Pilkades nyaman dan tenang memang sebaiknya calonnya cukup satu saja, hal ini yang selalu beliau sampaikan dalam pengajian. Beliau secara terus terang meskipun bukan sebagai Tim sukses selalu menyatakan dukungannya kepada bapak Sucipto Karena bapak Sucipto adalah seorang yang rajin beribadah dan rendah hati dan sikap etis inilah yang sangat diperlukan oleh seorang pemimpin di desa Nglumpang.

Selanjutnya sebagai da'i yang memberikan pengajian pada setiap malam Jum'at Bapak Sukadi juga sering mengatakan agar masyarakat memilih pemimpin yang rajin sholat dan kebetulan orang – orang yang akan mendaftar selain bapak Sucipto masih diragukan dalam hal ibadahnya.

Dari beberapa komunikasi para tokoh-tokoh yang dekat dengan Bapak Sucipto sebagai orang yang akan mencalonkan sebagai Kepala Desa sangat menguntungkan kredibilitas dan elektibilitasnya. Ini menunjukkan bahwa kedekatan dan komunikasi nonverbal calon Kepala Desa sangat menguntungkan karena tanpa kampanye secara intens tokoh-tokoh masyarakat tersebut secara tidak langsung sebenarnya sudah melakukan kampanye untuk mensukseskan Bapak Sucipto.

Dengan berakhirnya masa pendaftaran. Calon Kepala Desa menunjukkan bahwa yang mendaftarkan diri sebagai calon Kepala Desa hanya satu orang yaitu Bapak Sucipto. Menurut Bapak Muhammad Amir hal tersebut disebabkan karena mereka yaitu dua orang yang terdengar akan mencalonkan diri merasa kalah sebelum perang disebabkan suara mereka jauh dibandingkan dengan bapak Sucipto. Sebelum pendaftaran calon Kepala Desa Bapak Sucipto juga sudah mendatangi atau sowan ke rumah-rumah para tokoh masyarakat desa termasuk H. Bapak Muhammad Amir dan rajin mendatangi untuk memperkenalkan diri dan meminta restu pada acara kelompok yasinan di setiap dusun yang diadakan setiap minggu di beberapa dusun baik kelompok yasinan

ibu-ibu maupun kelompok yasinan bapak-bapak. (Hasil wawancara Senin, 6 Mei 2013)

Hasil perolehan suara Pemilihan Kepala Desa di Desa Nglumpang pada hari Rabu 15 Mei 2013 menunjukkan dari jumlah Daftar Pemilih 1.468 orang meninggal 2 orang sehingga jumlah pemilih seluruhnya 1.466 orang. Yang tidak hadir sejumlah 127 orang, 48 suara dinyatakan rusak, 123 suara memilih bumbung kosong dan memilih Bapak Sucipta sejumlah 1.156 suara. Menurut Bapak Zainuddin beberapa orang yang tidak hadir itu disebabkan beberapa hal diantaranya ada yang pergi ke luar kota atau luar negeri yang didaftar mungkin juga ada beberapa orang tua dan sakit, ada juga beberapa orang yang memang sengaja tidak mau memilih. Sebagai salah satu Tim sukses Bapak Zainuddin mengatakan cukup bangga dengan hasil suara tersebut tetapi menurutnya yang memilih bumbung kosong perkiraan perhitungannya tidak sampai 50 suara tapi ternyata lebih dari 100 orang. (Hasil wawancara minggu 5 Mei 2013)

Selanjutnya Bapak Zainuddin menjelaskan bahwa Tim sukses disebar dalam beberapa dukuh yang dikomunikasikan kepada masyarakat tentang pengalaman Calon Kepala Desa

dalam kegiatan PNPM Mandiri Perdesaan di desa Nglumpang dan ketekunan dalam ibadahnya, tanpa ada uang yang diberikan pada calon pemilih. Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Nean salah satu Tim Sukses yang sangat rajin melakukan komunikasi dengan masyarakat dan beliau sangat yakin bahwa calon yang dipilih tersebut selain mempunyai kepribadian yang bagus sebagai pemimpin apalagi istri calon tersebut asli orang Nglumpang dan sudah sangat akrab dengan masyarakat desa selain itu Bapak Nean juga menyatakan bahwa masyarakat pemilih tidak disogok dengan uang agar memilih calon tetapi semua pemilih nanti akan diberi uang pengganti uang kerja sebanding dengan setengah hari kerja yang berlaku umum di desa sebesar Rp. 15.000,- setelah mereka memilih. (Hasil wawancara Minggu, 5 Mei 2013)

Realitasnya beberapa anggota tim sukses sebagaimana di jelaskan oleh bapak Zainuddin pada saat perhitungan sudah yakin bahwa Bapak Sucipto menang yaitu pada saat suara lebih dari 700 suara beberapa anggota Tim suksesnya mendatangi semua orang yang sudah memilih atau yang hadir dan memilih diberi uang Rp 20.000,- sebagai ucapan rasa terima kasih.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas dapat dijelaskan tentang gaya komunikasi Bapak Sucipto sebagai calon kepala desa pada Pemilihan Kepala Desa Nglumpang tahun 2013 yang telah berhasil dengan sukses dengan perolehan suara yang signifikan serta dengan situasi pemilihan yang tenang, damai dan aman.

Sebagaimana dinyatakan Prof. Dr.SondangP.Siagian,MPA tidak dapat disangkal bahwa salah satu fungsi pemimpin yang bersifat hakiki adalah berkomunikasi secara efektif. Hal tersebut terlihat dilakukan oleh Bapak Sucipto baik komunikasi verbal melalui kata-kata hal ini bisa dilihat bagaimana Bapak Sucipto mendatangi beberapa tokoh masyarakat untuk meminta doa restu, silaturahmi dan berkomunikasi secara langsung dengan tokoh-tokoh masyarakat tersebut. Komunikasi yang dilakukan sangat efektif karena dengan mengkomunikasikan cukup dengan beberapa tokoh saja pesan yang disampaikan bisa langsung dipahami oleh masyarakat melalui tokoh masyarakat tersebut. Berbeda apabila calon kepala desa yang mendatangi semua rumah-rumah pemilih di desa yang akan memakan waktu dan tenaga jauh lebih banyak.

Termasuk upaya-upaya komunikasi dalam bentuk verbal (berupa kata-kata) Bapak Sucipto yang dilakukan untuk memperkenalkan diri dan meminta doa restu pada kegiatan kelompok yasinan baik kelompok ibu-ibu maupun bapak-bapak, ini merupakan bukti komunikasi yang efektif telah dilakukan oleh calon kepala desa tersebut.

Komunikasi dalam bentuk non verbal (non kata-kata) juga telah ditunjukkan dengan baik diantaranya bisa dilihat dengan sosok Beliau (Bapak Sucipto) yang sudah pengalaman berkerja sama dengan Kepala Desa beserta para aparat desa, sosok yang mempunyai wibawa, rajin beribadah ke masjid juga didukung oleh istrinya yang sudah dikenal baik oleh masyarakat desa Nglumpang sehingga beberapa kelemahannya tertutupi oleh hal- hal tersebut.

Beberapa hal tersebut di atas menunjukkan bahwa komunikasi efektif telah dilakukan oleh calon Kepala Desa dengan baik hal tersebut menurut Mulyana seorang pakar komunikasi dalam bukunya yang berjudul “ Komunikasi Efektif “ menjelaskan bahwa komunikasi itu memiliki berbagai jenis, gaya dan karakter yang berbeda yang dapat kita temui di muka bumi ini. Lebih lanjut

Beliau juga menjelaskan bagaimana seseorang membangun citra dirinya melalui komunikasi efektif ketika akan berhadapan dengan “orang-orang “ asing terutama mereka yang mempunyai karakter berbeda. Hal tersebut telah dilakukan oleh bapak Sucipto sebagai calon Kepala Desa yang membangun citra dirinya dengan melakukan komunikasi yang efektif baik dalam bentuk verbal maupun dalam bentuk non verbal sebagaimana dijelaskan di atas.

Gaya Komunikasi Bapak Sucipto sebagai calon Kepala Desa yang telah sukses dipilih oleh masyarakat dengan suara yang signifikan dan membawa situasi politik yang damai, aman dan tenang bisa dikategorikan menggunakan gaya Komunikasi politik konteks rendah atau Low Context yaitu gaya komunikasi yang dalam menyampaikan suatu pesan cenderung tidak basa basi terlebih dahulu menyebutkan pesan secara lugas dan langsung pada pokok yang diinginkannya atau to the point. Dengan komunikasi tersebut pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh masyarakat secara tepat sesuai keinginan atau pesan yang diinginkan oleh calon kepala desa Karena masyarakat atau komunikan tidak perlu berpikir terhadap pesan tersebut karena pesan yang diinginkan disampaikan

dengan jelas dan lugas. Meskipun pesan tersebut di atas disampaikan oleh para Tim sukses maupun oleh para tokoh-tokah masyarakat.

Dengan gaya komunikasi politik konteks rendah tersebut bisa dilihat ketika Beliau Bapak Sucipto rajin mengunjungi pada setiap acara pengajian Yasinan di desa yang diadakan setiap minggu sekali dengan memperkenalkan diri dan minta doa restu untuk mencalonkan diri sebagai Kepala Desa dan mendatangi rumah tokoh – tokoh masyarakat desa yang menyampaikan pesan yang sama yaitu bersilaturahmi dengan meminta doa restu untuk mencalonkan diri sebagai kepala desa.

Dari gaya komunikasi politik yang dilakukan oleh bapak Sucipto yang terpilih dengan suara signifikan dan membawa situasi politik yang tenang, damai dan aman menunjukkan bahwa masyarakat dalam memilih calon pemimpin tidak bisa dinilai dengan imbalan materi semata tetapi komunikasi yang dibangun secara intens dan tepat sasaran sangat penting dan bermakna dalam komunikasi sosial. Bahwa manusia sebagai makhluk sosial bukan hanya sebagai makhluk rasional semata- mata, mereka juga bukan hanya individu tetapi juga anggota masyarakat

yang mempunyai karakter dan harga diri yang tidak bisa dinilai dengan materi atau uang semata-mata.hal tersebut ditunjukkan bawa para pemilih Bapak Sucipto tidak diimangi- imingi dengan berapa jumlah uang yang diberikan apabila mereka memilihnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut : Pertama,sebagai calon pemimpin yaitu sebagai calon Kepala Desa di Desa Nglumpang Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo Bapak Sucipto yang memperoleh kemenangan mutlak dengan perolehan suara signifikan dan mampu membawa suasana politik yang aman, damai dan tenang mempunyai kemampuan memilih gaya komunikasi yang sangat efektif sehingga mampu menarik simpati dari mayoritas pemilih yang mempunyai karakter yang berbeda-beda. Kedua Gaya Komunikasi politik yang digunakan oleh calon kepala Desa Nglumpang dikategorikan sebagai gaya komunikasi politik konteks rendah atau *Low Context* yaitu gaya komunikasi yang dalam menyampaikan suatu pesan cenderung tidak basa basi terlebih dahulu menyebutkan pesan secara lugas dan

langsung pada pokok yang diinginkan atau *to the point*.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka saran yang perlu disampaikan agar para calon pemimpin baik di tingkat desa maupun tingkat yang lebih tinggi di pemerintahan Indonesia hendaknya mampu menggunakan komunikasi yang efektif dan mampu memilih Gaya Komunikasi yang tepat karena masyarakat kita di Indonesia ini dalam memilih ternyata tidak semata-mata dengan diiming-imingi imbalan materi atau uang tetapi lebih pada kemampuan atau kredibilitas dan akseptabilitas para calon pemimpin dalam memilih gaya komunikasi yang tepat sehingga money politik dan korupsi bisa diantisipasi oleh masyarakat secara dini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adman Nursal, *Political Marketing, Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Massa, Kontroversi, Teori dan Aplikasi*, Widya Padjadjaran, Jakarta 2008
- Lukiati Komala, M.Si., *Ilmu Komunikasi*,
- Perpektif, Proses dan Konteks*, Widya Pajajaran, 2009
- Rahardjo Hadisasmita, *Membangun Desa Partisipatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2006
- Redi Panuju, M.Si., *Komunikasi Organisasi, dari Konseptual-Teoritis ke Empirik*, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta, 2001.
- Sutopo, *Penelitian Sosial*, Sebelas Maret University Press, Solo, 2002
- Sondang P. Siagian, Prof.Dr, M.P.A., *Teori dan Praktek Kepemimpinan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2003.
- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa, (Analisis Interaktif Budaya Massa)*, PT.Rineke Ciopta, Jakarta, 2008
- Peraturan Daerah Ponorogo Nomor 8 Tahun 2006 Tentang Badan Permusyawaratan Desa.
- Peraturan Daerah Ponorogo No. 6 Tahun @006 Tentang Tata Cara Pencalonan, Pemilihan, Pengangkatan, Pelantikan dan Pemberhentian Kepala Desa.

**SOLIDARITAS KAUM LAKI-LAKI
SEBAGAI PEDAGANG SAYUR KELILING ATAU BAKUL
ETHEK DI PASAR SONGGO LANGIT PONOROGO**

OLEH
EKAPTI WAHJUNI DJ
Email:ekapti_wahjuni@umpo.ac.id
**Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

ABSTRAK

Kota Ponorogo merupakan kota yang penduduknya sangat heterogen, hal ini menimbulkan keragaman dalam pekerjaan. Salah satu pekerjaan yang begitu marak yaitu pedagang sayur keliling yang lokasi penjualan pedagang sayur keliling menyebar, hampir di seluruh kota Ponorogo sampai ke pedesaan. Masyarakat Ponorogo dalam menyebutkan pedagang sayur keliling dengan istilah “Bakul ethek”. Dapat disimpulkan bahwa masalah solidaritas Mekanik dalam hal Moral yang berhubungan dengan peraturan transaksi perdagangan jual beli itu ada ,tetapi tidak tertulis,namun tetap ditaati dan dilaksanakan, ini menimbulkan rasa kepercayaan pada setiap individu untuk selalu bertanggung jawab terhadap apa yang dilakukan dari apa yang sudah menjadi kesempatan bersama. Kebersamaan terjalin baik ini dapat menciptakan rasa manusiawi bersikap peduli terhadap persoalan sesama teman, yang akhirnya terwujudnya rasa kesetikawanan yang kuat diantara kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling dan terciptanya visi dan misi, tujuan yang sama, sehingga dapat menghindari rasa kecurigaan dan konflik antar pedagang sayur keliling. Adapun solidaritas Organik bahwa adanya saling ketergantungan dalam ikatan kerja yang diatur dengan perbedaan kemampuan individu dari kaum laki-laki pedagang sayur keliling untuk menentukan tingkat nkepentingan kegiatannya dalam berdagang, hal ini terjadi karena heterogenitas jenis barang dagangan yang dijual oleh pedagang sayur keliling , sehingga bisa bersifat otonom.

Keywords: SOLIDARITAS,LAKI-LAKI,PEDAGANG SAYUR KELILING, BAKUL ETHEK, PASAR SONGGO LANGIT, PONOROGO

PENDAHULUAN

Kota Ponorogo merupakan kota yang penduduknya sangat heterogen, hal ini menimbulkan keragaman dalam pekerjaan. Salah satu pekerjaan yang begitu marak yaitu pedagang sayur keliling yang lokasi penjualan pedagang sayur keliling menyebar, hampir di seluruh kota Ponorogo sampai ke pedesaan. Keberadaan

mereka secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kemudahan masyarakat khususnya para ibu , untuk belanja ditempat atau pangkalan pedagang sayur keliling. Dengan demikian para pedagang sayur keliling berusaha dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar mereka mampu bersaing dengan pedagang lainnya, caranya

memberikan pelayanan dengan baik kepada pembeli atau pelanggannya.

Masyarakat Ponorogo dalam menyebutkan pedagang sayur keliling dengan istilah “Bakul ethek”. “Kenapa disebut bakul ethek?” sebagai bakul ethek karena umumnya mereka memakai gerobak (keranjang) yang sebagai tempat menaruh dagangan. Para pedagang ethek / pedagang sayur keliling ini banyak yang masih muda, tapi ada juga yang sudah berusia tua dan tidak sedikit para ibu-ibu yang memilih pekerjaan ini. Tentu alasannya adalah karena profesi bakul ethek penghasilannya sangat lumayan. Dengan maraknya bakul ethek/ pedagang sayur keliling ini tentunya memberikan kemudahan bagi para ibu rumah tangga yang merasa diuntungkan. Kalau biasanya mereka pergi kepasar untuk membeli sayuran guna menyiapkan makan keluarga dengan adanya bakul ethek /pedagang sayur keliling mereka tidak usah harus kepasar.

Perkembangan pedagang sayur keliling yang dilakukan oleh kaum laki-laki menunjukkan adanya kesadaran dan kesamaan gender dalam pekerjaan, karena pekerjaan ini tidak terlalu membutuhkan ketrampilan dan pendidikan yang khusus, tetapi didasarkan oleh motivasi –motivasi untuk pemenuhan kebutuhan keluarga.

Adapun motivasi yang paling kelihatan adalah untuk mencari nafkah karena tidak berpenghasilan , maka dengan berdagang akan mendapatkan keuntungan yang memadai, apabila bisa melihat pasar yang akan dikunjungi sebagai sasaran penjualan dagangannya atau mendapatkan wilayah dan pelanggan yang tetap dalam berbelanja. Pedagang Sayur Keliling (*Vegetable merchant circle*) adalah salah satu usaha yang merupakan suatu kegiatan Perdagangan eceran dan melaksanakan pemberian jasa. Pedagang Sayur Keliling merupakan salah satu pekerjaan yang penting dalam mengurangi pengangguran.

Di Ponorogo pedagang sayuran keliling mempunyai cara dalam membeli dagangan yang akan dijual, diantaranya mereka ada yang mengambil sayuran dari pasar stasiun atau pasar songolangit ada juga yang membeli langsung dari petani yang sengaja datang menjual sayurannya ke rumah mereka, kemudian mereka jual dengan cara berkeliling ke kampung-kampung, ada juga yang berkeliling mengisi warung belanja rumahan dan mendatangi para langganan misalnya rumah makan. Meski faktor daya saing dalam strategi pemasaran kadang ketat, hingga tak jarang memunculkan pertikaian. Hal itu tak terlalu berpengaruh bagi para pedagang sayur keliling tidak ada persaingan yang

sengit antara para pedagang ,karena para pedagang sayur keliling sudah mempunyai daerah kekuasaan atau pangkalan berhenti dan langganan masing-masing dan pembagian jam keliling yang berbeda di setiap daerah , walaupun terkadang saling bersaing dalam soal harga memang lebih murah di pasar di bandingkan dengan biaya pergi ke pasar tetap lebih murah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas ,maka peneliti merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah solidaritas antar kaum laki- laki sebagai pedagang sayur keliling atau bakul ethek ?
2. Bagaimanakah Modal Sosial kaum laki- laki sebagai pedagang sayur keliling atau bakul ethek ?

TINJAUAN PUSTAKA

A.TEORI SOLIDARITAS

Emile Durkheim (tahun 1964) telah mengenalkan *Teori Solidaritas*, melalui karyanya yang berjudul *The Division of Labour in Society*, yang menjelaskan bahwa pertumbuhan dalam pembagian kerja meningkatkan suatu perubahan dalam struktur sosial dari solidaritas *mekanik* ke solidaritas *organik* (Doyle Paul Johnson: 1994). Solidaritas *mekanik* didasarkan pada suatu kesadaran kolektif bersama (*collective consciousness/ conscience*), yang menunjukkan pada

totalitas kepercayaan-kepercayaan dan sentimen-sentimen bersama yang rata-rata ada pada warga masyarakat yang sama itu. Solidaritas ini tergantung pada individu-individu yang memiliki sifat-sifat yang sama, menganut kepercayaan dan pola normatif yang sama pula

B.TEORI MODAL SOSIAL

Menurut Putnam (1993) bahwa *timptortian*”Definisi ini Trust,Network dan Civil society adalah sesuatu yang lahir adanya modal sosial. Dengan kata lain modal sosial tidak berada dalam jaringan,namun pada diri individu-individunya

C. TEORI INTERAKSI SOSIAL

Suatu Interaksi social tidak mungkin terjadi bila tidak memenuhi dua syarat berikut : 1. Ada Kontak Sosial, 2. Ada komunikasi antar pelaku-pelaku yang berinteraksi (Soekamto, 1998).Menurut Loomis dalam Taneko (1993) menyatakan cirri-ciri interaksi social adalah : 1. Jumlah pelaku 2 orang atau lebih.2. Adanya komunikasi antara pelaku dengan menggunakan symbol-simbol.3. Adanya dimensi waktu masa lampau,kini dan yang akan datang.4. Adanya tujuan tertentu.

METODE PENELITIAN

a. Lokasi Penelitian

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah

Propinsi Jawa Timur bagian Barat. Wilayah Kabupaten Ponorogo berbatasan dengan : sebelah utara Kabupaten Madiun, Magetan dan Nganjuk, sebelah timur Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek, sebelah selatan Kabupaten Pacitan, dan sebelah barat Kabupaten Pacitan dan Wonogiri (Jawa Tengah). Jumlah kecamatan yang ada di Kabupaten Ponorogo sebanyak 21 kecamatan. Kecamatan Ponorogo, atau sering disebut dengan Kecamatan Kota, merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Ponorogo dan sebagai pusat pemerintahan dan pusat aktifitas perekonomian. Di wilayah Kecamatan Kota tersebut banyak dijumpai aktifitas ekonomi sektor informal, termasuk di dalamnya pedagang sayur keliling. Daya tarik perkembangan aktifitas ekonomi di Kota Ponorogo telah banyak menarik perhatian dari masyarakat dari luar Kabupaten Ponorogo untuk membuka usaha di Kota Ponorogo. Salah satu aktifitas ekonomi sektor informal, khususnya pedagang sayur keliling atau bakul ethek .

b. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Wawancara

Terkait dengan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data dengan menggunakan *Wawancara Mendalam*

terhadap subyek penelitian. Dengan teknik ini subyek penelitian (pedagang sayur keliling), semakin terbuka dan leluasa dalam memberikan informasi atau data, serta mengemukakan pengalamannya terhadap permasalahan penelitian. Disamping itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan observasi atau pengamatan secara langsung di lokasi tempat mangkal pedagang sayur keliling dan di pasar stasiun dan songgo langit agar dapat diketahui gambaran berlangsungnya aktivitas mereka.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dengan mengambil dari literatur dan referensi lainnya berupa makalah serta hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian.

2. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah individu, sebagai anggota kelompok pedagang sayur keliling di Kota Ponorogo, dengan kriteria : a) Pedagang sayur keliling yang termasuk golongan *Mandiri* 3 orang, b) Pedagang sayur keliling yang termasuk golongan *Semi Mandiri* 3 orang c) Pedagang sayur keliling yang termasuk golongan *Non Mandiri* 3 orang. Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlah informan ditetapkan dengan menggunakan teknik *Proporsional Sampling*.

3. Teknik Analisis Data

Berdasarkan pendekatan kualitatif, teknik analisis data pada dasarnya berproses pada bentuk Induksi-Interpretasi-Konseptualisasi. *Induksi* merupakan tahap awal dalam pengumpulan dan penyajian data yang diperoleh dari lapangan. Data dikumpulkan dan dianalisis setiap meninggalkan lapangan. *Interpretasi Data* merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengurai informasi atau data yang disampaikan oleh informan termasuk makna yang tersembunyi dibalik informasi atau data tersebut. *Konseptualisasi* merupakan upaya yang dilakukan peneliti bersama dengan para informan dalam memberikan pernyataan tentang yang sebenarnya dialami oleh para informan termasuk terhadap makna tersembunyi dibalik informasi atau data yang disampaikan oleh para informan. Dalam pendekatan kualitatif, aktifitas analisis data dilakukan di lapangan dan bahkan bersamaan dengan proses pengumpulan data dalam wawancara mendalam. Reduksi data dan sajian data merupakan dua komponen dalam analisis data. Jika terjadi kesimpulan yang dianggap kurang memadai maka diperlukan aktifitas verifikasi dengan sasaran yang lebih terfokus. Ketiga komponen aktifitas tersebut saling berinteraksi sampai diperoleh kesimpulan yang mantap. Menurut Sutopo (2002),

proses analisis data tersebut dinamakan *Model Analisis Interaktif*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Lokasi Penelitian

Kabupaten Ponorogo memiliki fasilitas perdagangan yang cukup lengkap yang berupa pasar dan pertokoan yang tersebar di seluruh wilayah. Pasar-pasar besar kabupaten Ponorogo antara lain salah satunya adalah Pasar Legi atau sekarang disebut Pasar Songgo Langit yang terletak di jalan Soekarno-Hata Kecamatan Kota Ponorogo. Pasar Songgo langit sebagai pusat perdagangan tradisional dan modern yang menjadi kebanggaan masyarakat Ponorogo, kegiatan ekonomi dilakukan setiap hari, sehingga kegiatan perekonomian terjadi secara ritin dan menetap sering disebut pasar harian.

Para pedagang mulai menjajakan dagangannya sekitar pukul 05.00 pagi, tetapi sebenarnya kegiatan mereka di mulai sejak larut malam untuk belanja barang – barang dagangannya di Pasar subuh (pasar Stasiun dan pasar Songgo Langit). Sayuran harus dibeli larut malam atau subuh supaya mereka mendapatkan sayuran segar dan murah. Pedagang sayur menjajakan dagangannya dengan mengendari motornya menuju pemukiman – pemukiman penduduk yang padat misalnya perumahan-perumahan

atau ke kampung-kampung yang daerah sayur keliling dandidak repot-repot belanja tersebut memiliki kebiasaan untuk ke pasar tradisional .
belanja menunggu lewatnya pedagang

B. Data Informan

Tabel 1. Nama-nama Informan

NO	NAMA	DAERAH ASAL	KRETERIA MODAL
1.	SUNARJI	SAWOO	MANDIRI
2.	SUWITO	SOOKO	MANDIRI
3.	KUSNADI	SAMBIT	MANDIRI
4.	NURKHOLIS	BALONG	MANDIRI
5.	PRAYITNO	SUMOROTO	SEMI MANDIRI
6.	MARTOYO	PUDAK	SEMI MANDIRI
7.	RAMELAN	BUNGKAL	SEMI MANDIRI
8.	HARDI	SLAHUNG	NON MANDIRI
9.	DIDIK	JENANGAN	NON MANDIRI

Sumber data : hasil wawancara

2. Riwayat Kerja

Tabel 2 . Riwayat Kerja Pedagang Sayur

NAMA	PEKERJAAN TERAKHIR	ALASAN GANTI PEKERJAAN	BERDAGANG SAYUR MULAI TH
SUNARJI	Sopir	Jadi sopir capek	2010
SUWITO	Menjahit pakaian	Pedagang sayur lebih menguntungkan	2012
KUSNADI	Pedagang kelontong	Ingin penghasilannya bertambah baik	1999
NURKOLIS	Jualan pakaian	Hasilnya sedikit	2005
PRAYITNO	Buruh tani	Pendapatan bertani tidak mencukupi	2003
MARTOYO	Buruh tani	Penghasilannya kecil	2006
RAMELAN	Tukang kayu	Meningkatkan ekonomi keluarga	2000
HARDI	Kuli bangunan	Penghasilannya tidak menentu	2007
TOTOK	Tukang batu	Mencukupi kebutuhan keluarga	2009

Sumber data : hasil wawancara

3. Kegiatan Pedagang Sayur Keliling

Tabel 3. Siklus Hidup dan Kegiatan Pedagang Sayur (dalam 24 Jam)

WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
24.00 – 01.00	Bangun persiapan ke pasar	-
01.30 – 02.00	Berangkat ke pasar	Naik motornya
02.00 – 05.00	Membeli dan menata barang dagangan	Sholat subuh
05.15 – 05.30	Tiba di lokasi penjualan pertama	Membunyikan klakson
06.00 – 12.00	Menjajakan dagangan	-
12.00 -13.30	Pulang	Makan dan istirahat
13.30 – 16.00	Istirahat	-
16.00 – 20,30	Kegiatan lain	-
20.30 – 24.00	Tidur	-

Sumber data hasil wawancara

C. DISKRIPSI SOLIDARITAS ANTAR KAUM LAKI – LAKI SEBAGAI PEDAGANG SAYUR KELILING

Dari pendapat yang meliputi indicator dari solidaritas Organik bahwa adanya saling ketergantungan dalam ikatan kerja yang diatur dengan perbedaan kemampuan individu dari kaum laki-laki pedagang sayur keliling untuk menentukan tingkat kepentingan kegiatannya dalam berdagang, hal ini terjadi karena heterogenitas jenis barang dagangan yang dijual oleh pedagang sayur keliling , sehingga bisa bersifat otonom.

Jadi dapat dianalisa bahwa antara solidaritas mekanik maupun solidaritas

organik tidak dapat terpisahkan , walaupun secara definisi ada perbedaan dalam karakteristik. Dalam penelitian solidaritas kaum laki-laki pedagang sayur keliling di pasar Stasiun dan pasar Songgo Langit menunjukkan adanya solidaritas mekanik dengan indicator moral, kepercayaan, kebersamaan, dan kesetiakawanan yang sangat erat dan saling berhubungan diantara para kaum laki-laki pedagang sayur keliling , hal ini juga tidak dapat terpisahkan dari pengaruh solidaritas organik yang menentukan individu untuk dapat bertindak secara profesional dalam kegiatannya berdagang untuk menentukan permodalan, kualitas barang dagangan, jenis barang yang dijual harga

dan proses penjualannya sehingga terjadi tawar-menawar yang sesuai dengan kondisi pasar secara rasional.

D. DISKRIPSI MODAL SOSIAL KAUM LAKI-LAKI SEBAGAI PEDAGANG SAYUR KELILING.

Dari beberapa pendapat tersebut di atas dianalisa dan disimpulkan bahwa Modal social merupakan faktor yang sangat penting yang meliputi unsur-unsur partisipasi, pertemanan, toleransi, kemandirian, kedisiplinan, kesabaran, keramahan dan menjaga kualitas barang, inipun juga tidak terpisahkan dengan adanya solidaritas yang dimiliki oleh kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling. Modal social sebagai proses untuk menciptakan jalinan kerja sama antar kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling yang dilandasi norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa masalah solidaritas Mekanik dalam hal Moral yang berhubungan dengan peraturan transaksi perdagangan jual beli itu ada, tetapi tidak tertulis, namun tetap ditaati dan dilaksanakan, ini menimbulkan rasa kepercayaan pada setiap individu untuk

selalu bertanggung jawab terhadap apa yang dilakukan dari apa yang sudah menjadi kesepatan bersama. Kebersamaan terjalin baik ini dapat menciptakan rasa manusiawi bersikap peduli terhadap persoalan sesama teman, yang akhirnya terwujudnya rasa kesetiakawanan yang kuat diantara kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling dan terciptanya visi dan misi, tujuan yang sama, sehingga dapat menghindari rasa kecurigaan dan konflik antar pedagang sayur keliling.

Adapun solidaritas Organik bahwa adanya saling ketergantungan dalam ikatan kerja yang diatur dengan perbedaan kemampuan individu dari kaum laki-laki pedagang sayur keliling untuk menentukan tingkat kepentingan kegiatannya dalam berdagang, hal ini terjadi karena heterogenitas jenis barang dagangan yang dijual oleh pedagang sayur keliling, sehingga bisa bersifat otonom.

Jadi antara solidaritas mekanik maupun solidaritas organik tidak dapat terpisahkan, walaupun secara definisi ada perbedaan dalam karakteristik. Dalam penelitian solidaritas kaum laki-laki pedagang sayur keliling di pasar Stasiun dan pasar Songgo Langit menunjukkan adanya solidaritas mekanik dengan indikator moral, kepercayaan, kebersamaan, dan kesetiakawanan yang

sangat erat dan saling berhubungan diantara para kaum laki-laki pedagang sayur keliling, hal ini juga tidak dapat terpisahkan dari pengaruh solidaritas organik yang menentukan individu untuk dapat bertindak secara profesional dalam kegiatannya berdagang untuk menentukan permodalan, kualitas barang dagangan, jenis barang yang dijual harga dan proses penjualannya sehingga terjadi tawar-menawar yang sesuai dengan kondisi pasar secara rasional

Dari Modal social merupakan factor yang sangat penting yang meliputi unsure-unsur partisipasi, pertemanan, tolong-menolong, kemandirian, kedisiplinan, kesabaran, keramahan dan menjagakualitas barang, inipun juga tidak terpisahkan dengan adanya solidaritas yang dimiliki oleh kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling. Modal social sebagai proses untuk menciptakan jalinan kerja sama antar kaum laki-laki sebagai pedagang sayur keliling yang dilandasi norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat.

SARAN

Bagi Pemerintah PEMDA khususnya Dinas Pengelolaan Pasar diharapkan membuat kebijakan terkait pengembangan usaha sektor

informal khususnya pedagang sayur keliling dan memberikan pembinaan terhadap pedagang sayur keliling dalam hal pemberdayaan dalam bidang permodalan dan pengelolaan modal untuk peningkatan ekonomi. Bagi Kaum Laki-laki pedagang sayur keliling dimohon untuk selalu menjaga hubungan kebersamaan solidaritas, agar tercipta hubungan yang harmonis antara pedagang sayur keliling di Pasar Songgo Langit Ponorogo.

Bagi Masyarakat agar melakukan penelitian lanjutan untuk memberikan wawasan baru sebagai penelitian social yang berkaitan dengan masalah pedagang sayur keliling.

DAFTAR PUSTAKA

- Akatiga, 1998, "*Sektor Jasa Perdagangan (Suatu Fenomenal Krisis) : Studi Kasus Pedagang Angkringan di Yogyakarta*", dalam : <http://www.akatiga.or.id>.
- Aloysius Gunadi Brata, 2004, "*Nilai Ekonomis Modal Sosial Pada Sektor Informal Perkotaan*", email : aloy.gb@mail.uajy.ac.id, Agustus 2004, Lembaga Penelitian Universitas Atma Jaya.
- Arif Budiman, 1996, "*Teori Pembangunan Di Negara Dunia Ketiga*", Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Aris Marfai, 2005, "*Angkringan, Sebuah Simbol Perlawanan*", dalam : <http://www.penu-lislepas.com>, 13 Agustus 2005.
- Bobi B. Setiawan, 2004, "*Ruang Publik dan Modal Sosial: Privatisasi Ruang di Kampung*", Universitas Gadjah Mada, dalam Info URDI Volume 17, Yogyakarta.
- Damsar, 1997, "*Sosiologi Ekonomi*", Cetakan Pertama, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Doyle Paul Johnson, 1994, "*Teori Sosiologi Klasik dan Modern*", Diindonesiakan oleh Robert M. Z. Lawang, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ema Setijaningrum, 2001, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Paguyuban PKL (Pedagang Kaki Lima) dalam Pembinaan Terhadap Anggotanya*", dalam: <http://fe.digilib.unair.ac.id>.
- Gunawan dan Sugiyanto, 2005, "*Kondisi Keluarga Fakir Miskin*" dalam : <http://www.dep-sos.go.id/Balatbang/Puslitbang%20UKS/2005/gunawan.htm>.
- Hamidi, 2004, "*Metode Penelitian Kualitatif*", Edisi Kedua, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Hidayat, 1983, "*Definisi, Kreteria dan Evolusi Konsep Sektor Informal : Sumbangan Pemikiran untuk Repelita IV*", ANALISA, Tahun XII, Nomor 7, Fakultas Ekonomi, Universitas Pedjajaran, Bandung.
- Kartini Kartono, dkk., 1980, "*Pedagang Kaki Lima sebagai Realita Urbanisasi dalam Rangka Menuju Bandung Kota Indah*", FISIP Universitas Katolik Parahiyangan, Bandung.
- Mulyanto, 2007, "*Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap (Suatu Survei pada Pusat Perdagangan dan Wisata Di Kota Surakarta)*", dalam Jurnal BENEFIT, Volume 11, Nomor 1, Juni 2007, Fakultas Ekonomi Uni

MEDIA, POLITIK dan KEKUASAAN
(Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan
Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV)

Oleh:

AYUB DWI ANGGORO

Email: ayub_dwianggoro@umpo.ac.id

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Abstrak

Media pada era globalisasi dan kemajuan teknologi sekarang ini memiliki peranan penting dalam kesuksesan dan keberhasilan suatu tujuan politik yang ditetapkan. Sebagai saluran penyampai pesan, media khususnya televisi menjadi alat yang paling ampuh untuk mempengaruhi, meyakinkan bahkan membentuk suatu opini di publik terkait isi-isi berita yang disajikan secara audio dan visual. Kondisi pertarungan pilpres 2014 hari ini antara telah membelah kekuatan korporasi/ perusahaan media. Pertarungan Politik media yang paling mencolok adalah pertarungan antara Tv One berhadapan dengan Metro Tv. Dengan menggunakan pendekatan Analisis Framing Robert N. Entman, identifikasi tentang penggunaan media televisi untuk kepentingan politik demi mencapai kekuasaan di klasifikasikan dengan melakukan analisis bingkai sebuah peristiwa yang diberitakan yakni berita soal Pilpres 2014 di kedua korporasi media tersebut melalui pembahasan Define problems (Pendefinisian masalah) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv , Diagnose causes (memperkirakan masalah atau sumber masalah) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv; Make moral judgement (Membuat keputusan moral) tentang berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv , Treatment recommendation (Menekankan penyelesaian) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv. Dari analisis tersebut ditemukan keberpihakan media pada pasangan calon presiden dalam konten pemberitaan yang disiarkan. TV One membingkai program pemberitaan yang mencitrakan Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai pemenang Pemilu 2014-2019 sedangkan Metro Tv Pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sebagai pemenang pemilu 2014-2019.

Kata kunci : Media, Politik dan Kekuasaan

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia pada tahun 2014 ini akan menjalani momentum penting pada perjalanan kehidupan berbangsa dan bernegara, mulai dari pemilihan Legislatif yaitu memilih para anggota Dewan Perwakilan Rakyat mulai dari Kota/Kabupaten, Propinsi hingga ke DPR Pusat, sedangkan pada tataran eksekutif rakyat Indonesia memilih Presiden untuk periode 2014 hingga 2019. Fenomena barupun lahir pada pertarungan konstalasi politik sekarang, proses perjalanan dalam mendapatkan simpati, dukungan suara dari rakyat dilakukan dengan melau dan melewati berbagai macam saluran, mulai dari pengerahan massa hingga menggunakan media sebagai wadah untuk melakukan kampanye.

Era kecanggihan dan perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan satu dinamika terbaru dalam pemilu tahun 2014 kali ini. Dinamika tersebut menjadikan pemilu kali ini menjadi berbeda dari pemilu-pemilu sebelumnya di Indonesia. Proses demokratisasi untuk memilih para wakil rakyat dan pemimpin bangsa ini telah melahirkan sebuah fenomena dalam strategi kampanye politik baru. Pola-pola kampanye konvensional seperti pengerahan massa menjadi tidak begitu populer di massa sekarang. Para tokoh

politik dan team suksesnya lebih memilih “bertarung” untuk mendapatkan simpati dan dukungan dari publik. Media adalah salah satu kebutuhan publik yang penting, bahkan perkembangan sekarang media merupakan kebutuhan primer yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari perkembangan situasi politik yang ada saat ini, persaingan yang ramai justru terjadi lewat jaringan media massa baik cetak, elektronik ataupun media internet. Tokoh-tokoh yang mendeklarasikan diri untuk bertarung pada pemilihan Umum sekarang. Berlomba-lomba untuk membangun publisitas lewat media yang ada. Tokoh Capres yang “bertarung” untuk mendapatkan dukungan dari rakyat diantaranya Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

Media sekarang ini memang dijadikan ajang untuk melakukan promosi politik. Tujuan dari promosi politik adalah untuk meraih simpati dari publik untuk mau memberikan dukungan dan suaranya di pesta demokrasi ini. Namun publik harus cerdas dalam memilih pemimpin yang nanti akan mewakilinya. Publik tidak boleh terjebak dalam pencitraan yang dibungkus oleh iklan politik, selain itu publik juga harus mengkritisi setiap rangkain peristiwa yang tersaji dalam pemberitaan media

massa supaya tidak terjebak dalam wilayah rangkain sajian berita yang di seting oleh para PR politik.

Persaingan Industri Media hari ini ternyata bukan hanya pada ranah bisnis saja, tetapi sudah merembet pada wilayah politis. Hal ini terjadi karena keterlibatan para pemilik media dalam persaingan politik hari ini. Secara umum, media massa, tidak hanya terindikasi sebagai partisan, tapi juga gagal menjalankan fungsi publiknya pada Pemilu kemarin. Masyarakat tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk menilai mana berita yang kredibel dan mana yang tidak. Akibatnya, masyarakat mengandalkan selera politik sebagai ukuran atas informasi yang diterima. Masyarakat mudah terprovokasi oleh berita-berita yang tak berdasar fakta dan sumber yang jelas. Ketika berhadapan dengan informasi, masyarakat lebih mengedepankan selera politik ketimbang validitas informasi yang didapatnya.

Media pada tanggal 9 Juli 2014, berlomba-lomba untuk membingkai hasil pilpres secara cepat dengan membuat rangkaian program. Pada media Tv one, hasil hitung cepat setelah Quick Count setelah pencoblosan suara dilakukan di beritakan dengan tema program “Presiden Pilihan Rakyat”, Tv One menggunakan sumber data perhitungan

cepat bersumberkan lembaga suvei LSN, Puskaptis dan JSI, Sementara Metro Tv membingkai pemberitaan hasil hitung cepat pilpres dengan tema program “Presiden Pilihan Kita” yang menempatkan LSI, SMRC, Cyruss Network, Litbang Kompas, RRI, Indo Barometer dan Pool Tracking.

Tidak ada yang salah dan mencurigakan ketika kebijakan redaksi dari masing-masing media televisi. Namun semua menjadi berubah ketika perbedaan hasil perhitungan cepat tersebut dengan skema pemberitaan yang disiarkan kepada publik. Tv One memberitakan bahwa pasangan Prabowo – Hatta sebagai pemenang pemilu 2014, hingga mensetting program acara Presiden pilihan Rakyat dengan headline Judul yang ditampilkan hasil Quick Count serta melibatkan mayoritas statemen kubu pasangan Prabowo dan Hatta yang mendeklarasikan kemenangannya, berbeda terbalik dengan Metro Tv yang menampilkan kubu Jokowi – JK sebagai pemenang pemilu 2014 dengan mensetting program Presiden Pilihan Kita dengan yang ditampilkan hasil Quick Count serta melibatkan mayoritas statemen kubu Jokowi- JK sebagai narasumber untuk deklarasi kemenangan.

Perbedaan isi berita tersebut tentu menjadi permasalahan yang besar bagi

publik. Kebingungan atas fakta suatu berita bisa berakibat menjadi gejala di masyarakat. Apalagi hal tersebut menyangkut hasil pemilihan presiden kedepan untuk Indonesia. Fenomena tersebut menarik untuk di kaji dengan pendekatan analisis Framing Model Robert N. Entman peneliti akan mengkaji pemberitaan-pemberitaan hasil pemilihan presiden, 9 Juli 2014 yang disajikan media khususnya TV One Metro TV. Dengan membongkar makna pemberitaan tersebut peneliti ingin mengkaji arah ideologi politik media tersebut.

Pendekatan Analisis Framing Model Robert N. Entman mengklasifikasikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Define problems (Pendefinisian masalah) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv?
2. Bagaimana Diagnose causes (memperkirakan masalah atau sumber masalah) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv?
3. Bagaimana Make moral judgement (Membuat keputusan moral) tentang berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv?
4. Bagaimana Treatment

recommendation (Menekankan penyelesaian) berita hasil pemilihan Presiden pada tanggal 9 Juli 2014 oleh Tv One dan Metro Tv?

LANDASAN TEORI

I. Analisis Framing

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas. Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Karenanya, seperti yang dikatakan Frank D. Durham, framing membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Menurut pandangan subjektif, realitas sosial adalah suatu kondisi yang cair dan mudah berubah melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari (**Mulyana, 2006: 34**).

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di analisis

Framing realitas dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu.

Menurut Erving Goffman secara sosiologis konsep *frame analysis* memelihara kelangsungan kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi dan menginterpretasi secara aktif pengalaman-pengalaman hidup kita untuk dapat memahaminya. Schemata interpretasi itu disebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasi dan memberi label terhadap peristiwa – peristiwa serta informasi (Sobur, 2009:163).

Secara metodologi analisis framing memiliki perbedaan yang sangat menonjol dengan analisis isi (*content analysis*). Analisis isi dalam studi komunikasi lebih menitikberatkan pada metode penguraian fakta secara kuantitatif dengan mengkategorisasikan isi pesan teks media. Pada analisis isi, pertanyaan yang selalu muncul seperti apa saja yang diberitakan oleh media dalam sebuah peristiwa? Tetapi, dalam analisis framing yang ditekankan adalah bagaimana peristiwa itu dibingkai.

Analisis framing yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing, terutama, melihat bagaimana pesan/ peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada

masyarakat (Eriyanto, 2009:3).

Metode analisis framing yang kita lihat adalah bagaimana cara media memaknai, memahami dan membingkai kasus/peristiwa yang diberitakan. Metode semacam ini tentu saja berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Peristiwa yang sama bisa jadi dibingkai berbeda oleh media.

Ada beberapa model pendekatan analisis framing yang dapat digunakan untuk menganalisa teks media, salah satunya model analisis Robert N. Entman yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Robert N. Entman apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan menafsirkan realitas tersebut.

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita.

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (included), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (excluded). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu dari suatu isu.
Penonjolan aspek tertentu dari suatu isu	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Tabel 1.1. Dua Unsur Framing Media Versi Entman (Eriyanto, 2011: 222)

Penonjolan seperti yang disinggung di atas, merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok tentu mempunyai peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. Karena itu dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tertentu dan menggunakan berbagai strategi wacana serta penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline*, di halaman depan, atau bagian belakang), pengulangan,

pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan. Kata penonjolan (*salience*) didefinisikan sebagai membuat sebuah informasi lebih diperhatikan, bermakna, dan berkesan (Sobur, 2009: 164).

Framing pada akhirnya menentukan bagaimana realitas hadir di hadapan khalayak. Seperti yang dikatakan Edelman, apa yang kita tahu tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung bagaimana kita melakukan *frame* atas peristiwa itu yang memberikan pemahaman tertentu atas

suatu peristiwa.

Konsep framing, dalam pandangan Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*. Framing pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Untuk mengetahui bagaimana pembingkai yang dilakukan media, terdapat sebuah perangkat framing yang dikemukakan Entman yang dapat menggambarkan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. Entman membagi perangkat framing ke dalam empat elemen sebagai berikut :

a. *Define Problems* (pendefinisian masalah)

Elemen pertama ini merupakan bingkai utama/*master frame* yang menekankan bagaimana peristiwa dimaknai secara berbeda oleh wartawan, maka realitas yang terbentuk akan berbeda

b. *Diagnose causes* (memperkirakan penyebab masalah)

Elemen kedua ini merupakan elemen framing yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga

berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Oleh sebab itu, masalah yang dipahami secara berbeda, maka penyebab masalahnya akan dipahami secara berbeda pula. Dengan kata lain, pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban dalam kasus tersebut.

Elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Setelah masalah didefinisikan dan penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

c. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian)

Elemen keempat ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Framing dan Ideologi

Produksi berita berhubungan dengan bagaimana rutinitas terjadi dalam ruang pemberitaan, yang menentukan bagaimana wartawan didikte/dikontrol untuk memberitakan peristiwa dalam perspektif tertentu. Selain praktik organisasidan ideologi profesional tersebut, ada satu aspek lain yang sangat penting yang berhubungan dengan bagaimana peristiwa ditempatkan dalam keseluruhan produksi teks, yakni bagaimana berita itu bisa bermakna dan berarti bagi khalayak. **Stuart Hall dalam Eriyanto (2011: 141)** menyebut aspek ini sebagai konstruksi berita. Aspek ini berhubungan dengan bagaimana wartawan/media menampilkan peristiwa tersebut sehingga relevan bagi khalayak.

Media berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami bagaimana realitas itu dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak. Diantara berbagai fungsi dari media dalam mendefinisikan realitas, fungsi pertama dalam ideologi adalah media sebagai mekanisme integrasi sosial. Media berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok, dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan.

Sebuah teks, kata **Aart van Zoest (Sobur; 2011: 60)**, tak pernah lepas

dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca ke arah suatu ideologi, sedangkan Eriyanto menempatkan ideologi sebagai konsep sentral dalam analisis wacana karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Istilah Ideologi menurut **Jorge Larrain (1996) dalam Sobur (2011:61)** mempunyai dua pengertian yang bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia (*worldview*) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial

Raymond Williams dalam Sobur (2011: 64) menamakan ideologi “himpunan ide-ide yang muncul dari seperangkat kepentingan material tertentu atau, secara lebih luas, dari sebuah kelas atau kelompok tertentu”. Sedangkan **John B. Thomson dalam Sobur (2011: 64)** menyatakan bahwa ideologi hanya dapat dipahami dengan tepat sebagai “ideologi dominan” di mana bentuk-beentuk simbolis dipakai oleh mereka yang memiliki kekuasaan untuk

“membangun dan melestarikan hubungan dominasi (masyarakat yang timpang).”

Begitulah, meskipun istilah ideologi dipergunakan dalam banyak arti, namun pada hakikatnya semua arti itu, menurut **Magnis-Suseno dalam Sobur (2011: 66)** dapat dikembalikan pada salah satu (atau kombinasi) dari tiga arti, yakni:

1. Ideologi sebagai kesadaran palsu

Secara spontan bagi kebanyakan orang, kata ideologi mempunyai konotasi negatif, sebagai *claim* yang tidak wajar atau sebagai teori yang tidak berorientasi pada kebenaran, melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakannya. Biasanya ideologi sekaligus dilihat sebagai sarana kelas ataupun kelompok yang berkuasa untuk melegitimasi kekuasaannya secara tidak wajar.

1) Ideologi dalam arti netral

Ideologi ini kebanyakan ditemukan di negara-negara yang sangat mementingkan sebuah “ideologi negara”, misalnya negara-negara komunis. Arti dari ideologi netral ialah keseluruhan sistem pikir, nilai-nilai, dan sikap dasar rohani sebuah gerakan, kelompok sosial atau kebudayaan. Nilai ideologi tergantung isinya: kalau isinya baik, ideologi itu baik, kalau isinya buruk (misalnya, membenarkan kebencian), dia buruk.

2. Ideologi: keyakinan yang tidak ilmiah

Segala penilaian etis dan moral, anggapan-anggapan normatif, begitu pula teori-teori dan paham-paham metafisik dan keagamaan atau filsafat sejarah, termasuk ideologi. Arti ketiga ini maunya netral, tetapi dalam penilaian Magnis Suseno, sebenarnya bernada negatif juga karena memuat sindiran bahwa “ideologi-ideologi” itu tidak rasional, di luar hal nalar, jadi merupakan kepercayaan dan keyakinan subjektif semata-mata, tanpa kemungkinan untuk mempertanggungjawabkannya secara objektif.

Apakah peristiwa dibingkai dan dimaknai sebagai wilayah penyimpangan, kontroversi, atautkah konsensus? Dalam wilayah penyimpangan, suatu peristiwa, gagasan, atau perilaku tertentu dikucilkan dan dipandang menyimpang. Ini semacam nilai yang dipahami bersama bagaimana peristiwa secara umum dipahami secara sama antara berbagai anggota komunitas.

Sebagai area ideologis, peta semacam ini dapat dipakai untuk menjelaskan bagaimana perilaku dan realitas yang sama bisa dijelaskan secara berbeda karena memakai kerangka yang berbeda. Masyarakat atau komunitas dengan ideologi yang berbeda akan menjelaskan dan meletakkan peristiwa yang sama tersebut ke dalam peta yang berbeda, karena

ideologi yang menempatkan bagaimana nilai-nilai bersama yang dipahami dan diyakini secara bersama-sama dipakai untuk menjelaskan berbagai realitas yang hadir setiap hari.

Peta ideologi menggambarkan bagaimana peristiwa dilihat dan diletakkan dalam tempat-tempat tertentu. Seperti yang dikatakan **Matthew Kieran dalam Eriyanto (2011: 154)**, berita tidaklah dibentuk dalam ruang hampa. Berita diproduksi dari ideologi dominan dalam suatu wilayah kompetensi tertentu. Ideologi yang dimaksud disini tidaklah selalu harus dikaitkan dengan ide-ide besar. Ideologi juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan.

II. Konstruksi Realitas Sosial

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya di mana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respons-respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolis. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif

bebas di dalam dunia sosialnya.

Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*" (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (**Bungin, 2006: 202**).

Dalam pandangan paradigma definisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial di sekelilingnya. Dunia sosial itu dimaksud sebagai yang disebut oleh **George Simmel dalam Bungin (2006: 201)**, bahwa realitas dunia sosial itu berdiri sendiri di luar individu, yang menurut kesan kita bahwa realitas itu "ada" dalam diri sendiri dan hukum yang menguasainya.

Peter L. Berger berpendapat bahwa realitas tidak terjadi begitu saja tetapi dibentuk dan dikonstruksikan. Hasil akhir yang diperoleh adalah realitas yang sama dapat dipahami secara berbeda oleh setiap orang tergantung dari konstruksi yang dilakukan dalam realitas tersebut (Eriyanto, 2009:15).

Berger dan Luckman dalam Bungin (2008: 14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman 'kenyataan dan pengetahuan'. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Berger dan Luckman dalam Bungin (2008: 15) mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Pertama, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan sifat dasar manusia. Manusia

akan selalu mencari dan mencurahkan dirinya dimana dia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi yaitu hasil yang didapatkan baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas *suigeneris*. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapandengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia.

Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran

manusia, ada “di sana” bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

Ketiga, internalisasi, penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa hingga subjektifitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Dalam proses ini, wartawan akan berhadapan dengan realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap ke dalam kesadaran wartawan. Secara tidak langsung wartawan akan menceburkan dirinya ke dalam realitas tersebut untuk kemudian dimaknainya.

Oleh karena itu, konstruksi realitas sosial yang dilakukan wartawan sangat berpotensi untuk menggiring kita pada pemaknaan wartawan terhadap suatu peristiwa, ditambah ideologi media massa tempat wartawan bekerja dibangun sesuai visi dan kepentingan perusahaan yang bersangkutan.

III. Media dan Berita dalam

Perspektif Konstruksionis

Pemikiran konstruksionis ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger yang menyatakan bahwa sebuah realitas hadir di hadapan pembaca setelah melalui sebuah proses konstruksi (**Eriyanto, 2011: 15**). Hal ini menyebabkan setiap orang memiliki

konstruksi yang berbeda terhadap realitas yang muncul di hadapannya. **Menurut Eriyanto (2011: 18)**, berita yang muncul merupakan sebuah proses konstruksi dengan suatu peristiwa, karena adanya interaksi antara wartawan dengan fakta yang muncul di lapangan.

Pandangan konstruksionis melihat media, wartawan dan berita dengan cara pandang tersendiri. Pada dasarnya studi media massa merupakan proses pencarian pesan dan makna. Media massa semakin banyak dijadikan sebagai objek studi disebabkan semakin meningkatnya peran media massa itu sendiri sebagai intitusi yang tergolong penting dalam masyarakat saat ini. Media massa memproduksi pesan yang merupakan hasil konstruksi realitas (**Eriyanto, 2009: 25**).

Bagi kaum konstruksionis, realitas adalah sesuatu yang subjektif. Fakta dan realitas bukanlah sesuatu yang sudah ada, tersedia dan tinggal diambil untuk menjadi bahan sebuah berita. Realitas yang tertuang dalam berita adalah sesuatu yang dikonstruksi dan dibentuk oleh pandangan tertentu. Fakta atau realitas pada dasarnya dikonstruksi. Sebuah fakta berupa kenyataan bukanlah sesuatu yang sudah ada seperti itu, melainkan apa yang ada di benak dan pikiran kita. Kita sendirilah yang memberikan definisi dan makna atas fakta

tersebut sebagai sebuah kenyataan. Fakta yang ada dalam sebuah berita bukanlah sebuah peristiwa yang memang begitu adanya, wartawanlah yang secara aktif memproduksi dan mendefinisikan berita tersebut.

Fakta yang dikumpulkan dan disusun selanjutnya akan disebarakan. Media sebagai sarana penyalur pesan tidak hanya berfungsi sebagai saluran pesan dari komunikator kepada penerima (khalayak). Media tidak bertindak sebagai suatu institusi yang netral dalam menyampaikan pesan. Media bukanlah saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya (**Eriyanto, 2011: 26**). Sebagai contoh media juga menentukan dari sekian banyak peristiwa yang terjadi, peristiwa mana yang harus diliput oleh wartawannya kemudian dari sisi mana si wartawan harus melihat peristiwa tersebut. Pemilihan realitas oleh media dikarenakan media memiliki kepentingan antara lain kepentingan ekonomi, politik ataupun ideologi. Media tentunya akan membentuk realitas yang dapat mendukung kepentingan-kepentingannya.

Oleh karena itu media turut berperan dalam mengkonstruksi realitas. Konstruksi realitas terbentuk bukan

hanya dari cara wartawan memandang realitas tetapi kehidupan politik tempat media itu berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu mempengaruhi cara media massa tersebut mengkonstruksi realitas (**Hamad, 1999: 55**).

Media bisa memperjelas sekaligus mempertajam konflik atau sebaliknya: mengaburkan dan mengelimirnya. Media bisa mengkonstruksi realitas, namun juga bisa menghadirkan hiperrealitas. Hiperrealitas menggiring orang mempercayai sebuah citra sebagai kebenaran, meski kenyataannya hanya dramatisasi realitas dan pemalsuan kebenaran, yang “melampaui realitas” (**Sobur, 2009: 170**). Dalam memberitakan konflik, media seharusnya tidak melakukan dramatisasi terhadap fakta. Karena hal itu langsung ataupun tidak langsung akan memicu konflik lanjutan dan menjadi provokasi bagi pihak-pihak yang bertikai

Menjadi suatu hal yang menarik ketika kebanyakan orang awam melihat media atau berita yang disuguhkan oleh media massa adalah sesuatu yang benar-benar apa adanya tanpa adanya konstruksi realitas di dalamnya. Mereka kemudian menjadi sepenuhnya percaya akan apa

yang disampaikan oleh media massa. Dengan melihat realitas, berita dan media massa atau dengan kata lain tidak mudah mempercayai apa yang disampaikan oleh media karena begitu banyak muatan-muatan kepentingan di dalamnya.

Setiap media tentunya memiliki kebijakan masing-masing dalam mekanisme kerja untuk mengkonstruksi dan menghasilkan berita yang “diinginkan”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa berita adalah hasil mekanisme kerja individu-individu yang ada dalam media (redaksional) berdasarkan kebijakan, pertimbangan serta ideologi.

Fakta atau realitas yang diliput kemudian ditampilkan dalam media lewat pemberitaan. Pada dasarnya berita adalah laporan dari suatu peristiwa atau realitas. Namun gambaran realitas atas peristiwa dalam media bukanlah realitas yang sebagaimana adanya, yang diambil oleh sang wartawan dan dituangkan. Berita adalah hasil dari konstruksi yang selalu melibatkan pandangan ataupun nilai-nilai dari wartawan dan media yang bersangkutan. Bagaimana sebuah realita dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana ia dimaknai dan dipahami oleh wartawan. Proses pemahaman selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga

mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas (**Eriyanto, 2011: 28**). Proses pemaknaan realitas oleh wartawan sebagai aktor atau agen pembentuk realitas. Wartawan bukanlah pemulung yang mengambil fakta begitu saja. Dia tidak hanya melaporkan sebuah peristiwa namun mendefinisikan dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka. Realitas bukanlah sesuatu yang “berada di luar”, objektif, benar dan seakan-akan ada sebelum wartawan meliputnya. Ada proses konstruksi makna dalam peristiwa yang diliput sehingga menghasilkan suatu realitas baru. Laporan-laporan jurnalistik yang ada di media pada dasarnya tidak lebih dari hasil penyusunan realitas-realitas dalam bentuk cerita (**Barata dalam Birowo, 2004: 168**).

Seperti yang d i k a t a k a n **Judith Lichtenberg dalam Eriyanto (2011: 35)**, realitas hasil konstruksi itu selalu terbentuk melalui konsep dan kategori, tanpa kita buat, kita tidak bisa melihat dunia tanpa kategori, tanpa konsep. Artinya, kalau seorang wartawan menulis berita, ia sebetulnya membuat dan membentuk dunia, membentuk realitas.

Dalam konsepsi konstruksionis, wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan objek yang hendak dia liput.

Karena ketika ia meliput suatu peristiwa dan menuliskannya, ia secara sengaja atau tidak menggunakan dimensi perseptuilnya ketika memahami masalah. Dengan begitu, realitas yang kompleks dan tidak beraturan ditulis dan dipahami, untuk semua proses itu melibatkan konsepsi, pemahaman yang mau tidak mau sukar dilepaskan dari unsur subjektif.

Dalam pandangan konstruksionis, berita itu ibarat sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Berita bukan representasi dari realitas. Berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah baku jurnalistik. Semua proses konstruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak (Eriyanto, 2011: 30).

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita-berita hasil Pemilihan Presiden tanggal 9 Juli 2014 dengan Judul program berita Presiden pilihan rakyat TV One dan Presiden pilihan kita Metro TV.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini ialah deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk menggambarkan aspek tertentu dari sebuah realitas yang dibingkai oleh Tv One dan Metro TV menjadi sebuah berita yang kemudian menjadi realitas media dalam hal ini pemberitaan mengenai hasil pemilu versi hitung cepat. Format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2006: 68).

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* dengan paradigma atau pendekatan konstruksionis. Paradigma konstruksionis memandang bahwa tidak ada realitas yang obyektif, karena realitas tercipta melalui proses konstruksi dan pandangan tertentu.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan penulis berdasarkan kebutuhan analisis dan pengkajian. Pengumpulan data tersebut sudah dilakukan sejak penulis menentukan

permasalahan apa yang sedang dikaji.

Pengumpulan data yang dilakukan adalah :

- a. Pengkajian berita-berita terkait Hasil pemilihan presiden tanggal 9 Juli 2014 di Tv One dan Metro Tv
- b. Kajian pustaka dengan mempelajari dan mengkaji buku- buku, artikel serta situs internet dengan permasalahan yang diteliti untuk mendukung asumsi sebagai landasan teori permasalahan yang dibahas.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis framing. Dalam hal ini, analisis framing dirasa mampu untuk mencari tahu bagaimana Tv One dan Metro Tv melakukan proses pembingkai

berita Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014.

Memakai analisa yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Peneliti memilih perangkat framing Entman dalam penelitian ini dengan argumen perangkat *frame* Entman mampu membantu peneliti dalam mendefinisikan masalah Hasil Pemilihan Presiden yang diungkap oleh media dan memperkirakan penyebab dari masalah itu. Selanjutnya, pisau analisa ini akan membantu peneliti dalam mencari tahu makna didalam pembingkai berita tersebut

Dalam pandangan Entman, framing dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapat alokasi penempatan yang lebih besar daripada isu lainnya.

<i>Define Problems</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa / isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement</i> (membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah / isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Tabel 1.2. Perangkat Framing Entman (Eriyanto, 2011: 223)

PEMBAHASAN

I. Analisa framing Model Robert N. Entman pemberitaan Tv One program acara "Presiden Pilihan Rakyat" 9 Juli 2014.

Frame	Konten Pemberitaan	Interpretasi
	<p>Define Problems</p> <p>Judul Presiden Pilihan rakyat dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count Prabowo – Hatta 50,19% dan Jokowi – JK 49,81 % serta menampilkan narasumber untuk mengupas serta menganalisa hasil dari perhitungan cepat yang ditampilkan dalam headline pemberitaan.</p>	<p>Dalam program acara-kemasan hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presiden Pilihan Rakyat, Framing Tv One menampilkan hasil Quick Count dengan hasil keunggulan pasangan Prabowo – Hatta sebesar 50,19 % - Jokowi JK 49,81 %. Dengan tidak menampilkan survei dari lembaga lain. Tv one ingin mengabarkan kepada publik bahwa Presiden terpilih Versi Quick Count adalah Prabowo Hatta. Sedangkan keterlibatan pengamat dalam acara tersebut sebagai pembanding atas hasil survei lain yang memenangkan kubu Jokowi –JK. dalam statemennya pengamat menyarankan untuk melakukan pengujian metodologi terhadap lembaga yang melakukan survei</p>



Diagnose causes

Judul Presiden Pilihan rakyat dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count Prabowo – Hatta 50,19% dan Jokowi – JK 49,81 % dan menampilkan visualisasi yang lembaga lembaga Survei yang menyatakan bahwa Prabowo – Hatta unggul atas Jokowi – JK oleh 3 lembaga survei yang ditampil-kan.

Dalam progam acara kemasn hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presi-den Pilihan Rakyat, Framing Tv One menampilkan hasil Quick Count de-ngan hasil keung-gulan pasangan Pra-bowo – Hatta sebe-sar 50,19 % - Joko-wi - JK 49,81%. Dengan memvisu-alisasikan lembaga – lembaga survei yang memenangkan Prabowo–Hatta, Tv One mengabar-kan bahwa validitas hasil survei keme-nangan pasangan tersebut juga sama kredibelnya dengan lembaga – lembaga lain yang meme-nangkan Jokowi – JK dalam Quick Count yang dibuat.



Make moral judgement

Judul Presiden Pilihan rakyat dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count Prabowo – Hatta 50,19% dan Jokowi – JK 49,81 %. Sudut visualisasi pemberitaan menampilkan suasana kegembiraan kemenangan kubu Prabowo – Hatta versi Quick Count

Dalam program acara kemas hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presi-den Pilihan Rakyat, Framing Tv One menampilkan hasil Quick Count dengan hasil keunggulan pasangan Pra-bowo – Hatta sebesar 50,19 % - Jokowi JK 49,81 %. Dengan memvisualisasikan kegembiraan para pen-dukong Prabowo-Hatta, Tv One mengabarkan bahwa para pendukung Prabowo – Hatta yakin atas keme-nangan Capresnya pada hasil hitung cepat yang dilakukan oleh lembaga survei. sama seperti keyakinan pendukung capres Jokowi – JK atas hasil surveinya.



Treatment Recommendation

Judul Presiden Pilihan rakyat dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count Prabowo – Hatta 50,19% dan Jokowi – JK 49,81 %. Sudut visualisasi pemberitaan menampilkan Pidato Politik kemenangan pasangan Prabowo – Hatta dalam versi Quick count

Dalam program acara kemas hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presi-den Pilihan Rakyat, Framing Tv One menampilkan hasil Quick Count dengan hasil keung-gulan pasangan Prabowo – Hatta sebesar 50,19 % - Jokowi JK 49,81 %. Dengan memvisu-alisasikan pidato politik kemenangan Prabowo – Hatta, Tv One mengabar-kan bahwa Prabowo – Hatta juga telah melakukan deklarasi kemenangan pilpres dari hasil hitung cepat.

Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan Tv One program acara "Presiden Pilihan Rakyat" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari Tv One dalam program tersebut memiliki tujuan Ideologi dan Politik untuk membangun persepsi publik bahwa Prabowo Subianto – Hatta Rajasa adalah pemenang pemilu Presiden versi hitung cepat lembaga survei. Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembingkai pemberitaan yang dilakukan pada program presiden pilihan rakyat yang sangat di dominasi untuk melegitimasi

kekuatan politik Prabowo subianto – Hatta rajasa sebagai calon presiden terpilih versi quick count.

Define Problems dalam bingkai program pemberitaan presiden pilihan rakyat adalah upaya penegasan bahwa pasangan Prabowo – Hatta Rajasa sebagai pemenang Pilpres versi Quick count. *Diagnose causes* bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan visualisasi hasil survei yang memenangkan Prabowo-Hatta, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Jokowi – JK. *Make moral judgement* dalam

pembingkai berita tersebut menampilkan uforia atau kegembiraan para pendukung Prabowo hatta yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya, sama yakinya dengan pendukung Jokowi–JK yang unggul dari lembaga survei yang memenangkanya. *Treatment Recommendation* menampilkan Prabowo – Hatta dengan deklarasi politik

atas kemenangannya.

Uraian diatas menyimpulkan bahwa nilai ke berimbangan dan kenetralitasan berita dan institusi media telah hilang pada pemberitaan program tayangan yang mengupas tentang hasil pemilu 2014 pada tanggal 9 Juli 2014 dengan judul acara Presiden Pilihan Rakyat.

II. Analisa framing Model Robert N. Entman pemberitaan Metro Tv program acara "Presiden Pilihan Kita" 9 Juli 2014.

Frame	Isi Pemberitaan	Interpretasi
	<p>Define Problems</p> <p>Judul Presiden Pilihan kita dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count untuk Jokowi –JK 52,96 % dan Prabowo – Hatta 47,04 % . Sudut visualisasi berita menggambarkan seorang presenter tengah membacakan berita kemenangan Jokowi - JK dalam hitung cepat hasil pilpres</p>	<p>Dalam program acara kemas hasil pemilu 2014 yang dilaksa-nakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presiden Pilihan Kita, Metro Tv membingkai pesan berita bahwa Jokowi – JK adalah capres dan cawapres terpilih dari lembaga - lembaga survei yang kredibel. Dengan ha-nya me-nampilkan lembaga survei yang memenangkannya Jo-kowi pada visualisasi beritanya</p>



Diagnose causes

Judul Presiden Pilihan kita dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count untuk Jokowi –JK 52,96 % dan Prabowo – Hatta 47,04 %. Sudut visualisasi berita menggambarkan dialog antara presenter Metro Tv dan para Direktur Lembaga Survei yang melakukan Quick Count Pilpres

Dalam program acara kemasan hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presiden Pilihan Kita, Metro Tv membingkai pesan bersama dialog yang dilakukan bahwa hasil hitung cepat harus dilakukan oleh lembaga yang kredibel dan dapat di pertanggung jawabkan metodologinya. Pesan yang ingin disampaikan bahwa lembaga survei yang melakukan quick count di metro tv adalah lembaga survei yang kredibel.



Make moral judgement

Judul Presiden Pilihan kita dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count untuk Jokowi – JK 52,68 % dan Prabowo – Hatta 47,32 %. Sudut visualisasi berita menggambarkan suasana kegembiraan dan haru dari Keluarga Jokowi dan tokoh-tokoh politik pendukung pasangan calon presiden Jokowi – JK.

Dalam program acara kemas hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presiden Pilihan Kita, Metro Tv meringkai pesan suasana kegembiraan dari para pendukung Jokowi baik keluarga atau para tokoh dari partai politik yang mengusungnya. pesan yang ingin disampaikan adalah keyakinan atas kemenangan Jokowi dari hasil hitung cepat.

	<p>Treatment Recommendation</p> <p>Judul Presiden Pilihan kita dengan tampilan gambar hasil pemberitaan Quick Count untuk Jokowi – JK 52,78 % dan Prabowo – Hatta 47,22 %. Sudut Visualisasi berita menggambarkan Capres Jokowi menyampaikan pidato kemenangannya versi hitung cepat Quick Count</p>	<p>Dalam program acara kemasan hasil pemilu 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014, versi hitung cepat dengan judul Presiden Pilihan Kita, Metro Tv membingkai pesan suasana Jokowi sedang menyampaikan pidato kemenangan dirinya dari hasil quick count, pesan yang ingin disampaikan adalah deklarasi kemenangan Jokowi pada pemilihan presiden versi quick Count.</p>
--	---	---

Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan Metro Tv program acara "Presiden Pilihan Kita" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari Metro Tv dalam program tersebut memiliki tujuan Ideologi dan Politik untuk membangun persepsi publik bahwa Joko Widodo dan Jusuf Kalla adalah pemenang pemilu Presiden versi hitung cepat lembaga survei. Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembingkai pemberitaan yang dilakukan pada program presiden pilihan kita yang sangat di dominasi untuk melegitimasi kekuatan politik Jokowi dan

Jusuf Kalla sebagai calon presiden terpilih versi quick count.

Define Problems dalam bingkai program pemberitaan presiden pilihan kita adalah upaya penegasan bahwa pasangan Jokowi – Jusuf Kalla sebagai pemenang Pilpres versi Quick count. *Diagnose causes* bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan dialog dengan mengundang para direktur lembaga survei yang memenangkan Jokowi – Jusuf Kalla, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Prabowo. *Make moral judgement* dalam pembingkai berita

tersebut menampilkanuforia atau kegembiraan para tokoh politik dan keluarga pendukung Jokowi – Jusuf Kalla yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya, sama yakinya dengan pendukung Prabowo - Hatta yang unggul dari lembaga survei yang memenangkannya. *Treatment Recommendation* menampilkan Jokowi – Jusuf Kalla dengan deklarasi politik atas kemenangannya.

Uraian diatas menyimpulkan bahwa nilai ke berimbangan dan kenetralitasan berita dan institusi media telah hilang pada pemberitaan program tayangan yang mengupas tentang hasil pemilu 2014 pada tanggal 9 Juli 2014 dengan judul acara Presiden Pilihan Rakyat.

III. Interpretasi perbandingan nilai berita dari Tv One dan Metro Tv

Fenomena Perbedaan nilai sebuah berita dan kepentingan ideologi politik antara Tv One (Presiden Pilihan Rakyat) dan Metro Tv (Presiden Pilihan Kita) pada pemberitaan tentang hasil pemilihan presiden versi hitung cepat pada tanggal 9 Juli 2014 sangat menimbulkan kebingungan dan keresahan di masyarakat. Nilai sebuah berita sebagai suatu fakta yang bebas dari kepentingan bagi publik, menemukan sebuah perjalanan baru dimana publik sekarang harus memiliki nilai kekritisannya. Elaborasi mengidentifikasi tentang kepentingan ideologi politik dari kedua media tersebut. Dengan pendekatan framing Robert N. Entman, berikut nilai perbandingannya:

Tv One	Metro Tv
<p data-bbox="199 152 422 185"><i>Define Problems</i></p> <p data-bbox="199 235 742 504">Dalam bingkai program pemberitaan presiden pilihan rakyat adalah upaya penegasan bahwa pasangan Prabowo – Hatta Rajasa sebagai pemenang Pilpres versi Quick count.</p> <p data-bbox="199 577 422 611"><i>Diagnose causes</i></p> <p data-bbox="199 638 742 907">Bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan visualisasi hasil survei yang memenangkan Prabowo-Hatta, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Jokowi – JK.</p> <p data-bbox="199 936 518 969"><i>Make moral judgement</i></p> <p data-bbox="199 1019 742 1400">Dalam pbingkai berita tersebut menampilkanuforia atau kegembiraan para pendukung Prabowo hatta yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya, sama yakinya dengan pendukung Jokowi – JK yang unggul dari lembaga survei yang memenangkanya.</p> <p data-bbox="199 1451 582 1485"><i>Treatment Recommendation</i></p> <p data-bbox="199 1512 742 1601">menampilkan Prabowo – Hatta dengan deklarasi politik atas kemenangannya.</p>	<p data-bbox="774 152 997 185"><i>Define Problems</i></p> <p data-bbox="774 235 1348 448">Dalam bingkai program pemberitaan presidenpilihan kita adalah upaya penegasan bahwa pasangan Jokowi–JusufKalla sebagai pemenang Pilpres versi Quick count.</p> <p data-bbox="774 521 997 555"><i>Diagnose causes</i></p> <p data-bbox="774 604 1348 929">Bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan dialog dengan mengundang para direktur lembaga survei yang memenangkan Jokowi – Jusuf Kalla, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Prabowo.</p> <p data-bbox="774 969 1093 1003"><i>Make moral judgement</i></p> <p data-bbox="774 1052 1348 1489">Dalam pbingkai berita tersebut menampilkanuforia atau kegembiraan para tokoh politik dan keluarga pendukung Jokowi – Jusuf Kalla yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya, sama yakinya dengan pendukung Prabowo - Hatta yang unggul dari lembaga survei yang memenangkanya</p> <p data-bbox="774 1529 1157 1563"><i>Treatment Recommendation</i></p> <p data-bbox="774 1612 1348 1702">Menampilkan Jokowi – Jusuf Kalla dengan deklarasi politik atas kemenangannya</p>

KESIMPULAN

Nilai keberimbangan dan kenetralitasan berita dan institusi media telah hilang pada pemberitaan program tayangan yang mengupas tentang hasil pemilu 2014 pada tanggal 9 Juli 2014 dengan judul acara Presiden Pilihan Rakyat (Tv One) dan Presiden pilihan Kita (Metro Tv). Persaingan Industri Media hari ini ternyata bukan hanya pada ranah bisnis saja, tetapi sudah merembet pada wilayah politis. Hal ini terjadi karena keterlibatan para pemilik media dalam persaingan politik hari ini. Secara umum, media massa, tidak hanya terindikasi sebagai partisan, tapi juga gagal menjalankan perannya pada Pemilu kemarin. Masyarakat tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk menilai mana berita yang kredibel dan mana yang tidak. Untuk itu publik sekarang harus lebih kritis didalam menerima segala informasi yang diberikan oleh media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Birowo, M. Antonius. 2004. Metode Penelitian Komunikasi, Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Gitanyali.*
- Bulaeng, Andi. 2004. "Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer". Yogyakarta: Andi*
- Bungin, Burhan. 2008. "Konstruksi Sosial Media Massa". Jakarta: Kencana Prenada Media Group.*
- _____. 2006. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Jakarta: PT Raja Grafindo*
- _____. 2006. "Sosiologi Komunikasi". Jakarta: Kencana Prenada Media Group*
- Effendi, Onong Uchjana 2003. "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi". Bandung: PT Remaja Rosdakarya*
- Eriyanto. 2011. "Analisis Framing": Konstruksi Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: Lkis*

- Hamad, Ibnu. 1999. “*Media Massa dan Konstruksi Realitas*”, dalam *Jurnal Pantau*. ISAI, 6 Oktober-November 1999.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. “*Teknik Praktis Riset Komunikasi*”. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Edisi Kesembilan. Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2006. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin, 2007. “*Pengantar Komunikasi Massa*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Oetama, Jacob. 1987. “*Perspektif Pers Indonesia*”. Jakarta: LP3ES
- Perdede, Pemmiliana. 2001. “*Dramatisasi Cukup Dominan*”. *Jurnal Media Watch Kupas*. Vol.3 No.2
- Pareno, Sam Abede. 2005. “*Media Massa Antara Realitas dan Mimpi*”. Surabaya: Papyrus
- Saripudin & Quisyaini Hasan. 2003. “*Tomy Winata Dalam Citra Media: Analisis Berita Pers Indonesia*”. Jakarta: JARI.
- Siahaan, Hotman M, dkk. 2001. “*Pers yang Gamang Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*”. Surabaya: Lembaga Studi Perubahan Sosial dan Jakarta Institut Studi Arus Informasi.
- Severin, Werner J dan James W Tankard. 2008. “*Teori Komunikasi : Sejarah, Teori dan Terapan di Dalam Media Massa*”
- Sobur, Alex. 2009. “*Analisis Teks Media : Suatu Pengantar analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing*”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Vivian, John. 2008. “*Teori Komunikasi Massa*”. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TERHADAP PROGRAM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA.**

Oleh:

PINARYO

Email:pinaryo@umpo.ac.id

**Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Abstrak

Tujuan dari program kewirausahaan mahasiswa adalah untuk menumbuhkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha di kalangan mahasiswa dan membangun sikap mental wirausaha yakni percaya diri, sadar akan jati dirinya, bermotivasi untuk meraih suatu cita-cita, pantang menyerah, mampu bekerja keras, meningkatkan kecakapan dan ketrampilan para mahasiswa khususnya sense of business. Penelitian ini diarahkan untuk memperoleh masukan dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo terhadap program sertifikasi kewirausahaan mahasiswa sekaligus dalam mendukung program pendirian Pusat Pengembangan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo tentang program kewirausahaan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo, informan ditentukan secara random dengan metode purposive random sampling, sejumlah 8 mahasiswa peserta program sertifikasi kewirausahaan mahasiswa (KWU) angkatan I, II dan III dari 5 fakultas (FISIP, FEKONOMI, FAI, FTEKNIK dan FKIP). Pendataan dilakukan dengan tehnik wawancara, dan dokumentasi/literature, unsur variabel yang diteliti meliputi program KWU, mentor KWU, kurikulum dan praktek lapangan/bazaar. Secara umum persepsi mahasiswa program wirausaha mahasiswa (KWU) menyatakan bahwa program KWU baik sekali, khususnya dalam rangka menyiapkan mahasiswa menjadi wirausaha, tentang hal yang paling menarik adalah adanya kegiatan bazaar dan kehadiran tokoh bisnis nasional.

Keyword: persepsi, kewirausahaan, mahasiswa.

A. PENDAHULUAN.

Semakin banyaknya lulusan perguruan tinggi yang semakin sulit mendapatkan pekerjaan merupakan masalah baru pada saat ini..Dalam kondisi seperti ini, maka masalah pengangguran termasuk yang berpendidikan tinggi akan

berdampak negatif terhadap stabilitas ekonomi dan sosial. Kondisi ini didukung oleh kenyataan bahwa sebagian besar lulusan Perguruan Tinggi lebih banyak yang belum mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa jadi disebabkan karena sistem pembelajaran

yang diterapkan di perguruan tinggi lebih terfokus pada bagaimana mahasiswa cepat lulus dan mendapatkan pekerjaan. Tetapi dalam kenyataannya sedikit lulusan yang siap kerja, atau menciptakan pekerjaan sendiri.

Untuk menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan aktivitas kewirausahaan mahasiswa agar para lulusan perguruan tinggi lebih menjadi pencipta lapangan kerja dari pada pencari kerja, maka diperlukan suatu usaha nyata seperti dibentuknya lembaga pusat bisnis yang menerapkan kurikulum kewirausahaan yang wajib ditempuh oleh setiap mahasiswa. Dengan maksud untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan meningkatkan aktivitas kewirausahaan di lingkungan kampus agar para lulusan perguruan tinggi lebih menjadi pencipta lapangan kerja atau job creator dari pada sebagai pencari kerja. Disamping itu aktivitas kewirausahaan (entrepreneurial activity) yang ada sekarang ini masih sangat minim, yaitu adanya individu-individu yang aktif memulai bisnis baru yang apabila dinyatakan dalam persen secara indeks masih rendah.

Tujuan dari program kewirausahaan mahasiswa adalah untuk menumbuhkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha di kalangan mahasiswa dan membangun

sikap mental wirausaha yakni percaya diri, sadar akan jati dirinya, bermotivasi untuk meraih suatu cita-cita, pantang menyerah, mampu bekerja keras, meningkatkan kecakapan dan ketrampilan para mahasiswa khususnya sense of business. Dan pada akhirnya tumbuh wirausaha-wirausaha baru dari kalangan mahasiswa. Penelitian ini diarahkan untuk memperoleh masukan dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo terhadap program sertifikasi kewirausahaan mahasiswa sekaligus dalam mendukung program pendirian Pusat Pengembangan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Kebijakan dan program penguatan kelembagaan yang mendorong peningkatan aktivitas berwirausaha dan percepatan pertumbuhan wirausaha-wirausaha baru dengan berbasis ipteks sangat diperlukan.

Kegiatan penelitian ini diawali dengan munculnya masalah banyaknya pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi yang jumlahnya semakin banyak sementara itu jumlah lapangan kerja kurang memadai. Selain telah diresmikannya sebuah lembaga Pusat Pengembangan Bisnis Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini mengambil fokus sasaran para mahasiswa, dengan menggunakan metode kualitatif, kemudian

dari hasil penelitian akan dimanfaatkan untuk di-rekomendasikan kepada lembaga Pusat Pengembangan Bisnis atau P2B Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai bahan masukan untuk pembuatan kebijakan pengembangan programnya.

Program kewirausahaan mahasiswa sebagai bagian dari strategi pendidikan di perguruan tinggi dimaksudkan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang mempunyai minat dan bakat kewirausahaan untuk memulai berwirausaha dengan basis ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni yang sedang dipelajarinya. Fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan permodalan dan pendampingan usaha, Program ini diharapkan mampu mendukung visi misi pendidikan tinggi dalam mewujudkan kemandirian bangsa melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan UKM.

1. Konsep tentang persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luar. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu

menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Dengan kata lain persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan *integrated* dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Gibson, dkk (1989) dalam buku Organisasi Dan Manajemen Perilaku, Struktur; memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek yang diamati). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses

menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

1. Faktor Internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

1.1. Fisiologis.

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda. Perhatian.

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

1.3. Minat.

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi

atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

1.4. Kebutuhan.

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

1.5. Pengalaman dan Ingatan.

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

1.6. Suasana hati.

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor Eksternal

2.1. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah

sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya.

2.2. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

2.3. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

2.4. Keunikan dan kontrasan stimulus.

Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

2.5. Intensitas dan kekuatan dari stimulus.

Stimulus dari luar akan memberi

makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

2.6. Motion atau gerakan.

Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan, atau dalam konteks situasi di mana persepsi tersebut dibuat. Asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dan persepsi yang dipengaruhi oleh asumsi – asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dikemukakan oleh sekelompok peneliti yang berasal dari Universitas Princeton seperti Adelbert Ames, Jr, Hadley Cantril, Edward Engels, William H. Ittelson dan Adelbert Amer, Jr. Mereka mengemukakan konsep yang disebut dengan pandangan transaksional (*transactional view*). Konsep ini pada dasarnya menjelaskan bahwa pengamat dan dunia sekitar merupakan partisipan

aktif dalam tindakan persepsi. Para pemikir transaksional telah mengembangkan sejumlah bukti yang meyakinkan bahwa persepsi didasarkan pada asumsi.

Faktor lain yang mempengaruhi persepsi antara lain harapan, pengalaman masa lalu, dan keadaan psikologis yang mana menciptakan kumpulan persepsi. Selain hal tersebut masih ada beberapa hal yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

1. Perhatian, karena perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran, pada saat stimulus lainnya melemah. Dalam stimulus mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain intensitas dan pengulangan. Diri orang yang membentuk persepsi itu sendiri. Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia dipengaruhi oleh karakteristik individual yang turut berpengaruh seperti sikap kepentingan, minat, kebutuhan, pengalaman, harapan dan kepribadian.
2. Stimulus yang berupa obyek maupun peristiwa tertentu. Stimulus yang dimaksud mungkin berupa orang, benda atau peristiwa. Sifat-sifat sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang

melihatnya.

3. Faktor situasi dimana pembentukan persepsi itu terjadi baik tempat, waktu, suasana dan lain-lain..

2. Konsep Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam setiap kegiatan usahanya. Seseorang yang memiliki karakter wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sukses/meningkatkan pendapatan. Intinya, seorang wirausaha adalah orang-orang yang memiliki karakter

wirausaha dan mengaplikasikan hakikat kewirausahaan dalam hidupnya. Dengan kata lain, wirausaha adalah orang-orang yang memiliki jiwa kreativitas dan inovatif yang tinggi dalam hidupnya.

Dari beberapa konsep di atas menunjukkan seolah-olah kewirausahaan identik dengan kemampuan para wirausaha dalam dunia usaha (*business*). Dalam kenyataannya, kewirausahaan tidak selalu identik dengan karakter wirausaha semata, karena karakter wirausaha kemungkinan juga dimiliki oleh seorang yang bukan wirausaha. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan. Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*). Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat

bersaing. Menurut Zimmerer (1996:51), nilai tambah tersebut dapat diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Pengembangan teknologi baru (*developing new technology*),
2. Penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*),
3. Perbaikan produk (barang dan jasa) yang sudah ada (*improving existing products or services*),
4. Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resources*).

Walaupun di antara para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil, namun sebenarnya karakter wirausaha juga dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi di luar wirausaha.

Karakter kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan, apapun profesinya.

Dengan demikian, ada enam hakikat pentingnya kewirausahaan, yaitu:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan,

siasat, kiat, proses dan hasil bisnis. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha.

2. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.
3. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.
5. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber- sumber m e l a l u i cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan keenam pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah nilai-nilai yang membentuk karakter dan perilaku seseorang yang selalu kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja dan

berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya.

Meredith (1999), memberikan ciri- ciri seseorang yang memiliki karakter wirausaha sebagai orang yang (1) percaya diri, (2) berorientasi tugas dan hasil, (3) berani mengambil resiko, (4) berjiwa kepemimpinan, (5) berorientasi ke depan, dan (6) keorisinalan.

Jadi, untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

Seperti telah dikemukakan di atas, bahwa seseorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang

(*opportunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo tentang program kewirausahaan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Menumbuhkan motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo untuk mengenal dunia kerja dibidang wirausaha sesuai disiplin ilmunya.

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (holistik), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan ketrampilan sebagai wirausaha. Pada dasarnya, pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara terpadu dengan kegiatan-kegiatan pendidikan di kampus. Pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dilakukan oleh tenaga kependidikan (konselor/mentor), mahasiswa secara bersama-sama sebagai suatu komunitas akademik. Pendidikan

kewirausahaan diterapkan ke dalam kurikulum dengan caramengidentifikasi jenis-jenis kegiatan yang dapat direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, program pendidikan kewirausahaan dapat diinternalisasikan melalui berbagai aktivitas bisnis.

B.METODE PENELITIAN

1.Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengarah pada analisis deskripsi secara natural, dengan mengambil objek penelitian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Penelitian ini berusaha mengumpulkan informasi mengenai suatu fenomena tentang minat persepsi mahasiswa terhadap program kewirausahaan. Gejala ataupun persepsi mahasiswa akan menjadi sangat penting dalam mengetahui minat mahasiswa terhadap wirausaha. Persepsi tersebut di jaring lewat wawancara kepada mahasiswa lulusan program kewirausahaan untuk mengetahui persepsi mereka tentang program kewirausahaan mahasiswa di kampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

2.Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo

yang merupakan salah satu perguruan tinggi yang melaksanakan program kewirausahaan mahasiswa dalam Lembaga Pusat Pengembangan Bisnis Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Informan terdiri dari para mahasiswa aktif yang terdiri dari 4 fakultas, informan ditentukan sebanyak 8 mahasiswa atau 2 orang setiap fakultas yang mengikuti program sertifikasi kewirausahaan yang diambil secara random.

C. Teknik Pengumpulan Data

Terkait dengan jenis penelitian yang diterapkan, yaitu penelitian kualitatif, maka untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

1. **W a w a n c a r a**
(*interview*)

Dalam hal ini peneliti melakukan tanya jawab secara mendalam (*dept interview*) untuk memperoleh sejumlah data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian secara insidental sampling dengan berpedoman pada *guide interview*. Informan terdiri dari para mahasiswa aktif yang terdiri dari 5 fakultas, informan ditentukan sebanyak 8 mahasiswa dari peserta program sertifikasikewirausahaan yang diambil secara random.

2. Dokumenter

Dokumenter dimaksud adalah

untuk mendapatkan data seperti konsep, kebijakan Universitas Muhammadiyah Ponorogo tentang program kewirausahaan mahasiswa, laporan penelitian tentang kewirausahaan dan data lain terkait dengan penelitian ini.

D. Analisis Data

Dalam menganalisa data digunakan interaktif analisis, dimana kegiatan dalam menganalisis data penelitian dilakukan dengan cara interaktif secara terus menerus dengan metode analisis kualitatif.

Kegiatan analisis data tersebut adalah reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data presentation*) dan verifikasi data (*data verification*).

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara tentang program Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Universitas menurut salah satu dari mahasiswa fakultas ekonomi mengatakan bahwa lumayan bagus, karena mahasiswa diajari praktek bisnis ke lapangan, khususnya pada acara bazaar dimana mahasiswa secara kelompok merencanakan ide bisnis mereka, mendesain produk, melakukan produksi dan memasarkan, ini merupakan tantangan baru baginya karena selama ini hanya dapat kuliah di Felas baik untuk mata kuliah bisnis maupun yang

lain. Juga berharap program KWU dapat memunculkan pengusaha muda. Persepsi mahasiswa untuk program KWU mereka pandang suatu kegiatan yang positif dan menjadi tantangan baru untuk menjadi wirausaha muda. Hal ini dapat diketahui dari pemaparan persepsi mahasiswa: “..... kalau menurut saya lumayan bagus dan yang menarik, menurut saya karena ada bazarnya dimana kita diajari praktek lapangan . programnya sangat bagus, dan yang menarik karena akan memunculkan pengusaha muda”. Senada dengan jawaban dari temannya dari Fakultas Pendidikan Agama Islam yang mengatakan: “ ... sangat bagus karena membuat mahasiswa bisa menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan kalau masalah praktek dan bazarnya sudah berhasil, karena dengan adanya praktek mahasiswa bisa lebih mandiri dalam mencari uang.” juga satu jawaban dari mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan/FISIP yang mengatakan bahwa: “....programnya cukup baik karena sebagai kreatifitas mahasiswa untuk menunjang masa depan dan prakteknya bazarnya cukup bisa diterima masyarakat”. Dari jawaban informan dapat diketahui bahwa secara umum sebagaimana persepsi mahasiswa program KWU dapat diterima, dan terdapat pemikiran kedepan bahwa program KWU penting.

Tentang kurikulum KWU, mahasiswa dari Fakultas Ekonomi mengatakan bahwa: “.... Pelaksanaan program kurikulumnya kurang, perlu peningkatan lagi karena penyampaiannya di kelas kebanyakan kurang menyenangkan tidak bisa diterima mahasiswa ataupun menyerap apa yang disampaikan...” pendapat lain dari mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan mengatakan: “....penyampaiannya kurang menarik dan tidak bisa menarik keinginan mahasiswa menjadi pengusaha..”Demikian juga persepsi dari mahasiswa jurusan ilmu pemerintahan: “.... Pelaksanaan kurikulumnya kurang maksimal dan belum semuanya dapat difahami. Persepsi lain dari mahasiswa pendidikan agama Islam yang mengatakan: “....programnya sebenarnya bagus tapi belum semuanya terealisasi.” Dari pernyataan tentang pelaksanaan kurikulum KWU bahwa kurikulum KWU belum memenuhi harapan mahasiswa”.

Tentang kunjungan lapangan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi mengatakan bahwa: “...kunjungan ketempat usaha itu kurang penting karena percuma saja, pada waktu kunjungan kita cuma diberi penjelasan saja tanpa ada praktek atau magang. Kemudian persepsi

dari mahasiswa Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan berpendapat bahwa: "... dalam kegiatan praktek dan bazar teman mahasiswa merasa antusias untuk mengikuti, seharusnya program KWU lebih banyak praktek dari pada materi di kelas". Sementara teman lainnya dari mahasiswa Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan juga berpendapat bahwa: "kegiatan praktek dan bazarnya cukup sukses banyak yang menyukai prakteknya". Mahasiswa dari jurusan pendidikan agama Islam mengatakan: "... Masalah bazaar dan prakteknya kalau menurut saya sudah bagus, karena mahasiswa bisa atau berani berjualan". Mahasiswa jurusan ilmupemerintahan memberi apresiasipositip terhadap bazaar KWU : "... kegiatan kelompok sangat baik saat bazaar; Alhamdulillah dapat diterima dikalangan masyarakat masyarakat. Dari persepi tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan praktek lapangan dan apalagi bazaar sangat diminati dan benar-benar menjadi pengalaman bagus bagi mahasiswa untuk mendorong mahasiswa berwirausaha termasuk yang selama ini sama sekali belum pernah tahu atau terlibat langsung dalam kegiatan bisnis. Selanjutnya tentang pembimbing atau mentor kewirausahaan mahasiswa mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan mempunyai

persepsisebagai berikut: "... mentor cukup baik, seharusnya didatangkan mentor yang lebih berpengalaman dalam bidang kewirausahaan". Selanjutnya tentang mentor, mahasiswa dari jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi mengatakan: "... kalau menurut saya mentornya sudah bagus itu terbukti para mentor mampu membawa memberi motivasi kepada kita untuk menjadi pengusaha muda.". Mahasiswa jurusan Teknik Informatika mempunyai persepsi lain, menurutnya: "... soal mentor; setiap mentor berbeda-beda, ada yang sudah berhasil dalam menghantarkan mahasiswa dalam berusaha, Ada juga yang bisa pamer usahanya, dan materinya dibeberapa pertemuan itu-itu saja"..

Kemudian mahasiswa lain dari Fakultas Ekonomimemberikan persepsi tentang mentor: "... kalau menurut saya kemampuan mentornya biasa-biasa saja, karena waktu menyampaikan tidak jelas, bahkan yang disampaikan kadang-kadang keluar dari materi KWU".

Dari beberapa persepsi mahasiswa tersebut dapatdikatakanbahwakemampuan dan gaya mentor berbeda-beda, dan perlu ada mentor dari praktisi yang dihadirkan dari luar. Dan untuk materi para mentor harus selalu mengevaluasi pokok-pokok materi yang disampaikan dan koordinasi tentang materi KWU, Dengan

demikian kalau mengacu pada persepsi sebagian mahasiswa bahwa kurikulum KWU dipersepsi sudah bagus.

Tentang kehadiran tokoh nasional atau pelaku bisnis, mahasiswa memberikan persepsi sangat positif dan memberikan wawasan sebagai calon wirausaha. Hal ini dianggap penting untuk menambah wawasan para mahasiswa. Demikian pendapat mahasiswa yang menganggap penting kehadiran tokoh nasional. Mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan berpendapat: *"...kita dapat ilmu dan pengalaman yang sebelumnya tidak terfikirkan"*. Kemudian salah seorang mahasiswa jurusan Bahasa Inggris Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan berpendapat: *"...yang menarik ketika ada mentor tamu dari luar atau ada tokoh nasional yang memberi motivasi tentang KWU, misalnya seperti pak AburizalBakri"*

Terkait dengan penyelenggaraan program sertifikasi KWU, Universitas Muhammadiyah Ponorogo beberapa kali memang menghadirkan beberapa beberapa pengusaha dan motivator tingkat nasional. Beberapa tokoh pengusaha nasional antara lain adalah Ir. Aburizal Bakrie dan Sutrisno Bachir. Sementara itu motivator nasional yang pernah didatangkan adalah Dr. Bambang Triono dan M. Basit. Bahkan

kedua motivator tersebut terhitung sudah beberapa kali mengadakan pelatihan motivasi kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1.Kesimpulan.

Secara umum persepsi mahasiswa program wirausaha mahasiswa (KWU) menyatakan bahwa program KWU baik sekali, dan menarik khususnya dalam menyiapkan dirinya menjadi wirausaha, tentang hal yang paling menarik adalah adanya kegiatan bazaar dan kehadiran tokoh bisnis nasional. Kegiatan KWU sangat bermanfaat dalam membekali mahasiswa untuk mandiri.

2.Saran.

Karena pentingnya menyiapkan generasi muda dalam hal ini mahasiswa untuk menjadi wirausahawan muda, perlu dilanjutkan program kewirausahaan mahasiswa (KWU) di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan mengevaluasi segala kekurangan dan mempertahankan eksistensi program.

Dengan harapan lebih banyak lulusan program KWU menjadi wirausahawan yang sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Geoffrey G. & Meredith, 1996.
Kewirausahaan Teori dan Praktek,
Pustaka Biraman, Jakarta,
- INPRESRINo.4Tahun 1995,1995 *Gerakan
Nasional Memasyarakatkan dan
Membudayakan Kewirausahaan*,
Jakarta. .
- Luthans.Fred , 2006. *Organizational
Behaviour*, eleventh edition,
McGraw-Hill, NY, PEKERTI,
1997. *Mitos dan Teori dalam
Pengembangan Kewirausahaan*,
Anugerah,Jakarta,
- Robbins Stephen, 2006 *.Perilaku
Organisasi*, edisi ketujuh,
Prenhallindo, Jakarta, TIM Broad-
Based Education, 2002. *Pendidikan
berorientasi kecakapan hidup (life
skill)*,DEPDIKNAS, Jakarta, .

ISLAM DAN PERUBAHAN SOSIAL

Oleh:

H.SULTON

Email:

Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Abstrak

Perubahan pada dasarnya menyangkut berbagai hal, mulai dari aspek fisik sampai perubahan kehidupan manusia. Perubahan kehidupan manusia atau terkait dengan lingkungan kehidupannya itulah yang kemudian disebut sebagai perubahan sosial. Sejumlah pertanyaan tersebut menggambarkan realitas sosial dengan berbagai dinamikanya sejalan dengan pilihan jawaban yang ditetapkan. Menjawab pertanyaan tersebut Charles F. Andrain mengemukakan klasifikasi pola perubahan sosial sebagai berikut :Pertama, Golongan revolusioner; mengambil pilihan perubahan sosial secara fundamental dan cepat dengan kekerasan secara meluas untuk menggugah massa yang pasif dan membalas tekanan elit yang menentang perubahan. Islam sebagai sistem keyakinan atau tata nilai memuat generalisasi atau konseptualisasi yang memberikan kerangka bagaimana seharusnya manusia berpikir dan berperilaku dalam hidup dan kehidupan bersama. Fanatisme kelompok atau golongan di internal umat Islam itu sendiri dengan klaim-klaim kebenarannya yang final telah mereduksi universalitas ajaran Islam itu sendiri, termasuk peluangnya untuk mengambil peran potensial dalam mendorong perubahan sosial

Keywords: Islam, Perubahan Sosial,

PENDAHULUAN

Banyak kajian menyimpulkan bahwa Islam adalah agama modern dan penuntun perubahan..Dalam banyak kasus Islam selalu dibenturkan dengan fenomena – fenomena perubahan yang sedang terjadi padasemua level kehidupan baik masyarakat desa maupun dunia internasional. Pada saat yang demikian Islam dipertanyakan eksistensi dan perannya. Tidak sedikit

kelompok masyarakat yang mulai skeptis dan menyangsikan kontribusi Islam terhadap perubahan sosial yang semakin dinamis ini bersamaan dengan kemajuan perkembangan teknologi. Dengan berbagai ajaran yang dianggap “konservatif” akan Islam menjadi ajaran yang mampu memberikan alternative, daya dorong atau bahkan akan menjadi penghambat atas perubahan sosial yang sedang melaju.

MEMAHAMI MAKNA PERUBAHAN SOSIAL

- Renald Kasali dalam bukunya yang mapudengan pernyataan yang sangat menarik bahwa “perubahan dalam kehidupan ini (termasuk perubahan sosial) adalah suatu keniscayaan”. Perubahan selalu berlangsung pada komunitas dan stratifikasi masyarakat manusia, setiap saat dimanapun mereka berada dan berkehidupan. Hampir tidak ada masyarakat yang statik, karena kehidupan pada dasarnya sejumlah proses gerak maju yang didorong oleh warga masyarakatnya. Perubahan merupakan proses kehidupan itu sendiri, yang dapat dimanifestasikan sebagai kehendak menempuh perjalanan kehidupan (Judistira K. Garna, 1992:7).
- Perubahan pada dasarnya menyangkut berbagai hal, mulai dari aspek fisik sampai perubahan kehidupan manusia. Perubahan kehidupan manusia atau terkait dengan lingkungankehidupannya itulah yang kemudian disebut sebagai perubahan sosial. Karenanya perubahan sosial hanya dapat difahami dari konteks tata kehidupan masyarakat dalam lingkupnya yang luas. Menurut

Henry Pratt Fairchild, (1962:227) perubahan sosial adalah variasi modifikasi dalam setiap aspek proses sosial, pola sosial dan bentuk sosial.Selanjutnya Wilbert Moore (1974:4,6) menegaskan bahwa, perubahan sosial bukanlah suatu gejala masyarakat modern an-sich, melainkan sesuatu yang universal dalam pengalaman hidup manusia. Dalam kehidupan masyarakat yang kian mengglobal, perubahan jelas akan diposisikan sebagai kebiasaan karena perkembangan teknologi, transportasi, dan komunikasi yang cepat sehingga krisis kehidupan di belahan bumi lain akan berakibat ke bagian lainnya.

MEMAHAMI POLA PERUBAHAN SOSIAL

- Terkait dengan perubahan sosial Charles F. Andrain (1992:39-42) mengajukan sejumlah pertanyaan menarik. Bagaimana suatu perubahan itu terjadi ?
- Apakah berlangsung secara alamiah atau harus direncanakan secara sadar ?
- Apakah melalui media kekerasan atau taktik-taktik non kekerasan ?
- Sejumlah pertanyaan tersebut menggambarkan realitas sosial dengan berbagai dinamikanya sejalan dengan

pilihan jawaban yang ditetapkan. Menjawab pertanyaan tersebut Charles F. Andrain mengemukakan klasifikasi pola perubahan sosial sebagai berikut :

- *Pertama*, Golongan revolusioner, mengambil pilihan perubahan sosial secara fundamental dan cepat dengan kekerasan secara meluas untuk menggugah massa yang pasif dan membalas tekanan elit yang menentang perubahan. Golongan ini biasanya mengusahakan perubahan yang cukup luas dan mendasar menyangkut keyakinan-keyakinan dasar, struktur, perilaku individu dan sikapnya, serta kebijakan. Bagi golongan revolusioner, sistem keyakinan berfungsi sebagai peta pengenal yang menunjukkan arah baru yang harus diikuti oleh masyarakat.
- *Kedua*, Golongan reformis, mengasumsikan perubahan secara bertahap terbatas terkait keempat bagian sistem politik/sosial yang ada. Sebagai ilustrasi, terkait sistem keyakinan dan tata nilai kemungkinan besar tidak dirubah secara mendasar melainkan sebatas penafsiran ulang tata nilai yang ada. Selain itu golongan ini menawarkan perubahan secara bertahap dalam berbagai aspek

mulai dari perubahan perilaku melalui sistem hukum, perubahan sistem stratifikasi menuju persamaan lebih besar dalam memperoleh kesempatan, perubahan sistem pemerintahan menuju desentralisasi, perubahan struktur dasar masyarakat mulai dari hak pilih, layanan pendidikan, layanan kesehatan, layanan hukum dll.

- *Ketiga*, Golongan puritan dan quaker. Golongan puritan mengasumsikan perubahan sosial hanya dapat dilakukan dengan pengorganisasian dan kekerasan yang lebih besar. Pola ini diyakini oleh golongan puritan arena sumber kejahatan itu bersemayam dalam diri manusia, sehingga diperlukan organisasi yang kuat dan tindakan yang tegas untuk mengendalikan kecenderungan manusia yang jahat dan korup. Sedangkan golongan quaker berasumsi bahwa lembaga-lembaga yang koruplah yang menimbulkan kejahatan di dunia, karena itu mereka percaya bahwa melalui komuni dengan “Cahaya Ilahi” dari dalam orang dapat membebaskan diri dari ikatan-ikatan organisasi mereka, dengan selalu siap menerima “Cahaya Ilahi” dapat membentuk suatu komunitas dengan semangat cinta

altruistik (mengutamakan kepentingan orang lain) sehingga model ini berharap dapat membawa perubahan-perubahan fundamental dan spontan tanpa kekerasan dalam masyarakat yang korup.

LEGITIMASI ISLAM ATAS PERUBAHAN SOSIAL

- Kalayak umum sering berasumsi bahwa suatu perubahan sosial hanya didorong dan ditentukan oleh keberadaan individu yang kuat dan memiliki kemampuan untuk membuat keputusan-keputusan mendasar yang meletakkan dan mendorong perubahan itu sendiri. Meski tidak sepenuhnya salah, sejarah kehidupan manusia memberikan informasi kepada kita a d a n y a sumber-sumber yang mendorong terjadinya perubahan sosial, mulai dari keberadaan sistem keyakinan/ tata nilai, organisasi dan sistem sosial, sistem politik, konflik sosial atau politik dan ilmu pengetahuan atau penemuan teknologi.
- Mengkaitkan Islam dan perubahan sosial adalah diskursus yang sangat menarik, karena Islam sebagai sistem keyakinan dan tata nilai seringkali dipersepsi sebagai doktrin yang statis dan *status quo* atas berbagai agenda

kehidupan yang ada. Ini bisa kita saksikan dari orientasi penghayatan dan amalan agama sebagian besar umat Islam yang masih terkemas dalam bentuk ibadah *mahdhoh* an-sich. Sistem keyakinan dan tata nilai Islam seperti final dalam konstruksi ritual keagamaan vis a vis dengan dinamika kehidupan manusia dengan logikanya sendiri, padahal Islam (baca: Al-Qur'an dan Al-Hadist) diturunkan dan diajarkan oleh Rasulullah SAW adalah sebagai *hudanlinnas*, petunjuk bagi kehidupan manusia bagi dalam konteks hubungan vertikalnya dengan Allah SWT maupun hubungan horizontalnya dengan sesama manusia dan alam semesta ini.

- Dari perspektif teologi-ideologis, Islam sebagai sistem keyakinan atau tata nilai memuat generalisasi atau konseptualisasi yang memberikan kerangka bagaimana seharusnya manusia berpikir dan berperilaku dalam hidup dan kehidupan bersama. Suatusistem keyakinan atau tata nilai yang mampu memberikan penjelasan dan sekaligus justifikasi terhadap tertib sosial-politik yang ada atau yang didambakan termasuk strategi untuk merealisasikannya. Juga memuat seperangkat

- asumsi dasar-normatif atau empiris mengenai sifat atau tujuan manusia dan masyarakatnya yang bisa dipakai sebagai landasan untuk menjelaskan atau mempertimbangkan kondisi manusia sebagai pendorong untuk mengembangkan/mempertahankan tertib sosial-politik yang didambakan
- Dalam doktrin keberagamaan Islam terdapat apa yang lazim disebut sebagai *religious imagery* atau gambaran masa depan kehidupan yang kelak sampai pada kesejahteraan dan kebahagiaan sejati (Sunyoto Usma, 1997:2). Islam juga memberikan arahan (rambu-rambu) apa yang harus dilakukan manusia untuk mewujudkan keadaan ideal tersebut. Dalam konteks itulah ajaran Islam sebenarnya bukansebuah elemen pasif dalam proses sosial, melainkan elemen aktif dalam proses sosial termasuk perubahan sosial. Islam sebagai agama dengan misi universal, yang diturunkan oleh Allah SWT untuk memberi rahmat bagi alam semesta alam (*rahmatan li al- alamin, QS, 21:107*) telah memberikan pandangan yang komprehensif tentang eksistensi Tuhan, manusia dan alam semesta. Dalam konteks kehidupan bersama (baca: sosial) salah satu misi besar Islam adalah membangun masyarakat menjadi "*khaira ummah*" yaitu umat yang menyuruh berbuat makruf, mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah SWT (QS. Ali Imran, 3:110). Konsep "*khaira ummah*" bukanlah sesuatu yang *taken for granted*, yang pasti datang dengan sendirinya, otomatis tercapai karena sudah ber-Islam, tanpa adanya pembaharuan (baca: perubahan) masyarakat (baca: sosial) secara terus menerus sebagaimana ditegaskan dalam QS. Ar Ra'd, 13:11 bahwa Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum bila mereka tidak mengubahnya sendiri.
 - Tafsir dari QS. 3:110 tersebut seperti memberikan arah, bahwa siapa saja (individu, kelompok, bangsa atau negara) yang mengaku dirinya muslim, maka mereka harus merepresentasikan diri dan kelompoknya sebagai '*khaira ummah*'. Artinya dalam hal ini ada keniscayaan yang melakat dalam diri dan kebersamaan umat Islam untuk terus bergerak, berubah dan berkembang menuju terwujudnya '*khaira ummah*' dalam konteks kehidupan yang luas, baik pada aras politik, ekonomi, sosial, budaya maupun lainnya.

BEBERAPA TANTANGAN

PERUBAHAN SOSIAL

- Sebagaimana diketahui bahwa di dalam ajaran Islam sebenarnya tertuang ide-ide yang potensial memacu perubahan sosial. Akan tetapi mengapa ide-ide semacam itu seringkali sulit muncul ke permukaan? Meski tidak mudah untuk menjawabnya, sebagian sebenarnya berkaitan dengan keberadaan individu umat Islam berikut pandangan, sikap dan persepsinya dan sebagian lainnya terintegrasi dalam struktur interaksi sosial yang dikembangkan oleh umat itu sendiri (Sunyoto Usman, 1997:5).
- Tafsir atas sistem keyakinan dan tata nilai Islam sebagai doktrin yang statis dan kaku oleh umatnya, bisa menjadi bahaya tersendiri apabila dipergunakan untuk meligitimasi *status quo* dari praktik sosio-politik yang eksploitatif dan manipulatif. Gejala kolonialisme, imperialisme, kapitalisme dan liberalisme internal yang ditunjukkan melalui praktik-praktik eksploitasi dan manipulasi umat yang berlandung dibalik baju agama. Fenomena elite umat atau sekelompok kecil umat berkepentingan yang seringkali tergoda memanfaatkan peluang ini untuk memenangkan kompetisi, penguasaan atau mempertahankan kepemilikan adalah contoh dari kecenderungan dimaksud
- Fanatisme kelompok atau golongan di internal umat Islam itu sendiri dengan klaim-klaim kebenarannya yang final telah mereduksi universalitas ajaran Islam itu sendiri, termasuk peluangnya untuk mengambil peran potensial dalam mendorong perubahan sosial. Elemen lainnya yang sering menghambat perubahan sosial adalah budaya masyarakat yang patrimonialisme yaitu suatu bentuk budaya tradisional yang melanggengkan dominasi sang patron atas kliennya. Dalam konstruksi budaya masyarakat yang demikian, keputusan-keputusan krusial berikut tafsirnya berada dalam kontrol langsung sang patron, termasuk para pemuka agama. Kuatnya cengkaman para patron tersebut memberi kesempatan besar kepada mereka untuk memanipulasi keadaan guna memenuhi ambisi dan kepentingan sosial-politiknya, jauh dari potret ideal yang disediakan oleh sistem keyakinan atau tata nilai termasuk dalam hal ini sistem keyakinan dan tata nilai Islam. Dalam hal ini terjadi kecenderungan praktek kesewenang-wenangan yang absolut dan kestabilan yang subyektif. Inisiatif, prakarsa, kreatifitas atau

inovasi hanya menemukan pintunya untuk diakomodir sepanjang tidak mengganggu *privillage* dan eksistensi kelompok dominan.

- Sangat boleh jadi, sebagai respon atas arus perubahan umat atau rakyat juga diajak bicara dalam mengambil keputusan, tetapi sesungguhnya hanyalah simbol formulasi keputusan yang merakyat atau demokratis. Akibatnya doktrin agama yang memberikan dorongan agar umat manusia menjadi aktif dan tidak tinggal diam sangat sulit direalisasikan. Demikian juga doktrin agama yang memberi amanat kepada setiap individu umat islam untuk bertindak selaku *khalifa fil ard*, bertanggungjawab atas hidup dan kehidupannya juga menjadi sulit diperankan dan diwujudkan. Akibatnya muncul stigma negatif seolah doktrin agama hanya untuk wilayah kehidupan ketuhanan (baca: akhirat) sedangkan kehidupan manusia dalam dunia ini menjadi tafsir bebas sang manusia.

PENUTUP

- Ketika politik dimaknai sebagai perjuangan meraih kekuasaan dan kendali dalam pembuatan keputusan-keputusan yang mengikat, maka politik bukanlah proses yang statis,

karena perjuangan meraih kekuasaan, pembuatan dan penerapan keputusan itu menyangkut kerjasama dan persaingan, yang keduanya signifikan mendorong perubahan sosial. Dalam proses politik, dimungkinkan diantara pelaku mengambil jalan kerjasama untuk mewujudkan tuntutan mereka. Masing-masing bisa jadi membuka diri untuk saling melakukan tawar-menawar, mempertemukan dan menyesuaikan berbagai tuntutan yang tadinya berbeda kedalam titik temu perubahan kebijakan (perubahan sosial) yang disepakati.

- Sementara pada sisi lain konteks persaingan juga dapat mendorong terjadinya perubahan sosial. Beragam tuntutan yang berbeda dengan keterbatasan sumberdaya yang ada, membuat para pemimpin (pengambil kebijakan) harus bekerja keras untuk menentukan tuntutan mana yang secara moral harus dipenuhi karena dianggap baik dengan mengelola sumberdaya yang terbatas tersebut. Jika politik identik dengan *who gets what, when and how*, maka keputusan politik tersebut secara berkelanjutan akan dapat mendorong terjadinya perubahan sosial. Beberapa kelompok mungkin hanya memperoleh sedikit hasil akibat

sumberdaya yang sedikit, sementara kelompok lainnya memperoleh manfaat politik yang maksimal, sehingga mendorong mereka saling bersaing dan berkonflik. Hal ini dapat mendorong para elite membuat perubahan (baca: perubahan sosial) berbagai aspek sistem, misalnya: isi kebijakan, orang yang berkuasa, struktur-struktur pemerintah, bahkan masyarakat yang dikenai kebijakan.

- Tekanan kelompok yang menguasai sumberdaya besar terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah dapat mendorong elite untuk menempuh jalan paksa dalam rangka menekan konflik anti pemerintah. Tetapi ketika elite politik kehabisan sumberdaya sekaligus kemauan untuk menghadapi tekanan tersebut, sementara kelompok penekan pada saat yang sama dapat mengelola sumberdaya dan kemauannya secara efektif dimungkinkan terjadi kerjasama atau tawar menawar, sehingga membuka kemungkinan terjadinya perubahan dalam sistem politik. Itulah asumsi teoritis dan empiris sosio-politik di tengah masyarakat, yang sangat disayangkan seringkali bergerak berdasar skenario pragmatis, bukan kendali ideologi negara yang disepakati, apalagi pertimbangan

sistem keyakinan dan tata nilai Islam. Akibatnya perubahan menjadi kehilangan ruh sekaligus arahnya, kecuali untuk kalkulasi pragmatis belaka bernama kekuasaan. Hajatan politik nasional berupa pileg dan pilpres pada paro awal tahun 2014 ini kiranya tidak jauh dari asumsi pragmatis tersebut, sehingga jauh panggang dari api untuk berharap terjadinya perubahan sistem politik yang lebih baik dan ideal, karena proses interaksi politik yang sedang tergelar dibangun dalam kendali pragmatisme bukan berdasar sistem keyakinan dan tata nilai luhur baik sebagai bangsa (red. Pancasila) maupun sistem keyakinan dan tata nilai luhur lainnya (termasuk agama).

- Jika pemilu diasumsikan sebagai panggung kedaulatan rakyat, maka dapat dikatakan pemegang kendali/kuasa untuk menentukan arah perubahan politik kedepan adalah rakyat. Dalam doktrin Islam dengan tegas dinyatakan “Wajiblah bagi penguasa (dalam kasus pemilu ada di tangan pemilih) untuk mengangkat seseorang yang terbaik untuk mengurus urusan kaum muslim (QS. An Nisaa 58- 59)”. Selanjutnya “Penguasa (dalam kasus pemilu ada di tangan pemilih) yang

tidak memilih orang terbaik, tetapi memilih seseorang karena hubungan famili, pernah menolong, sederhana, sealiran, seorganisasi, serumpun, suap/jasa, dendam atau tidak senang kepada yang berhak, sesungguhnya penguasa (dalam kasus pemilu adalah pemilih) tersebut telah mengkhianati Allah, Rasul dan Kaum Mu'min (QS. Al Anfal, 27-28). Dan "Setiap diri manusia (dalam kasus pemilu adalah pemilih) akan dimintai pertanggung jawaban atas perbuatannya (QS. Al Muddatstsir, 38)". Inilah beberapa contoh bagaimana sistem keyakinan dan tata nilai Islam mengatur.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrain, Charles F. Andrain, 1992., *Kehidupan Politik dan Perubahan Sosial*, Tiara Wacana: Jogjakarta. Fairchild, Henry Pratt ed., 1962., *Dictionary of Sociology and Related Science*, New Jersey: Littlefield, Adams & co.
- Garna, Judstira K., 1992., *Teori-Teori Perubahan Sosial*, Program Pasca Sarjana Univ. Padjajaran: Bandung. Moore, Willbert E., 1974., *The Social Change*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Usman, Sunyoto., 1997., *Dakwah dan Perubahan Sosial*, Makalah Orasi Ilmiah di Universitas Muhammadiyah: Ponorogo.

**STUDI SEMIOTIK SIKAP HUMANIS-RELIGIUS
DALAM TRAILER FILM SANG MURABBI**

Oleh :

ELI PURWATI

Email:ellie_purwati@umpo.ac.id

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Abstrak

*Film Indonesia sekarang ini adalah kelanjutan dari tradisi tontonan rakyat sejak masa tradisional, dan masa penjajahan sampai masa kemerdekaan. Untuk meningkatkan apresiasi penonton film Indonesia adalah dengan menyempurnakan permainan trik-trik serealistis dan sehalus mungkin, seni akting yang lebih nyata, pembenahan struktur cerita, pembenahan setting budaya yang lebih dapat dipertanggung jawabkan, penyuguhan gambar yang lebih estetik dan sebagainya. Dalam perkembangannya film tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan semata tetapi juga digunakan sebagai alat propaganda, terutama menyangkut tujuan sosial atau nasional. Dari pemaparan di atas maka peneliti mengambil judul : ”**Bagaimanakah peran sikap humanis-religius ustadz direpresentasikan dalam trailer film ‘Sang Murabbi’?** Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis semiotika. Semiotika melihat teks media sebagai sebuah struktur secara keseluruhan. Objek dalam penelitian ini adalah trailer film ‘Sang Murabbi’ yang dirilis pada tahun 2008, dan disutradarai oleh Zul Ardhia. Film ini menceritakan kehidupan Almarhum KH Rahmat Abdullah (1953-2005), seorang ustadz yang berasal dari Betawi atau Jakarta. Sedangkan pemeran dalam film ini antara lain: Sutan Reinaldy, Astri Ivo, Aty Cancer, Neno Warisman, Jerrio Jeffry, Benny Riswandi, dan David Chalik. Dapat disimpulkan bahwa Representasi sikap humanis-religius ustadz dalam film ini tampak dari kesederhanaan serta keseharian dari Ustadz Rahmat. Misalnya ketika beliau kesulitan uang, atau ketika beliau tetap melakukan kegiatan domestic seperti menyapu halaman rumahnya. Dan Sikap kemanusiaan dari Ustadz Rahmat tertera dalam adegan kepedulian membantu umat serta memikirkan umat, baik dengan materi, rohani, maupun pendidikan.*

Kata Kunci : STUDI SEMIOTIK, SIKAP HUMANIS-RELIGIUS DAN FILM

SANG MURABBI

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya film tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan semata tetapi juga digunakan sebagai alat propaganda, terutama menyangkut tujuan sosial atau nasional. Berdasarkan pada pencapaiannya yang menggambarkan realitas, film dapat memberikan imbas secara emosional dan popularitas. Karena film mempunyai pengaruh besar terhadap jiwa manusia, sehubungan dengan ilmu jiwa sosial terdapat gejala apa yang disebut identifikasi psikologis. Kekuatan dan kemampuan sebuah film menjangkau banyak segmen sosial, membuat film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Film merupakan dokumen kehidupan sosial sebuah komunitas yang mewakili realitas kelompok masyarakat. Baik realitas bentuk imajinasi ataupun realitas dalam arti sebenarnya. Perkembangan film begitu cepat dan tidak terprediksi, membuat film kini disadari sebagai fenomena budaya yang progresif.

Film ini berjudul 'Sang Murabbi' yang dirilis pada tahun 2008, dan disutradarai oleh Zul Ardhia. Film ini dapat dikategorikan film biografi yang menceritakan kehidupan Almarhum KH Rahmat Abdullah (1953-2005), seorang ustadz yang berasal dari Betawi atau Jakarta. Sedangkan pemeran dalam

film ini antara lain: Sutan Reinaldy, Astri Ivo, Aty Cancer, Neno Warisman, Jerrio Jeffry, Benny Riswandi, dan David Chalik.

Menurut peneliti, meski film ini telah dirilis beberapa tahun yang lalu, namun masih mampu memberi jawaban atau *counter* terhadap film maupun sinetron yang mengangkat peran ustadz hanya sebatas untuk justifikasi maupun untuk peran 'lawan dari dukun atau ilmu hitam'. Selain itu dari pengamatan peneliti, hingga saat ini belum ada lagi film yang mengangkat secara khusus peran seorang ustadz dalam kesehariannya serta dalam masyarakat.

Peneliti bermaksud meneliti trailer dari film 'Sang Murabbi' yang diunduh dari situs youtube. Kenapa trailer yang kami teliti? Trailer adalah 'iklan' dari sebuah film, yang digunakan untuk menarik minat calon pemirsa sehingga memiliki hasrat untuk menonton film tersebut. Trailer dibuat dengan mengambil beberapa potongan film yang dianggap menarik, memiliki muatan yang paling inti, dan membuat penasaran khalayak. Peneliti memilih meneliti trailer sebagai sebuah tahapan awal untuk meneliti secara utuh dan keseluruhan film 'Sang Murabbi' pada suatu saat nanti.

Peneliti ingin meneliti sosok ustadz dalam peran yang lebih masuk akal dan manusiawi. Sedangkan permasalahan

yang lebih luas dan lebih lanjut yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah: **Bagaimanakah peran sikap humanis-religius ustadz direpresentasikan dalam trailer film ‘Sang Murabbi’?**

A. TINJAUAN PUSTAKA

a. Representasi

Representasi adalah bagian dari objek itu sendiri, ia adalah konstitutif darinya. Menurut John Fiske, saat menampilkan objek, peristiwa, gagasan, kelompok atau seseorang paling tidak ada tiga proses yang dihadapi oleh wartawan, dalam penelitian ini berarti sutradara itu sendiri. Pada level pertama, adalah peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas. Pada level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, pertanyaan berikutnya adalah bagaimana realitas itu digambarkan. Pada level ketiga, bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi yang diterima secara ideologis. Menurut Fiske, ketika kita melakukan representasi tidak bisa dihindari kemungkinan menggunakan ideologi tersebut.

b. Humanis

Sedangkan sikap *Humanis-Religius* adalah sikap yang mengedepankan sisi-sisi kemanusiaan dan nilai-nilai religi (agama). Integrasi antara keduanya bagi seorang muslim merupakan perwujudan dari seorang muslim holistik.

Islam adalah Tauhid, yaitu mengintegrasikan kehendak Allah yang ada di dalam kitab suci (ayat Qur’aniyah/ Qauliyah), alam (ayat Kauniyah), dan manusia (ayat Insaniyah), sehingga terbebas dari bencana *teologis*, *kosmos*, dan *kosmis*. Inilah yang disebut takwa yang puncaknya sering disebut ihsan, yaitu proses kesadaran menghadirkan Tuhan di mana pun (pada tingkat *teologis*, *kosmos*, dan *kosmis*) dan kapanpun. Inilah yang disebut *Islam Kaffah (Holistik)* atau menjadi *Insan Kamil*.

c. TRAILER

Trailer terdiri dari serangkaian gambar yang dipilih dari film yang diiklankan. Karena tujuan trailer adalah untuk menarik penonton untuk film, kutipan film ini biasanya diambil dari bagian yang paling menarik, lucu, atau adegan yang patut diperhatikan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis semiotika. Semiotika melihat teks media sebagai sebuah struktur secara keseluruhan. Ia mencari makna yang laten atau konotatif, karena itu jenis penelitian ini memberi peluang besar bagi dibuatnya interpretasi-interpretasi alternative.

a. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah trailer film ‘Sang Murabbi’ yang dirilis pada tahun 2008, dan disutradarai oleh Zul Ardhia.

b. Teknik Analisis Data

Analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika yang dikembangkan Charles Sanders Peirce untuk melihat tanda dalam trailer film ‘Sang Murabbi’ berupa ikon, indeks, dan simbol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kasus yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah trailer dari film ‘Sang Murabbi’. Analisis temuan data dalam kaitannya dengan deskripsi objek dapat diuraikan seperti di bawah ini:

0:00 – 0:08

Tampak seseorang sedang mengaji Al Quran (hanya kelihatan tangan dan kitab Al Quran saja), yang merupakan sebuah ayat dari surat Al Hasyr : 20, yang artinya: *Tidaklah sama penghuni-penghuni neraka dengan penghuni-penghuni jannah; penghuni-penghuni jannah itulah orang-orang yang beruntung.*

Analisis:

Al Quran adalah ikon yang sekaligus representasi dari Agama Islam yang artinya

pesan awal dalam trailer ini adalah ingin menunjukkan bahwa ini merupakan trailer dari film Islami. Sedangkan ayat yang dilantunkan memiliki kandungan bahwa orang-orang penghuni surga dan neraka itu berbeda keadaannya, termasuk keadaan (kelakuan dan akhlak) mereka di dunia.

Ayat ini juga menjadi sebuah indeks (sebab-akibat), dimana dapat dijelaskan bahwa, ketika kita didunia melakukan kejelekan maka akibatnya adalah kita menjadi penghuni neraka, namun jika kita melakukan banya kebaikan, maka kita akan menjadi penghuni surga.

0:06 - 0:10

Sebuah teks bertuliskan: Film Sang Murabbi, Mencari Spirit Yang Hilang, mulai menghilang.

Analisis:

Teks ini merupakan sebuah indeks yang bertujuan untuk memperjelas film apa yang ditawarkan kepada khalayak

0:08 – 0:10

Sosok diri KH Rahmat Abdullah dalam sebuah foto close up, yang memperlihatkan beliau sedang menatap jauh ke depan (bukan ke kamera).

Analisis:

Foto merupakan salah satu bentuk ikon, karena memiliki kesamaan. Pandangan yang menatap jauh kedepan dimaknai sebagai visioner, tidak berpikiran

sempit dan jangka pendek, pemikir yang memikirkan secara luas terutama umat. Sedangkan peci yang dikenakan oleh Ustadz dalam foto ini adalah sebuah representasi dari latarbelakangnya yang seorang muslim, haji, sekaligus ustadz atau guru.

Menjadi seorang muslim artinya adalah menjadi sosok yang beriman atau percaya akan kekuasaan Allah. Menjadi haji artinya orang yang telah sempurna menjalankan kewajibannya dan sudah seharusnya jauh dari segala perbuatan maksiat. Sedangkan menjadi ustadz adalah status yang harus dijaga, sebagaimana dirinya harus menjaga tingkah dan akhlak, karena guru adalah tauladan dan panutan. Ustadz juga harus berwawasan luas, terus belajar –supaya tidak ketinggalan jaman, dan harus pintar.

0:10 – 0:20

Nisan pada makam KH Rahmat Abdullah. Suara Ustadz Rahmat ketika berceramah yang isinya mengajak dan mengutip sebuah hadits, dimana seharusnya setiap pemimpin untuk mengikuti jalan Rasulullah SAW.

Tampak adegan api yang terbakar, yang ternyata menampilkan Rahmat muda (Irwan Rinaldy) sedang menyapu halaman dan membakar sampah.

Teks: Perjalanan dakwah seorang

Murabbi.

Analisis:

Nisan merupakan ikon dari sosok yang tertulis pada permukaannya. Nisan juga merupakan indeks dari kehidupan makhluk, karena hidup, akibatnya mati. Nisan juga merupakan simbol kefanaan duniawi, simbol keabadian ‘kehidupan sebernarnya’, serta simbol pintu kehidupan berikutnya. Nisan dimaknai sebagai akhir tugas atau pengabdian dari Ustadz Rahmat, dan film ini seakan mengatakan akan mengupas Ustadz Rahmat yang telah meninggal selama hidupnya di dunia.

Suara Ustadz Rahmat juga merupakan ikon yang lebih menunjukkan sisi aktivitasnya dalam berdakwah, menyeru kepada perbuatan baik, dan mencegah perbuatan munkar. Kandungan petikan suara Ustadz Rahmat ini adalah, jika pemimpin mengikuti ajaran Rasulullah SAW, maka sebuah negeri akan aman tentram dan penuh berkah, karena biasanya, ketika pemimpin itu shalih, maka akan diikuti pula oleh rakyatnya. Dan ketika rakyat suatu Negara itu semuanya bertaqwa pada Allah, maka dijanjikan oleh Allah, akan dilimpahkan berkah serta dijauhkan dari mala bencana.

Adegan Rahmat Muda yang sedang membakar sampah merupakan simbol dari pembakaran segala hal yang sia-siaumat

Islam dilarang melakukan perbuatan sia-sia, juga merupakan simbol pembakaran dari segala yang kotor, pembersihan diri, *tazkiyatun nafs*. Adegan ini juga memiliki makna bahwa Islam mencintai kebersihan, bukan kekotoran.

Seorang lelaki menyapu halaman bagi sebagian orang mungkin dianggap aneh. Karena menyapu adalah pekerjaan domestic dari para wanita. Tetapi dalam film ini di tampilkan seorang Rahmat muda yang mau melakukan pekerjaan yang dianggap sebagai pekerjaan perempuan. Hal ini menandakan bahwa Rahmat bukanlah orang yang memiliki gengsi tinggi, atau tidak peduli dengan anggapan umum masyarakat. Asalkan berguna, bermanfaat, dan tidak sia-sia dia akan mau melakukan kegiatan apapun itu.

0:20 – 0:51

Rahmat muda sedang berbincang dengan ibunya (Aty Cancer) di sebuah bangku depan rumahnya. Mereka sedang terlibat perbincangan tentang masa depan Rahmat. Ibunya bertanya kepada Rahmat, apakah tidak ada keinginan untuk menjadi pegawai Pemda. Kemudian Rahmat menjawab ingin menjadi guru saja. Ibunya lalu menanggapi, apakah Rahmat tidak ingin kaya? Rahmat lalu menjawab, justru guru itu hartanya banyak, ngasih ilmu saja kerjanya. Mendengarnya, sang ibu lalu

menyerah dan beranjak meninggalkan Rahmat, tidak apa-apa jadi guru, bagus, tapi ingat, jangan korupsi.

Analisis:

Adegan ini menunjukkan kepedulian seorang ibu dengan nasib anaknya, sehingga dia menanyakan pekerjaan kepada anaknya. Perbincangan yang santun ini merupakan gambaran dari sebuah keluarga yang harmonis, sakinah, mawadah dan rahmah.

Jawaban Rahmat yang ingin menjadi guru saja adalah sebuah indeks awal yang berkaitan dengan judul Film ini. *Murabbi* memiliki arti guru. Artinya kata Sang Murabbi dalam film ini berasal dari pekerjaan dan kegiatan Ustadz Rahmat, sebagai ‘guru umat’ dan sekaligus sebagai ‘guru madrasah’ Islamic Center yang didirikannya.

0:51 – 1:14

Tampak Rahmat muda berjalan, yang kemudian berubah penampilan, dan kemudian mengalami perubahan selanjutnya. Memperlihatkan perjalanan hidupnya yang semakin beranjak menuju baya. Rahmat muda telah berubah menjadi Ustadz Rahmat.

Soundtrack: Nasyid dari Izzatul Islam berjudul ‘Sang Murabbi’ (akan terus menjadi background sampai trailer berakhir)*

Teks: Keikhlasan Teks: Kesederhanaan Ustadz Rahmat sedang berceramah di sebuah mushola atau masjid kecil, dan dikelilingi oleh jamaah putra yang jumlahnya puluhan saja

Teks: Kesungguhan Ustadz Rahmat sedang berceramah di kelilingi oleh beberapa jamaah putri.

Analisis:

Perubahan fisik yang ditampilkan dalam adegan ini adalah simbol perputaran kehidupan manusia, atau dapat pula dikatakan sebagai perjalanan waktu. Adegan perubahan fisik yang ditampilkan Rahmat sambil berjalan, merupakan simbol dari aktivitasnya sehari-hari yang tak pernah berubah dan selalu istiqomah: berdakwah. Konsistensi ini dapat dimaknai sebagai jiwa yang kuat yang dimiliki oleh Rahmat, sejak muda hingga tua. Selain itu, konsistensi ini juga dapat dimaknai dengan keyakinan yang sungguh-sungguh terhadap apa yang dicita-citakan oleh seorang Rahmat –berhubungan dengan pilihat foto *Close Up* yang menjadi tampilan awal dalam trailer ini.

Adegan ceramah kepada beberapa jamaah putra dan dilain kesempatan kepada jamaah putri merupakan simbol dari aktivitas dakwah Ustadz Rahmat itu sendiri. Sedangkan pemisahan jamaah pengajian

dapat diartikan sebagai keseimbangan dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Rahmat, tanpa membedakan Gender. Dapat pula dimaknai dengan ‘kemiskinan guru’ pada saat itu, sehingga sulit ditemui seorang ustadzah atau murabbiyah yang diperuntukkan bagi jamaah putri. Adegan ini juga dapat dimaknai sebagai tatacara dari gerakan tarbiyah dalam berdakwah, yaitu memisahkan pengajian anatar jamaah putra dengan jamaah putri.

Kegiatan dakwah ini merupakan bentuk representasi dari sikap humanis-religius seorang Rahmat Abdullah. Karena, dakwah merupakan perbuatan yang ditujukan sesama, untuk mendekatkan diri kepada Yang Maha Kuasa.

Makna teks *Keikhlasan* adalah untuk menekankan adegan Ustadz Rahmat yang rela berjalan kaki, kemanapun menuju medan dakwah, tanpa mengenal letih, dan tanpa berkeluh kesah. Ustadz Rahmat tetap menghadapi dengan senyum.

Teks *Kesederhanaan* juga merupakan penekanan dari pola hidup dan keseharian dari Ustadz Rahmat. Dari pakaiannya, perawakan, model rambut, sampai tas yang dipakainya sehari-hari – kantong plastik.

Teks *Kesungguhan* menekankan pada perjuangan tanpa lelah yang dilakoni oleh Ustadz Rahmat, dari mudah hingga

akhir usianya.

dapat merobohkan agama
serta mengkeroposkan Negara.

PENUTUP

a. Kesimpulan

Dari analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap trailer Film 'Sang Murabbi', didapati bahwa representasi sikap humanis-religius adalah sebagai berikut:

1. Representasi sikap humanis-religius ustadz dalam film ini tampak dari kesederhanaan serta keseharian dari Ustadz Rahmat. Misalnya ketika beliau kesulitan uang, atau ketika beliau tetap melakukan kegiatan domestic seperti menyapu halaman rumahnya.
2. Sikap kemanusiaan dari Ustadz Rahmat tertera dalam adegan kepedulian membantu umat serta memikirkan umat, baik dengan materi, rohani, maupun pendidikan.
3. Seorang ustadz memiliki kewajiban utama untuk membangun umat atau manusia. Sehingga ketika ustadz berkecimpung dalam dunia politik dan melupakan tugas utamanya, maka hal itu akan

b. Saran:

1. Bagi pemerintah (dalam hal ini adalah lembaga-lembaga yang terlibat dalam perfilman Indonesia).
Seharusnya Film seperti ini lebih digalakkan dan diberikan ruang yang luas, sehingga tidak akan kalah dengan film-film yang bergenre mistik maupun pornografi yang justru merusak anak bangsa.
2. Bagi Insan perfilman
Sudah seharusnya mereka tidak hanya berfikir tentang keuntungan sesaat saja. Seharusnya mereka membuat film yang dapat merubah moral anak bangsa menuju yang lebih baik. Selain itu sudah seharusnya pula insane perfilman tidak menjadikan peran seorang ustadz yang jauh dari sisi manusiawinya, seperti menjadi 'paranormal putih' dan selain itu yang berbau mistik. Karena hal ini sangat merusak akidah umat serta mendistruksi peran ustadz.
3. Bagi kalangan pendidik dan orang

tua. Seorang guru harus tetap memiliki tujuan mencerdaskan anak didiknya, memberikan pelajaran akhlak, dan memberikan contoh. Sedangkan orangtua harus memiliki arah yang jelas bagi pendidikan anak-anaknya, terutama dalam pendidikan agama yang akan berguna bagi anak-anaknya dalam menghadapi tantangan di dunia dan akhirat.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar ada penelitian lanjutan dengan tema yang sama atau mengembangkan tema yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Misalnya dengan meneliti secara utuh film 'Sang Murabbi' atau film-film agamis yang berlatangbelakang perjuangan seorang ustadz, misalnya film 'Sang Pencerah' yang baru saja dirilis tahun 2010.

Al Quran Al Aliy. 2004. Semarang: Diponegoro.

Arifin, Zainal. TT., 'Menjadi Muslim Holistik menuju Sikap *Humanis-Religius*'. Makalah.UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Chandler, Daniel. 1994. 'Semiotics for Beginners', Daniel Chandler's Home Page E-mail: dgc@aber.ac.uk, atau <http://www.mcs.com>, Diunduh 24 Oktober 2007.

Effendyn Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung:PT Citra Aditya Bakti.

Istanto, Freddy H. 2000. 'Rajutan Semiotika Untuk Sebuah Iklan Studi Kasus Iklan Long Beach'. *Nirmana* Vol. 2, No. 2, Juli. hh. 113 - 127.

Kristanty, Shinta. 2007. *Representasi Perempuan Sebagai Wujud Feminsme Liberal Dalam Film Erin Brockovich*. Tesis. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Ja- karta.

Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Sosial* Yogyakarta: UGM Press

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode*

DAFTAR PUSTAKA

Penelitian Komunikasi.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

<http://www.id.wikipedia.org>

<http://www.nuruddinasyhadie.wordpress.com/2008/02/28/tentang-rahasia-ilahi-sine-tron-relijius-lainnya/>

<http://www.gatra.com/2005-07-01/artikel.php?id=85404>

<http://www.wordreference.com/definition/pictorial>

<http://www.wneo.org/media/glossary.htm>

<http://www.youtube.com>

<http://pkspiyungan.blogspot.com/2008/07/sinopsis-film-sang-murabbi.html>

<http://tokoh-muslim.blogspot.com/2009/02/kh-rahmat-abdullah.html>

SYARAT-SYARAT PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel merupakan hasil refleksi, penelitian, atau kajian analitis terhadap berbagai fenomena sosial dan politik serta komunikasi yang belum pernah dipublikasikan di media lain.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau bahasa Inggris dengan panjang tulisan antara 6.000-8.000 kata, diketik di halaman A4, spasi tunggal, margin atas dan kiri 4 cm, margin bawah dan kanan 3 cm, menggunakan font Times New Roman 11 point. Artikel dilengkapi dengan abstrak sepanjang 100-150 kata dan 3-5 kata kunci.
3. Artikel memuat : Judul, Nama Penulis, Instansi asal Penulis, Alamat Kontak Penulis (termasuk Telepon dan email), Abstrak, Kata-kata Kunci, Pendahuluan (tanpa anak judul), Sub-Sub judul (Sesuai kebutuhan), Penutup atau Simlulan, Catatan-catatan dan Daftar Kepustakaan.
4. Kata atau istilah asing yang belum diubah menjadi kata/istilah Indonesia atau belum menjadi istilah teknis, diketik dengan huruf miring.
5. Catatan-catatan berupa referensi ditulis secara lengkap sebagai endnotes
6. Kutipan langsung 5 baris atau lebih diketik dengan spasi tunggal dan diberi baris baru. Kutipan langsung kurang dari 5 baris dituliskan sebagai sambungan kalimat dan dimasukkan dalam teks diantara dua tanda petik. Kutipan tidak langsung (paraphrase) ditulis tanpa tanda petik.
7. Daftar kepustakaan diurutkan secara alfabetis, dan hanya memuat literatur yang dirujuk dalam artikel. Penulisan referensi menggunakan system American Psychological Association (APA).
Contoh :
Fakih, M. (1997). Analisis Gender dan Transformasi Sosial, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Steinberg, S. 1995. Introduction to Communication Course Book 1: The Basics. Cape Town .south Africa: Juta & co Ltd.
8. Penulis diminta menyertakan biodata singkat
9. Artikel dikirimkan kepada Tim Penyunting dalam bentuk file Microsoft Word (.doc, .docx atau .rtf) disimpan dalam bentuk CD, USB Flashdisk, atau sebagai attachment dalam e-mail.
10. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah diberitahukan kepada penulis melalui surat atau e-mail. Artikel yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan kepada penulis, kecuali atas permintaan penulis.
11. Penulis yang artikelnya dimuat akan menerima ucapan terima kasih berupa nomor bukti 3 eksemplar.
12. Artikel dikirimkan ke alamat:

Jurnal ARISTO
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik
Jl. Budi Utomo No.10 Ponorogo telp.0352-481124
e-mail : aristo.fisip@umpo .ac.id



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

