

KEMISKINAN SEBAGAI KOMODITAS MEDIA

**(Analisis Strategi Komunikator dalam Program Berita Bertema
Kemiskinan di Televisi)**

Ida Ri'aeni

Ida.iswahyudi@yahoo.com

Abstract

Poverty has a broad meaning, depending on which our perspective and interpreted. It could be interpreted broadly when people can't meet basic needs such as food, clothing, and shelter. Poverty has two bad consequences that undermine the dignity of those affected. First, poverty means that basic needs of the poor as human beings and as members of society are not met. Secondly, poverty resulting in total dependence of the poor of the willingness of people and other groups.

In some mass media, themed program shows that poverty is the bestseller watchable and succesfull to influence feeling of the audience. However, the spectacle seems to inspire people just play, not showing the solution of the problem of poverty.

Keywords: Television Programme, Poverty, Development Journalism, Communicators.

BAB 1

PENDAHULUAN

Pemenuhan kebutuhan dasar adalah cara dalam mempertahankan hidup yang sangat penting bagi kehidupan manusia di manapun, dan manusia yang tidak bisa memenuhi kebutuhan itu bisa dikatakan masuk dalam garis kemiskinan. Kemiskinan sebenarnya mempunyai arti yang luas, tergantung dari perspektif mana kita melihat dan meinterpretasikannya. Tetapi

secara garis besar bisa diartikan ketika manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan dasarnya seperti pangan, pakaian, dan tempat tinggal. Kemiskinan menjadi masalah penting terutama dalam konteks Negara. Karena Negara bertugas untuk menciptakan kesejahteraan umum. Artinya Negara membantu dan mendukung usaha masyarakat untuk membangun suatu kehidupan di mana semua anggotanya dapat hidup dengan wajar. Tujuan itu dalam konteks kekinian berarti bahwa

negara dibebani oleh tanggung jawab sosial.

Negara kita memiliki beberapa masalah pembangunan seperti korupsi, pendidikan, kesehatan, juga kemiskinan. Pembangunan merupakan pemecahan masalah, melenyapkan keterbelakangan, memajukan ekonomi, memperlancar industri dan sebagainya. Tetapi dilain pihak menimbulkan masalah baru, yakni frustrasi pada sebagian masyarakat, jadi bukan-penyapemecahan masalah, melainkan pemindahan masalah dan masalah baru ini, apabila tidak terpantau secara seksama bisa meningkat menjadi masalah fatal. Apabila hal-hal yang baru seperti jalan, surat kabar, radio, televisi, film atau buku muncul pada suatu masyarakat, meskipun efeknya yang sangat kuat dapat diketahui dalam waktu lama, pada masyarakat akan timbul perubahan-perubahan dalam cara berpikir dan hal-hal yang dinilai. Yang menjadi permasalahan ialah bagaimana caranya agar kehadiran media komunikasi di desa-desa tradisional yang menjadi tujuan dari komunikasi pembangunan tidak menimbulkan dampak negatif, tetapi sebaliknya dampak yang positif sesuai dengan perencanaan pembangunan.

Negara tidak boleh sekedar netral terhadap semua golongan, melainkan harus berpihak pada mereka yang paling lemah dan membutuhkan bantuan. Berpihak dalam arti bahwa Negara mengambil

tindakan-tindakan khusus untuk menjamin kesejahteraan dasar bagi mereka. Tuntutan itu bukan hanya tuntutan kesetiakawanan seluruh masyarakat, melainkan tuntutan keadilan. Bahwa ada golongan-golongan dalam masyarakat yang miskin dan tak berdaya terhadap segala macam bentuk realita sosial merupakan akibat struktur proses-proses social yang tidak adil. Ini kemudian keadilan social menjadi tantangan utama Negara dalam memenuhi kesejahteraan sosial warga negaranya.

Kenapa kemiskinan menjadi agenda utama dalam konteks Negara, karena setiap orang tahu bahwa kemiskinan adalah buruk. Untuk itu ada baiknya mari kita bahas secara lebih terperinci. Kemiskinan mempunyai dua akibat buruk yang merongrong martabat kemanusiaan mereka yang terkena. Pertama, kemiskinan berarti bahwa kebutuhan dasar mereka yang miskin sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat tidak terpenuhi. Kedua, kemiskinan mengakibatkan ketergantungan total mereka yang miskin dari kemauan orang dan golongan lain.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2009 jumlah penduduk miskin tercatat 32,53 juta jiwa (14,15%). Dari jumlah tersebut sekitar 20,65 juta jiwa berada di perdesaan dengan mata pencaharian utama di sektor pertanian. Pada umumnya petani di perdesaan

berada pada skala usaha mikro yang memiliki luas lahan lebih kecil dari 0,3 hektar. Pada bulan Maret 2010, BPS mencatat jumlah penduduk miskin turun menjadi 31,02 juta jiwa (13,33%), Pemerintah telah berhasil menurunkan angka kemiskinan sebanyak 1,57 juta jiwa (0,82%), namun kemiskinan di pedesaan akan terus menjadi masalah pokok nasional sehingga penanggulangan kemiskinan tetap menjadi program prioritas untuk tercapainya kesejahteraan sosial bagi masyarakat.

(http://www.bps.go.id/brs_file/kemiskinan-01jul09.pdf)

Permasalahan dalam pendekatan komunikasi pembangunan adalah betapa rendahnya partisipasi rakyat dalam proses pembangunan akibat minimalnya kesempatan terjadinya komunikasi yang adil dan seimbang antara rakyat dan pembuat keputusan negara dalam menentukan jalannya proses pembangunan. Keprihatinan ini dicerminkan oleh proses pembangunan yang tidak selalu mengutamakan kepentingan dan partisipasi rakyat, melainkan lebih berorientasi pada kepentingan politis (stabilitas, status-quo, kekuasaan), akumulasi modal dan pertambahan keuntungan elit ekonomi, maupun superioritas dan dominasi pengaruh dalam lingkungan kultural bangsa.

Ketika para praktisi pembangunan percaya bahwa media massa dapat digunakan dalam proses modernisasi masyarakat, Daniel Lerner (1958 dalam Dilla, 2002) melakukan sebuah penelitian tentang efek media massa. Hasil penelitian Lerner menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara petunjuk pada media massa dan perkembangan sosial ekonomi serta politik pada suatu negara. Hal tersebut menunjukkan bahwa media massa dapat digunakan sebagai perantara dan petunjuk modernisasi dalam masyarakat. Selaras dengan Lerner, Lakshamana Rao dalam studi klasiknya menyatakan bahwa komunikasi merupakan penggerak utama dalam proses perkembangan. Melalui komunikasi, terbawa pesan berupa gagasan-gagasan baru dari luar, selain itu komunikasi pembangunan memperlancar transisi dari komunitas tradisional ke modern.

Paradigma lama komunikasi pembangunan menekankan pada proses komunikasi manusia yang dalam model komunikasi linier konvensional. Model ini merupakan gambaran proses komunikasi yang berlangsung secara linier (searah) dari sumber kepada penerima melalui media (sumber-pesan-media-penerima). Model linier-konvensional tersebut dapat pula menggambarkan secara vertikal mengingat struktur stratifikasi sosial masyarakat terbagi menurut kelas atas,

menengah dan bawah. Asumsi dasar paradigma ini adalah bahwa komunikasi sangat diperlukan dalam pemecahan masalah-masalah masyarakat, dengan memberikan penekanan elemen kognitif komunikasi (elemen komunikasi yang mempunyai sasaran pada perubahan pola pikir atau ideologi). Komunikasi dirancang sedemikian rupa sehingga pesan-pesan persuasif yang telah dibakukan secara terpusat disuntikkan sebanyak mungkin kepada masyarakat.

Dari gambaran di atas, salah satu peran penting media massa adalah menyebarkan pesan pembangunan kepada masyarakat dan berupaya meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program pembangunan. Jurnalisme pembangunan merupakan salah satu pendekatan partisipatif yang bisa dilakukan media massa, sehingga media bisa berperan aktif dalam upaya pembangunan negara. Namun yang terjadi dalam media massa kita, khususnya televisi, banyak program jurnalistik maupun artistik yang cenderung hanya berorientasi pada profit dan kepentingan tertentu, tanpa mengupayakan solusi terhadap masalah pembangunan.

BAB 2

TINJAUAN TEORI/ KONSEP

Konsep Gaya Komunikator diperkenalkan oleh Robert Norton sebagai “the way one verbally, nonverbally, and paraverbally interact to signal how literal meaning should be taken, interpreted, filtered, or understood”. (Norton, 1983:58) Norton mengelompokkan sembilan jenis gaya komunikasi yang tidak hanya mewarnai arti sebuah pesan namun juga meneguhkan identitas personal. Sembilan gaya komunikator tersebut adalah dominant, dramatic, contentious, animated, impression-leaving, relaxed, attentive, open, friendly. (1978:99-112)

Gaya dominan adalah gaya seorang individu dalam mengontrol situasi sosial. Gaya dramatis merupakan gaya individu yang bisa menguasai keadaan, seringkali melemparkan gurauan dan cerita, selalu “hidup” ketika berkomunikasi dengan yang lain. Gaya kontroversial adalah gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat dalam menantang orang lain dan sulit dihentikan. Gaya animasi adalah gaya seseorang yang aktif berkomunikasi secara non verbal. Gaya berkesan merupakan gaya komunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, misalnya dengan pakaian yang khas dan tidak mudah dilupakan. Gaya santai adalah

gayaberkomunikasi yang tenang dan senang, meski di bawah tekanan, penuh senyum dan tawa. Gaya atentif merupakan gaya yang memberi perhatian penuh pada orang lain, bersikap simpati bahkan empati, mendengarkan dengan seksama seperti melakukan kontak mata. Gaya bersahabat adalah gaya berkomunikasi dengan feedback positif secara ramah, dekat dan mendukung orang lain.

Selain itu, pandangan Donald Darnell dan Wayne Brockriede (Trenholm&Jensen, 2004:205-207) mengelompokkan tiga jenis gaya dasar komunikator yaitu (1)*Noble Selves*, (2)*Rhetorical Reflectors* dan (3) *Rhetorical Sensitives*. Pengelompokan gaya komunikasi tersebut serupa dengan penjabaran tiga tipe gaya (McAllister, 1992 dalam Liliweri, 2011:310) meliputi penjabaran sebagai berikut (1)*Noble Style*, merupakan gaya terhormat, gaya standar, gaya sesuai dengan patokan yang seharusnya dilakukan. (2) *Reflective Style*, yaitu gaya yang dipahami sebagai gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian. (3) *Socratic Style*, yaitu gaya yang selalu menampilkan perincincian konten dan analisis yang digunakan dalam perdebatan.

Gaya komunikasi lain yang populer adalah yang diklasifikasikan oleh The Wilson Learning Corporation (Beebe,dkk, 1996:53-54) dengan melihat

tampilan kebiasaan. Pertama, *assertiveness*, yaitu gaya komunikasi yang muncul mem-pengaruhi dan mengontrol pikiran dan tindakan orang lain, seperti mencoba mempengaruhi kebiasaan mereka, me-nanyakannya dalam mengambil suatu langkah, dan mencoba memimpin daripada mengikuti yang lain. Kedua, *respon-siveness*, adalah gaya komunikasi yang tampil mengontrol emosi atau perasaan diri sendiri. Seperti memfokuskan perhatian pada dirinya, menunjukkan perhatian pada apa yang ia sampaikan, dan menunjukkan perasaan.

Kredibilitas komunikator adalah seperangkat persepsi komunikate/komunikator tentang sifat-sifat komunikator. Sifat-sifat komunikator: komponen-komponen kredibilitas, yang meliputi keahlian (*expertness*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) serta kadang-kadang kekuasaan (*power*), khususnya *informational power* dan *referent power*. Komunikasi akan efektif apabila komunikatornya memiliki kredibilitas.

Aristoteles (dalam Rakhmat, 2001), secara lengkap menyebutkan tentang kredibilitas komunikator dengan prinsip *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* diartikan sebagai sumber kepercayaan (*source credibility*) yang ditunjukkan oleh seorang orator (komunikator) bahwa ia memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh

karena seorang ahli, maka ia dapat dipercaya. Seorang komunikator yang handal, mau tidak mau harus melengkapi dirinya dengan dimensi ethos ini yang memungkinkan orang lain menjadi percaya. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).

Ada beberapa pendapat mengenai penamaan ethos ini, di antaranya adalah:

1. McCroskey menyebutnya *authoritativeness*
2. Markham menyebutnya *reliable-logical*
3. Berlo, Lemert dan Mertz menyebutnya *qualification*

Secara teoretik, ethos bukanlah variabel tunggal, melainkan ethos memiliki atau terdiri dari beberapa dimensi, yaitu kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Satu sama lain bisa berdiri sendiri, tetapi pada suatu "saat" mungkin akan menyatu. Artinya, seseorang memiliki ethos yang terdeskripsikan pada kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan.

Pathos diartikan sebagai "imbau emosional (*emotional appeals*)" yang ditunjukkan oleh seorang rhetor dengan menampilkan gaya dan bahasanya yang membangkitkan kegairahan dengan semangat yang berkobar-kobar pada khalayak. Sejatinya, pathos ini perlu dimiliki oleh seorang ahli pidato (rethor)

yang tercemar dari gaya serta bahasanya yang mampu membangkitkan khalayak untuk tujuan-tujuan tertentu. Indonesia memiliki Ir. Soekarno yang memiliki pesona dalam berbicara di depan umum (publik). Semangat pergerakan untuk mengusir penjajah pada waktu itu, bukan semata-mata ditentukan oleh ujung senjata, melainkan pula terletak diujung lidah. Retorika yang baik akan sanggup "membius" khalayak untuk bersatu mengusir penjajah (Rakhmat, 2001),

Logos diartikan sebagai "imbau logis (*logical appeals*) yang ditunjukkan oleh seorang orator bahwa uraiannya masuk akal sehingga patut diikuti dan dilaksanakan oleh khalayak. Sama halnya dengan pathos, logos pun perlu dimiliki oleh seorang orator/rethor. Kahaayak akan mau dan "bersuka rela" mengikuti ajakan/anjuran komunikator apabila pesannya disampaikan dengan uraiannya yang masuk akal, dan dengan argumentasi yang kuat. Tidak semua orang memiliki logos dalam setiap perkataan yang disampaikan. Mungkin ada orang yang cenderung memiliki pathos daripada logos atau sebaliknya.

BAB 3

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Bogdan dan Taylor (1975 : 5) dalam Moleong (2012:4).

Menurut Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong (2012:5) penelitian kualitatif adalah, penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Penelitian kualitatif dari sisi definisi lainnya dikemukakan bahwa hal itu merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok seseorang.

Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Kajian tentang definisi-definisi

tersebut dapatlah disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak, metode ini juga menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden dan metode ini juga lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya.

4.1 Metode Deskriptif Kualitatif

Metode deskriptif kualitatif Bogdan dan Taylor (1975 : 5) dalam Moleong (2012:4) adalah metode sebagai

prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada. Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong (2012:5).

Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan.

4.1 Teknik pengumpulan Data & Langkah Penelitian

Teknik penelitian sebagai salah satu bagian penelitian merupakan salah satu unsur yang sangat penting. Langkah-langkah penelitian terdiri dari pra-lapangan, pekerjaan lapangan, dan analisis data.

Menurut Lofland (1984 : 47) dalam Moleong (2012:157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

a. Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video, pengambilan foto, atau film.

Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

b. Sumber tertulis

Walaupun dikatakan bahwa sumber di luar kata dan tindakan merupakan sumber kedua, jelas hal itu tidak bisa diabaikan. Dilihat dari sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan arsip rekaman tayangan program GeMaRi (TVRI), Beritani (Antv) dan Pengabdian (Trans TV).

c. Pengamatan

Ada beberapa pengamatan dalam penelitian kualitatif, pengamatan dimanfaatkan sebesar-besarnya seperti yang dikemukakan oleh Guba dan Lincoln (1981 : 191-193) dalam Moleong (2012:174).

1. Teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara

langsung, karena peng-alaman adalah guru yang terbaik atau setelah melihat baru percaya. Pengalaman langsung merupakan alat yang ampuh untuk mengetes suatu kebenaran. Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan maka peneliti menanyakan langsung kepada subjek, tetapi karena hendak memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, jalan yang di tempuh adalah mengamati sendiri yang berarti mengalami langsung peristiwanya.

2. Pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat prilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.
3. Pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data.
4. Sering terjadi ada keraguan atau kekeliruan pada peneliti, kemungkinan keliru itu terjadi karena kurang dapat mengingat peristiwa atau hasil wawancara, adanya jarak antara peneliti dan yang diwawancarai, ataupun karena

reaksi peneliti yang emosional pada suatu saat. Jalan yang terbaik untuk mengecek kepercayaan data tersebut ialah dengan jalan memanfaatkan pengamatan.

5. Teknik pengamatan memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit. Situasi yang rumit mungkin terjadi jika peneliti ingin memperhatikan beberapa tingkah laku sekaligus. Jadi pengamatan dapat menjadi alat yang ampuh untuk situasi-situasi yang rumit dan untuk prilaku-prilaku yang kompleks.
6. Dalam kasus-kasus tertentu di mana teknik komunikasi lainnya tidak dimungkinkan, pengamatan dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat.

Pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, prilaku tak sadar, kebiasaan dan sebagainya. Pengamatan memungkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagaimana dilihat dari subjek penelitian, hidup pada saat itu, menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek, menangkap kehidupan budaya dari segi pandangan dan anutan para subjek

sehingga memungkinkan pula peneliti menjadi sumber data. Pengamatan memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan terhadap program acara di televisi yang relevan dengan tema kemiskinan dan menekankan pada upaya penyelesaian terhadap masalah pembangunan tersebut. dari berbagai program yang ada, peneliti hanya memilih beberapa program tayangan untuk diamati.

d. Perencanaan wawancara

Perencanaan yang diuraikan disini menitikberatkan wawancara tak terstruktur. Perencanaan wawancara tak terstruktur dapat diselenggarakan menurut tahap-tahap tertentu.

1. Tahap pertama ialah menemukan *siapa* yang akan diwawancarai. mereka adalah yang berperan, yang pengetahuannya luas tentang perusahaan atau instansi yang diteliti, dan yang suka bekerja sama untuk kegiatan penelitian yang sedang dilakukan. Pihak yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah mereka

yang terlibat dalam produksi program acara GeMaRi (TVRI), Beritani (Antv) dan Pengabdian (Trans TV)..

2. Langkah kedua ialah *tahu bagaimana cara* yang sebaiknya untuk mengadakan kontak dengan responden. Karena responden adalah orang-orang pilihan, dianjurkan agar jangan membiarkan orang ketiga yang menghubungi, tetapi peneliti sendirilah yang melakukannya.
3. Langkah ketiga ialah *mengadakan persiapan yang matang* untuk pelaksanaan wawancara. Pewawancara mengadakan latihan terlebih dahulu bagaimana memperkenalkan diri dan memberikan ikhtisar singkat tentang penelitian. Peneliti juga melakukan pekerjaan rumah untuk mempelajari minat dan perhatiannya, perjalanan kariernya, dan kegemarannya. Ia harus menyadari sekarang bertugas dalam pekerjaan apa, bagaimana penilaian masyarakat tentang pekerjaan, perilaku, dan karyanya. Mempelajari hal itu bermanfaat bagi pewawancara sendiri

sewaktu berada dalam proses wawancara dan sebagainya.

e. Catatan lapangan

Catatan lapangan merupakan alat yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena penelitian kualitatif mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan. Catatan itu berupa coretan seperlunya yang sangat dipersingkat, berisi *kata-kata kunci*, pokok-pokok isi pembicaraan atau pengamatan mungkin gambar, sketsa, diagram dan lain-lain. Catatan itu berguna hanya sebagai alat perantara yaitu antara apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dicium dan diraba dengan catatan sebenarnya dalam bentuk *catatan lapangan*.

f. Penggunaan dokumen

Dokumen dibagi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi.

1. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Maksud mengumpulkan dokumen pribadi ialah untuk memperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan arti berbagai faktor di sekitar subjek penelitian.
2. Dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen

eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga masyarakat tertentu yang digunakan dalam kalangan sendiri termasuk di dalamnya risalah atau laporan rapat, keputusan pemimpin kantor, dan sebagainya. Dokumen demikian dapat menyajikan informasi tentang keadaan, aturan, disiplin dan dapat memberikan petunjuk tentang gaya kepemimpinan.

Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, misalnya majalah, buletin, pernyataan dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dokumen eksternal dapat dimanfaatkan untuk menelaah konteks sosial, kepemimpinan, dan lain-lain.

BAB 4

PEMBAHASAN

Orang-orang yang miskin tidak dapat hidup secara wajar. Kebutuhan-kebutuhan dasar mereka tidak terpenuhi. Maka mereka menderita. Mereka tidak dapat bergaul dengan bagian

masyarakat lain tanpa merasa malu. Mereka tidak dapat memperoleh pengobatan yang wajar, meskipun sederhana saja. Dan mereka barangkali menderita kelaparan. Ke-miskinan adalah buruk karena membuat orang lain menderita.

Kemiskinan membuat seseorang lemah dalam perjuangan kehidupan yang dalam kebudayaan mana pun, secara terbuka atau tertutup, berupa persaingan untuk memperebutkan barang kebutuhan yang langka. Orang miskin tidak berdaulat atas kehidupannya, ia tidak dapat menyumbangkan apa-apa kepada masyarakat, ia dinilai tidak berguna. Andaikata muncul virus mematikan yang hanya mengenai orang-orang miskin, masyarakat barangkali malahan, tentu tersembunyi akan senang. Itulah kehinaan sosial orang miskin. Karena ke-tergantungan total itu golongan miskin mudah menjadi korban realita sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Kemiskinan mengakibatkan ketergantungan dan ketergantungan mengakibatkan kemiskinan. Apabila kemiskinan melekat pada kelas-kelas sosial tertentu, pada golongan-golongan orang dengan ciri-ciri social yang sama, kemiskinan mesti bersifat struktural. Artinya, orang-orang itu miskin bukan karena kelemahan atau nasib malang individual yang buruk, melainkan seanggota golongan itu.

Di beberapa media massa televisi, program bertema kemiskinan merupakan tayangan yang laris ditonton dan sukses mempengaruhi perasaan penonton. Sebut saja program *Bedah Rumah, Jika Aku Menjadi, Minta Tolong* dan *Orang Pinggiran*. Namun, tontonan tersebut nampaknya hanya berperan menggugah masyarakat, belum menampilkan solusi akan masalah kemiskinan itu sendiri. Dalam beberapa tayangan program televisi tersebut menampilkan masyarakat miskin perdesaan yang didominasi muslim. Bagaimana kemiskinan tersebut berdampak pada individu, citra umat islam, dan kehidupan sosial ke-masyarakatan.

Banyaknya jumlah umat islam lebih dari 80% penduduk Indonesia disertai angka kemiskinan BPS di atas, menunjukkan bahwa dari angka 13,33% penduduk miskin pada tahun 2010 tersebut, lebih dari separuhnya berpotensi adalah masyarakat islam di Indonesia. Data-data pasti secara kuantitatif tentang ini, belum penulis temukan. Namun secara acak pada beberapa tayangan televisi yang penulis pilih, menampilkan masyarakat dengan simbol islam yang menjadi sorotan dalam tayangan dengan tema kemiskinan tersebut.

Selengkapnya apa yang dikemukakan Hedebro (*dalam* Nasution 2004) terutama berkaitan dengan

pengembangan-pengembangan gagasan baru yakni:

1. Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujuk nilai-nilai, sikap mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi,
2. Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru, mulai dari kegiatan baca-tulis, pertanian, hingga ke keberhasilan menjaga lingkungan global, serta
3. Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.

Hal-hal tersebut diatas tentu saja juga sejalan dengan pemikiran bahwa komunikasi pembangunan pada akhirnya dapat mendorong makin meningkatnya kualitas sumber daya manusia, meningkatnya kapasitas dan kemampuan warga bangsa untuk berpartisipasi bagi pembangunan.

Penerapan pendekatan komunikasi partisipatoris ini tidak sesederhana yang dibayangkan. Kompleksitas sosial, budaya, ekonomi, dan politik masyarakat ikut berperan dalam keberhasilan dalam praktik pendekatan ini (Dilla, 2007: 163). Cara yang bijaksana dalam penerapan pendekatan komunikasi partisipatoris ini adalah perlu adanya kesungguhan dan keterlibatan semua pihak, sehingga dengan bersama-sama antara pemerintah,

organisasi nonpemerintah dan masyarakat pembangunan bisa terwujud.

Partisipasi sendiri menurut Paul memiliki empat tingkatan seperti yang dikutip dalam Bracht dan Tsourus (1990), yaitu (1) *information sharing*, merupakan tingkatan terendah partisipasi, di mana para agen membagi informasi, dan memberi pemahaman terhadap informasi dalam memfasilitasi orang bertindak; 2) *consultation*, di mana orang mempunyai peluang untuk berbagi, bertanya, menyimak dan bertindak terhadap agen perubahan; 3) *decision making*, pada tingkat ini orang mempunyai peluang dan kesempatan untuk bermain dan berperan dalam menentukan desain dan implementasi melakukan perubahan; dan 4) *initiating action*, pada tingkat ini orang telah mengambil inisiatif dan memutuskan proses perubahan yang diinginkan. Pemilahan ini membantu para perencana dan pelaksana pembangunan, mengetahui tingkatan partisipasi yang telah dicapai dari satu program pembangunan.

Asumsi pendekatan partisipatif memandang masyarakat sebagai penerima informasi memiliki kemampuan untuk membangun dirinya dan lingkungannya dengan segala potensi yang ada, baik aspek ekonomi, sosial budaya maupun politik. Di sini, ruang dan peluang masyarakat untuk terlibat penuh cukup terbuka sehingga memegang posisi sentral

dalam melakukan perubahan demi keberhasilan pembangunan (Dilla, 2007:159).

Sumadi Dilla dalam *Komunikasi Pembangunan*, menyatakan bahwa pendekatan komunikasi partisipatoris merupakan pendekatan baru dalam komunikasi pembangunan. Menurut Dilla, unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi pembangunan memiliki kesetaraan dalam posisi dan peran. Mody (1991) menyatakan bahwa sejak tahun 1970-an, banyak studi komunikasi telah dilakukan terhadap pendekatan ini. Demikian juga Riley (1992) yang menyatakan bahwa sebagian besar pendekatan komunikasi pembangunan memiliki karakteristik pada penekanan partisipasi masyarakat di tingkat akar rumput.

Cukup kiranya membahas tentang kemiskinan. Apa yang menyebabkan kemiskinan itu terjadi dan mengapa kemiskinan ini terjadi atas struktur-struktur social yang membelenggunya. Disini peneliti tidak mencoba mendeskripsikan kemiskinan lebih jauh tetapi mencoba mengurai acara-acara televisi yang programnya bertemakan tentang kemiskinan. Beberapa dari acara televisi kami ambil sebagai bahan untuk menganalisa sejauh mana program itu menjelaskan secara rinci bagaimana realitas social terjadi, dan apa saja potensi-

potensi masyarakat yang bisa dimunculkan kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat untuk berupaya dalam mengentaskan kemiskinan. Acara-acara yang diangkat diantaranya adalah GeMaRi (TVRI), Beritani (Antv) dan Pengabdian (Trans TV). Tiga dari acara tersebut peneliti anggap dapat mewakili pesan komunikasi pembangunan yang menjadi tugas kami.

Ada beberapa alasan mengapa peneliti memilih program acara tersebut. *Pertama*, untuk mencari tahu bagaimana program-program acara tersebut dikemas sehingga pesan yang ditampilkan akan berbeda dari setiap karakter program yang ditampilkan. Tentu saja ini berkaitan dengan karakter program, isi pesan, tujuan program dalam menyampaikan informasi dari tersebut. *Kedua*, bagaimana strategi dari setiap program dalam mengurai tema kemiskinannya. *Ketiga*, apa efek yang muncul terhadap masyarakat ketika program itu ditayangkan.

Dari ketiga alasan tersebut kiranya kita dapat menganalisa lebih jauh tentang program-program yang ditayangkan oleh stasiun-stasiun televisi tersebut dari berbagai pendekatan yang menjadi pisau analisa yang akan dijelaskan kemudian.

4.1. Program Acara “Gemari” di TVRI

Acara yang kami pilih adalah program talkshow di TVRI Pusat, mulai Februari 2007, sejak dulu bertajuk '*Gemari*' (Gerakan Masyarakat Mandiri) hingga kini. Acara ini tayang 1 kali per bulan. Kemiskinanlah yang membuat keluarga-keluarga kurang mampu tidak ada biaya untuk membawa anaknya ke rumah sakit atau memberi kecukupan gizi. Imbas yang harus dibayar adalah banyak anak-anak yang menderita kekurangan gizi, keterbelakangan mental dan cacat fisik. Adakah kita akan terus menutup mata atas derita mereka?



Gambar 1. Salah satu Tayangan Gemari di TVRI, dengan Pembawa Acara Haryono Suyono bersama Dewi Hughes.

Acara talk show TVRI Stasiun Pusat Jakarta, dengan tajuk tayangan Gemari setiap minggu terakhir pada setiap bulannya di dukung oleh Majalah Gemari, Harian Pelita serta disiarkan langsung oleh radio DFM 103,4 FM. Bersama Prof Dr Haryono Suyono sebagai pemandu acara Gerakan Masyarakat Mandiri (Gemari),

Namun sekilas, dapat kita ketahui bahwa membangun semangat gotong royong membantu keluarga kurang mampu tidak harus pilah-pilih. Karena banyak dari para penyandang cacat lahir di tengah-tengah masyarakat keluarga kurang mampu.

Berikut cuplikan rekaman acara tersebut : Gerakan Masyarakat Mandiri (Gemari) 28 Oktober 2011 ditayangkan TVRI pusat Jakarta pukul 20:30-22:00 WIB dengan tema "Menyongsong Penduduk Dunia Tujuh Milyar". Gerakan Masyarakat Mandiri (Gemari) 23 September 2011 ditayangkan TVRI pusat Jakarta pukul 20:30-22:00 WIB dengan tema "Lansia Sejahtera", dan Gerakan Masyarakat Mandiri (Gemari) 26 Agustus 2011 ditayangkan TVRI pusat Jakarta pukul 20:30-22:00 WIB dengan tema "Mudik Merah Putih". (<http://www.damandiri.or.id>)

Acara tersebut merupakan garapan yayasan Damandiri. Yayasan Dana Sejahtera Mandiri atau disebut Yayasan Damandiri didirikan pada tanggal 15 Januari 1996 oleh HM Soeharto sebagai pribadi, yang kebetulan saat itu menjabat Presiden RI. Sebagai pendiri, HM Soeharto dipercaya sebagai ketua yayasan, dibantu oleh Prof. Dr. Haryono Suyono sebagai Wakil Ketua I, Sudwikatmono sebagai Wakil Ketua II, dan Liem Soei Liong sebagai Wakil Ketua III.

Menurut paparan yang kami dapati di situs Damandiri, Tujuan utama yayasan adalah membangun sumber daya manusia, utamanya dari keluarga kurang mampu, dengan menempatkan yayasan sebagai wadah bagi masyarakat untuk bergotong-royong mewujudkan tingkat kesejahteraan sejati dan taraf hidup mandiri. Modal awal Yayasan dihimpun dari sumbangan yang ikhlas dari wajib pajak yang berasal dari keuntungan setelah dipotong pajak untuk membantu mewujudkan keluarga sejahtera secara merata.

Kiprah Yayasan ini diawali dengan memberdayakan Keluarga, utamanya Ibu-Ibu, yang telah menjadi akseptor KB dengan mengajak mereka bergabung dalam kelompok Usaha Peningkatan Keluarga Sejahtera atau UPPKS atau kelompok Pengetasan Kemiskinan atau Taskin yang diharapkan menjadi embrio gerakan koperasi. Melalui kelompok ini para anggota bergerak dalam berbagai program pemberdayaan keluarga Program ini dilaksanakan bersama BKKBN, Bank BNI dan pemerintah daerah. Para ibu-ibu anggota dilatih belajar menabung berupa Tabungan Keluarga Sejahtera (Takesra). Mereka yang mempunyai tabungan Takesra diberi kesempatan untuk mengambil kredit dengan bunga rendah karena disubsidi yaitu Program Kredit

Usaha Keluarga Sejahtera (Kukesra). Harapannya adalah bahwa dengan kemampuan ekonomi yang lebih baik keluarga Indonesia mampu memberi perhatian yang baik pada kegiatan KB, kesehatan, dan sekolah anak-anaknya. Yayasan Damandiri memberi prioritas pada pemberdayaan perempuan (ibu-ibu) karena sehari-hari kaum ibu bergulat mengembangkan sosialisasi anak-anaknya.

Dalam masyarakat atau keluarga miskin biasanya sumber penghasilan keluarga mengandalkan suami. Peran istri terbatas mengurus anak atau keadaan rumah tangga di rumah. Padahal keluarga kurang beruntung umumnya berpendidikan rendah. Keterampilan juga rendah. Jarang berfikir untuk jangka panjang. Dalam keadaan keluarga miskin anak-anak lebih banyak diharapkan membantu orang tua dengan kesibukan sehari-hari di rumah. Keluarga miskin tidak berdaya akibat pendidikan dan ketrampilan rendah, tidak memiliki modal dan jaringan usaha. Umumnya keluarga miskin yang hanya mengandalkan penghasilan suami, sulit bahkan tidak bisa bangkit dari himpitan kemiskinan. Dengan latihan menabung dan dukungan kredit keluarga sejahtera diharapkan seorang istri bisa bangkit membantu suami berwirausaha. Jika suami istri sama-sama berusaha, berarti menyatukan dua kekuatan yang tentu saja

lebih baik dan membuka kesempatan untuk hidup lebih sejahtera.

Pemberdayaan keluarga dan pembangunan manusia sebagai upaya mencapai sasaran MDGs yang telah dicanangkan pemerintah, sekaligus sebagai ajang pelatihan untuk para mahasiswa dan siswa yang mengikuti program Yayasan Damandiri, mulai tahun 2007 dikembangkan program pemberdayaan tingkat pedesaan melalui Pos Pemberdayaan Keluarga (Posdaya). Posdaya adalah forum kebersamaan yang anggotanya diharapkan mengambil prakarsa dan melakukan kegiatan nyata memberdayakan dan membangun SDM dalam lingkungannya, yaitu RT, RW, dukuh atau dusunnya. Upaya pembangunan ini diarahkan untuk memperkuat ketahanan dan kemampuan peran keluarga dalam melaksanakan 8 fungsinya, yaitu fungsi keagamaan, fungsi budaya, fungsi cinta kasih, fungsi perlindungan, fungsi reproduksi dan kesehatan, fungsi pendidikan, fungsi ekonomi atau wirausaha, dan fungsi lingkungan.

Acara yang dikemas TVRI ini tayang secara rutin. Pada Jumat Malam tanggal 25 November 2011, pukul 20.00 WIB tayangan Gemari dapat dipantau dengan baik di Palembang, Sumatera Selatan. Penulis menyimak bahwa salah satu strategi komunikator yang

dikedepankan dalam acara ini adalah tampilnya pakar atau praktisi dalam bidangnya yang betul-betul memiliki kemampuan dalam skala nasional. Pada tayangan akhir November ini, penulis mendapati banyaknya pihak yang terlibat dan penonton yang hadir dalam program itu, lebih dari 100 penonton. Cukup semarak tak kalah dengan acara talkshow atau hiburan di televisi swasta seperti Opera Van Java (OVJ).

Dalam berkomunikasi, yang berpengaruh bukan saja **apa** yang dikatakan, tetapi juga **siapa** yang mengatakannya. Kadang-kadang, **siapa** lebih penting dari **apa**. **Itulah psikologi komunikator**. Artinya, untuk bisa dipercayai orang lain diperlukan bukan saja bisa/dapat berbicara tetapi juga memerlukan "penampilan" yang meyakinkan. *He doesn't communicate what he says, he communicates what he is*. Artinya ia tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan. Pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan atau menyampaikan semua pesan-pesan tersebut. Bahkan kadang-kadang unsur "siapa" ini lebih penting dari unsur "apa". Memang pakaian bukanlah segala-galanya, tetapi banyak teori psikologi yang mengatakan bahwa penampilan akan membuat image lain bagi seseorang.

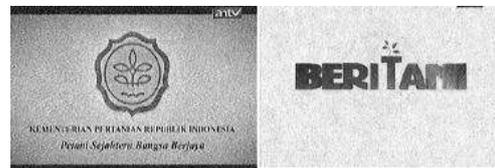
Aristoteles (Rakhmat, 2001) menyebut karakter komunikator ini sebagai *ethos*. *Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (good sense, good moral, character, good will)*. Pendapat Aristoteles ini diuji secara ilmiah 2300 tahun kemudian oleh Carl Hovland dan Walter Weiss (1951). Mereka melakukan eksperimen pertama tentang psikologi komunikator. Kepada sejumlah besar subjek disampaikan pesan tentang kemungkinan membangun kapal selam yang digerakkan oleh tenaga atom (waktu itu, menggunakan energi atom masih merupakan impian).

Hovland dan Weiss menyebut *ethos* ini *credibility* yang terdiri dari dua unsur: *Expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Ketika komunikator berkomunikasi, yang berpengaruh terhadap khalayak bukan saja apa yang ia katakan (pesan), tetapi penampilannya, keadaan dirinya, cara berpakaian, model sisir rambutnya juga berpengaruh terhadap khalayak, dan sekaligus semuanya mendapat penilaian dari khalayak pada saat itu. (Rakhmat, 2001)

4.2. Program Acara “Beritani” di Antv

Acara kedua yang kami pilih adalah Program ‘*Beritani*’ yang ditayangkan di Antv, dan merupakan program kerjasama antara stasiun televisi

tersebut dengan Departemen Pertanian (Deptan) Republik Indonesia. Sebagai acara kerjasama, ‘*Beritani*’ tak jauh berbeda dengan acara ‘*Gemari*’. Ia menampilkan banyak para ahli yang sesuai dengan bidangnya, dengan tujuan pengembangan pertanian di Indonesia. Negara kita sebagai daerah agraris tentu memiliki banyak potensi pertanian yang harus dikembangkan dengan optimal.



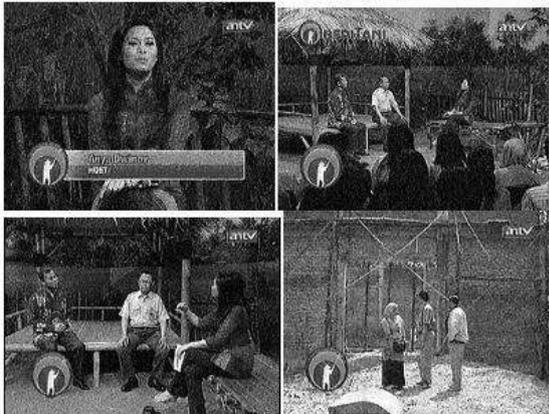
Gambar 2. Program Beritani yang dibuat oleh Departemen Pertanian Republik Indonesia tayang di ANTV.

Sedikit perbedaan, pada Antv sebagai televisi swasta, memiliki kualitas gambar dan pengemasan yang lebih baik dibandingkan tayangan serupa di TVRI. Keduanya berupaya memenuhi unsur kredibilitas komunikator dalam hal:

- a. *Initial Credibility*, adalah kredibilitas yang diperoleh komunikator sebelum proses komunikasi berlangsung. Hal ini berkaitan dengan status profesional atau kultural yang melekat pada dirinya. Misalnya, gelar akademik (Dr, dr, Ir, S.H., dll); gelar sosial (kyai, ajengan, kepala suku, kepala adat, dll).
- b. *Derived Credibility*, adalah kredibilitas

yang diperoleh komunikator ketika komunikasi sedang berlangsung. Boleh jadi, pada awalnya ia diragukan kredibilitasnya.

- c. *Terminal Credibility*, adalah kredibilitas yang diperoleh komunikator setelah komunikasi selesai dilakukan.



Gambar 3. Salah satu adegan dalam Program Beritani yang dipandu oleh artis Anya Dwinov, dengan pembicara para ahli dari Departemen Pertanian dan praktisi dari kalangan petani atau peternak sukses. Program ini juga dilengkapi *feature* berupa kisah sukses program-program Departemen Pertanian seperti pengolahan bahan pangan singkong.

Program Beritani yang dibuat oleh Departemen Pertanian yang tayang pada era Menteri Pertanian Suswono (2009-2014). Peneliti mengambil satu sampel tayangan pada medio tahun 2011, yaitu tentang Pengolahan bahan alternatif singkong yang dibuat menjadi produk andalan seperti keripik singkong sebagai bahan makanan ringan dengan kemasan

menarik. Pada jeda acara program Beritani, muncul iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh Departemen Pertanian RI berupa program-program yang tengah digalakkan seperti Swasembada Jagung, Sarjana Masuk Desa(SMD), Kredit Usaha Pembibitan Ternak, Sekolah Lapangan Pengelolaan (SPL) Tanaman Terpadu dan lainnya. Iklan mengenai Program Departemen Pertanian ini juga melibatkan beberapa artis seperti Epy Kusnandar dan Yulia Rachman.



Gambar 4. Program Beritani diselingi iklan yang dibuat oleh Departemen Pertanian RI, yaitu Iklan mengenai Sarjana Masuk Desa (SMD).

Dalam pengemasan, program yang dibuat oleh Departemen Pertanian ini terlihat penggunaan media seperti format kamera dan lainnya, kurang atraktif dan dinamis. Informasi dan solusi terhadap

masalah yang ditampilkan bisa sangat bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan perkembangan program pertanian di Indonesia. Sayangnya, program berupa tayangan bincang-bincang (talkshow), kisah cerita di lapangan dalam bentuk feature ini cenderung serupa dengan program kerjasama seperti Program Gemari di TVRI.

4.3. Program Acara “Pengabdian” di Trans TV

Sebagai pembanding, peneliti mengambil pula acara pembangunan dengan format dokumenter. Program berita pembangunan yang dikemas berbeda di masa kini adalah ‘*Pengabdian*’ yang menjadi salah satu program Trans TV. Acara ini menggunakan pendekatan partisipasi (*participatory approach*), yang membuka lowongan bagi para pemirsa untuk berbagi. Acara trans TV ini dilakukan seperti kegiatan magang di daerah terpencil yang sangat lekat dengan potret kemiskinan negeri ini.

Meski sederhana, acara demikian memang layak mendapat perhatian. Setelah melihat dinamika seperti itu, mungkin layaklah kita kembali belajar dari acara televisi ‘*Pengabdian*’. Sebab, di dalam acara ini, pembagian peran antara ‘guru-murid’ tidak terlalu terjadi. Bahkan, meski ada pembagian peran ‘guru-murid’

sekalipun, posisinya adalah sejajar, sebanding, yaitu sama-sama saling belajar. Antara mereka yang tinggal dengan pendatang, sama-sama ingin belajar. Dengan begitu, sebenarnya, kita sudah dapat satu metode penyampaian yang dialogis. Tidak monoton, *one way traffic*. Tidak ada pihak yang merasa lebih mampu dan lebih dulu tahu dari pihak lainnya. Semua bisa menjadi ‘guru’ sekaligus ‘murid’ di saat yang lain. Dengan mengangkat ‘orang lokal’ (orang miskin sebagai subjek pengabdian) menjadi narasumber, atau para pengabdian profesi yang juga menjadi aktor, merupakan pembalikan atau pembongkaran paradigma lama yang mengatakan bahwa orang miskin sulit untuk diajak maju. Justru sebaliknya, ada banyak hal yang patut dikaji, dicermati dan diteladani dari mereka. Sikap batin mereka menjalani hidup. Maka dari itu, pihak panitia sudah tidak lagi bingung dan pusing tujuh keliling mencari narasumber. Di pihak lain, honor sebagai narasumber itu malah bisa ‘mengalir’ kepada mereka.



Gambar 5. Seorang dokter yang mengikuti program 'Pengabdian' menjadi *cover story* acara tersebut.

Program

Pengabdian merupakan program TV Dokumenter Reality untuk keluarga Indonesia yang merekam perjalanan dan kegiatan beragam profesi di seluruh wilayah terpencil nusantara. Menggambarkan perasaan & pengalaman mereka dalam situasi apa adanya, lengkap dengan berbagai konflik yang dihadapi. Dikemas dengan pendekatan reality dan edukatif, juga menghibur. Program ini mulai tayang pada Mei 2011. **Pengabdian**, tayang setiap Sabtu pukul 18.15 WIB.

Dalam acara 'Pengabdian' ini, dipilih para profesional pemula yang dianggap **ahli** di bidangnya karena telah menyelesaikan pendidikan tinggi yang sesuai dengan pekerjaan, **keterpercayaan** di mana mereka lebih mengedepankan kemanusiaan daripada bekerja mencari uang, dan **daya tarik** di mana mereka yang umumnya cantik—menarik—terpelajar—tinggal di kota besar, mau

mengabdikan ke pelosok yang jauh dari keramaian.

Acara ini membuka peluang bagi mahasiswa *freshgraduate* dalam menekuni profesinya. Trans membuka kesempatan bagi para pemirsa untuk turut dalam acara ini seperti open recruitment pada Job Fair atau secara online. Produser acara ini Budi Afriyan. Untuk pemilihan pengisi acara sebagai komunikator dalam program ini, Trans TV mencari pula orang dengan profesi tertentu yang benar-benar ingin mengabdikan di daerah miskin.

"Untuk pengisi acara bisa guru, dokter. Tapi sekarang sedang cenderung ke profesi dokter, jadi imagenya itu lebih untuk dokter. Sebelumnya dokter dicari dari Jakarta, lalu terjun ke pelosok. Hanya sekarang ini setahu aku produser lagi pengennya emang dokter yang lagi PTT di daerah tersebut biar lebih mengena. Untuk talent ada fee hanya nominalnya berapa aku kurang tau..." (Wawancara dengan Sri Wahyuningsih, wartawan Magang Trans TV, 22 November 2011)



Gambar 6. Sekuen Program 'Pengabdian' tentang seorang dokter yang tengah memberikan pelayanan terhadap pasien.

Saat ini, daerah untuk program ini fokus ke tempat di luar Jawa atau di luar Jawa Barat. Program ini merekam perjalanan dan kegiatan beragam profesi di seluruh wilayah terpencil nusantara. Program ini menggambarkan perasaan & pengalaman mereka dalam situasi apa adanya, lengkap dengan berbagai konflik yang dihadapi. Dikemas dengan pendekatan reality dan edukatif, juga menghibur. (Data Trans TV Magazine & Documentary Production, 2011)



Gambar 7. Gambaran daerah terpencil dan erat dengan kemiskinan, tempat pada sulitnya akses jalan sehingga kesehatan sulit dijangkau. Akibatnya kematian akibat minimnya layanan kesehatan sulit dihindari.

Karakteristik Program yang ditampilkan dari rancangan Produser (dalam hal ini komunikator) adalah:

- a. Format TV Dokumenter.
- b. Visual: detail, *deep*, dramatis.
- c. Visualisasi yang lebih dramatis dengan pendekatan movie.

- d. Tiga segmen, segmen pertama pengenalan tokoh dan karakter serta beratnya perjalanan yang dihadapi. Segmen kedua adalah beragam konflik yang terjadi dan mesti dihadapi. Segmen ketiga adalah solusi. (data Trans TV Magazine & Documentary Production, 2011)

Tayangan yang ditampilkan menunjukkan, masih banyak penduduk Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan. Beberapa gambar di atas menampilkan minimnya fasilitas yang menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat, seperti pendidikan dan kesehatan. Perjuangan dan pengabdian segelintir orang yang memiliki kepedulian terhadap kondisi ini, adalah contoh tauladan yang patut diapresiasi. Tayangan *news* dokumenter yang diangkat dari cerita nyata, penuh konflik dan dramatisasi yang mengandung hikmah dan sarat pesan pembangunan yang dikemas oleh pihak swasta sebagai aktor pembangunan. Dalam Acara *Pengabdian*, pemilihan pengisi acara seperti dokter PTT (*Internship*) merupakan salah satu upaya mengkomunikasikan kiprah dokter yang diatur pemerintah untuk mengabdikan ke daerah miskin dan terpencil.

4.4. Perspektif Komunikasi Pembangunan

Hubungan komunikasi dengan pembangunan dalam berbagai hal melibatkan masalah yang luas dan selalu menyentuh bidang-bidang spesialisasi lain seperti: komunikasi politik, komunikasi sosial budaya, dan pembangunan merupakan bagian dari kebijakan komunikasi secara keseluruhan suatu Negara. Sedangkan ulasan ulaan yang dikemukakan Pye (Nasution, 2004) mengenai peranan komunikasi dalam pembangunan, merupakan bagian dari tinjauan komunikasi politik dalam masyarakat. Singkatnya, komunikasi pembangunan dalam arti luas meliputi peran dan fungsi komunikasi sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik di antara masyarakat dan pemerintah, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan.

Beberapa strategi baru komunikasi pembangunan, diantaranya (Sumadi Dilla, 2007):

- Memanfaatkan media rakyat dalam pembangunan,
- Menyempitkan jurang pemisah melalui redudansi,
- Menanggulangi bias *pro-literacy*,
- Memaksimalkan peran komunikator sebagai agen pembangunan,

- Menyusun pesan berorientasi kepada audiens, dan
- Memanfaatkan jasa teknologi komunikasi.

Penggabungan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh seseorang dengan profesi tertentu dalam 'Pengabdian' kemudian ditayangkan di media massa televisi dalam nuansa *participatory approach*, membuat program televisi swasta ini memiliki beberapa kelebihan. Setidaknya, tayangan ini lebih menyentuh nilai-nilai humanisme dan lebih menampilkan kondisi masyarakat apa adanya. Namun, pada acara talkshow seperti Gemari dan Beritani, beragam solusi dan upaya penyelesaian terhadap masalah pembangunan, dalam hal ini kemiskinan, bisa ditampilkan jauh lebih nyata. Baik acara talkshow maupun berita dokumenter semacam ini, saling melengkapi kita dalam mendapatkan pesan pembangunan di televisi.

Dalam hubungan dengan kredibilitas komunikator di atas, aktor pembangunan yang terlibat dalam program Gemari, Beritani, dan Pengabdian di Indonesia harus mampu menumbuhkan dan mengembangkan sistem nilai yang sesuai dengan tuntutan pembangunan. Pembangunan sistem nilai yang cocok dengan tuntutan kemajuan, harus tetap

dilandasi nilai-nilai yang terkandung dalam falsafah Pancasila sehingga era pembangunan diperlukan komunikasi yang kontekstual yang disesuaikan dengan karakteristik sosial budaya masyarakat.

Harmoko (1985) mengemukakan bahwa pesan yang disampaikan kepada khalayak haruslah :

1. Membaca berita hangat yang isinya cocok dengan kepentingan mereka.
2. Menggugah hati mereka sehingga gagasan dan perasaan yang disampaikan oleh si pembawa pesan sudah seperti milik si penerima pesan sendiri.
3. Menimbulkan dorongan bertindak bagi sasaran khalayak secara spontan dan penuh kesan.

Rogers dan Shoemaker (dalam Hanafi, 1987) mengatakan bahwa saluran interpersonal masih memegang peranan penting dibanding dengan media massa, terlebih-lebih di negara-negara yang belum maju di mana kurang tersedianya media massa yang dapat menjangkau khalayak terutama warga pedesaan, tingginya tingkat buta huruf dan tidak sesuainya pesan-pesan yang disampaikan dengan kebutuhan masyarakat. Karenanya, pesan audio visual melalui televisi cocok bagi masyarakat kalangan manapun. Selain itu, Lazarsfeld (dalam Susanto, 1988) mengatakan bahwa media massa yang menampilkan program seperti Gemari,

Beritani, dan Pengabdian merupakan 1) peliput ganda pesan dan penyebar ide secara mendatar dan 2) penguat artinya hanya didengar apabila sependapat dengan pendapat komunikan. Artinya dengan menggunakan media massa, akan lebih banyak pihak yang diterpa informasi tersebut.

Jadi saluran interpersonal dipergunakan apabila kita mengharapkan efek perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari komunikan. Indonesia sampai saat ini masih termasuk salah satu negara yang sedang berkembang, dimana sebagian besar penduduknya berada di pedesaan dan sekitar 50 % hidup dari hasil pertanian. Oleh sebab itu strategi komunikasi pembangunan masih dipusatkan pada daerah pedesaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Depari dan Mc Andrews (1991) bahwa sampai saat ini strategi komunikasi pembangunan masih terbatas pada siaran pedesaan, baik melalui media massa maupun pemanfaatan para petugas penyuluhan pembangunan. Oleh sebab itu perlu dipikirkan lebih lanjut, bagaimana usaha-usaha komunikasi yang ada dapat dikembangkan, terlebih-lebih menghadapi tantangan era globalisasi.

BAB 5

SIMPULAN

Banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan, minim fasilitas yang menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat seperti pendidikan dan kesehatan, mendorong beberapa media mengupayakan solusi terhadap masalah pembangunan. Perjuangan dan pengabdian segelintir orang yang memiliki kepedulian terhadap kondisi ini, adalah contoh yang patut diapresiasi, seperti ditampilkan dalam beberapa program televisi seperti Gemari, Beritani, dan Pengabdian. Program ataupun produk yang dihasilkan media massa selayaknya mengambil peran dalam jurnalisme pembangunan sebagai cara partisipasi dalam pembangunan. Jurnalisme pembangunan tersebut berupaya menampilkan solusi terhadap masalah kemiskinan, bukan hanya mengumbar tema tersebut sebagai komoditas media yang diminati penonton.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, 2007, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Edisi Revisi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Beebe, Steven A. Susan J. Beebe & Mark V. Redmond, 1996. *Interpersonal Communication, Relating to Other*. Nedham Heids, MA, USA.
- Bracht, Neil., dan Agis Tsouros. 1990. *Principles and Strategies of Effective Community Participation*, Health Promotion International 5.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan: Pendekatan Terpadu*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Griffin, Em, 2011, *A First Look At Communication Theory*, Eight Edition, New York: McGraw Hill.
- Harmoko, 1985. *Komunikasi Sambung Rasa*, Pustaka Sinar Harapan : Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta, Kencana Prenada Media Grup.
- McPhail, Thomas L., 2009, *Development Communication: Reframing The Role of The Media*, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Moleong. Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Rahmat, Jalaludin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Robert Norton, 1978. "Foundation of Communicators Style Construct", *Human Communication Research* 4.
- Robert Norton, 1983. *Communicator Style: Theory, Applications and Measures* (Beverly Hills, California).

Rogers, Everett M. dan F. Floyd Shoemaker. *Communication of Innovations*. Terjemahan Abdillah Hanafi. 1987. *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Usaha Nasional. Surabaya.

Saptana, Tri Pranadji, Syahyuti, dan Roosgandha. 2003. *Transformasi Kelembagaan Tradisional Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan di Pedesaan (Studi Kasus di Provinsi Bali dan Bengkulu)*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.

Susanto, Astrid, 1977. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Bina Cipta.

Trenholm, Sarah & Arthur Jensen, 2004. *Interpersonal Communication, Fifth Edition*. New York, Oxford University Press.

Rujukan Lain

http://www.bps.go.id/brs_file/kemiskinan-01jul09.pdf

<http://www.damandiri.or.id/detail.php?id=536>.

Data Trans TV Magazine & Documentary Production, 2011.

Wawancara dengan Sri Wahyuningsih, wartawan Magang Trans TV pada Program Acara 'Pengabdian', 22 November 2011.

<http://henrysubiakto.blogspot.com/2012/02/konsentrasi-media-dan-ancaman-demokrasi.html>