

10

23

Milik Depdikbud
Tidak Diperdagangkan

**PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN,
DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL
PADA GENERASI MUDA
DI KOTA BATAM**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
JAKARTA
1997**

Milik Depdikbud
Tidak Diperdagangkan

**PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN
DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL
PADA GENERASI MUDA DI KOTA BATAM**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
JAKARTA
1997**

**PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN DAN PERILAKU
BUDAYA TRADISIONAL PADA GENERASI MUDA
DI KOTA BATAM**

Penulis : Drs. Binsar Simanullang

Penyunting : Wiwik Pertiwi Yoesoef

Hal Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang

Diterbitkan oleh : Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional,
Direktorat Jenderal Kebudayaan
Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Edisi 1997

Dicetak oleh : CV. EKA DHARMA

SAMBUTAN DIREKTUR JENDERAL KEBUDAYAAN

Penerbitan buku sebagai upaya memperluas cakrawala budaya masyarakat patut dihargai. Pengenalan aspek-aspek kebudayaan dari berbagai daerah di Indonesia diharapkan dapat mengikis etnosentrisme yang sempit di dalam masyarakat kita yang majemuk. Oleh karena itu, kami dengan gembira menyambut terbitnya buku hasil kegiatan Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Penerbitan buku ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai aneka ragam kebudayaan di Indonesia. Upaya ini menimbulkan kesalingkenalan dengan harapan akan tercapai tujuan pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional.

Berkat kerjasama yang baik antara penulis, buku ini dapat diselesaikan. Buku ini belum merupakan hasil suatu penelitian yang mendalam sehingga masih terdapat kekurangan-kekurangan. Diharapkan hal tersebut dapat disempurnakan pada masa yang akan datang.

Sebagai penutup kami sampaikan terima kasih kepada yang telah menyumbang pikiran dan tenaga bagi penerbitan buku ini.

Jakarta, Pebruari 1997

Direktur Jenderal Kebudayaan



Prof. Dr. Edi Sedyawati

KATA PENGANTAR

Pengenalan dan indentifikasi terhadap hasil budaya merupakan suatu usaha yang sangat berharga, sehingga perlu dijalankan secara terus menerus. Hal ini menunjang kebudayaan nasional dalam rangka memperkuat identitas dan kesatuan nasional. Usaha ini juga bertujuan untuk meningkatkan penghayatan masyarakat terutama generasi muda terhadap warisa budaya.

Bertitik tolak dari kondisi tersebut, Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, berusaha menggali nilai-nilai budaya dari setiap suku bangsa atau daerah. Untuk melestarikannya, dilakukan penerbitan hasil-hasil penelitian yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat umum. Penerbitan buku berjudul **Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional pada Generasi Muda di Kota Batam** adalah upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Penyusunan buku ini merupakan kajian awal yang perlu disempurnakan lebih lanjut. Diharapkan adanya berbagai masukan yang mendukung penyempurnaan buku ini di waktu-waktu mendatang.

Akhirnya kepada semua pihak yang memungkinkan terbitnya buku ini kami sampaikan banyak terima kasih atas kerjasamanya. Mudah-mudahan isi buku ini dapat bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan juga bagi para pengambil kebijakan dalam rangka membina dan mengembangkan kebudayaan nasional.

Jakarta, Nopember 1997

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Sambutan Direktur Jenderal Kebudayaan	v
Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Kerangka Pemikiran	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian	7
Bab II Gambaran Umum Pulau Batam	
2.1 Sejarah Pulau Batam	11
2.2 Letak Geografis	12
2.3 Perkembangan Penduduk	13
2.4 Fasilitas Sosial dan Pendidikan	16
2.5 Pemerintahan dan Kebijakan Otorita Batam	21
2.6 Kehidupan Ekonomi	30

Bab III	Media Massa dan Pengaruhnya di Pulau Batam	
3.1	Arti dan Peran Media Massa	37
3.2	Peran Media Massa dalam Pembangunan	40
3.3	Pengaruh Media Massa	42
3.4	Media Massa dan Generasi Muda Pulau Batam	44
3.5	Perilaku Generasi Muda Pulau Batam	46
Bab IV	Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional Generasi Muda di Pulau Batam	
4.1	Pengetahuan Generasi Muda tentang Budaya Tradisional	50
4.2	Sikap Generasi Muda tentang Budaya Tradisional	55
4.3	Kepercayaan Generasi Muda tentang Budaya Tradisional	61
4.4	Perilaku Generasi Muda tentang Budaya Tradisional	65
Bab V	Penutup	
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	87
	Daftar Kepustakaan	
	Lampiran	
	1.Gambar	95
	2.Peta Pulau Batam	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Jumlah Sarana Olah Raga di Pulau Batam 18
2	Jumlah Sarana Kesehatan di Pulau Batam 19
3	Jumlah Ruang/Kelas Siswa SLTP/SLTA 20
4	Jumlah Guru Tetap SLTP/SLTA 20
5	Jumlah guru tetap Yayasan SLTP/SLTA 21
6	Data Pendidikan Kodya Batam 21
7	Laju Pertumbuhan PDRB 32
8	Pendapatan Perkapita di Pulau Batam 33
9	Ekspor Mata Dagangan 35
10	Wisatawan Asing 36
Tabel 4.1	Budaya Khas dan Unik Indonesia yang Berbeda dengan Budaya Lainnya di Dunia 51
2	Kebudayaan Indonesia Ditopang Kebudayaan Daerah 52
3	Budaya Indonesia Banyak Dipengaruhi Budaya Luar (Asing) 52
4	Mempertahanan Budaya Indonesia dari Budaya Luar (Asing) 52
5	Budaya Luar (Asing) Tidak Seluruhnya Harus Ditolak Bangsa Indonesia 54

6	Mencintai dan Melestarikan Budaya Daerah Berarti Pula Mendukung Kebudayaan Nasional ...	55
7	Program Televisi yang Disukai	56
8	Jenis Lagu yang Disukai	57
9	Pakaian yang Disukai	58
10	Tradisi yang Disukai	59
11	Pengarang Novel yang Disukai	60
12	Animo pada Museum dan Cagar Budaya.....	61
13	Generasi Muda Sekarang Mencintai dan Menghargai Budaya-budaya Daerah	62
14	Sebelum Menyukai Budaya Asing, Saya Selalu Membandingkannya dengan Budaya Sendiri	63
15	Budaya Daerah dan Nasional Tidak Hilang Walaupun Banyak Unsur Budaya Asing yang Masuk ke Indonesia	64
16	Banyak Generasi Muda yang Lebih Senang pada Budaya Asing Sekarang ini	64
17	Kebiasaan Membaca Surat Kabar	66
18	Kebiasaan Membaca Komik	68
19	Kebiasaan Membaca Majalah	69
20	Kebiasaan Mendengar Radio.....	70
21	Kebiasaan Menonton Film di Bioskop	71
22	Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari Sekolah	73
23	Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari Libur	74
24	Kebiasaan Menonton Film Kartun	75
25	Kebiasaan Menonton Opera Sabun (Soap Opera)	76
26	Kebiasaan Menonton Film Action di Televisi.....	77
27	Kebiasaan Menonton Acara Olahraga di TV	78
28	Kebiasaan Menonton Acara Musik di TV	78
29	Kebiasaan Menonton Acara Game Show di TV	79
30	Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock dalam Negeri.....	80

31	Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Tradisional	80
32	Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock Asing	81
33	Umur Responden	91
34	Jenis Kelamin Responden	91
35	Rangking Responden	91
36	Pekerjaan Ayah Responden	92
37	Pekerjaan Ibu Responden	92
38	Banyaknya Saudara Kandung Responden	93
39	Kepemilikan Kendaraan Bermotor	93
40	Tujuan Berlibur	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar

Dalam era globalisasi akhir-akhir ini, pengaruh kebudayaan asing terhadap kebudayaan Indonesia intensitasnya semakin meningkat. Hal tersebut didukung oleh kemajuan teknologi, utamanya teknologi transportasi dan komunikasi. Dengan kemajuan teknologi transportasi sekarang ini, kita dapat merasakan betapa mudahnya orang asing datang ke Indonesia dan sebaliknya orang Indonesia bepergian ke luar negeri. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan di bidang transportasi ini akan meningkatkan intensitas kontak kebudayaan, terutama kontak dengan kebudayaan asing yang dibawa oleh para turis dan usahawan mancanegara, dan juga orang Indonesia yang bepergian ke luar negeri.

Dengan semakin deras nya arus informasi dari luar ini, mau tidak mau keadaan tersebut harus disadari dan harus kita hadapi serta perlu diantisipasi. Sebenarnya kalau kita telusuri, sejak berabad-abad lalu pun kebudayaan kita ini telah banyak dipengaruhi dan diperkaya oleh kebudayaan asing. Namun demikian, dalam suatu keadaan saling pengaruh mempengaruhi, tidak ada suatu masyarakat yang mau begitu saja kebudayaannya hilang "ditelan" oleh kebudayaan lain. Walaupun ada pengaruh unsur kebudayaan luar, tetapi identitas dan keunikan

budayanya akan dipertahankan semaksimal mungkin. Dalam rangka itulah, kita perlu melakukan tindakan karena kekhawatiran-kekhawatiran akan hal tersebut telah disadari oleh masyarakat, utamanya mereka yang berkecimpung dalam bidang kebudayaan.

Demikian pula halnya dengan perkembangan teknologi komunikasi sekarang ini. Dengan sarananya yang sedemikian canggih dan berkembang pesat, sangat mempermudah hubungan antar individu dengan mengurangi kendala jarak, waktu dan biaya. Acara televisi asing dengan mudah masuk atau diterima oleh masyarakat kita. Dengan menggunakan antena parabola, satu keluarga sudah dapat menikmati acara televisi asing, seperti CNN, Star -TV, atau bahkan kalau menggunakan jasa perusahaan penyedia acara televisi asing dapat pula menikmati saluran HBO, Discoveri, TNT atau ESPN. Belum lagi perkembangan teknologi telepon yang digabung dengan komputer, atau lebih dikenal dengan internet yang berkembang sangat pesat. Dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pulsa telepon, dan dapat menampilkan teks, grafik, dan gambar, internet ini makin banyak digemari oleh masyarakat. Walaupun baru kalangan tertentu di kota-kota besar yang dapat mengaksesnya, namun perkembangannya sangat pesat sekali terutama di kalangan generasi muda yang haus akan hal-hal yang baru dan menantang.

Perhatian khusus bagi generasi muda adalah merupakan hal menarik karena merekalah sebagai penerus dan pendukung kebudayaan sekarang ini. Perubahan pandangan, pengetahuan, sikap, dan tingkah laku pada diri mereka akan berdampak besar pada masa depan dari corak dan nuansa kebudayaan pada masa yang akan datang. Padahal di sisi lain, mereka itu sangat mudah dipengaruhi oleh unsur kebudayaan asing, apalagi tatanan masyarakat dan kebudayaan yang ada sekarang ini dirasakan tidak memenuhi selera mereka. Oleh karena itu dirasa perlu untuk melakukan suatu tindakan, utamanya dalam bentuk kampanye, supaya mereka mencintai budaya sendiri yang merupakan identitas mereka.

Dengan cukup besarnya peran teknologi dalam pemasukan unsur-unsur kebudayaan asing ke Indonesia, tidaklah mengherankan kalau generasi muda, utamanya mereka yang tinggal di kota-kota besar

akan lebih dahulu menyerap unsur budaya asing tersebut. Hal itu terjadi karena kota-kota besar mempunyai sarana yang relatif lebih lengkap sehingga memungkinkan atau memudahkan mereka mengakses teknologi canggih dengan cepat berikut informasi atau unsur budaya asing yang melekat padanya. Selanjutnya dalam hal penyebarannya, kota-kota besar ini memegang peranan yang sangat penting, karena daerah sekitarnya yang biasanya disebut sebagai *remote areas*, akan mengacu pada kota tersebut.

1.2 Permasalahan

Penelitian ini merupakan bagian atau suatu langkah dari program kampanye dalam mananggulangi benturan budaya yang akan memperlemah jatidiri budaya bangsa terutama dikalangan generasi penerus. Beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi sekarang sekarang ini dalam ruang lingkup budaya tradisional.
2. Media komunikasi yang saat ini dipakai kelompok generasi muda dalam mendapatkan informasi, dan bagaimana frekuensi pemakaiannya dari masing-masing media tersebut.
3. Aktivitas apa saja yang dipakai generasi muda dalam menyalurkan kreativitas dan kegiatan lainnya, baik dalam ruang lingkup sekolah maupun luar sekolah.

1.3 Kerangka Pemikiran

Pada intinya apa yang selalu dilakukan oleh Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional adalah memasarkan ide-ide atau tujuan-tujuan sosial tertentu yang bersifat abstrak. Karena sifatnya yang memasarkan itulah, sebenarnya prinsip-prinsip marketing atau pemasaran dapat dipakai dalam segala kegiatan yang dilakukan. Kegiatan demikian umumnya disebut sebagai **social marketing**. Para ahli dan praktisi dalam bidang ini telah menyadari bahwa **social marketing** biasanya beroperasi pada pasar dan sekmen pasar yang kurang menguntungkan,

dimana kadangkala merupakan segmen yang susah disentuh. Sedangkan **commercial marketing** berbeda dalam pasar yang paling mudah disentuh.

Selanjutnya, ada beberapa hal yang membedakan social marketing dan commercial marketing. Umumnya dalam social marketing kompetisi tidak terlalu ketat karena biasanya LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) atau instansi pemerintah saja yang berkecimpung. Masyarakat juga tidak harus selalu membayar untuk produk atau jasa yang ditawarkan, bahkan pada umumnya gratis. Namun tidak dipungkiri pula kadangkala dalam social marketing, suatu instansi atau organisasi harus menantang suatu kelompok interest yang kuat, misalnya dalam kampanye anti rokok yang harus menentang pabrik rokok yang kuat dari segi financial. Pengaruh lain dari social marketing dapat juga terjadi secara tidak langsung yaitu dengan meningkatnya permintaan akan menyebabkan kurangnya sumber, misalnya dengan meningkatnya minat baca masyarakat, perpustakaan umum menjadi penuh atau jumlah buku bacaan yang tersedia dirasakan menjadi kurang.

Menurut Kotler umumnya tujuan dari social marketing adalah perubahan sosial (Widahi, 1992 : 96). Ada empat jenis perubahan sosial yang direncanakan dalam social marketing. Yang pertama adalah perubahan cognitive (pengetahuan), misalnya kampanye untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai tingginya polusi di suatu wilayah. Kedua, perubahan tindakan (action), misalnya kampanye yang meminta masyarakat untuk berdemonstrasi melawan polusi. Ketiga, perubahan perilaku (behavioral), misalnya usaha atau kampanye yang meminta masyarakat untuk secara rutin mendaur ulang kertas dan plastik. Yang terakhir adalah perubahan nilai (value), misalnya usaha untuk meyakinkan masyarakat akan tingginya nilai udara dan air bersih.

Menurut Sven Windahl et.al. (1992 : 95) pada prinsipnya social marketing adalah menggunakan prinsip dan teknik marketing untuk mengajukan suatu maksud sosial, ide, atau tingkah laku sosial. Secara lebih khusus social marketing adalah mendesain, mengimplementasikan, dan mengontrol program-program untuk meningkatkan

penerimaan suatu ide atau maksud sosial dalam suatu kelompok target. Hal itu dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep segmentasi pasar, penelitian konsumen, pengembangan konsep, komunikasi, pemberian insentif, dan teori pertukaran untuk memaksimalkan respon dari kelompok target, yakni generasi muda (15 -20 tahun).

Menurut James William Coleman dan Donald Cressey (1989), pada kelompok usia ini mulai tumbuh kesadaran akan identitas diri dan keluarganya. Mereka dapat membedakan atau merasakan perbedaan etnik diri sendiri dengan teman-temannya, demikian pula dengan perbedaan sosial budaya dan ekonomi lainnya. Dan, mereka mulai menentukan sikap bagaimana mereka berperilaku sesuai dengan atribut-artibut yang ada.

Kalau kota mengacu kepada pendapat Robert Redfield yang mengatakan bahwa terdapat dua tradisi dalam suatu masyarakat yaitu tradisi besar atau tradisi kecil, maka dalam hal ini kota-kota besar di Indonesia dapat dimasukkan ke dalam kategori tradisi besar. Sebab tradisi kecil atau desa-desa disekitarnya mempunyai orientasi ke tradisi besar yaitu kota-kota besar tersebut.

Penilaian ini adalah dalam rangka mendesain, mengimplementasikan, dan mengontrol program-program yang akan dilaksanakan. Dengan segmen generasi muda sebagai target kampanye, maka perlu dilakukan penelitian untuk mendeskripsikan keadaan segmen tersebut. Menurut William R. Dillon (1994 : 3) dalam suatu strategi marketing, penelitian untuk mengetahui berbagai hal mengenai konsumen adalah sangat penting untuk kelanjutan dan kesuksesan strategi tersebut. Penelitian yang diperlukan minimal merupakan deskriptif dari keadaan kelompok generasi muda, utamanya mengetahui bagaimana pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang keadaan generasi muda yang berkaitan dengan :

1. Pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi muda dalam ruang lingkup budaya tradisional.

2. Berbagai media komunikasi massa yang dimanfaatkan oleh generasi muda untuk memperoleh informasi, dan frekuensi pemanfaatan masing-masing media komunikasi tersebut.
3. Berbagai aktivitas generasi muda dalam menyalurkan kreativitas dan kegiatan lainnya.

Berbagai informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan "kampanye" dalam bentuk pembinaan kebudayaan terhadap generasi muda dewasa ini. Khusus yang berkaitan dengan pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka dalam ruang lingkup budaya tradisional dapat digunakan sebagai bahan pembinaan nilai-nilai budaya secara menyeluruh.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan di atas, maka sasaran penelitian adalah segmen generasi muda di kota-kota besar yang masih berstatus pelajar SLTA, baik di sekolah negeri maupun sekolah swasta. Khususnya, mereka yang duduk di kelas 2 dan 3.

Ruang lingkup wilayah dipilih Pulau Batam dengan asumsi bahwa Pulau ini mempunyai intensitas kontak dengan budaya luar cukup tinggi.

Ruang lingkup materi tentang keadaan generasi muda di Pulau Batam yang akan diteliti meliputi :

1. Kondisi lingkungan kota.
2. Pengetahuan, sikap, kepercayaan dan perilaku yang berkaitan dengan :
 - a. keberadaan museum dan atau cagar budaya di daerahnya,
 - b. pagelaran seni tradisional,
 - c. pagelaran musik pop/rock
 - d. budaya daerah setempat dan budaya daerah lainnya, serta tradisi asli,
 - e. budaya dan tradisi asli,
 - f. pakaian buatan dalam dan luar negeri,
 - g. lagu-lagu bangsa Indonesia dan asing,

- h. novel hasil karya pengarang dalam dan luar negeri.
3. Generasi muda dan media komunikasi massa berkaitan dengan:
 - a. jenis media massa yang diminati,
 - b. kebiasaan (frekuensi) memanfaatkan media massa tersebut,
 - c. jenis berita dan atau program acara.
4. Berbagai kreativitas generasi muda, baik di dalam sekolah, masyarakat (luar sekolah), maupun di lingkungan keluarga.

1.6 Metode Penelitian

Dalam kegiatan penelitian, pada tahap awal atau persiapan, dilakukan penyusunan TOR sebagai pedoman pengumpulan data. Dalam rangka persiapan pula dilakukan pembuatan kuesioner dan pedoman wawancara. Setelah tahap persiapan, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan penelitian lapangan berupa penyebaran kuesioner dan wawancara, serta pengamatan.

Penelitian ini bersifat deskriptif dalam arti bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan fakta-fakta dan karakteristik dari populasi generasi muda. Penelitian ini memfokuskan pada aspek kuantitatif untuk menggambarkan keadaan populasi, namun data kualitatif pun diperlukan untuk melengkapi hal-hal yang tidak dapat diliput oleh kuesioner yang bersifat kuantitatif tersebut. Jumlah kuesioner yang diedarkan di Pulau Batam direncanakan khusus untuk siswa kelas dua dan tiga sebanyak 1.000 eksemplar, namun jumlah tersebut tidak tercapai, karena sebagian besar siswa kelas 3 SMUK Kartini sedang praktek lapangan, maka jumlah kuesioner yang dapat diedarkan hanya 970 eksemplar. Untuk melengkapinya, 30 eksemplar lagi diedarkan terhadap siswa kelas satu SMEA Ibnu Sina Pulau Batam.

Berdasarkan data yang didapat dari Kandep Pendidikan dan Kebudayaan Kodya Batam, di pulau Batam terdapat 10 SLTA, diantaranya 2 SLTA Negeri dan 8 SLTA Swasta. Untuk memenuhi jumlah kuesioner yang akan diedarkan, maka 9 sekolah dijadikan menjadi sampel penelitian, diantaranya 1 sekolah negeri dan 8 sekolah swasta. Hal tersebut didasarkan pertimbangan, bahwa yang satu lagi yaitu SMA Negeri 2 pulau Batam tempatnya agak terpisah, terletak di

kecamatan Belakang Padang. Adapun sekolah yang menjadi sampel penelitian adalah SMU Yos Sudarso dengan jumlah responden sebanyak 156 orang, SMA Negeri 1 sebanyak 152 orang, SMU Kartini sebanyak 122 orang, SMEA Kartini sebanyak 112 orang, STM Kartini sebanyak 105 orang, SMEA Ibnu Sina sebanyak 132, SMK Ibnu Sina sebanyak 92 orang, SMKTA Kartini sebanyak 92 orang, dan SMIP Kartini sebanyak 37 orang.

Pengumpulan data primer, selain dengan mengedarkan kuesioner juga dengan melaksanakan wawancara dan pengamatan. Adapun wawancara yang dilakukan adalah terhadap kepala sekolah, guru (BP, olahraga, agama, kesenian), penjaga sekolah, penjual makanan di dalam dan sekitar sekolah, orang tua murid (POMG), dan terhadap siswa (ketua OSIS, berprestasi, kurang berprestasi, aktif dan tidak aktif dalam organisasi sekolah).

Setelah data terkumpul, data yang dijarah dengan kuesioner yang lebih bersifat kuantitatif diberi kode dan dimasukkan ke komputer (coding and entering data). Sedangkan data yang didapatkan dengan wawancara diklasifikasikan dan ditulis sebagai laporan sementara dari lapangan.

Tahap selanjutnya adalah analisis data, dengan menampilkan secara deskriptif dalam bentuk grafik dan tabel dari data kuantitatif, kemudian dikombinasikan dengan hasil wawancara untuk membentuk sebuah laporan penelitian.

Adapun gambaran umum tentang responden adalah sebagai berikut:Usia yang paling dominan adalah **17 tahun**, yaitu sebanyak 399 orang (39,9%) dan umur **18 tahun**, yaitu sebanyak 272 orang (27,2%). Yang lainnya adalah berusia *15 tahun ke bawah*, yaitu sebanyak 21 orang (2,1%); berusia *16 tahun* sebanyak 188 orang (18,8%); berusia *19 tahun* sebanyak 86 orang (8,6%); dan berusia *20 tahun ke atas* sebanyak 28 orang (2,8%). Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 6 orang (0,6%). Untuk lebih jelasnya lihat tabel 33 pada lampiran.

Jumlah responden yang paling banyak adalah **perempuan**, yaitu 530 orang (53%), dan **laki-laki** hanya 466 orang (46,6%), sedangkan

sisanya yaitu 4 orang lagi (0,4%) tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 34 pada lampiran.

Sedangkan berdasarkan rangking per kelas, dari 1.000 responden, terdapat 328 orang (32,8%) yang menduduki rangking 1 - 10, selanjutnya 266 orang (26,6%) menduduki rangking 11 - 20, dan 100 orang (10%) menduduki rangking 21 - 30, serta 48 orang (4,8%) menduduki rangking 31 - 40. Sisanya yaitu tidak memberikan jawaban sebanyak 258 orang (25,8%). Data di atas menunjukkan jumlah responden yang tidak memberikan jawaban cukup banyak, hal itu terjadi karena sebagian besar responden enggan mencantumkan rangkingnya. Kemungkinan mereka itu adalah siswa yang tidak begitu pintar, dengan demikian mereka merasa malu untuk mencantumkan rangkingnya. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 35 pada lampiran.

Umumnya pekerjaan ayah responden adalah **karyawan swasta**. Dari 1.000 orang responden, terdapat 356 orang (35,6%) yang bekerja sebagai *karyawan swasta*, 211 orang (21,1%) yang bekerja sebagai *wiraswasta/pedagang*, dan 141 orang (14,1%) yang bekerja sebagai *pegawai negeri/ABRI/pensiunan*. Sedangkan orang tua responden yang bekerja sebagai *petani/nelayan* adalah 33 orang (3,3%), *supir/buruh lepas* terdapat 104 orang (10,4%), *pekerja sosial* 4 orang (0,4%) dan *pekerja mocok-mocok* terdapat 19 orang (1,9%). Selain itu ada juga responden yang tidak memberikan jawaban, yaitu sebanyak 132 orang (13,2%). Untuk lebih jelasnya lihat tabel 36 pada lampiran.

Sedangkan pekerjaan ibu responden umumnya adalah sebagai **ibu rumah tangga**. Hal itu terlihat dari 1.000 orang responden, terdapat 691 (69,1%) yang bekerja sebagai *ibu rumah tangga*. Sedangkan yang lainnya adalah *petani* sebanyak 90 orang (9%), *pegawai negeri/ABRI/pensiunan* sebanyak 33 orang (3,3%), *wiraswasta/pedagang* sebanyak 50 orang (5%), *karyawan swasta* sebanyak 28 orang (2,8%), *pekerja sosial* sebanyak 8 orang (0,8%), *pembantu rumah tangga* sebanyak 4 orang (0,4%). Sedangkan yang tidak menjawab terdapat 96 orang (9,6%). Untuk lebih jelasnya lihat tabel 37 pada lampiran.

Umumnya responden memiliki 3 - 4 orang saudara kandung. Dari 1.000 orang responden, terdapat 387 orang (38,7%) yang memiliki 3 - 4 orang saudara kandung. Sedangkan responden yang *anak tunggal*

terdapat 14 orang (1,4%); yang memiliki *1 - 2 orang saudara kandung* terdapat 198 orang (19,8%); yang memiliki *5 - 6 saudara kandung* terdapat 252 orang (25,2%); yang memiliki *7 - 8 orang saudara kandung* terdapat 100 orang (10%), dan yang memiliki *9 lebih saudara kandung* terdapat 39 orang (3,9%). Sedangkan yang tidak menjawab terdapat 10 orang (1%). Untuk lebih jelasnya lihat tabel 38 pada lampiran berikut.

Walaupun sebagian besar ibu responden tidak bekerja (sebagai ibu rumah tangga), namun 400 orang (40%) diantara mereka memiliki kendaraan (motor dan mobil). Jadi terdapat 600 orang (60%) yang tidak memiliki kendaraan. Adapun perincian mereka yang memiliki kendaraan tersebut adalah sebagai berikut; 344 (34,4%) memiliki 1 unit motor dan 269 orang (26,9%) memiliki 1 unit mobil; 75 orang (7,5%) memiliki 2 unit motor dan 71 orang (7,1%) memiliki 2 unit mobil; 19 orang (1,9%) memiliki 3 unit motor dan 24 orang (2,4%) memiliki 3 unit mobil; 16 orang (1,6%) memiliki 4 unit motor dan 9 orang (0,9%) memiliki 4 unit mobil; dan 3 orang (0,3%) memiliki lebih 5 unit motor dan 6 orang (0,6%) memiliki lebih 5 unit mobil. Yang lainnya adalah tidak menjawab pertanyaan tentang kepemilikan motor sebanyak 9 orang (0,9%) dan pertanyaan tentang kepemilikan mobil sebanyak 21 orang (2,1%). Lihat tabel 39 pada lampiran.

Umumnya para siswa ketika libur sekolah **pergi berjalan-jalan**. Dari 1.000 orang responden, terdapat 181 orang (18,1%) yang berlibur *di sekitar pulau Batam*; 121 orang (12,1%) yang berlibur *ke luar pulau Batam*, namun masih dalam propinsi Riau; 127 orang (12,7%) yang berlibur *ke luar propinsi Riau*; 78 orang (7,8%) yang berlibur *ke luar negeri*; 58 orang (5,8%) yang berlibur *di dalam/luar negeri*; 114 orang (11,4%) yang berlibur *dengan pulang kampung*; dan 35 orang (3,5%) yang berlibur *dengan wisata dan lain-lain*. Sedangkan yang *tidak kemana-mana* terdapat 242 orang (24,2%), dan yang tidak menjawab, terdapat 44 orang (4,4%). Untuk lebih jelasnya lihat tabel 40 pada lampiran.

BAB II

GAMBARAN UMUM PULAU BATAM

2.1 Sejarah Pulau Batam

Berdasarkan data sejarah, bahwa Pulau Batam sudah dihuni manusia sejak abad ke-13. Daerah ini adalah daerah kekuasaan kerajaan Melayu. Dalam sejarah Melayu, Pulau Batam sangat berperan dalam perjuangannya, karena di daerah inilah Laksamana Hang Nadim berpangkalan ketika peperangan melawan Portugis pada tahun 1511-1528. Sebagai tanda kebesaran nama Hang Nadim, kini nama itu disematkan sebagai nama Pelabuhan Udara Internasional Batam.

Pada jaman penjajahan Belanda, sekitar abad ke-17 dan 18, pulau Batam juga berperanan penting dalam perjuangan melawan penjajah Belanda. Di Pulau ini Armada Kerajaan Melayu berpangkalan melawan Belanda. Karena letaknya sangat strategis berhadapan langsung dengan Singapura, pemerintah Indonesia melalui pertama kali Ibnu Sutowo, direktur utama Pertamina, ingin menjadikan Batam sebagai "Singapuranya" Indonesia. Namun daerah ini mulai populer ditanah air sejak daerah ini menjadi daerah Kawasan Berikat, industri, alih kapal, perdagangan dan pariwisata tahun 1971.

Penduduk asli Pulau Batam dikenal dengan "orang selat". Disebut "orang selat" karena di sekelilingnya dipadati pulau-pulau kecil serta laut. Namun yang tidak banyak diketahui, ternyata saat itu Batam

merupakan sarang perompak. Mereka beroperasi di selat Singapura, seraya menjarah kapal-kapal dagang yang lewat. Dengan perahu kecil, para perompak tersebut mencegat kapal-kapal yang membawa berbagai komoditas. Setelah dikuras isinya, mereka melarikan diri meninggalkan kapal-kapal yang telah dijarahnya. Salah satu pulau yang dikenal sebagai tempat persembunyian para perompak ini adalah pulau Batam.

Hingga tahun 1980 lalu, salah satu lokasi yang ditakuti nahkoda kapal-kapal dagang adalah lingkungan Pulau Batam, yaitu bernama selat Philips, yang populer dengan perompak bersenjata golok panjang. Mereka mahir mengejar kapal-kapal, kemudian dengan tali mereka naik ke atas geladak kapal. Namun peristiwa mengerikan ini sudah berlalu. Kini, suasananya sudah jauh berbeda, kawasan pen coleng tersebut berhasil diberantas oleh para petugas keamanan. Kalau pun ada gangguan tidak menjadi bagian yang menakutkan lagi, atau skalanya bersifat kecil.

Sebagai bekas tempat persembunyian para perompak, nama Batam justru kian melambung. Sampai dengan tahun 1995 lalu, kehidupan masyarakat tidak didominasi lagi kalangan bajak laut, karena justru yang kelihatan dari pulau ini adalah daerah dagang, kota industri, dan pariwisata. Bahkan model pemerintahannya juga sudah berubah menjadi kotamadya, meski tidak memiliki wakil-wakil rakyatnya (DPRD tingkat II). Pertumbuhan daerah ini justru melebihi perkembangan daerah lainnya di Indonesia. Daerah yang paling banyak diminati para investor asing maupun dalam negeri.

2.2 Letak Geografis

Pulau Batam terletak di antara $10^{\circ} 7'$ Lintang Utara dan $10^{\circ} 47'$ Bujur Timur dan berada pada jalur perdagangan serta pelayaran yang sangat padat. Karena pulau ini sangat berdekatan dengan negara jasa Singapura. Negara ini adalah negara kecil namun pendapatan perkapitanya sangat tinggi, tertinggi di Asia Tenggara. Batam berhadapan langsung dengan Singapura, dapat dicapai dengan 15 menit mengendarai Ferry (kapal kecil). Bahkan jika dilihat dari daerah tertentu yang berhadapan langsung dengan Singapura (seperti sekupang dan Batu Ampar), Singapura nampak sekali hiruk pikuk lalu lalangnyanya kendaraan, gedung-gedung bertingkat, dan lain-lain.

Luas pulau ini sekitar 415 km² (415.000 ha) atau 67 persen dari luas Singapura. Sedangkan Singapura terletak 20 km di sebelah Barat laut Pulau Batam yang luasnya 620 km² (620.000 ha). Pulau-pulau besar lain yang berdekatan dengan Pulau Batam adalah Pulau Bintan, Pulau Bulan, Pulau Rempang, Pulau Galang, dan Pulau Galang Baru. Pulau Bintan terletak 10 km di sebelah timur Pulau Batam. Luasnya adalah 1.100 km² (1.100.000 ha), berarti 177 persen dari luas Singapura. Pulau Bulan terletak 2,5 km di sebelah Barat Daya Pulau Batam, luasnya 100 km² (100.000 ha). Ini berarti 16 persen dari luas Singapura.

Di samping itu, Pulau Rempang terletak 2,5 km² di sebelah Tenggara Pulau Batam, luasnya 166 km² (166.000 ha). Ini berarti 27 persen dari luas Singapura. Pulau Galang terletak 350 meter di sebelah Tenggara Pulau Rempang, luasnya 80 km² (32.000 ha). Berarti pulau ini luasnya 13 persen dari luas Singapura. Pulau Galang Baru terletak 180 meter di sebelah Selatan Pulau Galang. Luasnya 32 km² (32.000 ha), berarti 5,2 persen dari Singapura. Jika Pulau Batam, Rempang, dan Galang digabungkan (Balerang) luasnya menjadi 715 km² (715.000 ha) = 115 persen dari luas Singapura.

Temperatur udara pulau Batam sama dengan pulau-pulau lain di sekitarnya yang merupakan daerah tropis bawah dan beriklim panas, dengan suhu terendah rata-rata adalah 25,3 derajat celsius dan suhu tertinggi rata-rata 34,4 derajat celsius. Sedangkan kelembaban udaranya berkisar antara 73 persen sampai 96 persen. Namun curah hujan di pulau ini termasuk memiliki curah hujan cukup tinggi tiap tahunnya, yaitu sekitar 2.600 milimeter per tahun. Tingginya curah hujan ini disebabkan oleh karakter fisik pulau ini yang berbukit-bukit dengan bukit tertinggi adalah 160 meter di atas permukaan laut. Curah hujan terbanyak terjadi pada bulan Nopember - Desember dan April - Mei.

2.3 Perkembangan Penduduk

Perkembangan sosial, kependudukan dan ketenagakerjaan yang terjadi akibat pola perkembangan ekonomi industri yang berorientasi internasional di satu pihak dan berorientasi internal di lain pihak,

telah mengakibatkan tingginya tingkat migrasi penduduk dari wilayah Indonesia lainnya ke Pulau Batam dan tingkat partisipasi angkatan kerja.

Pulau Batam merupakan daerah yang memiliki kontak antar budaya yang paling tinggi, bukan hanya kontak budaya antar budaya nasional dengan budaya luar maupun kontak budaya antar berbagai budaya yang ada di tanah air. Tingginya kontak budaya di Pulau yang mengandung bauksit sangat tinggi ini karena di daerah ini merupakan daerah yang menyerap banyak tenaga kerja dari berbagai daerah yang ada di tanah air maupun dari berbagai negara-negara tetangga.

Saat ini Batam memang tidak ubahnya bagaikan sebongkah gula yang dikerumuni semut. Ribuan pendatang dari beberapa daerah di tanah air berbondong-bondong ke pulau ini. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam (OPDIPB) dan Perwakilan Biro Pusat Statistik Propinsi Riau menyatakan bahwa penyebaran penduduk di Pulau Batam tidak merata. Untuk kecamatan Batam Timur berjumlah 67,92 persen. Untuk kecamatan Batam Timur berjumlah 67,92 persen. Kecamatan Batam Barat jumlah penduduknya sebesar 23,22 persen, dan kecamatan Belakang Padang hanya sebesar 8,86 persen.

Lebih jelasnya, pada periode tahun 1973 sampai dengan 1983 jumlah penduduk telah meningkat dengan cepat dari lebih kurang 6.000 jiwa menjadi 43.000 jiwa dan meningkat lagi menjadi 192.514 jiwa pada bulan September 1995. Maser Plan atau Rencana Induk Pengembangan Pulau Batam telah memproyeksikan jumlah penduduk wilayah ini sebesar 700.000 jiwa menjelang tahun 2006. Dari jumlah penduduk hingga September 1995 itu, jumlah penduduk perempuan mencapai 93.237 jiwa dan penduduk laki-laki sebesar 99.241 jiwa.

Berdasarkan persebaran penduduk di tiga kecamatan adalah sebagai berikut :

1. Kecamatan Balakang Padang berjumlah 17.297 jiwa;
2. Kecamatan Batam Barat berjumlah 44.180 jiwa; dan
3. Kecamatan Batam Timur berjumlah 131.037 jiwa.

Kepadatan penduduk di masing-masing kecamatan di Pulau Batam antara lain : Batam Timur tercatat mencapai 590 jiwa per kilometer persegi. Sedangkan untuk Batam Barat sebesar 280 jiwa per kilometer persegi, dan yang paling rendah adalah kecamatan Belakang Padang yaitu 78 jiwa per kilometer persegi. Pertambahan penduduk di pulau Batam ini disebabkan oleh migrasi spontan dan melalui tenaga kerja antar daerah. Pertambahan penduduk ini dari tahun ke tahun kian meningkat. Berdasarkan laporan bulan registrasi penduduk dari ketiga kecamatan tersebut, pada bulan Januari hingga Desember 1995, jumlah penduduk mencapai 32.178 jiwa atau 19,63 persen dibandingkan dengan tahun 1994.

Membengkaknya pertambahan penduduk Batam ini antara lain disebabkan derasnya pendatang yang mengadu nasib di pulau ini. Umumnya mereka yang datang ke Pulau Batam itu berusia muda dengan tujuan tidak lain mencari lapangan kerja. Tenaga kerja antardaerah yang paling memegang peranan penting dalam pertumbuhan penduduk adalah penduduk yang berasal dari Jawa, Sumatera, dan Nusa Tenggara Barat. Sebagian besar adalah bekerja di sektor industri Muka Kuning. Hingga Desember 1995, jumlah tenaga kerja itu mencapai 20.000 orang atau 20 persen dari penduduk Kotamadya Batam. Meningkatnya penduduk secara proporsional tersebut menaikkan pula angka angkatan kerja. Dari data Kantor Depnaker Kotamadya Batam menyatakan bahwa sampai dengan bulan Desember 1995, terdaftar 81.638 jiwa yang bekerja di 1.122 perusahaan. Data tersebut belum termasuk penduduk yang bekerja pada sektor informal dan pemerintahan. Berdasarkan jenis pekerjaan, 66,88 persen angkatan kerja penduduk berada pada sektor industri; 16,15 persen penduduk bekerja di bidang bangunan/konstruksi, serta 7,91 persen bergerak di bidang perdagangan, hotel dan restoran.

Sedangkan berdasarkan jenis kelamin bahwa ternyata tenaga kerja wanita terus meningkat, sampai bulan September 1995 tercatat berjumlah 37.264 orang atau 46,44 persen dari total pekerja yang ada di kawasan Pulau Batam ini. Dari para pekerja wanita sebagian besar (64,24 persen) bekerja di lingkungan sektor pengolahan. Sedangkan tenaga kerja warganegara asing (WNA) tercatat sampai dengan bulan September 1995 sebanyak 968 tenaga kerja. Sebanyak 83,26 persen

bekerja di sektor industri. Penduduk usia kerja (10 tahun ke atas) di Pulau Batam berjumlah 65,98 persen dan sekitar 40 persen dari jumlah pekerja di sektor industri adalah berusia 20 tahun hingga 34 tahun.

Publikasi media massa tentang kemajuan Batam dewasa ini menjadi pemicu bagi pencari kerja untuk mengadu nasibnya di pulau ini. Namun sayangnya kebanyakan para pencari kerja itu sebelum datang ke Batam tidak dibekali oleh latar belakang pendidikan dan ketrampilan yang memadai.

Kondisi itu mungkin dapat menimbulkan masalah besar. Tanpa dibekali oleh pendidikan dan ketrampilan yang memadai itu, kemungkinan mereka terlantar di Batam sangat besar. Mereka akan menjadi pengangguran yang akan menjadi beban masyarakat.

Tingginya arus pendatang ini biasanya sesudah lebaran dan tahun baru. Hal ini terjadi karena para pendatang mudik ke daerah asalnya saat menjelang hari raya tersebut. Sebagaimana dengan kegiatan mudik para pendatang di kota-kota besar lainnya, para pendatang yang datang ke Batam juga membawa teman, sanak saudara dan kerabat dari daerah asalnya.

2.4 Fasilitas Sosial dan Pendidikan

2.4.1 Fasilitas Sosial

2.4.1.1 Sarana Jalan

Berkembangnya industri dan penduduk di Pulau Batam menyebabkan harus tersedianya berbagai fasilitas sosial dan fasilitas umum, agar bisa menarik minat para investor dan wisatawan yang akan berkunjung ke daerah ini. Apa jadinya kalau fasilitas sosial dan fasilitas umum tidak memadai, maka daerah itu menunjukkan daerah yang masih terbelakang. Misalnya, sarana jalan yang dibangun di Batam merupakan infrastruktur penting di Batam. Dapat dikatakan bahwa di Pulau Batam jalan-jalan dibangun lebih baik dari daerah lainnya, dengan dibeton dan hotmik.

Untuk menarik minat para investor, pihak Otorita Batam telah menanamkan modal untuk menyediakan berbagai fasilitas sosial tidak

kurang dari 1,7 trilyun. Oleh karena itu, Batam yang dulunya hanya sebuah perkampungan nelayan dan petani kelapa kini telah menjadi salah satu pintu gerbang ekspor Indonesia. Catatan ekspor dari Batam tahun 1995 tercatat sudah mencapai 2,36 milyar dollar AS atau melonjak naik 70,1 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Catatan ekspor ini hampir dua puluh kali lebih besar dibandingkan dengan ekspor nonmigas seluruh Riau tanpa Batam. Sedangkan sampai Juni tahun 1996, ekspor dari pulau ini sudah mencapai 1,51 milyar dollar AS.

Bahkan kini Batam dijadikan sebagai sasaran utama para wisatawan dari Singapura. Memang terdapat berbagai kemudahan yang bisa diperoleh di Batam. Semacam ada kebebasan antara penduduk Batam dan Singapura. Menurut berbagai keterangan bahwa penduduk Batam bisa ke Singapura dengan bebas dan begitu juga dengan penduduk Singapura dapat dengan bebas berkunjung ke Batam. Bahkan Batam adalah dijadikan sebagai tempat rekreasi, terutama penduduk Singapura yang ingin berbelanja lebih murah, mereka akan pergi ke pulau Batam. Dengan demikian, jika berbagai fasilitas sosial tidak dibangun maka keengganan masyarakat luar negeri untuk berkunjung ke daerah ini akan menurun. Apalagi Batam dijadikan sebagai daerah wisata selain sebagai daerah industri dan perdagangan.

2.4.1.2 Sarana Olah Raga

Bagian yang penting bagi menunjangnya pembangunan di Batam adalah tersedianya sarana olah raga yang memadai. Karena sarana olah raga merupakan bagian dari pembentukan jasmani dan rohani. Untuk pembentukan jasmani, para penduduk yang tinggal di daerah tersebut dapat membina kesehatan fisiknya di tengah-tengah proses pembangunan yang berlangsung. Sedangkan pembentukan rohani atau mental, di tengah perjalanan kesibukan pekerjaan yang melelahkan membutuhkan rekreasi yang bisa menghilangkan kepenatan berfikir dan kelelahan fisik. Maka sarana olah raga menjadi bagian yang sangat penting bagi keberlangsungan pembangunan Pulau Batam.

Adapun berkaitan dengan fasilitas olahraga, tidak kurang terdapat 2 buah lapangan bola, 15 buah lapangan tenis, 10 buah kolam renang,

6 buah lapangan golf, dan 17 buah bowling (lihat tabel). Namun, banyak sarana jenis olah raga lain yang dimiliki oleh para penduduk di sana, misalnya tidak tercantum berapa banyak sarana olah raga seperti tenis meja, bulu tangkis, bola volly, dan lain-lain yang dibangun dan dibina oleh para penduduk di pulau ini.

Tabel 2.1
Jumlah Sarana Olah raga di Pulau Batam

No.	Jenis sarana olah raga	Jumlah
1.	Lapangan bola	2 buah
2.	Lapangan tenis	15 buah
3.	Kolam renang	10 buah
4.	Lapangan golf	6 buah
5.	Bowling	17 buah
	Jumlah	50 buah

Sumber : Buku Petunjuk Batam Membangun. 1995

2.4.1.3 Sarana Kesehatan

Begitu juga dengan sarana kesehatan menjadi bagian yang vital dalam pelayanan kepada masyarakat. Meski pelayanan kesehatan ini bukan melulu menjadi bagian dari penyediaan oleh pemerintah, tapi bisa dikembangkan oleh pihak swasta yang ingin terlibat kepeduliannya dalam proses pembangunan yang ada. Sebagaimana diketahui bahwa sarana kesehatan di pulau Batam, pihak swasta juga banyak yang ingin menanamkan investasinya di bidang penyediaan sarana dan prasarana kesehatan, karena semakin meningkatnya penduduk yang datang kedaerah ini sudah dapat dipastikan membutuhkan pelayanan kesehatan, Pelayanan kesehatan ini bukan hanya dibutuhkan saat ketahuan penyakit sudah kronis, tapi juga untuk melakukan prevensi.

Sarana kesehatan yang ada berdasarkan catatan statistik adalah 4 buah rumah sakit, 3 buah rumah bersalin, 3 buah puskesmas, 17 buah puskesmas pembantu, 2 buah puskesmas keliling, dan 17 buah klinik

(lihat tabel). Tentunya banyak juga sarana kesehatan yang dikelola oleh swasta yang tidak masuk dalam catatan ini, terutama untuk daerah Batam Timur yang memiliki kepadatan penduduk cukup tinggi dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Pulau Batam.

Tabel 2.2
Jumlah Sarana Kesehatan di Pulau Batam

No.	Jenis Sarana Kesehatan	Jumlah
1.	Rumah sakit	4 buah
2.	Rumah bersalin	3 buah
3.	Puskesmas	3 buah
4.	Puskesmas pembantu	17 buah
5.	Puskesmas keliling	2 buah
6.	Klinik	17 buah
	Jumlah	46 buah

Sumber : Buku Petunjuk Batam Membangun. 1995

2.4.2 Fasilitas Pendidikan

Fasilitas pendidikan juga merupakan sarana yang paling strategis dalam menunjang pembentukan sumber daya manusia (SDM). Apabila Batam merupakan salah satu pintu gerbang ekspor Indonesia perlu ditunjang oleh SDM yang kuat. Untuk mengantisipasi perubahan ekonomi yang kian pesat, maka pembinaan SDM harus didukung oleh pendidikan yang berkualitas.

Berdasarkan data pendidikan yang ada, terdapat Taman Kanak-Kanak (TK) 36 buah, Sekolah Dasar (SD) 73 buah, Sekolah Menengah Pertama (SMP) 13 buah, Sekolah Menengah Umum (SMU) 7 buah, Sekolah Menengah Ekonomi Tingkat Atas (SMEA) 2 buah, Sekolah Teknologi Menengah (STM) 1 buah, Diniyah Awaliyah 14 buah, Ibtidaiyah 3 buah, Aliyah 2 buah, Tsanawiyah 5 buah, Pondok Pesantren 2 buah.

Berdasarkan data dari Kandep Pendidikan dan Kebudayaan Batam bahwa konsentrasi pendidikan lebih banyak di Batam Timur. Jika

diperbandingkan, jumlah ruang kelas yang ada di Batam Timur mencapai 233 ruang kelas, sedangkan di Batam Barat hanya ada 149 ruang kelas, dan yang paling kecil lagi ada di Kecamatan Belakang Padang hanya ada 15 ruang kelas. Jumlah ruang kelas ini tentunya juga berpengaruh pada jumlah siswa, yaitu di Batam Timur mencapai 4.147 murid SLTP dan SLTA, Batam Barat 2.415 murid, dan di Belakang Padang hanya berjumlah 970 murid.

Dilihat dari pendidikan guru yang mengajar di Pulau Batam masih belum seimbang dengan jumlah murid yang ada, terutama guru yang berlatarbelakang pendidikan sarjana. Untuk wilayah Batam Timur guru tetap yang berpendidikan sarjana hanya ada 23 orang. Angka itu masih kalah dengan guru tetap di wilayah Batam Barat yaitu 29 orang. Untuk wilayah kecamatan Belakang Padang yang hanya ada satu SLTA dan 3 SLTP Negeri, justru memiliki 15 guru tetap yang sarjana.

Tabel 2.3

Jumlah Ruang Kelas/Siswa SLTP dan SLTA di Pulau Batam

No.	Jumlah Kelas/siswa	Bel. Padang	Batam Barat	Batam Timur
1.	Ruang yang ada	7	76	105
2.	Ruang belajar	8	73	128
3.	Siswa	970	2.415	4.147

Sumber : Kandepdikbud Kodya Batam, 1996

Tabel 2.4

Jumlah Guru Tetap SLTP dan SLTA di Pulau Batam

No.	Pendidikan	Bel. Padang	Batam Barat	Batam Timur
1.	Sarjana	15	29	23
2.	Sarjana Muda	3	11	6
3.	Diploma III	14	44	26
4.	Diploma II	18	12	16
5.	Diploma I	5	3	8
6.	PGSLP	7	6	14
7.	SLTA	1	1	-

Tabel 2.5
Jumlah Guru Tetap Yayasan SLTP/SLTA di Pulau Batam

No.	Pendidikan	Bel. Padang	Batam Barat	Batam Timur
1.	Sarjana	-	-	-
2.	Sarjana Muda	-	-	-
3.	Diploma III	-	-	-
4.	Diploma II	-	1	11
5.	Diploma I	-	-	1
6.	PGSLP	-	-	4
7.	SLTA	-	-	3

Sumber : Kandedikbud Kodya Batam, 1996

Tabel 2.6
**Data Pendidikan Daerah Kodya Batam
 tahun 1994 / 1995 (Agustus)**

No.	Kecamatan	SD		SMP		SMU		SMEA		STM		SMIP	
		N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S
1.	Batam Barat	15	1	3	1	1	-	-	1	-	1	-	-
2.	Batam Timur	36	14	3	7	-	2	-	1	-	-	-	1
3.	Bel. Padang	19	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-	-
	Jumlah	70	6	9	8	2	2	-	2	-	1	-	1

Sumber : Kandedikbud Kodya Batam, 1996

2.5 Pemerintahan dan Kebijakan Otorita Batam

Konfrontasi dengan Malaysia barangkali menjadi pelajaran bagi pemerintah Indonesia untuk memperhatikan wilayah strategis yang berhadapan langsung dengan kedua negara tersebut. Sehingga andai kata tidak ada konfrontasi mungkin Pulau Batam tidak ada bedanya dengan pulau-pulau lainnya di Ujung Sumatera yang berbatasan dengan negara Malaysia dan Singapura (saat konfrontasi masih bergabung dengan Malaysia). Masa konfrontasi dengan Malaysia tahun 1963--1966 sedikitnya memberi inspirasi untuk memajukan pulau ini setaraf dengan negara-negara tersebut.

Masa konfrontasi merupakan masa terburuk hubungan Indonesia dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Pada masa itu, perusahaan minyak yang beroperasi di Indonesia tidak lagi diperkenankan menjadikan Singapura sebagai basis logistik. Saat-saat inilah muncul pemikiran untuk mengembangkan Pulau Batam menggantikan posisi Singapura.

Akhirnya, pada tahun 1971 keinginan pemerintah untuk mengembangkan Pulau Batam diluncurkan oleh pemerintah Indonesia melalui Keppres No. 74/1971 tertanggal 26 Nopember Oktober 1971 yang ditandatangani oleh Presiden Soeharto. Presiden Soeharto pertama kali menugaskan Ibnu Sutowo, direktur utama Pertamina saat itu sebagai Ketua Otorita Batam dengan tugas utama mengendalikan pembangunan di Pulau Batam.

Ketika itu, Pertamina sebagai badan usaha milik negara masih bermandikan dollar AS karena harga minyak saat itu bernilai tinggi. Langkah pertama Ibnu Sutowo mengembangkan Pulau Batam adalah menjadikan pulau yang luasnya 67 persen dari Singapura itu (415 kilometer persegi) sebagai basis logistik perusahaan-perusahaan minyak yang ada di Indonesia. Sejak itu, Batam bagaikan anak emas.

Dalam kepemimpinan Ibnu Sutowo juga Batam tidak sekedar dijadikan sebagai basis logistik perusahaan minyak yang beroperasi di Indonesia, tapi telah meluas menjadi daerah industri. Melalui Keppres No. 41/1973, Presiden Soeharto memutuskan bahwa Batam dijadikan sebagai daerah industri.

Tahun 1974, untuk memikat para investor bahwa Batam sebagai daerah industri, sebagian pulau ini dijadikan kawasan berikat. Dengan dukungan modal yang kuat, Pertamina terbetik keinginan untuk memajukan Batam seperti negara Singapura, negara pulau (kecil) tapi berkembang pesat. Sayangnya, Pulau Batam belum sempat berkembang dengan pesat, pendukung dana terbesar (Pertamina) dalam memajukan daerah ini harus mengalami penurunan pendapatannya karena harga minyak kian lama kian merosot. Posisi Pertamina sebagai perusahaan milik negara sebagai perusahaan yang paling besar memasukkan penerimaan negara tidak bisa dipertahankan lagi, oleh karena itu pemerintah beralih ke sektor potensial lain sebagai kocek devisa negara yaitu pajak dan pariwisata.

Keputusan menjadikan Batam sebagai kawasan berikat, industri, dan logistik itu tentunya sudah didasarkan pada studi. Rencana induk yang pertama telah dibuat oleh Pertamina bersama Pasific Bechtel dan Nissho Iwai. Untuk penyempurnaan Rencana Induk tersebut kemudian tahun 1974 dilakukan revisi oleh Crux. Selanjutnya tahun 1979 dilakukan revisi pulau oleh Otorita Batam bersama Direktorat Jenderal Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum.

Revisi itu menghasilkan Rencana Kerangka Dasar Tata Ruang (RKDTR 1979), kemudian Lembaga Teknologi Universitas Indonesia melakukan evaluasi dan revisi pada tahun 1986 dan terakhir tahun 1991 Otorita Batam bersama dengan Lembaga Teknologi Universitas Indonesia telah mengadakan evaluasi kembali dengan tujuan untuk meningkatkan volume, kecepatan, dan kualitas pembangunan yang menjamin tercapainya tujuan dan sasaran pengembangan yang telah ditetapkan.

Surat Keputusan Presiden nomor 41 tahun 1973, tanggal 22 November 1973 menetapkan Pulau Batam untuk dibangun dan dikembangkan untuk menjadi empat fungsi utama yaitu :

1. Daerah industri/kawasan berikat;
2. Pusat alih kapal/transshipment point bagi Indonesia;
3. Daerah perdagangan;
4. Daerah pariwisata.

Sebagai pelaksana tugas pembangunan dan pengembangan tersebut diberikan kepada Otorita Batam, yang dalam pelaksanaannya Ketua Otorita Batam bertanggung jawab kepada Presiden Republik Indonesia.

2.5.1 Pemerintahan

Pada tahun 1973, Pulau Batam berstatus satu kelurahan dalam lingkup kecamatan Pulau Belakang Padang kabupaten kepulauan Riau. Dengan Peraturan Pemerintah No. 34/1984, status Pulau Batam ditingkatkan menjadi Kotamadya Administratif Batam yang wilayahnya meliputi 186 pulau dan menjadi 3 (tiga) kecamatan yang terdiri dari 1 (satu) kelurahan, 18 (delapan belas) desa, dengan perincian sebagai berikut :

Pertama, kecamatan Batam Barat, terdiri dari empat desa, yaitu :

1. Patam
2. Pulau Buluh
3. Sekupang
4. Tiban

Kedua, Kecamatan Batam Timur, terdiri dari 10 (sepuluh) desa, yaitu :

1. Nongsa
2. Sungai Beduk
3. Kabil
4. Temoyong
5. Ngenang
6. Lubuk Baja Kota
7. Lubuk Baja Timur
8. Lubuk Baja Barat
9. Lubuk Baja Utara
10. Lubuk Baja Selatan

Ketiga, kecamatan Belakang Padang, terdiri dari satu kelurahan dan empat desa, yaitu :

1. Kelurahan Belakang Padang
2. Desa Kasu
3. Pemping
4. Pecung
5. Pulau Terung

Segera sesudah terbentuknya Kotamadya Administratif Batam, pemerintah telah menerbitkan Surat Keputusan Presiden No. 7/1984, yang mengatur pembagian tugas dan hubungan kerja antara Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam dengan Kotamadya Administratif Batam, yaitu inti pokoknya adalah Otorita Batam bertanggung jawab dalam pelaksanaan pembangunan dan pengembangan Pulau Batam sebagaimana yang digariskan dan ditetapkan Keppres No. 41/1973.

Sedangkan Kotamadya Administratif Batam bertanggung jawab dalam bidang pemerintahan, pembinaan kehidupan masyarakat, mengkoordinir aparat-aparat dan instansi-instansi pemerintah untuk

membantu dan mendukung suksesnya pembangunan daerah industri Pulau Batam.

2.5.2 *Kebijaksanaan Otorita Batam*

Pulau Batam dengan luas 415 km² yang terletak 20 km di sebelah tenggara Singapura, dikembangkan sejak tahun 1970 berdasarkan Keppres No. 65/1970 tertanggal 19 Oktober 1970. Pada tahap pertama dibatasi sebagai basis logistik dan operasional bagi usaha-usaha yang berhubungan dengan eksplorasi dan eksploitasi minyak dan gas bumi oleh PN Pertamina di bawah pimpinan Ibnu Sutowo sebagai dirut PN Pertamina pada waktu itu.

Menyadari potensinya yang amat besar karena lokasi Pulau Batam yang amat strategis, yaitu berada di selat Singapura yang dilalui oleh jalur pelayaran yang sangat ramai, pemerintah merasa perlu untuk mengembangkan Pulau Batam menjadi daerah industri yang akan mempunyai arti penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional pada umumnya. Berdasarkan hal itu pemerintah mengeluarkan Keppres No. 74/1971 tanggal 26 Oktober 1971 yang menyatakan bahwa sebagai daerah industri. Selanjutnya disusun rencana Induk Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam oleh Konsultan Nissho Iwai dan Betchel Corporation serta PN Pertamina pada tahun 1972.

Tahun berikutnya, dengan pertimbangan untuk meningkatkan dan memperlancar pelaksanaan pengembangan Daerah Industri Pulau Batam, maka pemerintah mengeluarkan Keppres No. 41/1973 tanggal 22 Nopember 1973, yang menyatakan bahwa seluruh wilayah Pulau Batam dikembangkan sebagai daerah industri, disertai penetapan beberapa kawasan industri sebagai kawasan berikat (*bonded area*), yaitu wilayah di bagian Timur Pulau Batam, wilayah di daerah Batu Ampar dan wilayah di daerah Sekupang bagaian Barat Pulau Batam, sesuai dengan Keppres No. 33/1974 tanggal 29 Juni 1974. Kemudian, kawasan berikat ini diperluas sampai seluruh Pulau Batam berdasarkan Keppres No. 41/1978 tanggal 24 Nopember 1978.

Masalah peruntukan dan penggunaan tanah di Pulau Batam diatur di dalam Keppres No. 41/1973 pada butir (3) yaitu pada bab III pasal 6 ayat 2 yang menyatakan : hal-hal yang bersangkutan dengan

pengurusan tanah di dalam wilayah daerah industri Pulau Batam diatur lebih lanjut oleh Menteri Dalam Negeri sesuai peraturan per-UU-an yang berlaku di bidang agraria, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Seluruh areal tanah yang terletak di Pulau Batam, diserahkan dengan hak pengelolaan (HPL) kepada Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam.
- b. Hak pengelolaan tersebut pada sub. a, ayat ini memberi wewenang kepada Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam untuk : (1) merencanakan peruntukan dan penggunaan tanah tersebut; (2) menggunakan tanah tersebut untuk keperluan pelaksanaan tugasnya; (3) menyerahkan bagian-bagian dari tanah tersebut kepada pihak ketiga dengan hak pakai sesuai dengan ketentuan-ketentuan pasal 41 sampai dengan pasal 43 UU Pokok Agraria; (4) menerima uang pemasukan/ganti rugi dan uang wajib tahun.

Penjabaran dari pengelolaan dan penggunaan tanah di daerah industri Pulau Batam ditetapkan melalui SK Menteri Dalam Negeri No. 43/1977 tanggal 18 Februari 1977.

Berdasarkan Keppres No. 80/M/1976 tanggal 23 Juni 1976, Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam Ibnu Sutowo digantikan oleh J.B. Sumarlin yang pada waktu menjabat sebagai Menteri Negara Penertiban Aparatur Negara/Wakil Ketua Bappenas.

Selanjutnya berdasarkan keppres No. 194/M/1978 tanggal 28 Agustus 1978, B.J. Habibie diangkat selaku Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam menggantikan J.B. Sumarlin.

Dengan melihat perkembangan dan kemajuan wilayah Batam sebagai daerah industri, maka pemerintah perlu mengatur penyelenggaraan pemerintahan di wilayah Batam secara lebih berdaya guna dan berhasil guna, dengan mengeluarkan PP Np. 34/1983 tanggal 7 Desember 1983 mengenai pembentukan Kotamadya Batam di wilayah Propinsi DT I Riau yang terdiri dari 3 kecamatan, 1 kelurahan, dan 11 desa.

Pemerintah dengan menyadari eksistensi dari Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam di dalam pembentukan Kotamadya Batam berdasarkan PP No. 34/1983 maka pada bab X pasal 17 dinyatakan bahwa hal-hal yang menyangkut hubungan penyelenggaraan pemerintahan sebagaimana dimaksud dalam PP ini dengan pelaksanaan pembangunan daerah industri Pulau Batam, diatur dengan Keputusan Presiden.

Berdasarkan ketentuan tersebut di atas, maka dikeluarkan Keppres No. 7/1984 tanggal 23 Januari 1984 tentang hubungan kerja antara Kotamadya Batam Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam yang intinya menyatakan bahwa :

- a. Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam adalah penanggung jawab pelaksanaan pengembangan pembangunan daerah industri Pulau Batam berdasarkan rencana yang ditetapkan oleh Otorita Batam;
- b. Walikotamadya Batam sebagai kepala wilayah adalah penguasa tunggal di bidang pemerintahan, dalam arti memimpin pemerintahan, membina kehidupan masyarakat Kotamadya Batam di segala bidang, serta mengkoordinasikan bantuan dan dukungan pembangunan daerah industri Pulau Batam.

Dengan pesatnya minat investor untuk menanamkan modalnya di Pulau Batam, sedangkan lahan yang tersedia sudah terbatas, maka berdasarkan Keppres No. 28/1992 tertanggal 19 Juni 1992, Pulau Rempang, Pulau Galang, dan 39 (tiga puluh sembilan) pulau lain di sekitarnya dimasukkan ke dalam wilayah kerja daerah industri Pulau Batam dan penetapannya sebagai wilayah Balerang berdasarkan Keppres No. 28/1992, telah dibentuk 2 tim yaitu :

- a. Tim penyusun Master Plan, dilaksanakan oleh Universitas Indonesia dengan Tim Counterpart dari instansi interdep, yaitu Pemda Riau, Kotamadya Batam, Dep. Hankam, Dep. Pekerjaan Umum, Badan Pertanahan Nasional dan Otorita Batam.
- b. Tim Pembangunan Jembatan dan Jalan Trans-Balerang, dilaksanakan oleh LAPI-ITB.

- c. Tim Pembuatan Studi Mengenai Sosial, Budaya, Ekonomi dan Politik dilaksanakan oleh Universitas Gadjak Mada yang saat ini dalam tahap pembahasan.

Sebagai tindak lanjut dari Surat Keputusan Presiden No. 28/1992 pada butir keenam yang menyangkut pengelolaan dan pengurusan tanah di dalam wilayah Pulau Rempang dan Pulau Galang yang diatur oleh Kepala Badan Pertanahan Nasional, maka telah dikeluarkan Keputusan Menteri Negara Agraria/Kepala Badan Pertanahan Nasional No. 9-VIII-1993 tentang pengelolaan dan pengurusan tanah di daerah industri Pulau Rempang, Pulau Galang, dan pulau-pulau lain di sekitarnya tertanggal 3 Juni 1993.

Tujuan dan Sasaran Pembangunan Pulau Batam

Pada mulanya gagasan pengembangan Pulau Batam adalah untuk memanfaatkan keuntungan lokasi geografis Pulau Batam yang dekat dengan Singapura dan berada tepat pada jalur pelayanan dan perdagangan internasional, dikaitkan dengan kemungkinan kejenuhan Singapura dalam menjalankan fungsi dan perannya sebagai simpul jasa distribusi untuk wilayah Asia Tenggara.

Berdasarkan kondisi, karakteristik dan potensi Pulau Batam, maka tujuan pengembangan Pulau Batam adalah :

1. Untuk pemerataan pembangunan nasional hasilnya dapat ditujukan kepada terciptanya kesejahteraan rakyat, keadilan sosial dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta stabilitas nasional khususnya bagi pembangunan di kawasan ini.
2. Memperoleh keuntungan ekonomis guna memanfaatkan posisi geografis Pulau Batam, yang diharapkan dapat memperkuat pola perekonomian Indonesia melalui perbaikan posisi neraca pembayaran luar negeri.
3. Meningkatkan sistem pelayanan perdagangan dan pelabuhan yang tertib, bersih dan efisien.
4. Memperluas lapangan kerja dan mendorong peningkatan mutu keahlian.

5. Mengurangi ketergantungan nasional pada simpul jasa distribusi luar negeri, yang berarti mendukung peningkatan kekuatan ekonomi nasional.
6. Mengurangi polarisasi pertumbuhan yang cenderung memusat di Jakarta, Surabaya, Medan, Ujung Pandang, sehingga secara tidak langsung akan menunjang proses pemerataan pembangunan nasional.
7. Diharapkan adanya kerjasama terutama dari Singapura yang saling menguntungkan dan saling mengisi serta bersifat komplementer terutama di bidang industri pariwisata, perdagangan dan alih kapal.
8. Menunjang usaha produksi ke arah pasaran dunia.

Surat Keputusan Presiden No. 41/1973 menetapkan bahwa Pulau Batam untuk dibangun dan dikembangkan menjadi empat fungsi, yaitu : (1) daerah industri/kawasan berikat; (2) daerah alih kapal dan perdagangan (transshipment point); (3) daerah pariwisata; (4) daerah perdagangan.

Pertama, fungsi sebagai daerah Kawasan Berikat. Pulau Batam termasuk P. Janda Berhias, P. Tanjung Sauh, P. Ngenang, P. Moi Moi dan P. Kasem, melalui Surat Keppres No. 56/1984, ditetapkan sebagai kawasan berikat dan selanjutnya, dengan Keppres No. 28/1992, P. Rempang, P. Galang, dan P. Galang Baru serta 39 pulau di sekitarnya ditetapkan sebagai kawasan berikat.

Kedua, fungsi Pulau Batam Sebagai Alih Kapal dan Perdagangan. Fungsi Pulau Batam sebagai transshipment point dilatarbelakangi oleh kedudukan Pulau Batam yang strategis pada jalur pelayaran dan jalur perdagangan dunia, serta untuk memanfaatkan peluang adanya limpahan dari Singapura yang sejak abad ke-19 sudah menjalankan fungsi tersebut. Bagi Pulau Batam dan Indonesia, penetapan fungsi ini berarti usaha peningkatan perdagangan luar negeri serta melancarkan arus kegiatan bongkar muat barang di Pulau Batam dalam rangka menunjang daerah industri.

Menyadari pentingnya pelabuhan laut dan bandara dalam mendukung fungsi ini, maka dalam Master Plan Pulau Batam, Bandara Hang Nadim direncanakan akan berperan sebagai internasional air-

port dan Pelabuhan Laut Kabil sebagai pelabuhan laut internasional dengan fasilitas terminal dan dermaga peti kemas berstandar internasional.

Fungsi Pulau Batam sebagai basis logistik, adalah merupakan fungsi pertama yang diberikan pada tahun 1970. Keppres No. 65/1970, mengatur pelaksanaan pembangunan Pulau Batam dalam hubungannya sebagai pusat logistik dari Pertamina. Fungsi Batam sebagai pusat logistik diperluas, sehingga saat ini Batam juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan dan perdagangan bagi produk ekspor dan barang impor Indonesia.

Ketiga, fungsi Pulau Batam sebagai Daerah Wisata. Secara nasional pada tahun 1983 melalui Keppres No. 15, ditetapkan bahwa wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia dibebaskan dari memiliki visa.

Khusus Pulau Batam, melalui Keppres tersebut ditetapkan pula pelabuhan Batu Ampar sebagai pintu masuk bagi kapal-kapal pesiar rombongan wisatawan asing.

Dalam rangka usaha meningkatkan pengembangan kepariwisataan di Pulau Batam, beberapa peraturan telah dikeluarkan, khususnya di bidang keimigrasian antara lain sebagai berikut :

- Keputusan Menteri Kehakiman No. M-01-PW, tanggal 10 Juli 1980, diperbaharui pada tanggal 8 Januari 1983, tentang penetapan Pulau Batam sebagai daerah yang berstatus khusus dari segi keimigrasian dalam rangka pengembangan P. Batam sebagai daerah industri dan wilayah usaha bonded warehouse;
- Keputusan Dirjen Imigrasi No. 175/SEK/VIII/1980 tentang penyelesaian keimigrasian dalam rangka pengembangan Pulau Batam, sebagai daerah industri dan wilayah usaha bonded warehouse.

2.6 Kehidupan Ekonomi

Kehidupan mata pencaharian nelayan merupakan ciri dari kehidupan ekonomi masyarakat penduduk asli Batam. Namun setelah

ada kebijaksanaan pemerintah yang ingin menjadikan sebagai basis logistik setelah ada konflik Indonesia dengan Malaysia, karakteristik penduduk asli sebagai nelayan tersingkirkan oleh kehidupan ekonomi baru yang banyak didominasi oleh para pendatang. Ketika itu, Indonesia mencari alternatif pengiriman logistik, lalu dibuat kebijaksanaan bahwa tempat yang paling cocok adalah Pulau Batam, pulau yang berhadapan langsung dengan Singapura.

Berbagai kebijaksanaan pemerintah telah digulirkan, dengan tujuan agar Batam bisa menarik minat para investor sekaligus dapat meningkatkan devisa atau penerimaan negara. Berbagai promosi dilakukan oleh pemerintah Indonesia ke negara-negara Asia, Eropa, dan Amerika (belum dilakukan upaya ke negara-negara Afrika), karena dianggap negara-negara tersebut dapat menanamkan modalnya di daerah pintu gerbang ekspor tersebut.

Pertumbuhan penduduk pun berkembang pesat, banyak pendatang yang datang dari berbagai daerah di Indonesia, terutama dari Jawa, Sumatera, dan Nusa Tenggara Barat. Berdatangnya penduduk dari berbagai daerah ini dirasakan kurang merata di semua wilayah kecamatan di Batam, penduduk lebih banyak terkonsentrasi di wilayah kecamatan Batam Timur. Hal ini disebabkan karena konsentrasi industri dan jasa juga banyak terdapat di wilayah Batam Timur dibandingkan dengan kecamatan lain.

Sesuai dengan volume usahanya, maka sektor yang besar pengaruhnya terhadap laju pertumbuhan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) di kotamadya Batam meliputi sektor listrik, gas dan air minum, sektor industri pengolahan, sektor bank dan lembaga keuangan lainnya, serta sewa rumah. Laju pertumbuhan ekonomi yang paling pesat di Pulau Batam berdasarkan data yang ada adalah di bidang perbankan (lembaga keuangan lainnya), sewa rumah, dan industri pengolahan. Sedangkan di sektor pertambangan dan penggalian mengalami penurunan yang tajam (lihat tabel).

Tabel 2.7
**Laju Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Konstan 1983
 Menurut Lapangan Usaha**

No.	Sektor	Laju Pertumbuhan (%)	
		1984 - 88	1983 - 91
1.	Pertanian	14,43	20,21
2.	Pertambangan dan Penggalian	9,17	-8,49
3.	Industri pengolahan	7,63	22,30
4.	Listrik, gas, dan air minum	21,78	25,53
5.	Bangunan	5,05	8,31
6.	Perdagangan, hotel, dan restoran	7,94	7,78
7.	Pengangkutan dan komunikasi	6,65	8,89
8.	Bank dan lembaga keuangan lainnya	9,74	23,32
9.	Sewa rumah	4,83	13,13
10.	Pemerintahan dan pertahanan	4,91	3,97
11.	Jasa-jasa	10,28	9,36

Sumber : Batam Dalam Angka, 1996.

Pendapatan per kapita penduduk menurut harga yang berlaku dari tahun 1987 berturut-turut adalah Rp. 727.409,- namun meningkat pesat (100 persen) menjadi 1.508.580,- pada tahun 1991. (lihat tabel). Dengan demikian dinamika pertumbuhan ekonomi Batam jauh melebihi dari pertumbuhan wilayah lainnya di Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi di Kotamadya Batam sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan pemerintah Indonesia, disamping pengaruh ekstern, karena aktivitas ekonomi di Batam sangat dipengaruhi oleh iklim dunia usaha dan kebijaksanaan ekonomi luar negeri khususnya Singapura. Pembangunan di Pulau Batam sampai saat ini terutama didorong oleh sektor swasta. Dari 3.885.021 miliar dollar AS investasi sampai tahun 1992, peran swasta dalam menanam modal adalah jauh lebih besar dari yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, dan sebagian besar adalah perusahaan asing.

Tabel 2.8
Pendapatan perkapita penduduk di Pulau Batam
tahun 1987 - 1991

No.	Tahun	Jumlah (dalam rupiah)
1.	1987	727.409,-
2.	1988	800.680,-
3.	1989	864.590,-
4.	1990	970.750,-
5.	1991	1.508.580,-

Sumber : Data Dalam Angka, 1996.

Hingga Oktober 1995, pihak swasta telah menanamkan modalnya sebesar 4,53 miliar dollar AS (sekitar Rp. 10 trilyun), sedangkan investasi pemerintah telah menanamkan sekitar 976,5 juta dollar AS (sekitar Rp. 2 trilyun). Investasi pemerintah ini digunakan untuk penyediaan sarana infrastruktur. Berkat penyediaan sarana infrastruktur pemerintah ini, maka sejak terbuka sebagai daerah industri tahun 1973, tercatat 5.600 perusahaan telah menanamkan modalnya di pulau ini. Dari jumlah itu, 149 perusahaan merupakan perusahaan multinasional yang berstatus penanaman modal asing (PMA), 59 perusahaan berstatus PMDN, dan 5.392 perusahaan tidak berstatus PMA maupun PMDN.

Infrastruktur yang dibangun pemerintah tampak pada dibangunnya jalan-jalan berlapis beton dan hotmix. Jalan-jalan mulus ini telah membelah hutan rimbun yang kini masih menguasai 40 persen wilayah ini. Jalan-jalan tersebut tampak semakin mulus di daerah-daerah yang padat industri dan pusat-pusat bisnis. Begitu juga lapangan terbang berstandar internasional telah menghabiskan biaya Rp. 680 milyar agar bisa mempermudah jalur komunikasi para penanam modal, mempermudah proses ekspor dan impor, serta menarik minat para wisatawan asing.

Berbagai megaprojek segera dibangun di pulau ini. Menurut Menristek B.J. Habibie yang juga Ketua Otorita Batam, Batam dirancang untuk memiliki pelabuhan peti kemas terbesar di Asia. Pelabuhan itu akan diberi nama Port Asia, tahun 1998 diharapkan akan menampung peti kemas sebesar 3,2 juta TEUs (twenty-feed

equivalent units), bahkan bisa dikembangkan menjadi 16 juta TEUs per tahun untuk masa-masa berikutnya.

Akibat pembangunan yang pesat itu, devisa dari Pulau Batam meningkat pesat. Total ekspor non-migas dari wilayah ini selama Januari hingga Oktober 1995 sudah mencapai 1,8 miliar dollar AS atau sekitar Rp. 4 trilyun. Ini berarti mengalami peningkatan 66,68 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 1,12 miliar dollar AS.

Namun pembangunan di Batam juga tidak berarti berjalan mulus, karena ada pengusaha pembangunan proyek yang tidak jujur. Dan ada kendala lain, yang jika dibandingkan dengan pembangunan di wilayah Johor, Singapura dan Shenzhen (China di dekat Hongkong), Batam masih kurang. Oleh karena itu pemerintah melakukan revisi kebijaksanaan agar bisa menarik minat para investor. Masa sewa lahan yang selama ini hanya 30 tahun kemudian diperpanjang menjadi 80 tahun. Pendeknya waktu (30 tahun) tersebut beberapa kalangan pengusaha Singapura sulit untuk mencari dana atau menyakinkan bank agar mau memberikan kredit. Oleh karena itu, pemerintah menyadari jika ingin mendapatkan investor besar, maka iklim investasi harus dirubah.

Beberapa perubahan kebijaksanaan dari Otorita Batam adalah seperti alokasi tanah terlantar atau lahan yang belum dibangun pemiliknya diancam pencabutan izinnya, demikian juga masa sewa agar bisa memikat para investor diperpanjang dari 30 tahun menjadi 80 tahun. Namun kebijaksanaan ini juga harus didukung oleh peraturan yang jelas, sikap pejabat yang profesional dalam melayani pengusaha asing maupun lokal. Pemerintah harus menindak tegas para aparat yang tidak bersikap profesional tersebut, karena akan mengganggu pembangunan atau kepercayaan para pengusaha dan masyarakat pada umumnya. Karena hal yang menarik di daerah lain seperti Singapura dan Johor adalah pemerintahnya yang selalu memberikan kepastian hukum dan menindak aparat yang tidak jujur.

Ada tiga pelabuhan ekspor pulau ini yaitu : Batu Ampar, Sekupang dan Kabil (Panau) yang berperan sebagai terminal laut untuk mengapalkan berbagai jenis mata dagangan yang diproduksi di kawasan industri ini.

Selama tujuh tahun terakhir (1988-1994), ekspor berbagai jenis mata dagangan melalui ketiga pelabuhan ini terlihat dalam tabel.

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa pelabuhan Batu Ampar memiliki peranan besar dalam kegiatan ekspor dibandingkan dengan dua pelabuhan lainnya. Walaupun begitu pelabuhan Sekupang selama tujuh tahun terakhir mengalami kenaikan yang cukup pesat. Sebaliknya pelabuhan Kabil (Panau) mengalami penurunan yang sangat drastis.

Tabel 2.9
**Ekspor berbagai jenis mata dagangan melalui
tiga pelabuhan laut di Batam (1988 - 1994)**

Tahun	Batu Ampar	Sekupang	Kabil (Panau)	Jumlah
1988	39.942.901	3.612.985	-	43.555.886
1989	34.606.011	5.844.021	-	40.450.032
1990	110.020.199	10.438.915	-	120.459.114
1991	270.917.891	25.742.380	2.789.046	299.449.317
1992	505.763.844	59.125.336	3.195.145	568.084.325
1993	865.801.652	72.537.522	-	938.339.174
1994	1.307.338.662	115.829.646	2.790	1.423.171.098

Sumber : Biro Pusat Statistik, 1996.

Selain itu, Batam juga menjadi daerah tujuan wisata yang paling besar dari Singapura. Mereka bisa menjangkau Batam hanya dengan waktu 15 menit ke pelabuhan Batu Ampar. Biasanya mereka menggunakan waktu liburan mereka (akhir pekan) ke Batam, karena wisata di Batam tidak harus membayar visa dan mengeluarkan uang yang relatif murah.

Berdasarkan data statistik bahwa jumlah para wisatawan asing yang datang ke Indonesia melalui Batam menempati posisi ketiga setelah Soekarno-Hatta dan Ngurah Rai (lihat tabel).

Tabel 2.10
**Wisatawan asing yang datang ke Indonesia melalui
 3 bandara (1993 - 1995)**

Tahun	Soekarno-Hatta	Ngurah Rai	Polonia	P. Batam
1993	994.059	879.696	184.517	710.305
1994	1.142.207	1.036.017	192.222	889.408
1995	367.893	332.228	56.045	309.363

Sumber : Biro Pusat Statistik, 1996.

Demikianlah Batam menjadi daerah yang cepat sekali perkembangan ekonominya dibandingkan dengan kawasan lain di Indonesia. Pertumbuhan Batam juga nampaknya akan melebar ke pulau-pulau lain di sekitarnya sebagai suatu konsekuensi dari kebijaksanaan ekonomi di kawasan segitiga (Singapura-Johor-Riau), misalnya sekarang tengah dibangun jembatan yang menghubungkan ketiga pulau (Batam, Rempang dan Galang).

BAB III

MEDIA MASSA DAN PENGARUHNYA DI PULAU BATAM

3.1 Arti dan Peran Media Massa

Media massa merupakan media komunikasi yang berfungsi sebagai hiburan, sosialisasi, dan membantu pengamatan terhadap lingkungan (Laswell, 1948 : Schramm, 1955). Media massa yang paling besar pengaruhnya dalam pembentukan realitas sosial adalah televisi. Menurut McLuhan (1967), televisi mampu merebut tempat yang semula didominasi oleh media cetak. Hal ini terjadi karena televisi sebagai media elektronik bisa menawarkan gambaran berita atau acara yang lebih hidup, lebih dekat, dan seolah-oleh berinteraksi langsung dengan komunikator.

Karena pentingnya peranan media massa, terutama televisi ini, maka di beberapa negara Skandinavia, Denmark, Norwegia dan Swedia, televisi dimonopoli oleh pemerintah. Tidak ada iklan dan jam tayang televisi secara bebas sepanjang hari atau malam, tapi hanya dibatasi pada 50 jam perminggu dengan program acara yang sudah ditentukan berkisar pada program pendidikan dan informasi. Di Finlandia, media dimiliki bersama oleh pemerintah dan swasta, meskipun iklan diperbolehkan namun dibatasi.

Pada negara Eropa Timur seperti Polandia juga hampir sama seperti negara-negara Skandinavia dimana televisi dimonopoli oleh

pemerintah dan iklan dibatasi. Waktu penayangannya pun dibatasi kurang lebih 50 jam perminggu. Pada saluran satu dan dua program televisi berisi program kebudayaan dan pendidikan, itupun dibatasi jam tayangnya hanya 22 jam perminggu.

Namun sebaliknya kalau kita menengok pada negara-negara Anglo Saxon, Inggris, Kanada, Australia dan Amerika Serikat tidak ada lagi pemilikan monopoli televisi oleh pemerintah, begitu juga jam tayangnya jauh lebih banyak, dan salurannya pun lebih banyak dibandingkan dengan negara-negara kontinental. Begitu juga di Jepang jaringan kerja televisi juga mirip seperti di Amerika.

Televisi merupakan produk masyarakat industri pada pertengahan abad ke-20 dan merupakan salah satu media yang mengantarkan manusia menuju masyarakat industri. Dalam masyarakat industri yang mengarah kepada masyarakat informasi, televisi menjadi bagian yang signifikan dalam proses promosi produk yang dihasilkan. Apalagi jika menilik pendapat Schramm bahwa media massa, khususnya televisi, bisa memberikan hiburan di tengah kepenatan kerja yang sangat terpola. Lain kata, media massa bisa dijadikan sebagai katarsis sosial (untuk menyenangkan diri dan melarikan diri dari masalah).

Jennings Bryant dan Dolf Zillmann menyatakan bahwa orang akan melakukan pemilihan acara televisi yang paling bisa menjanjikan "relief" dari pengalaman affective negative mereka, karena kejenuhan adalah suatu yang tidak bisa disangkal para pekerja Amerika. Oleh karena itu, orang yang semangatnya menurun karena jenuh oleh situasi yang rutin, pada umumnya cenderung merespon lebih kuat terhadap "affect inducing stimuli". Mereka yang pada dasarnya mengalami penurunan semangat diharapkan dapat memperoleh kesenangan yang lebih besar ketika menonton televisi. Jadi, orang yang semangatnya menurun ini menonton televisi untuk memuaskan rasa yang menyenangkan mereka.

Dalam masyarakat industri, ketegangan banyak timbul di tengah-tengah masyarakat. Individu mengalami keterasingan dengan lingkungannya, karena masyarakat tengah mengalami fenomena fragmentasi (terkotak-kotaknya antara elemen-elemen sosial, antara individu dengan individu lainnya, dan antara individu dengan

masyarakatnya). Hubungan sosial antara anggota masyarakat lebih banyak diukur oleh hubungan yang rasional dan impersonal, sedangkan hubungan intrinsik mulai tergusur serta hanya ada dalam masyarakat pedalaman dan pedesaan (masyarakat marginal). Hubungan intrinsik pada masyarakat pedesaan juga lama-lama akan mengalami perubahan menjadi mengarah pada hubungan ekstrinsik andaikan desa-desa itu mengalami "proses pengkotaan" (urbanisasi, dalam hal ini pengertian urbanisasi tidak selalu diartikan berpindahnya orang desa ke kota, tapi juga bisa berupa berubahnya desa menjadi kota sehingga struktur sosialnya mengalami perubahan seperti kota).

Industri hiburan (entertainment) bermunculan dimana-mana, begitu juga terjadi di wilayah Batam, sebagai daerah yang sangat dekat dengan Singapura. Masyarakat sangat menggandrungi para artis sebagai idola, karena peran mereka sangat menyentuh emosi massa (penonton), televisi juga turut mengatrol ketenaran para artis, karena selain memiliki fungsi hiburan dan sudah pasti keuntungan bisnis bagi televisi itu sendiri. Dalam proses penyampaian pesannya, media massa itu mampu memanipulasi gambaran hidup seseorang, membolak-balikkan sejarah, dan mengarahkan khalayak kepada pola konsumsi tertentu.

Selanjutnya, perkembangan teknologi komunikasi memaksa masyarakat mengubah perilaku sosial, politik dan ekonomi. Perilaku sosial masyarakat mulai bergeser dari pola tradisional ke arah modern. Begitu juga pola perilaku politiknya, masyarakat sangat menyakini kebebasan berpendapat. Sektor tersier (jasa dan informasi) menjadi satu kecenderungan komoditi masyarakat, apalagi pada negara-negara yang memiliki sumber alam yang sangat terbatas. Karena faktor inilah era informasi menjadi suatu fenomena yang paling penting di era mendatang, era yang membutuhkan akurasi.

Dalam era informasi berarti orang selalu tergantung kepada informasi untuk bisa mengurangi ketidakpastian (uncertainty). Penguasaan informasi sebagaimana dikatakan oleh Alvin Toffler bahwa orang yang menguasai informasilah yang akan berkuasa. Dengan kata lain informasi itu sendiri adalah kekuasaan (information is power), oleh karena itu ada di kalangan aparat birokrat yang tidak

mau mem berikan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat, karena mereka menganggap jika masyarakat banyak tahu tentang proses pelayanan sosial birokrasi yang bisa dilalui dengan mudah akan mengurangi wibawa dan tentunya juga rejeki mereka. Namun ada lagi pemikiran yang sebenarnya sudah lama seperti dinyatakan oleh McLuhan bahwa media massa adalah kekuasaan (*mass media is power* atau *mass media if powerful*). Pandangan ini menggiring pada suatu pemikiran tentang betapa kuatnya pengaruh media massa sehingga khalayak dapat diperlakukan sebagaimana yang dikehendaki oleh media massa.

Jadi, orang yang menguasai media massa dapat dengan jitu mengarahkan perilaku khalayak. Sebagaimana dinyatakan oleh teori peluru atau teori *hyphodermik* yang menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator akan sama dengan pesan yang diterima komunikan bagaikan peluru yang ditembakkan akan mengenai sasaran sebagaimana yang diharapkan oleh penembak, begitu juga orang yang menyuntikkan obat tertentu kepada pasien diharapkan akan memberikan reaksi tertentu sebagaimana yang diharapkan.

3.2 Peranan Media Massa dalam Pembangunan

Peranan media massa dalam pembangunan menjadi sangat penting. Karena media masa dapat dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang tidak hanya diterima di suatu tempat yang terbatas tapi luas daya jangkauannya. Oleh karena itu, penggunaan media massa tidak bisa lepas dalam pertumbuhan suatu wilayah atau negara.

Hedebro (1979) mengidentifikasi tiga aspek analisa komunikasi massa dan pembangunan, yaitu :

Pertama, pendekatan yang berfokus pada pembangunan satu bangsa, dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut. Di sini politik dan fungsi-fungsi media massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah yang menyangkut struktur organisasional dan pemilikan, serta kontrol terhadap media.

Kedua, analisa menekankan pada peran media massa yang spesifik, yaitu media dilihat sebagai pendidik atau guru, dan idenya adalah

bagaimana media massa dapat dimanfaatkan untuk mengajarkan kepada masyarakat bermacam keterampilan, dan dalam kondisi tertentu mempengaruhi sikap mental dan perilaku mereka. Dengan demikian, dalam pendekatan ini adalah bagaimana media massa dapat dijadikan sebagai pendidik yang efisien dalam transformasi pengetahuan kepada masyarakat.

Ketiga, pendekatan yang berorientasi pada perubahan suatu komunitas lokal atau desa dengan mengenalkan produk atau ide baru yang bisa merubah pola hidup yang berbeda dari sebelumnya.

Selama ini dalam proses pembangunan terlalu menekankan pada faktor ekonomi yang bertitik tolak dari unsur-unsur produksi yang menunjang perubahan seperti : tanah, modal, dan tenaga kerja. Pandangan ekonomi memang terus mendominasi di berbagai negara, terutama negara berkembang yang ingin memacu pertumbuhan ekonomi dan pendapatan suatu negara. Batam sebagai suatu pulau yang dekat dengan pertumbuhan internasional seperti Singapura tidak bisa melepaskan diri dari penekanan pada pendekatan ekonomi ini. Sehingga faktor komunikasi dalam memacu pertumbuhan komunitas menjadi bagian yang kurang terpikirkan. Padahal faktor komunikasi selalu menyangkut dengan orientasi nilai, penghargaan terhadap suatu barang, dan peranan institusi sosial yang berperan dalam proses pertumbuhan komunitas lokal.

Schramm (1964) menegaskan bahwa tugas pokok komunikasi dalam suatu perubahan sosial dalam rangka pembangunan adalah menyampaikan informasi yang dibutuhkan, cara mengadakan perubahan dan sarana perubahan; mengajak masyarakat untuk terlibat dalam proses pembangunan; dan mendidik masyarakat yang dibutuhkan dalam menunjang proses pembangunan. Sementara itu, media massa baik bekerja sendirian atau bersama dengan institusi lainnya berperanan sebagai : (1) pemberi informasi yang bisa menyampaikan pesan secara cepat dan tepat; (2) media massa dapat membantu menyampaikan bahan-bahan yang akan diputuskan dalam diskusi-diskusi; (3) media massa bisa membantu dalam proses pendidikan bersama-sama dengan komunikasi antarpribadi, misalnya dalam program pendidikan luar sekolah dan siaran pendidikan.

Dengan demikian, media massa memiliki peranan yang cukup besar dalam proses pembangunan, namun acapkali pemerintah menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan indoktrinasi. Pye (1964) menyatakan bahwa banyak pemerintah yang menaruh harapan yang berlebihan mengenai pengaruh yang dilakukan media massa secara sendirian dalam mengubah masyarakat yang terikat pada tradisi. Ada pemerintah yang mengasumsikan bahwa media massa selalu siap dipakai untuk mengindoktrinasi seluruh warga negara dengan suatu pandangan bersama sehingga dianggap begitu saja dapat menyelesaikan masalah. Dan pada saat yang sama pula melakukan propaganda dengan menyampaikan pesan yang bertubi-tubi tanpa memperhatikan kebutuhan masyarakat, sehingga ada kesan bahwa pesan yang disampaikan terlalu banyak dan sebagian besar telah mengalami redundance (pengulangan) atau informasi yang basi (membosankan).

3.3 Pengaruh Media Massa

Dengan demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa begitu berpengaruhnya media massa dalam proses kehidupan manusia, karena bagaimana pun media massa -- sebagaimana dinyatakan oleh Lazarsfeld dan Merton -- memiliki karakteristik yang kuat untuk bisa berperan dalam masyarakat, yaitu sifat media massa yang terasa hadir dimana-mana (ubiquity). Karena sifat inilah ada semacam kekhawatiran akan pengaruh media massa bagi masyarakat. Bagaimanapun juga media massa tidak pernah lepas dari kepentingan dan ideologi para pemilik atau pengelola media massa tersebut.

Kekhawatiran lain dari media massa adalah :

Pertama, sebagian kelompok masyarakat yang memiliki media cenderung untuk mempertahankan status-quo ekonomi dan politik mereka. Mereka menjadikan media massa untuk mempengaruhi masyarakat agar bisa memiliki pemahaman yang sama dengan mereka, dan jangan sampai terjadi pertentangan (konflik) yang membahayakan kepentingan mereka.

Kedua, media massa dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan program-program yang ditayangkan dikhawatirkan

akan mengurangi nilai estetis dan standar budaya populer. Sebagian pengelola media massa cenderung menayangkan atau menampilkan selera rendahan (*low brow culture*) masyarakat sehingga bentuk nilai estetika dan standar budaya mengalami penurunan. Akibatnya, bukan membangun citra budaya yang diharapkan oleh masyarakat atau bangsa, tapi mengembangkan budaya populer yang menghambat proses pembangunan.

Ketiga, media massa acapkali menayangkan atau menampilkan program yang menghilangkan sukses sosial yang merupakan jerih payah dari proses pembangunan yang dilakukan berpuluh-puluh tahun.

Media massa juga membangun realitas sosial khalayak, padahal realitas sosial yang digambarkan media belum tentu sesuai dengan realitas sosial yang sesungguhnya ada. Realitas sosial media cenderung merupakan gambaran yang diketahui oleh para wartawan atau pengelola media, padahal masih banyak lagi sisi realitas sosial lain yang tidak tergambarkan. Hanna Adoni dan kawan-kawan (1981) memberikan gambaran tentang realitas media (televisi), bahwa televisi memiliki kecenderungan menampilkan sosok sebagai berikut :

Pertama, *over-simplifikasi*. Televisi sebenarnya memiliki kompleksitas, namun televisi cenderung melakukan penyederhanaan konflik sosial yang ada. Padahal dalam teori sosiologi dikemukakan bahwa setiap konflik dalam masyarakat memiliki berbagai tahap, dan berita televisi hanya merupakan tahapan yang manifes saja. Dalam berita televisi ini juga acapkali meminimaliasi adanya sebab-sebab, motivasi yang timbul, dan pada umumnya tidak memperhatikan konflik ini dari proses secara bertahap. Menurut Murdock bahwa jenis penyederhanaan ini merupakan hasil dari "*orientasi peristiwa*". Orientasi ini menentukan arah pembentukan berita. Tidak adanya penjelasan tentang sebab-sebab konflik sosial ini, karena televisi cenderung ingin membuat kesan tertentu.

Bentuk penyederhanaan lain, pemberitaan televisi cenderung menggambarkan dua kelompok yang berselisih, padahal banyak sekali hubungan konflik yang terjadi.

Kedua, *solvability*. Berita televisi cenderung menggambarkan konflik sosial dapat dengan mudah diatasi dari pada bersifat permanen.

Padahal menurut analisa sosiologis, sulit atau tidaknya menyelesaikan konflik itu tergantung pada sifat tujuan yang ingin dicapai oleh pihak-pihak yang bertikai. Misalnya, konflik sosial yang mendasar seperti kekuasaan, status, hak-hak sipil atau agama lebih sulit diatasi dari pada konflik ekonomi. Dengan demikian, gambaran yang dikemukakan televisi menunjukkan bahwa semua masalah bisa diselesaikan dengan konsensus. Namun, konsekwensinya memperkuat atau memelihara status-quo.

Ketiga, intencity. Berita televisi cenderung mengungkapkan momen-momen konflik sosial yang memiliki intensitas yang tinggi. Tuchman mengatakan bahwa berita televisi cenderung mengkover kerusuhan saja, padahal ada juga saat-saat tenang. Namun saat-saat tenang ini diabaikan televisi, karena dianggap kurang memiliki nilai informasi (nilai jual). Dengan demikian, kerusuhan itu seolah-olah berlangsung terus menerus. Stuart Hall mengatakan bahwa karakteristik peliputan konflik sosial adalah "aktualitas tanpa konteks" dan media hanya mengkonsentrasikan pada "suara dan kesan".

Ringkasnya dalam literatur budaya dan media menjelaskan bahwa konflik sosial yang digambarkan televisi cenderung menyimpang dari kompleksitas, intensitas, dan solvabilitas. Dengan demikian, televisi cenderung menciptakan gambaran yang seragam dan stereotip, padahal konflik sosial itu menunjukkan fenomena yang beragam.

3.4 *Media Massa dan Generasi Muda Pulau Muda*

Batam adalah tempat paling bebas keluar masuknya barang-barang dari luar negeri. Yang paling dikenal murahness di Batam adalah barang-barang teknologi komunikasi, seperti : televisi, radio, tape-recorder, video, kamera, dan lain-lain. Harga barang-barang elektronik di pulau ini bisa mencapai sepertiga hingga setengahnya jika dibandingkan dengan harga di kota-kota besar lain di Indonesia (seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Ujung Pandang). Untuk itu, bagi para wisatawan atau para pekerja domestik tidak pernah melupakan membawa barang-barang elektronik ini, baik untuk kebutuhan pribadi atau untuk dijual lagi kepada orang lain.

Menurut salah seorang guru SLTA di pulau Batam, bahwa tidak ada satu rumah pun di Pulau Batam yang tidak memiliki televisi. Mereka rata-rata mengkonsumsi televisi sebagai salah satu bentuk hiburan. Namun Lubuk Baja (Batam Timur) adalah daerah yang sangat ramai, karena konsentrasi penduduk Lubuk Baja di daerah Batam Timur. Para generasi mudanya sudah terbiasa mengkonsumsi televisi Singapura.

Menurut salah seorang siswa SLTA, bahwa kontak budaya di kalangan generasi muda dengan budaya-budaya asing adalah suatu hal yang tidak asing, bahkan sebagai konsumsi sehari-hari. Ia mengakui sendiri lebih banyak menonton televisi SBC (sekarang TCS), salah satu televisi Singapura yang berbahasa Inggris. Penggunaan televisi Singapura maksudnya untuk lebih memperlancar penggunaan bahasa Inggris, juga teknologi televisinya jauh lebih baik dibandingkan dengan televisi-televisi dalam negeri. Namun dia mengatakan bahwa banyak film-film asing yang ditayangkan oleh stasiun televisi asing menampilkan sosok pornografi (sex) yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia yang menghargai moralitas.

"Film-film Singapura sensornya masih kurang. Misalnya ada adegan-adegan tertentu yang tidak pantas ditonton oleh khalayak, terutama anak-anak", katanya, namun dominasi televisi asing demikian kuat di Batam, karena di daerah ini lebih mudah menerima televisi Malaysia, Singapura, dan beberapa negara tetangga dibandingkan dengan televisi dari tanah air. Seperti dinyatakan penduduk, bahwa TVRI sulit ditangkap di Pulau Batam dibandingkan dengan televisi Singapura. Sedangkan TPI, RCTI, SCTV, Indosiar dan ANTEVE baru beberapa tahun bisa ditangkap di daerah ini. Dengan demikian, masalah sosial dan isu-isu politik yang berkembang di tanah air agaknya kurang banyak diketahui oleh warga masyarakat.

Selain mudahnya mengakses televisi dari Singapura, para generasi mudanya lebih tertarik dengan televisi Singapura karena program-program yang ditawarkan seperti film-film kekerasan dan penyanyi-penyanyi terkenal.

Kalau media massa asing secara bertubi-tubi masuk dalam kepala (kognisi) generasi muda, lambat laun sebagaimana digambarkan oleh

teori kultivasi bahwa media massa selalu menanamkan nilai yang lama kelamaan orang akan terbiasa dengan apa yang ditontonnya. Media massa memberikan gambaran tentang realitas sosial tertentu. Sebagaimana dikemukakan oleh Gerbner dan Gross (dalam Morgan dan Signorielli, 1990) bahwa teori kultivasi ini mengacu pada pengaruh jangka panjang media massa (terutama pengaruh televisi). Orang yang dilahirkan dan dibesarkan dalam lingkungan simbolik dimana televisi menanamkan kesan-kesan tertentu. Televisi juga memiliki "kurikulum" tersembunyi yang menggambarkan apa yang terjadi, apa yang penting dalam berbagai kejadian, dan menjelaskan hubungan serta makna yang ada di antara kejadian-kejadian itu. Dengan demikian, media massa telah membentuk lingkungan simbolik.

Gerbner menjelaskan tentang karakteristik kultivasi yang ada pada televisi dilihat dua hal, yaitu : Pertama, Sifat isi televisi, seperti stereotip, imej yang diulang-ulang yang merefleksikan nilai-nilai, kepercayaan dan tingkah laku yang disepakati. Kedua, sifat khalayak televisi, yang mempunyai kebiasaan melihat isi media yang seragam. Mereka melihat televisi bukan berdasarkan pada acara-acaranya. Oleh karena itu, Gerbner mengkaitkan kultivasi ini dengan berbagai acara dan frekwensi televisi yang dikonsumsi khalayak, sehingga ia membuat suatu perbandingan antara penonton berat (*heavy viewers*) dan penonton ringan (*light viewers*) (Ogles, 1987, hal. 43-53).

3.5 Perilaku Generasi Muda Pulau Batam

Batam berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 41/1973 telah dinyatakan untuk dibangun dan dikembangkan menjadi empat fungsi, salah satu fungsinya adalah sebagai daerah pariwisata, namun fungsi ini dirasakan masih belum berkembang padahal Batam sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daerah pariwisata. Ketiga fungsi lainnya adalah sebagai daerah industri (kawasan berikat), daerah alih kapal dan sebagai daerah perdagangan.

Untuk mendukung keempat fungsi itu, sekolah-sekolah seyogyanya mengacu pada penyediaan sumber daya manusia (SDM) yang mendukung keempat fungsi tersebut. Beberapa sekolah yang berorientasi kepada pasaran kerja adalah sekolah yang dikelola oleh

Yayasan Kartini dan Yayasan Ibnu Sina. Yayasan Kartini dan Ibnu Sina ini membuka sekolah kejuruan seperti Sekolah Menengah Ekonomi, Sekolah Menengah Teknologi, dan Sekolah Menengah Ilmu Perhotelan. Mereka melakukan kerjasama dengan berbagai perusahaan dalam praktek kerja lapangannya agar siap kerja setelah lulus sekolah.

Namun sebagaimana dikatakan salah seorang kepala SLTA, bahwa sebagian besar anak-anak di Pulau Batam adalah orang tuanya yang hanya untuk bekerja. Bahkan pada sebagian masyarakat kelas bawah mereka bekerja di sektor industri atau konstruksi harus konsentrasi pada pekerjaannya dibandingkan dengan memperhatikan anak-anak mereka. Anak-anak mereka kurang memperoleh kontrol dari orangtua.

Fungsi pariwisata di Pulau Batam masih sangat terbatas. Pariwisata lebih terfokus pada kegiatan rekreasi di pusat-pusat perbelanjaan bagi para wisatawan domestik, namun bagi masyarakat setempat, Pulau Batam masih sangat minim dengan pusat-pusat rekreasi. Sebagai mana dikeluhkan salah seorang pelajar SMA Negeri I Batam, bahwa tempat-tempat rekreasi di Pulau Batam tidak ada seperti Ancol atau Taman Mini, dan lain sebagainya. Oleh karena itu generasi muda di Batam selain mengandalkan hiburan televisi adalah pergi ke diskotik atau karaoke. Barangkali inilah yang dianggap sisi yang merusak moralitas generasi muda, karena diskotik-diskotik yang ada kurang mengindahkan etika budaya yang ada, mereka cenderung dilandasi sisi bisnis saja.

Jadi, persoalan terberat dari kalangan generasi muda di Batam adalah bagaimana memfilter budaya asing yang tidak sesuai dengan ciri khas budaya Indonesia. Hal ini dikemukakan salah seorang kepala SLTA, bahwa terdapat beberapa kasus di sekolahnya dimana pelajar-pelajar puterinya mengalami hamil di luar nikah saat mereka masih mengikuti sekolah. Sehingga sekolah mau tidak mau harus menindak pelajar yang terlibat dari pelanggaran moral tersebut.

Hambatan utama dalam proses pembinaan generasi muda dari perilaku negatif, selain media massa yang memudahkan akses mereka untuk mengkonsumsi adegan-adegan yang tidak mendidik, juga kebijaksanaan pemerintah yang mengatur tentang tempat-tempat

hiburan seperti diskotik. Diskotik berusaha memikat para pengunjung, misalnya dengan cara : (1) memberikan tiket gratis kepada remaja putri pada malam-malam tertentu. Pikatan ini untuk menarik minat banyaknya pengunjung laki-laki; (2) pembayaran yang murah untuk masuk ke diskotik tersebut misalnya bila hanya melayani minum dan bercanda saja, maka para tamu cukup membayar antara Rp. 5.000,- sampai Rp. 10.000,-; dan (3) menyediakan tarian telanjang kalau sudah di atas jam 23.30, padahal pengunjung adalah kebanyakan para pelajar atau pemuda.

Bila malam mulai turun di Batam, ratusan bahkan ribuan wanita muda menghias dirinya supaya tampak cantik dan seksi. Mereka adalah wanita penghibur, salah satu tempat hiburan yang dituju oleh para wanita cantik tersebut adalah diskotik dan karaoke. Mereka sengaja dipekerjakan oleh pemilik diskotik untuk menarik minat para tamu. Selain mereka dipasang untuk melayani tamu juga siap dibooking untuk "berkencan".

Bahkan perkembangan akhir-akhir ini adalah adanya beberapa tempat diskotik yang menyuguhkan tari telanjang yang dibawa oleh penari wanita. Wanita penari telanjang tersebut kebanyakan bukan orang Indonesia, tapi sengaja didatangkan dari Singapura atau Malaysia. Mereka sengaja didatangkan pemilik diskotik untuk menarik pengunjung datang ke diskotik tersebut. Konon karena tempat-tempat hiburan seperti diskotik ini kian menjamur, menyebabkan para pemilik diskotik tersebut bersaing dengan yang lainnya. Dalam persaingan tersebut mereka berusaha melakukan kiat-kiat tertentu diantaranya dengan menyuguhkan tarian telanjang tadi. Memang kenyataannya, diskotik yang menyajikan tarian telanjang lebih banyak pengunjungnya.

BAB IV

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL GENERASI MUDA DI PULAU BATAM

Kebudayaan di mana seseorang hidup dan dibesarkan, akan mempunyai pengaruh besar terhadap pengetahuan, pembentukan sikap, kepercayaan dan perilaku orang tersebut. Apabila seseorang hidup dalam budaya yang banyak mendapat pengaruh budaya asing, maka sangat mungkin seseorang itu akan terpengaruh terhadap budaya asing tersebut.

Pulau Batam adalah suatu daerah yang berdekatan dengan negara Malaysia dan Singapura. Dengan demikian penduduk pulau ini sangat banyak mengalami kontak budaya, baik dengan orang asing maupun suku-suku pendatang yang datang ke pulau Batam. Hal tersebut dapat terjadi karena pulau Batam adalah merupakan daerah industri yang banyak menyerap tenaga kerja dari negara asing dan dari berbagai daerah yang ada di tanah air. Dengan demikian, kehidupan generasi muda pulau Batam ini sangat mungkin dipengaruhi oleh budaya asing. Begitu juga dengan pengaruh media massa, khususnya media elektronik. Berbagai saluran televisi asing dapat diterima, khususnya dari negara Malaysia dan Singapura. Situasi demikian, akan menimbulkan perubahan pandangan, pengetahuan, sikap dan tingkah laku mereka,

terutama tentang budaya tradisional. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kontak budaya asing dan teknologi komunikasi di atas, dapat diketahui dalam uraian berikut ini.

4.1 Pengetahuan Generasi Muda Tentang Budaya Tradisional

Pengetahuan seseorang dapat diperoleh dari berbagai sumber dan pengalaman hidup. Salah satu sumber pengetahuan itu adalah media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Media massa tidak saja berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi, penerangan, pendidikan, dan lain-lain. Berbagai jenis pengetahuan dapat diperoleh, mulai dari pengetahuan yang sifatnya tradisional sampai dengan pengetahuan yang paling canggih, baik di bidang teknologi, ekonomi, politik, pendidikan, sosial budaya dan lain-lain.

Pengetahuan generasi muda terhadap budaya tradisional dapat diketahui dari pendapat mereka tentang budaya khas dan unik Indonesia yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia. Dari 1000 orang responden, terdapat 850 (85%) orang menyatakan *sangat setuju* bahwa budaya khas dan unik Indonesia berbeda dengan budaya lainnya di dunia, dan terdapat 100 orang (10%) dari mereka yang menyatakan *agak setuju*. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang wakil kepala sekolah Yayasan Yos Sudarso Batam, yang mengatakan :

"Setiap bangsa ataupun suku bangsa kan memiliki kebudayaan masing-masing. Kebudayaan itu kan memiliki ciri khas masing-masing. Jadi tidak mungkin kebudayaan suku bangsa yang ada di pulau Batam sama dengan kebudayaan negara lain. Walau diakui penduduk negara Malaysia adalah suku bangsa Melayu, tetapi di pulau Batam kebudayaan Melayu tidaklah dominan, karena sebagian besar penduduknya adalah kaum pendatang".

Sedangkan yang *kurang setuju* dengan pendapat budaya khas dan unik Indonesia berbeda dengan budaya lainnya di dunia terdapat 29 orang (2,9%), dan yang sama sekali *tidak setuju* dengan pendapat tersebut terdapat 14 orang (1,4%). Selain itu terdapat 7 orang (0,7%)

yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
**Budaya Khas dan Unik Indonesia yang Berbeda
dengan Budaya Lainnya di Dunia**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	850	85,0
2.	Agak setuju	100	10,0
3.	Kurang setuju	29	2,9
4.	Tidak setuju	14	1,4
5.	Tidak menjawab	7	0,7
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Begitu juga dengan pengetahuan generasi muda tentang kebudayaan Indonesia yang ditopang oleh kebudayaan daerah. Pendapat ini sangat didukung oleh generasi muda pulau Batam. Dari 1000 orang responden, terdapat 704 orang (70,4 %) yang *sangat setuju* akan pendapat tersebut, dan 162 orang (16,2 %) yang berpendapat *agak setuju*. Pendapat ini juga sesuai dengan hasil wawancara dengan salah seorang guru SMIP Kartini Batam, yang mengatakan :

"Indonesia kan terdiri dari berbagai macam suku bangsa dan kebudayaan atau adat istiadat yang berbeda-beda. Kesemuanya itu merupakan kekayaan kebudayaan Indonesia, dimana setiap kebudayaan daerah atau suku bangsa yang ada, adalah menopang kebudayaan nasional".

Sebaliknya yang *kurang setuju*, terdapat 81 orang (8,1 %), dan yang *tidak setuju* terdapat 34 orang (3,4 %). Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 19 orang (1,9 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Kebudayaan Indonesia Ditopang Kebudayaan Daerah

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	704	70,4
2.	Agak setuju	162	16,2
3.	Kurang setuju	81	8,1
4.	Tidak setuju	34	3,4
5.	Tidak Menjawab	19	1,9
	Jumlah	1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Begitu juga dengan pengetahuan mereka tentang budaya Indonesia banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing). Pendapat tersebut juga disetujui oleh generasi muda pulau Batam. Hal tersebut terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 303 orang (30,3 %) yang menyatakan *sangat setuju*, dan 349 orang (34,9 %) menyatakan *agak setuju*. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa SMAN I Batam, yang mengatakan :

"Indonesia, khususnya pulau Batam kan bertetangga dengan negara asing seperti Malaysia dan Singapura, tentu sekali kehidupan masyarakat disini, dipengaruhi budaya asing, apalagi siaran televisinya dapat diterima dengan jelas di daerah ini"

Sebaliknya yang *tidak setuju* terdapat 123 orang (12,3 %), dan 211 orang (21,1 %) yang mengatakan *kurang setuju*. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 14 orang (1,4 %).

Tabel 4.3
Budaya Indonesia Banyak Dipengaruhi Budaya Luar (Asing)

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	303	30,3
2.	Agak setuju	349	34,9
3.	Kurang setuju	211	21,1
4.	Tidak setuju	123	12,3
5.	Tidak Menjawab	14	1,4
	Jumlah	1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Dengan demikian budaya Indonesia perlu dipertahankan dari pengaruh budaya luar. Pendapat demikian sangat disetujui oleh generasi muda pulau Batam. Hal tersebut terbukti dari 1.000 responden, terdapat 842 orang (84,2%) yang mengatakan *sangat setuju*, dan 101 orang (10,1 %) mengatakan *kurang setuju*. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang guru di SMEA Yayasan Yos Sudarso Batam yang mengatakan :

"Supaya kebudayaan Indonesia tidak tergilas dengan kebudayaan asing, ya kebudayaan sendiri perlu dipertahankan. Cuma susahnyanya, ya begini, pengaruh kebudayaan asing itu kan cukup deras, yah nggak taulah bagaimana caranya, orang siaran televisinya kan kita tonton setiap hari ".

Sebaliknya, yang berpendapat *tidak setuju* terdapat 15 orang (1,5 %), dan yang *kurang setuju* terdapat 31 orang (3,1 %). Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 11 orang (1,1 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4

Mempertahankan Budaya Indonesia dari Budaya Luar (Asing)

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	842	84,2
2.	Agak setuju	101	10,1
3.	Kurang setuju	31	3,1
4.	Tidak setuju	15	1,5
5.	Tidak Menjawab	11	1,1
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Mempertahankan budaya Indonesia dari pengaruh luar, tidak berarti menolak seluruhnya budaya luar (asing). Hal tersebut sangat disetujui oleh kebanyakan generasi muda pulau Batam, terbukti dari 1.000 orang responden terdapat 580 orang (58,0 %) yang mengatakan *sangat setuju*, dan 347 orang (34,7 %) yang mengatakan *agak setuju*. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap wakil kepala sekolah SMEA Yayasan Yos Sudarso, yang mengatakan :

"Setiap negara atau suku bangsa memiliki keunggulan kebudayaan masing-masing. Jadi kita harus pintar-pintar memilih/memfilter kebudayaan asing yang masuk ke negara kita. Prinsipnya, kalau kebudayaan asing itu positif, ya kita terima dan kalau tidak, ya harus kita tolak," tandasnya.

Sebaliknya, yang *tidak setuju* dengan pendapat tersebut terdapat 16 orang (1,6 %), dan yang *kurang setuju* terdapat 47 orang (4,7%). Sedangkan yang lainnya, tidak menjawab, yaitu sekitar 10 orang (1,0%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
**Budaya Luar (Asing) Tidak Seluruhnya Harus Ditolak
Bangsa Indonesia**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	580	58,0
2.	Agak setuju	347	34,7
3.	Kurang setuju	47	4,7
4.	Tidak setuju	16	1,6
5.	Tidak Menjawab	10	1,0
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Namun, mencintai dan melestarikan budaya daerah, berarti pula mendukung kebudayaan nasional. Pendapat tersebut sangat didukung oleh generasi muda pulau Batam, terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 897 orang (89,7 %) yang menyatakan *sangat setuju*, dan 61 orang (6,1 %) yang mengatakan *agak setuju*. Sebaliknya, yang tidak setuju terdapat 16 orang (1,6 %), dan kurang setuju terdapat 14 orang (1,4 %). Selain itu, terdapat 12 orang (1,2 %) yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6
**Mencintai dan Melestarikan Budaya Daerah
 Berarti Pula Mendukung Kebudayaan Nasional**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	897	89,7
2.	Agak setuju	61	6,1
3.	Kurang setuju	14	1,4
4.	Tidak setuju	16	1,6
5.	Tidak Menjawab	6	0,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

4.2 Sikap Generasi Muda Tentang Budaya Tradisional

Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain, mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan pendengar ataupun pembacanya. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat, akan memberi dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.

Walaupun pengaruh media massa tidak sebesar pengaruh interaksi individual secara langsung, namun dalam proses pembentukan dan perubahan sikap, peranan media massa tidak kecil artinya. Media massa, khususnya elektronik adalah menyajikan berbagai tayangan, baik produksi atau film dalam negeri ataupun produksi atau film asing. Namun tidaklah semuanya program yang disajikan digemari oleh masyarakat. Untuk mengetahui sejauh mana program televisi dalam negeri dan asing disukai masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Program TV yang Disukai

No.	Jenis Program	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat menyukai program buatan Indonesia	317	31,7
2.	Sedikit lebih menyukai program buatan Indonesia	160	16,0
3.	Sedikit lebih menyukai program buatan luar negeri	332	33,2
4.	Sangat menyukai program buatan luar negeri	151	15,1
5.	Tidak Menjawab	40	4,0
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Data tabel di atas menunjukkan, dari 1.000 orang generasi muda di pulau Batam yang menjadi responden, terdapat 317 orang (31,7 %) yang *sangat menyukai* program buatan Indonesia, dan 160 orang (16,0 %) yang *sedikit lebih menyukai* program buatan luar negeri. Sebaliknya, responden yang *sedikit lebih menyukai* program buatan luar negeri, terdapat 332 orang (33,2 %) dan 151 orang (15,1 %) yang *sangat menyukai* program buatan luar negeri. Sedangkan yang tidak menjawab, terdapat 40 orang (4,0 %). Data di atas menunjukkan, bahwa jumlah responden yang *sedikit lebih menyukai* program buatan luar negeri cukup banyak. Hal itu sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswi SMIP Kartini Batam yang mengatakan:

"Saya sedikit lebih senang menonton program buatan luar negeri, khususnya penayangan film. Film-film asing boleh dikatakan lebih bermutu dengan film-film buatan dalam negeri, baik dari segi tema cerita, alur cerita maupun tekhnik pembuatannya".

Selanjutnya pada urutan kedua, adalah responden yang sangat menyukai program buatan Indonesia, yaitu sebanyak 317 orang (31,7%). Dengan demikian dapat dipastikan bahwa generasi muda pulau Batam lebih banyak yang menyukai program buatan luar negeri, yaitu **33,2 % berbanding 31,7 %**. Namun data di atas juga menunjuk

kan, bahwa jumlah generasi muda yang *sedikit lebih menyukai* program buatan dalam negeri lebih banyak bila dibandingkan dengan jumlah responden yang sedikit lebih menyukai program buatan luar negeri, yaitu **16 % berbanding 15,1 %**.

Agak berbeda dengan minat generasi muda tentang jenis lagu yang berbahasa Indonesia yang sangat tinggi. Hal tersebut terbukti, dari 1.000 orang responden, terdapat 379 orang (37,9 %) yang sangat menyukai lagu berbahasa Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa SMEA Ibnu Sina Batam, yang mengatakan :

"Saya sangat suka dengan lagu yang berbahasa Indonesia, karena lagu tersebut gampang saya ketahui ataupun saya hayati. Habis lagu yang berbahasa asing kan tidak bisa saya mengerti, cuman saya akui musik dan iramanya cukup enak di dengar".

Sedangkan, yang *sangat menyukai* lagu yang berbahasa Inggris (asing) hanya 147 orang (14,7 %). Data tersebut menunjukkan, hampir *dua setengah kali lipat* dari jumlah mereka menyukai lagu berbahasa Indonesia. Namun responden lainnya terdapat 129 orang (12,9 %) yang *sedikit lebih suka* lagu berbahasa Indonesia, dan 308 orang (30,8 %) dari mereka yang *sedikit lebih suka* lagu yang berbahasa Inggris. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat, 37 orang (3,7%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Jenis Lagu yang Disukai

No.	Jenis Lagu	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia	379	37,9
2.	Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Indonesia	129	12,9
3.	Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Inggris	308	30,8
4.	Sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (Asing)	147	14,7
5.	Tidak Menjawab	37	3,7
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Agak berbeda dengan sikap generasi muda pulau Batam terhadap pakaian. Perbandingan generasi muda yang lebih menyukai pakaian buatan luar negeri dengan buatan dalam negeri tidak begitu jauh, walaupun pada kenyataannya, jumlah mereka yang lebih menyukai pakaian buatan Indonesia tetap lebih banyak. Hal tersebut terbukti, dari 1.000 orang responden, hanya terdapat 217 orang (21,7 %) dari mereka yang mengatakan pakaian buatan luar negeri *jauh lebih bagus*. Sedangkan, 262 orang (26,2 %) mengatakan pakaian buatan Indonesia *jauh lebih bagus*. Yang lainnya, yaitu 299 orang (29,9 %) mengatakan pakaian buatan luar negeri *sedikit lebih bagus*, dan 179 orang (17,9 %) mengatakan pakaian buatan Indonesia *sedikit lebih bagus*. Selanjutnya, terdapat 43 orang (4,3 %) yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Pakaian yang Disukai

No.	Jenis Pakaian	Frekuensi	Persentase
1.	Pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus	217	21,7
2.	Pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus	299	29,9
3.	Pakaian buatan Indonesia sedikit lebih bagus	179	17,9
4.	Pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus	262	26,2
5.	Tidak Menjawab	43	4,3
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Sangat berbeda dengan sikap generasi muda terhadap tradisi asli Indonesia. Dari 1.000 orang responden, terdapat 702 (70,2%) mengatakan tradisi asli Indonesia *jauh lebih bagus*. Sikap tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap wakil kepala sekolah STM Kartini Batam yang mengatakan :

"Tradisi asli Indonesia cukup unik dan bervariasi. Hal itu terjadi karena Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa dan budaya. Tradisi asli Indonesia sangat mengutamakan kebersamaan dan

kegotongroyongan. Oleh karena itu tradisi asli ini jauh lebih bagus dengan tradisi barat ataupun tradisi asing".

Sedangkan yang mengatakan tradisi barat *jauh lebih bagus*, hanya 36 orang (3,6%). Yang lainnya yaitu 156 orang (15,6%) mengatakan tradisi asli Indonesia *sedikit lebih bagus*, dan hanya 65 orang (6,5%) mengatakan tradisi barat *sedikit lebih bagus*. Selanjutnya, terdapat 41 orang (4,1%) orang yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Tradisi yang Disukai

No.	Jenis Tradisi	Frekuensi	Persentase
1.	Tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus	702	70,2
2.	Tradisi asli Indonesia sedikit lebih bagus	156	15,6
3.	Tradisi barat sedikit lebih bagus	65	6,5
4.	Tradisi barat jauh lebih bagus	36	3,6
5.	Tidak Menjawab	41	4,21
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Hampir sama dengan sikap generasi muda terhadap pengarang novel, dari 1.000 orang responden, **sebagian besar** atau 480 orang (48 %) mengatakan bahwa mereka *sangat menyukai* pengarang Indonesia. Sikap tersebut sesuai dengan pendapat salah seorang siswa Yos Sudarso Batam yang mengatakan :

"Saya sangat menyukai pengarang novel Indonesia, karena umumnya hasil karangannya berbahasa Indonesia. Kalau pengarang novelnya orang asing, tentu sekali hasil karangannya kan juga berbahasa asing. Bagaimana saya mau suka, habis bahasa asing (Inggris) pun saya tidak bisa atau mengerti".

Sedangkan yang lainnya, yaitu 228 orang (22,8 %) mengatakan bahwa mereka *sedikit lebih menyukai* pengarang Indonesia, dan

144 orang (14,4 %) mengatakan mereka *sedikit lebih suka* pengarang luar negeri, dan 101 orang (10,1 %) mengatakan *sangat menyukai* pengarang luar negeri. Kemudian yang lainnya, yaitu 47 orang (4,7 %) tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Pengarang Novel yang Disukai

No.	Jenis Pengarang	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat menyukai pengarang luar negeri	101	10,1
2.	Sedikit lebih suka pengarang luar negeri	144	14,4
3.	Sedikit lebih suka pengarang Indonesia	228	22,8
4.	Sangat menyukai pengarang Indonesia	480	48,0
5.	Tidak Menjawab	47	4,7
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Kecintaan generasi muda tidak saja terhadap pengarang novel Indonesia, tetapi mereka juga terhadap budaya tradisional, yang selalu mempengaruhi animo atau perhatian mereka terhadap museum atau cagar budaya. Animo tersebut cukup tinggi, terbukti dari 1.000 responden, terdapat 551 orang (55,1 %) mengatakan bahwa mereka sangat tertarik. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa Ibnu Sina Batam yang mengatakan :

"Sebenarnya saya cukup tertarik, cuma masalahnya museum atau cagar budaya tidak ada kita temukan di pulau Batam ini. Tidak halnya seperti di Jakarta, katanya di sana ada TMII (Taman Mini Indonesia Indah) dan berbagai museum yang banyak menyimpan peninggalan sejarah".

Sedangkan yang *tidak tertarik* pada museum dan cagar budaya, hanya 11 orang (1,1 %). Yang lainnya adalah 323 orang (32,3 %) mengatakan bahwa mereka *cukup tertarik*, dan 67 orang (6,7 %) mengatakan *kurang tertarik*. Selanjutnya, terdapat 48 orang (4,8%) yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Animo pada Museum dan Cagar Budaya

No.	Jenis Animo	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat tertarik	551	55,1
2.	Cukup tertarik	323	32,3
3.	Kurang tertarik	67	6,7
4.	Tidak tertarik	11	1,1
5.	Tidak Menjawab	48	4,8
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

4.3 Kepercayaan Generasi Muda Tentang Budaya Tradisional

Kepercayaan seseorang terhadap sesuatu hal, turut mempengaruhi sikap, pilihan dan kecintaan terhadap hal tersebut. Demikian juga kepercayaan generasi muda pulau Batam tentang budaya tradisional, sangat mempengaruhi sikap, pilihan dan kecintaan mereka terhadap budaya sendiri ataupun berbagai budaya daerah yang ada di Indonesia. Kecintaan generasi muda terhadap budaya daerah dapat diketahui dari pendapat 1.000 orang responden, terdapat 380 orang (38 %) yang *sangat setuju* pendapat tersebut, dan 341 orang (34,1 %) yang *agak setuju*. Sebaliknya, yang *kurang setuju* terdapat 245 orang (24,5 %) dan yang sama sekali *tidak setuju*, terdapat 22 orang (2,2 %). Selain itu terdapat 15 orang (1,5 %) yang tidak memberikan jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.13
**Generasi Muda Sekarang Mencintai dan Menghargai
 Budaya-budaya Daerah**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	380	38,0
2.	Agak setuju	341	34,1
3.	Kurang setuju	245	24,5
4.	Tidak setuju	22	2,2
5.	Tidak Menjawab	12	1,2
	Jumlah	1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Namun tidaklah berarti mereka sama sekali tidak pernah menyukai budaya asing. Namun, sebelum menyukai budaya asing mereka terlebih dahulu membandingkannya dengan budaya sendiri. Pendapat tersebut sangat didukung oleh generasi muda pulau Batam, terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 518 orang (51,8 %) yang *sangat setuju*, dan 299 orang (29,9 %) yang *agak setuju* akan pendapat tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat salah seorang guru SMIP Kartini Batam yang mengatakan :

"Ya kita lihat-lihat dulu, bagaimana kebudayaan asing tersebut, lalu kita bandingkan dengan kebudayaan sendiri. Kalau toh kebudayaan asing tersebut lebih bagus, yah tidak apa-apa kan kita terima", karena tidak semuanya kebudayaan asing itu lebih jelek".

Sebaliknya, yang *tidak setuju* terdapat 59 orang (5,9 %), dan yang *kurang setuju* terdapat 124 orang (12,4 %). Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
**Sebelum Menyukai Budaya Asing
 Saya Selalu Membandingkannya dengan Budaya Sendiri**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	518	51,8
2.	Agak setuju	299	29,9
3.	Kurang setuju	124	12,4
4.	Tidak setuju	59	5,9
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Banyak juga generasi muda pulau Batam yang percaya, budaya daerah dan nasional tidak hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia. Dari 1.000 orang responden, terdapat 504 orang (50,4 %) yang *sangat setuju*, dan 235 orang (23,5 %) yang *agak setuju* atas pendapat tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat salah seorang guru SMEA Ibnu Sina Batam yang mengata kan :

"Bangga kita kan punya kebudayaan atau kepribadian sendiri, tidak mungkin kan budaya daerah dan budaya nasional kita hilang begitu saja. Tidak mudah merubah kebudayaan sendiri, karena hal tersebut sudah berurat dan berakar dalam kehidupan masyarakat kita sehari-harinya".

Sebaliknya, terdapat 174 orang (17,4 %) yang *kurang setuju*, dan 81 orang (8,1 %) yang sama sekali *tidak setuju* atas pendapat tersebut. Sedangkan yang lainnya, terdapat 6 orang (0,6 %) yang tidak menjawab. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15
**Budaya Daerah dan Nasional Tidak Hilang Walaupun Banyak
 Unsur Budaya Asing yang Masuk ke Indonesia**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	504	50,4
2.	Agak setuju	235	23,5
3.	Kurang setuju	174	17,4
4.	Tidak setuju	81	8,1
5.	Tidak Menjawab	6	0,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa banyak generasi muda yang lebih senang pada budaya asing sekarang ini. Pernyataan tersebut sangat di dukung oleh generasi muda pulau Batam, terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 320 orang (32,0 %) yang *sangat setuju*, dan 372 orang (37,2 %) yang *agak setuju* pendapat tersebut. Sebaliknya, terdapat 219 orang (21,9 %) yang *kurang setuju*, dan 82 orang (8,2 %) yang sama sekali *tidak setuju*. Selain itu, terdapat 7 orang (0,72 %) yang tidak menjawab. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16
**Banyaknya Generasi Muda Yang lebih Senang
 pada Budaya Asing Sekarang ini**

No.	Jenis Pendapat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	320	32,0
2.	Agak setuju	372	37,2
3.	Kurang setuju	219	21,9
4.	Tidak setuju	82	8,2
5.	Tidak Menjawab	7	0,7
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

4.4 Perilaku Generasi Muda Tentang Budaya Tradisional

Perilaku seseorang dapat terwujud dalam berbagai bentuk. Perilaku sangat dipengaruhi oleh karakteristik individu dan lingkungannya. Menurut, Kurt Lewin (1951, dalam Saifuddin Azwar, 1995) merumuskan suatu model hubungan perilaku yang menyatakan bahwa perilaku (B) adalah fungsi karakteristik individu (P) dan lingkungan (E), yaitu: $B = f(P,E)$, dimana karakteristik individu itu meliputi variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat kepribadian, dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lain dan kemudian berinteraksi pula dengan faktor-faktor lingkungan dalam menentukan perilaku. Dalam hal ini, faktor lingkungan memiliki kekuatan besar dalam menentukan perilaku, bahkan kadang-kadang kekuatannya lebih besar daripada karakteristik individu.

Salah satu wujud daripada perilaku adalah kebiasaan individu. Kebiasaan itu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari tanpa ada perasaan terpaksa. Seperti halnya kebiasaan generasi muda di pulau Batam untuk membaca surat kabar/majalah, membaca komik, mendengarkan radio, menonton televisi, menonton film bioskop, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa orang siswa di pulau Batam menyebutkan, umumnya surat kabar yang mereka baca adalah "Riau Post" terbitan Pekan Baru. Selain itu ada juga yang sesekali membaca surat kabar Kompas, Suara Pembaruan, Republika dan lain-lain terbitan Jakarta. Sedangkan tulisan yang mereka gemari adalah "berita" yang merupakan kejadian sehari-hari yang terjadi di persada nusantara. Hal lainnya yang juga mereka senangi adalah membaca "iklan", dan lain sebagainya.

Namun berdasarkan hasil pengolahan data lapangan menunjukkan, bahwa kebiasaan membaca surat kabar generasi muda pulau Batam cukup rendah.

Tabel 4.17
Kebiasaan Membaca Surat Kabar

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Hampir tidak pernah	131	13,1
2.	Sekitar sebulan sekali	128	12,8
3.	Sekitar seminggu sekali	281	28,1
4.	2 - 3 kali seminggu	231	23,1
5.	4 - 5 kali seminggu	81	8,1
6.	Setiap hari	144	14,4
7.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Data di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden, hanya 144 orang (14,4 %) yang *memiliki kebiasaan* membaca surat kabar setiap hari, dan bahkan terdapat 131 orang (13,1 %) yang sama sekali hampir *tidak pernah* membaca koran. Hal tersebut sesuai dengan pendapat salah seorang guru SMA Yayasan Kartini Batam yang mengatakan :

"Minat siswa untuk membaca sangat rendah. Tidak hanya mem baca surat kabar, tetapi juga buku-buku pelajaran. Namun ada juga siswa yang minat bacanya tinggi, tetapi keluarganya belum tentu mampu untuk berlangganan surat kabar".

Sejalan dengan itu kepala SMEA Ibnu Sina Batam mengatakan :

"Generasi muda pulau Batam sama sekali kurang mengetahui se cara deteil mengenai peristiwa-peristiwa politik yang terjadi di tanah air. Seperti halnya, peristiwa 27 Juli 1996, yaitu peristiwa penyerangan kantor DPP PDI oleh kelompok Soerjadi. Ya, pa ling-paling mereka mendengarkan secara sepintas melalui pem beritaan televisi".

Selebihnya, terdapat 128 orang (12,8 %) yang membaca surat kabar sekitar *sebulan sekali*, 281 orang (28,1 %) yang membaca surat kabar sekitar *seminggu sekali*, 231 orang (23,1 %) yang membaca surat kabar sekitar *2 - 3 kali seminggu*, dan 81 orang (8,1 %) yang membaca surat kabar sekitar *4 - 5 kali seminggu*. Sedangkan, 4 orang lagi (0,4 %) adalah tidak memberikan jawaban.

Di samping membaca surat kabar, generasi muda Pulau Batam ada juga yang terbiasa **membaca komik**. Biasanya komik tersebut mereka dapatkan dengan cara **menyewa**. Tema-tema yang mereka senangi adalah petualangan, silat/kungfu, lelucon dan sebagainya. Bagi sebagian generasi muda, komik ini adalah merupakan bacaan yang menarik, karena selain dialog ceritanya yang kadang lucu juga dilengkapi dengan gambar yang menarik perhatian. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa SMA Negeri I Batam yang mengatakan :

"Saya senang membaca komik, dimana saya sering tertawa sendiri ketika membacanya, karena selain jalan cerita yang bermacam-macam, juga sering menampilkan gambar yang lucu dan menarik. Dengan demikian, saya selalu berusaha untuk membacanya".

Namun mereka yang terbiasa membaca komik jumlahnya tidak banyak. Data di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden, hanya 39 orang (3,9 %) yang *terbiasa* membaca komik setiap hari. Selain itu, terdapat 342 orang (34,2 %) dari mereka yang *hampir tidak pernah* membaca komik, 249 orang (24,9 %) yang membaca komik sekitar *sekali sebulan*, 203 orang (20,3 %) yang membaca komik *sekitar seminggu sekali*, 119 orang (11,9 %) yang membaca komik *2 - 3 kali seminggu*, dan 46 orang (4,6 %) yang membaca komik sekitar *4 - 5 kali seminggu*. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 2 orang (0,2 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.18
Kebiasaan Membaca Komik

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Hampir tidak pernah	342	34,2
2.	Sekitar sebulan sekali	249	24,9
3.	Sekitar seminggu sekali	203	20,3
4.	2 - 3 kali seminggu	119	11,9
5.	4 - 5 kali seminggu	46	4,6
6.	Setiap hari	39	3,9
7.	Tidak menjawab	2	0,2
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Rendahnya minat membaca komik di kalangan generasi muda tentunya diakibatkan berbagai faktor. Namun faktor utamanya adalah ketidaksetujuan orang tua terhadap anak yang sering membaca komik, seperti diutarakan salah seorang orang tua siswa berikut ini :

"Anak saya, saya larang keras agar tidak membaca komik. Bila perlu tidak saya kasih duit membeli ataupun menyewanya. Habis, kalau sudah baca komik, mereka lupa mengerjakan pekerjaan rutin sehari-hari, dan bahkan lupa untuk belajar".

Selain membaca komik, generasi muda pulau Batam ada juga memiliki kebiasaan membaca majalah. Umumnya majalah yang mereka baca adalah Nova, Citra, Bintang, Film, Bola, Kartini dan Wanita Indonesia terbitan Jakarta.

Tabel 4.19
Kebiasaan Membaca Majalah

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Hampir tidak pernah	95	9,5
2.	Sekitar sebulan sekali	265	26,5
3.	Sekitar seminggu sekali	315	31,5
4.	2 - 3 kali seminggu	178	17,8
5.	4 - 5 kali seminggu	74	7,4
6.	Setiap hari	63	6,3
7.	Tidak menjawab	10,	1,0
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Data tabel di atas menunjukkan kebiasaan membaca majalah generasi muda pulau Batam juga cukup rendah. Kebiasaan yang cukup rendah ini terjadi tentunya diakibatkan berbagai faktor, khususnya faktor ekonomi keluarga yang kurang mampu untuk berlangganan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat salah seorang siswi SMIP Kartini Batam yang mengatakan :

"Sebenarnya kepingin juga baca majalah, khususnya majalah Kartini dan majalah Wanita Indonesia. Cuma yah, orang tua kadang-kadang tidak setuju, karena harus mengeluarkan biaya tambahan setiap bulannya. Yah, alasannya macam-macam, yaitu tentang masih banyaknya keperluan lain yang lebih mendesak".

Dari 1.000 orang generasi muda yang merupakan responden, terdapat 95 orang (9,5 %) dari mereka yang hampir *tidak pernah* membaca majalah. Yang lainnya, terdapat 265 orang (26,5 %) yang membaca majalah sekitar *sebulan sekali*, 315 (31,5 %) yang membaca majalah sekitar *seminggu sekali*, 178 orang (17,8 %) yang membaca majalah sekitar *2 - 3 kali seminggu*, 74 orang (7,4 %) yang membaca majalah *4 - 5 kali seminggu*, dan 63 orang (6,3 %) yang membaca majalah *setiap hari*. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 10 orang (1 %).

Selain kebiasaan membaca seperti diuraikan di atas, generasi muda pulau Batam juga memiliki kebiasaan mendengar radio. Kebiasaan itu dilakukan ketika mereka beristirahat, khususnya sore atau malam hari menjelang tidur. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa SMA Negeri I Batam yang mengatakan :

"Saya kalau mau beristirahat/tidur paling suka mendengar radio, yah mendengarkan lagu-lagu yang berirama lembut dan sentimental. Ya itu, pengantar tidur istilahnya. Kalau udah gitu, saya cepat tidur dan terlelap, tandasnya ".

Menurut mereka yang sering mendengar radio mengatakan, bahwa gelombang siaran yang sering mereka dengar adalah berasal dari kota Pekanbaru, Jakarta dan dari Negara tetangga Malaysia dan Singapura. Dimana tema siaran yang mereka senangi adalah "musik/lagu", yang berbahasa Indonesia dan Inggris.

Tabel 4.20
Kebiasaan Mendengar Radio

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Mendengarkan radio	54	5,4
2.	Kurang dari sejam per hari	135	13,5
3.	1 - 2 jam per hari	401	40,1
4.	Sekitar 3 - 4 jam per hari	240	24,0
5.	Lima jam lebih per hari	167	16,7
6.	Tidak Menjawab	3	0,3
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden yang merupakan generasi muda pulau Batam, terdapat 54 orang (5,4 %) dari mereka yang hampir *tidak pernah* mendengar radio; 135 orang (13,5 %) yang mendengar radio *kurang dari sejam* perhari; 401 orang (40,1 %) yang mendengar radio *sekitar 1 - 2 jam* per hari; 240 orang (24 %) yang mendengar radio *sekitar 3 - 4 jam* per hari; dan 167 orang (16,7 %) yang mendengar radio *sekitar lebih dari 5 jam* per

hari. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 3 orang (0,3 %).

Generasi muda pulau Batam, tidak saja hanya memiliki kebiasaan untuk mendengar radio, tetapi juga menonton film di bioskop. Umumnya film-film yang mereka gemari adalah film yang berbau seks dan action. Berdasarkan pengamatan di lapangan, pengunjung bioskop umumnya generasi muda yang sedang asik-asiknya berpacaran. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap salah seorang siswa SMA Negeri I Batam yang mengatakan :

"Kalau mau film bioskop lihat-lihat filmnya dulu. Kalau kira-kira bagus, baru janji sama pacar atau teman, karena nonton bersama adalah lebih asyik. Kalau mau nonton sendiri rasanya sangat malas, mendingan aja nonton film di televisi".

Para pelajar juga mau menonton secara ramai-ramai yaitu ketika mereka mengetahui pemutaran film bagus pada sore harinya setelah pulang sekolah. Biasanya mereka janji dulu, ada kalanya ketemu di suatu tempat atau saling menjemput. Kebiasaan ini umumnya terjadi diantara sesama jenis yaitu laki-laki dengan laki-laki atau perempuan dengan perempuan. Untuk mengetahui lebih jelas, tentang kebiasaan menonton generasi muda tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.21
Kebiasaan Menonton Film di Bioskop

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak pernah pergi ke bioskop	137	13,7
2.	Sekitar 1 - 2 kali setahun	107	10,7
3.	Beberapa kali setahun	238	23,8
4.	Sekitar sebulan sekali	299	29,9
5.	Beberapa kali dalam sebulan	216	21,6
6.	Tidak Menjawab	3	0,3
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden yang merupakan generasi muda di pulau Batam terdapat 137 orang (13,7 %) diantara mereka yang hampir *tidak pernah* pergi ke bioskop, 107 orang (10,7 %) yang menonton *1 - 2 kali* dalam setahun, 238 orang (23,8 %) yang menonton *beberapa kali* dalam setahun, 299 orang (29,9 %) yang menonton sekitar *sebulan sekali*, dan 216 orang (21,6 %) yang menonton *beberapa kali* dalam sebulan. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 3 orang (0,3 %).

Secara umum generasi muda pulau Batam gemar menonton film televisi. Kebiasaan tersebut hampir mereka lakukan setiap hari. Stasiun televisi yang mereka putar umumnya dari Malaysia dan Singapura. Berbagai acara mereka tonton, mulai dari film, sinetron, kuis, siaran berita dan lain-lain. Namun yang paling menarik menurut mereka adalah acara televisi asing yang acapkali menawarkan adegan kekerasan dan pornografi. Seperti halnya dikatakan kepala sekolah SMEA Ibnu Sina Batam berikut ini :

"Acara televisi sering acapkali menawarkan sisi tontonan yang menarik dengan adegan kekerasan dan yang berbau pornografi. Oleh karena itu, kekhawatiran terhadap kontak budaya generasi muda dengan budaya asing perlu diperhatikan, karena generasi muda yang menonton acara televisi lokal di Batam cukup rendah relatif rendah. Padahal televisi lokal tersebut adalah berperan untuk menampilkan budaya sendiri/daerah".

Dulu stasiun yang dapat mereka tangkap hanya TVRI dan yang berasal dari Malaysia dan Singapura, namun sekarang ini mereka sudah dapat menangkap siaran televisi swasta nasional seperti RCTI, SCTV, Indosiar, ANTEVE dan TPI. Masalahnya, televisi yang dari dalam negeri sering kali gambarnya terlihat kurang bersih dan terang. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara terhadap kepala sekolah SMEA Ibnu Sina yang mengatakan :

"Generasi muda di Batam memiliki banyak pilihan program acara televisi, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Namun daya tangkap gelombang untuk menonton televisi asing lebih mudah, lebih terlihat jelas dan gambarnya bersih di bandingkan

dengan televisi yang bersumber dari dalam negeri, kecuali dengan menggunakan parabola. Sedangkan untuk menonton televisi asing tidak dengan menggunakan antena parabola, karena lebih dekat jaraknya dibandingkan dengan pulau Jawa ataupun Jakarta".

Untuk mengetahui lebih jauh, kebiasaan menonton generasi muda di pulau Batam dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.22
Kebiasaan Menonton TV pada Hari Sekolah

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak pernah menonton TV	18	1,8
2.	Kurang dari sejam sehari	48	4,8
3.	1 - 2 jam sehari	278	27,8
4.	3 - 4 jam sehari	443	44,3
5.	Lima jam lebih sehari	204	20,4
6.	Tidak Menjawab	9	0,9
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Data di atas menunjukkan, penonton televisi pada hari sekolah **paling banyak** adalah sekitar *3 - 4 jam sehari*, yaitu terdapat 443 orang (44,3 %). Urutan selanjutnya adalah sekitar *1 - 2 jam sehari*, yaitu 278 orang (27,8 %); dan 204 orang (20,4 %) yang menonton *5 jam lebih sehari*; serta 48 orang (4,8 %) pada yang menonton *kurang dari sejam sehari*. Sedangkan yang *tidak pernah menonton* terdapat 18 orang (1,8 %), dan yang tidak memberikan jawaban terdapat 9 orang (0,9 %).

Kebiasaan menonton TV juga berlanjut pada hari libur. Biasanya kalau mereka tidak kemana-mana, mereka akan menghabiskan waktu dengan menonton televisi di rumah. Untuk mengetahui lebih jelas, kebiasaan menonton pada generasi muda pada hari libur, dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.23
Kebiasaan Menonton TV pada Hari Libur

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak pernah menonton TV	24	2,4
2.	Kurang dari sejam sehari	23	2,3
3.	1 - 2 jam sehari	119	11,9
4.	3 - 4 jam sehari	360	36,0
5.	Lima jam lebih sehari	468	46,8
6.	Tidak Menjawab	6	0,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Data penonton di atas menunjukkan peningkatan ketika libur sekolah. Kalau ketika hari sekolah yang menonton paling banyak sekitar 3 - 4 jam sehari sebanyak (44,3 %), maka pada hari libur meningkat menjadi 5 jam lebih sehari, yaitu sebanyak 468 orang (46,8 %). Hal tersebut sejalan dengan kegiatan mereka ketika hari libur sekolah, yaitu 24,25 dari mereka tidak ke mana-mana, selainnya itu 75,7 yang pergi berlibur dengan rincian; 181 orang (18,1 %) yang berlibur di sekitar pulau Batam; 121 orang (12,1 %) yang berlibur di luar pulau Batam (provinsi Riau), 127 orang (12,7 %) yang berlibur keluar provinsi Riau, 78 orang (7,8 %) yang berlibur ke luar negeri, 58 orang (5,8 %) yang berlibur di dalam luar/luar negeri, 114 orang (11,4 %) yang pulang kampung, 35 orang (3,5 %) yang berwisata lainnya (lihat grafik pada lampiran 40). Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 44 orang (4,4 %).

Tabel di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden, terdapat 24 orang (2,4 %) yang *tidak pernah* menonton TV pada hari libur, 23 orang (2,3 %) yang menonton TV *kurang dari sejam* sehari, 119 orang (11,9 %) yang menonton TV *sekitar 1 - 2 jam* sehari, 360 orang (36 %) yang menonton *sekitar 3 - 4 jam* sehari, dan 468 orang (46,8 %) yang menonton *sekitar 5 jam lebih* sehari. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, adalah terdapat 6 orang (0,6 %).

Berdasarkan jenis film yang ditayangkan di televisi, **film kartun** juga ternyata digemari oleh sebagian generasi muda di pulau Batam. Hal itu terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 161 orang (16,1 %) yang menonton *beberapa program* sehari, 222 orang (22,2 %) yang menonton *sekitar 1 program* sehari, 229 orang (22,9 %) yang menonton *beberapa kali dalam sebulan*, 160 orang (16 %) yang *menonton beberapa kali dalam setahun*, dan 220 orang (22 %) yang *hampir tidak pernah* menonton. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 8 orang (0,8 %). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.24
Kebiasaan Menonton Film Kartun

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	151	15,56
2.	Sekitar satu program sehari	217	21,37
3.	Beberapa kali dalam seminggu	224	22,4
4.	Beberapa kali dalam sebulan	155	15,5
5.	Hampir tidak pernah menonton	215	21,5
6.	Tidak Menjawab	8	0,8
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Selain film kartun, program **opera sabun (soap opera)** juga digemari generasi muda di pulau Batam. Kebiasaan menonton opera sabun ini tidak saja pada hari libur, tetapi juga pada hari sekolah. Program opera sabun ini berasal dari berbagai negara, ada yang berbahasa Inggris, Indonesia, Melayu dan lain-lain. Program opera sabun ini tidak hanya disiarkan televisi asing, tetapi juga televisi dalam negeri. Dan bahkan program opera sabun yang disiarkan televisi dalam negeri juga mendapatkan kritik dari masyarakat, seperti yang diutarakan kepala SMEA Ibnu Sina, berikut :

"Film-film opera sabun yang ditayangkan di televisi Indonesia juga sebenarnya kurang bagus, karena opera sabun tersebut berasal dari produk negara asing, seperti Amerika Latin, yang

menampilkan adegan-adegan yang membuat masyarakat menjadi permisif, misalnya tentang nilai tabu (apa yang boleh dan apa yang tidak boleh). Dialog dan adegan yang berbau seks yang tidak sesuai dengan masyarakat Indonesia lama-lama akan menjadi bagian dari kognisi khalayak".

Untuk mengetahui sejauh mana kebiasaan generasi muda menonton opera sabun, dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.25
Kebiasaan Menonton Opera Sabun (Soap Opera)

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	126	12,6
2.	Sekitar satu program sehari	225	22,5
3.	Beberapa kali dalam seminggu	147	14,7
4.	Beberapa kali dalam sebulan	97	9,7
5.	Hampir tidak pernah menonton	391	39,1
6.	Tidak Menjawab	14	1,4
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel di atas menunjukkan, dari 1.000 orang responden, terdapat 126 orang (12,6 %) menonton opera sabun *beberapa program* dalam sehari, 225 orang (22,5 %) menonton *satu program* opera sabun dalam sehari, 147 orang (14,7 %) menonton *beberapa kali dalam sebulan* opera sabun, 97 orang (9,7 %) menonton *beberapa kali dalam setahun* opera sabun, dan 391 orang (39,1 %) yang *hampir tidak pernah menonton* opera sabun. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 14 orang (1,4 %).

Berbeda dengan kebiasaan menonton **film action**. Penggemar film ini lebih banyak, terbukti dari 1.000 orang responden yang mewakili generasi muda pulau Batam, terdapat 185 orang (18,5 %) yang menonton *beberapa program dalam sehari*. Biasanya penggemar film action ini lebih banyak laki-laki. Seperti halnya pendapat wakil kepala sekolah Yos Sudarso berikut ini :

"Kalau di rumah, kalau sudah ada acara film action dan olahraga, anak saya laki-laki paling ngotot untuk menontonnya. Pada saat itu mereka pasti berebut acara dengan anak saya yang perempuan, karena mereka kurang senang untuk menontonnya. Mereka biasanya senang dengan film telenovela yang bertema keluarga dan percintaan".

Selanjutnya, terdapat 310 orang (31%) yang menonton sekitar *1 program sehari*, 249 orang (24,9 %) yang menonton *beberapa kali dalam sebulan*, 177 orang (17,7 %) yang menonton *beberapa kali dalam sehari*, dan 65 orang (6,5 %) yang *hampir tidak pernah menonton*. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban, terdapat 14 orang (1,4 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.26
Kebiasaan Menonton Film Action di TV

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	185	18,5
2.	Sekitar satu program sehari	310	31,0
3.	Beberapa kali dalam seminggu	249	24,9
4.	Beberapa kali dalam sebulan	177	17,7
5.	Hampir tidak pernah menonton	65	6,5
6.	Tidak Menjawab	14	1,4
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Hampir sama dengan penggemar **film action**, penonton acara olah raga juga banyak. Hal tersebut terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 184 orang (18,4 %) yang menonton *beberapa program dalam sehari*, 235 orang (23,5 %) menonton sekitar *1 program sehari*, 267 orang (26,7 %) yang menonton *beberapa kali dalam setahun*, dan terdapat 141 orang (14,1 %) yang *hampir tidak pernah menonton*. Sedangkan yang tidak menjawab terdapat 5 orang (0,5 %). Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.27
Kebiasaan Menonton Acara Olahraga di TV

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	184	18,4
2.	Sekitar satu program sehari	235	23,5
3.	Beberapa kali dalam seminggu	267	26,7
4.	Beberapa kali dalam sebulan	168	16,8
5.	Hampir tidak pernah menonton	141	14,1
6.	Tidak Menjawab	5	0,5
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Penonton lebih banyak adalah pada acara musik. Hal tersebut terlihat dari 1.000 orang responden, terdapat 364 orang (36,4 %) yang menonton *beberapa program sehari*. Kemudian, terdapat 319 orang (31,9 %) yang menonton *sekitar 1 program sehari*, 164 orang (16,4 %) menonton *beberapa kali dalam sebulan*, 106 orang (10,6 %) menonton *beberapa kali dalam setahun*, dan 42 orang (4,2 %) hampir *tidak pernah menonton*. Sedangkan yang tidak menjawab, terdapat 5 orang (0,5 %). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.28
Kebiasaan Menonton Acara Musik di TV

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	364	36,4
2.	Sekitar satu program sehari	319	31,9
3.	Beberapa kali dalam seminggu	164	16,4
4.	Beberapa kali dalam sebulan	106	10,6
5.	Hampir tidak pernah menonton	42	4,2
6.	Tidak Menjawab	5	0,5
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Penggunaan televisi tidak saja digunakan untuk menonton film kartun, opera sabun, film action, acara olahraga, dan acara musik, tetapi juga digunakan untuk menonton **game show**. Penggemar game show ini juga banyak di pulau Batam, terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 154 orang (15,4 %) yang menonton *beberapa program dalam sehari*. Kemudian, terdapat 260 orang (26 %) yang menonton *sekitar 1 program sehari*, 204 orang (20,4 %) yang menonton *beberapa kali dalam sebulan*, 136 orang (13,6 %) yang menonton *beberapa kali dalam setahun*, dan 181 orang (18,1 %) yang hampir tidak pernah menonton. Sedangkan yang tidak menjawab, terdapat 65 orang (6,5 %).

Tabel 4.29

Kebiasaan Menonton Acara Game Show di TV

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Beberapa program sehari	154	15,4
2.	Sekitar satu program sehari	260	26,0
3.	Beberapa kali dalam seminggu	204	20,4
4.	Beberapa kali dalam sebulan	136	13,6
5.	Hampir tidak pernah menonton	181	18,1
6.	Tidak Menjawab	65	6,5
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Jenis hiburan lain yang sering ditonton oleh generasi muda pulau Batam adalah berupa pagelaran baik seni tradisional, musik pop/rock dalam negeri ataupun luar negeri. Khusus tentang **pagelaran musik pop/rock dalam negeri**, tidak begitu diminati oleh generasi muda pulau Batam. Hal itu terlihat dari 1.000 orang generasi muda yang menjadi responden, terdapat 148 orang (14,8 %) mempunyai kebiasaan *sering kali menonton*, 268 orang (26,8 %) *agak sering menonton*, 355 orang (35,5 %) yang *jarang menonton*, dan 184 orang (18,4 %) yang menonton *jarang sekali*. Sedangkan yang tidak memberikan jawaban terdapat 45 orang (4,5 %). Data pada tabel berikut menunjukkan jumlah generasi muda yang jarang menonton **pagelaran musik pop/rock dalam negeri** adalah paling banyak, yaitu 355 orang (35,5 %). Hal tersebut juga dipengaruhi oleh tingkat ekonomi masyarakat, karena

biar bagaimanapun untuk dapat menonton pagelaran adalah memerlukan biaya, kecuali pagelaran tersebut disiarkan dalam acara televisi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.30

Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock dalam Negeri

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Sering kali	148	14,8
2.	Agak sering	268	26,8
3.	Jarang	355	35,5
4.	Jarang sekali	184	18,4
5.	Tidak Menjawab	45	4,5
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Pagelaran **seni tradisional** juga jarang ditonton oleh generasi muda. Hal itu terbukti dari 1.000 orang responden, terdapat 448 orang (44,8 %) yang *jarang menonton*, 207 orang (20,7 %) yang *jarang sekali menonton*, 248 orang (24,8 %) yang *agak jarang menonton*, dan hanya 55 orang (5,5 %) yang *sering sekali menonton*. Sedangkan yang tidak menjawab, terdapat 42 orang (4,2 %).

Tabel 4.31

Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Tradisional

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Sering kali	55	5,5
2.	Agak sering	248	24,8
3.	Jarang	448	44,8
4.	Jarang sekali	207	20,7
5.	Tidak Menjawab	42	4,2
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Bila data di atas di kelompokkan, yaitu antara yang sering sekali dan agak sering menonton pagelaran seni tradisional dengan yang jarang dan jarang sekali menonton, maka akan terlihat perbandingan

antara **30,3 % dengan 45,5 %**. Dari data tersebut terlihat bahwa betapa persentase generasi muda pulau Batam yang menonton pagelaran seni tradisional cukup rendah.

Kekurangsenangan menonton pagelaran seni tradisional itu juga terlihat dalam perbandingan antara kebiasaan menonton pagelaran musik pop/rock dalam negeri bila dengan pagelaran musik pop/rock asing, dimana perbandingan jumlah yang sering sekali dengan jumlah yang sering adalah **41,6 % berbanding 43,9 %**. Dalam arti generasi muda yang memiliki kebiasaan menonton pagelaran musik pop/rock asing jumlahnya lebih banyak. Keadaan tersebut tentunya terjadi karena berbagai faktor, namun salah satu faktor penyebabnya adalah karena keinginan generasi muda lebih dekat mengenal artis asing (dunia), seperti yang dikatakan salah seorang siswi SMAN I Batam berikut ini :

"Saya lebih senang menonton pagelaran musik pop/rock asing, karena saya pingin lebih mengenal artis asing yang lebih terkenal, seperti halnya Michael Jackson, Madonna, dan sebagainya. Pagelaran artis asing ini sering kami tonton dalam acara televisi asing, yang dapat kami terima di Batam".

Untuk mengetahui seberapa jauh kebiasaan generasi muda menonton pagelaran musik pop/rock asing, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.32

Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock Asing

No.	Jenis Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
1.	Sering kali	135	13,5
2.	Agak sering	285	28,5
3.	Jarang	361	36,1
4.	Jarang sekali	211	21,1
5.	Tidak Menjawab	8	0,8
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

BAB V

P E N U T U P

5.1 Kesimpulan

Seperti diuraikan di muka, bahwa kebudayaan di mana seseorang hidup dan dibesarkan, akan mempunyai pengaruh besar terhadap pengetahuan, pembentukan sikap, kepercayaan dan perilaku orang. Demikian juga halnya dengan apa yang terjadi di pulau Batam. Pulau ini merupakan daerah yang berdekatan dengan negara Malaysia dan Singapura. Dengan demikian penduduk pulau ini banyak mengalami kontak budaya, baik dengan orang asing maupun suku-suku pendatang yang hidup dan menetap di daerah ini. Begitu juga dengan pengaruh media massa mereka, khususnya media elektronik yang dengan mudah di tangkap di pulau Batam. Situasi demikian jelas akan menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakatnya, terutama dalam perubahan pengetahuan, pandangan, sikap dan tingkah laku mereka tentang budaya tradisional.

Perubahan akan pengetahuan generasi muda, baik yang diperoleh melalui mass media maupun dari berbagai pengalaman hidup, jelas mempengaruhi pendapat mereka tentang budaya khas dan unik Indonesia yang pada prinsipnya berbeda dengan budaya lain di dunia. Begitu juga dengan pengetahuan mereka tentang kebudayaan Indonesia yang ditopang kebudayaan daerah dan yang juga dipengaruhi budaya luar (asing). Selain itu pengetahuan yang dimiliki dapat mem

beri kesadaran akan perlunya mempertahankan budaya Indonesia dari budaya luar (asing); kesadaran akan budaya luar (asing) yang tidak seluruhnya harus ditolak bangsa Indonesia; dan kesadaran akan mencintai dan melestarikan budaya daerah yang berarti pula mendukung kebudayaan nasional. Pendapat di atas secara umum didukung oleh sebagian besar generasi muda pulau Batam yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Sikap generasi muda tentang budaya tradisional juga banyak terpengaruh, karena sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat, akan memberi dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.

Sikap tersebut sangat mempengaruhi pilihan mereka tentang program televisi yang disukai (buatan Indonesia atau buatan luar negeri), jenis lagu yang disukai (berbahasa Indonesia atau berbahasa Inggris), pakaian yang disukai (buatan Indonesia atau buatan luar negeri), tradisi yang disukai (asli Indonesia atau tradisi barat), pengarang novel (pengarang Indonesia atau pengarang luar negeri), animo pada museum dan cagar budaya.

Hasil pengolahan data lapangan menunjukkan, bahwa generasi muda pulau Batam sangat menyukai televisi dan program buatan luar negeri. Hal itu terjadi, selain karena siaran yang lebih menarik, juga karena siaran televisi asing dengan mudah ditangkap di pulau Batam. Agak berbeda dengan sikap generasi muda tentang jenis lagu yang berbahasa Indonesia, dimana lagu ini sangat diminati oleh generasi muda pulau Batam. Sikap generasi muda tentang budaya tradisional juga tercermin dari sikap mereka tentang jenis pakaian, dimana perbandingan antara peminat pakaian buatan luar negeri dengan buatan dalam negeri tidak begitu jauh, walaupun pada kenyataannya jumlah generasi muda yang lebih menyukai pakaian buatan Indonesia tetap lebih banyak.

Sedangkan tradisi asli Indonesia adalah sangat mereka sukai. Menurut sebagian besar generasi muda pulau Batam bahwa tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus. Pernyataan tersebut tidak saja oleh generasi muda pulau Batam, tetapi juga para pendidik. Mereka menyebutkan bahwa tradisi asli Indonesia yang mengutamakan kebersamaan dan nilai kegotongroyongan perlu dipertahankan. Sejalan dengan itu animo generasi muda pada museum dan cagar budaya juga cukup tinggi, namun masalahnya bahwa museum dan cagar budaya tidak terdapat di pulau Batam. Begitu juga dengan sikap dan ketertarikan mereka terhadap pengarang novel, dimana generasi muda pulau Batam secara umum lebih menyukai pengarang novel Indonesia. Hal itu terjadi karena sebagian besar karya novel pengarang Indonesia adalah berbahasa Indonesia dan memiliki tema cerita yang hidup dan berkembang di nusantara.

Demikian juga kepercayaan generasi muda pulau Batam tentang budaya tradisional, sangat mempengaruhi sikap, pilihan dan kecintaan mereka terhadap budaya sendiri ataupun budaya daerah yang ada di Indonesia. Kepercayaan itu akan menimbulkan kehati-hatian, dimana sebelum mereka menyukai budaya asing akan terlebih dahulu membandingkannya dengan budaya sendiri, dan adanya suatu keyakinan generasi muda bahwa budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia dan walaupun juga banyak generasi muda yang lebih senang pada budaya asing sekarang ini.

Gencarnya media massa dan berbagai kontak budaya yang langsung dengan orang asing juga turut mempengaruhi perilaku generasi muda pulau Batam. Seperti diuraikan sebelumnya, perilaku adalah fungsi karakteristik individu dengan lingkungan, dimana karakteristik individu itu meliputi variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat kepribadian, dan sikap saling berinteraksi satu sama lain dan kemudian berinteraksi pula dengan faktor-faktor lingkungan dalam menentukan perilaku. Dimana faktor lingkungan sangat memiliki kekuatan besar dalam menentukan perilaku, bahkan kadang-kadang kekuatannya lebih besar daripada karakteristik individu.

Lingkungan daerah Batam, jelas sudah mempengaruhi perilaku penduduknya. Salah satu wujud daripada perilaku adalah kebiasaan individu. Seperti halnya kebiasaan generasi muda di pulau Batam untuk membaca surat kabar, majalah, komik, mendengar radio, menonton televisi, menonton film dan lain-lain. Berdasarkan hasil data lapangan yang diperoleh, minat generasi muda untuk membaca surat kabar, majalah dan komik adalah cukup rendah. Rendahnya kebiasaan itu tentunya diakibatkan berbagai faktor, terutama kurang tersedianya bahan bacaan di rumah mereka masing-masing, sehingga jumlah generasi muda yang memiliki kebiasaan membaca relatif rendah.

Berbeda dengan kebiasaan generasi muda untuk mendengarkan radio, menonton film di bioskop, menonton televisi di rumah, baik pada hari libur maupun pada hari sekolah. Media elektronik ini sangat digemari generasi muda pulau Batam. Hasil pengolahan data lapangan menunjukkan, rata-rata generasi muda pulau Batam menonton televisi pada hari sekolah sekitar 3 - 4 jam sehari. Selanjutnya pada hari libur meningkat menjadi 5 jam sehari. Jenis acara yang mereka gemari adalah berupa film, sinetron, olahraga, kuis, acara musik, siaran berita dan lain-lain. Jenis film yang mereka tonton juga ber macam-macam, baik berupa film kartun, opera sabun, film action, dan lain-lain.

Hasil pengolahan data lapangan menunjukkan, bahwa film kartun, opera sabun, acara game show adalah digemari sebagian generasi muda pulau Batam. Kebiasaan menonton film tersebut tidak saja pada hari libur tetapi juga pada hari sekolah. Berbeda dengan film action, acara olahraga, pagelaran musik pop/rock asing yang sangat digemari generasi muda pulau Batam, dimana sebagian besar respon den, menonton paling tidak satu program dalam sehari.

Seperti telah diuraikan di muka, bahwa kebiasaan di atas secara timbal balik jelas sudah mempengaruhi pengetahuan, sikap, kepercayaan dan perilaku generasi muda di pulau Batam. Masalahnya sekarang sejauh mana pengaruh perubahan tersebut dalam kehidupan mereka. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, tentunya dibutuhkan penelitian lanjutan yang sifatnya lebih mendalam. Semoga demikian.

5.2 *Saran*

Batam adalah daerah yang sangat strategis, berada di daerah "segitiga emas" Singapura, Johor, Riau. Daerah ini tentunya mengalami kontak antarbudaya yang sangat cukup tinggi. Kehidupan generasi muda termasuk para pelajar di Batam berada di antara hiruk pikuk dan dinamika budaya yang ada. Selain kontak budaya yang secara langsung, media massa juga menjadi faktor yang sangat krusial bagi generasi muda pulau Batam, karena bukan hanya media massa dalam negeri saja yang dapat mereka nikmati, tapi juga media massa asing yang bisa ditangkap dengan mudah di pulau Batam.

Dengan demikian, pemerintah Indonesia perlu memikirkan bagaimana pola pendidikan khusus di wilayah persimpangan informasi dan wilayah kontak budaya yang tinggi seperti Batam ini, agar generasi muda tidak mengikuti pola pemikiran dan gaya hidup asing yang bertentangan dengan norma budaya bangsa. Selain itu, pemerintah hendaknya secara jujur dan tuntas menertibkan berbagai tempat-tempat hiburan dan perjudian yang dianggap marak di pulau Batam, agar dampak negatif lebih lanjut tempat hiburan tersebut bisa diredam dan diantisipasi.

Daftar Pustaka

1. Aswar, Saifuddin, **Sikap Manusia, Teori dan Pengaruhnya**, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995.
2. Alfian (ed), **Persepsi Masyarakat Tentang Kebudayaan**, PT Gramedia, Jakarta, 1995.
3. Agnes Mawarni, "Sasaran Pembangunan Ekonomi Pulau Batam", dalam *Suara Pembaruan*, 26 Mei 1995.
4. , "Dampak Pembenturan Kepentingan di Pulau Batam", dalam *Suara Pembaruan*, 26 April 1996.
5. Asmadi Abu, **Psikologi Sosial**, PT Bina Ilmu, Semarang, 1979.
6. Berita Suara Pembaruan, 4 Januari 1996 dan 17 Pebruari 1996.
7. Berita Suara Karya, 21 Januari 1995, 14 Juni 1995, 17 Januari 1996.
8. Berita Kompas, 21 Januari 1995.
9. Berita Media Indonesia, 14 Juni 1996.
10. Business News, 2 Oktober 1995.
11. Dorti L, Pennington, "Intercultural Communication" dalam Larry A. Samovar dan Richard E. Poster, *Incultural Communication : A Reader*, 4 Th ed, California, Wadsworth Publishing Co, 1985, hal. 30 - 39.

12. Hanna Adoni, Akiba A Cohen, dan Sherrill Mane; "Sosial Reality and Television News; Perceptul Dimensions Of Sosial Conflicts in Selected Areas" dan **Jurnal of Broadcasting**, Vo. 28 No. 1, 1994.
13. Hannah Arendt, "Society and Culture" dalam Norman Jacobs, **Mas Media in Modern Society**, New Brunswick : Transaction Publishers, 1992, hal 85 - 94.
14. Robert P. Hawkins dan Suzanna Pingres, "Television,s Influence on Social Resliti", dalam **Mass Communication Review Yearbook**, Vol. 4, 1983, hal 53 - 76.
15. Robert M. Ogles, "Cultivation Analysis : Theory, Methodology and Researt on Television - Influenced Construction of Social Reality", **Mass Communication Research**, hal 43 - 53.
16. Thi Anh To, **Nilai Budaya Timur dan Barat**, Konflik atau Harmoni ?, PT Gramedia, Jakarta, 1974.
17. Walter Lippmann, "The Words Outside and The Picture in Our Heads", dalam Wilbur Schramm, **Mass Communication**, Urbans : University of Illinois Press, 1960.

Tabel 33
Umur Responden

No.	Tingkat Umur/Tahun	Frekuensi	Persentase
1.	15 ke bawah	21	2,1
2.	16	188	18,8
3.	17	399	39,9
4.	18	272	27,2
5.	19	86	8,6
6.	20 ke atas	28	2,8
7.	Tidak Menjawab	6	0,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel 34
Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	466	46,6
2.	Perempuan	530	53,0
3.	Tidak Menjawab	4	0,4
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel 35
Rangking Responden

No.	Rangking/kelas	Frekuensi	Persentase
1.	1 - 10	328	32,8
2.	11 - 20	266	26,6
3.	20 - 30	100	10,0
4.	31 - 40	48	4,8
5.	Tidak Menjawab	258	25,8
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel 36
Pekerjaan Ayah Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Karyawan Swasta	356	35,6
2.	Wiraswasta/Pedagang	211	21,1
3.	Peg. Negeri/ABRI/Pensiunan	141	14,1
4.	Petani/Nelayan	33	3,3
5.	Supir/Buruh Lepas	104	10,4
6.	Pekerja Sosial	4	0,4
7.	Mocok-mocok	19	1,9
8.	Tidak Menjawab	6	0,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan. 1996.

Tabel 37
Pekerjaan Ibu Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Karyawan Swasta	28	2,8
2.	Wiraswasta/Pedagang	50	5,0
3.	Peg. Negeri/ABRI/Pensiunan	33	3,3
4.	Petani	90	9,0
5.	Ibu Rumah Tangga	691	69,1
6.	Pekerja Sosial	8	0,8
7.	Pembantu Rumah Tangga	4	0,4
8.	Tidak Menjawab	96	9,6
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel 38
Banyaknya Saudara Kandung

No.	Jumlah Saudara Kandung/Org	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak ada	14	1,4
2.	1 - 2	198	19,8
3.	3 - 4	387	38,7
4.	5 - 6	252	25,2
5.	7 - 8	100	10,0
6.	9 ke atas	39	3,9
7.	Tidak Menjawab	10	1,0
Jumlah		1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Tabel 39
Kepemilikan Kendaraan Bermotor

No.	Jumlah Kend.	Motor		Mobil	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak ada	534	54,4	600	60,0
2.	1 unit	344	34,4	269	26,9
3.	2 unit	75	7,5	71	7,1
4.	3 unit	19	1,9	24	2,4
5.	4 unit	16	1,6	9	0,9
6.	5 unit (lebih)	3	0,3	6	0,6
7.	Tidak Menjawab	9	0,9	21	2,1
Jumlah		1.000	100 %	1.000	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

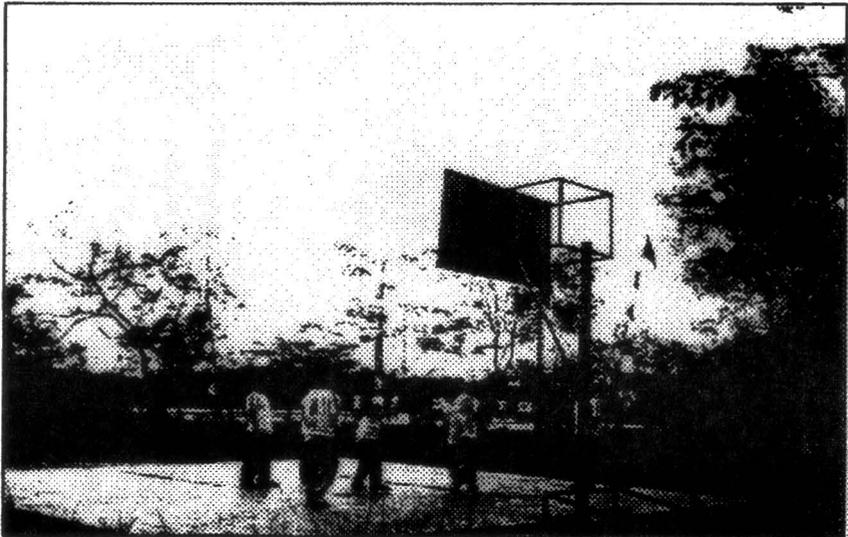
Tabel 40
Tujuan Berlibur

No.	Tempat Berlibur	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak kemana-mana	242	24,2
2.	Sekitar Pulau Batam	181	18,1
3.	Luar P. Batam (Provinsi Riau)	121	12,1
4.	Luar Provinsi Riau	127	12,7
5.	Luar Negeri	78	7,8
6.	Dalam/luar negeri	58	5,8
7.	Pulang kampung	114	11,4
8.	Wisata dan lain-lain	35	3,5
9.	Tidak Menjawab	44	4,4
Jumlah		1.000	100 %

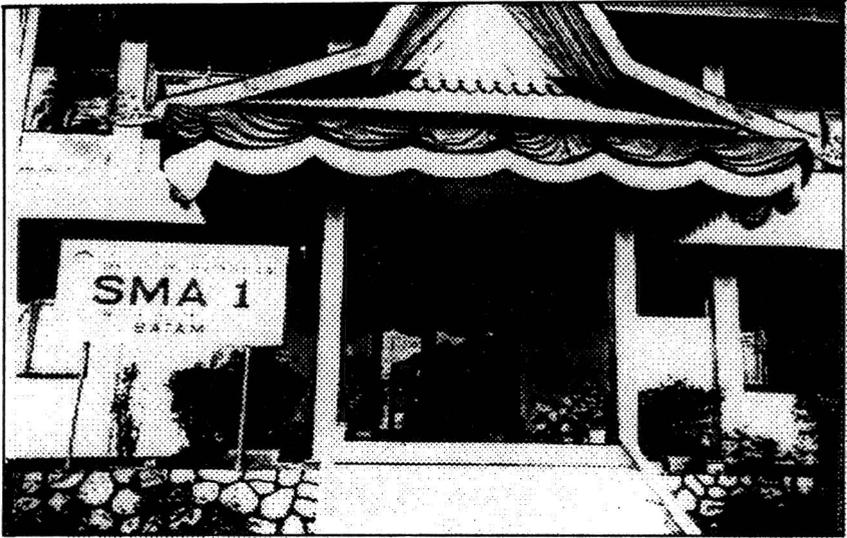
Sumber : Hasil Pengolahan Data Lapangan, 1996.

Lampiran

Gambar 1 : Pintu Gerbang Yayasan Perguruan Kartini Batam, Yayasan Perguruan ini memiliki sarana Sekolah yang cukup lengkap, yang terdiri dari SMU, SMEA dan SMIP.



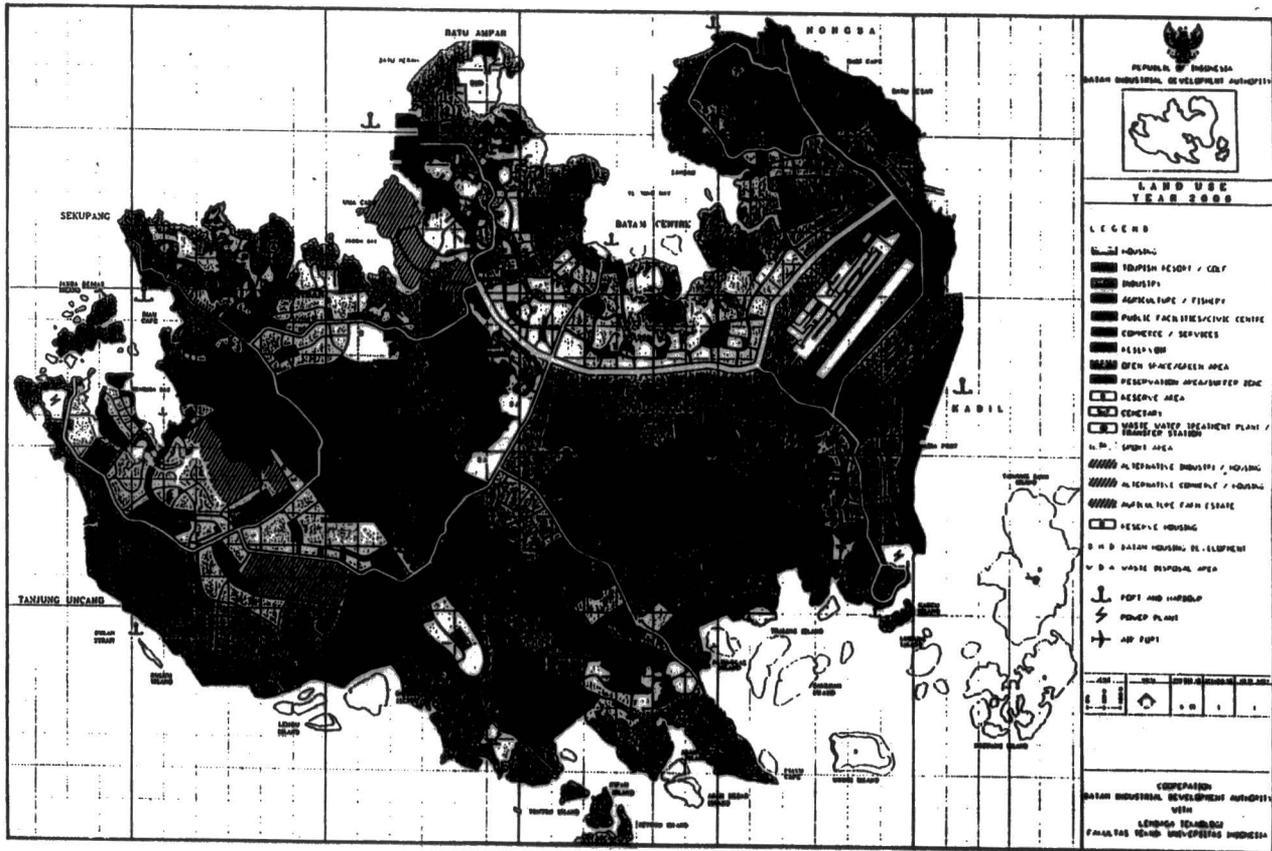
Gambar 2 : Sebagian Siswa STM Kartini Batam, sedang bermain Bola Basket



Gambar 3 : Salah satu dari dua SMU Negeri di Pulau Batam.



Gambar 4 : Sebagian Siswa/Siswi SMU Negeri 1 Batam sedang menyaksikan Pertandingan Bola Volly



PETA SEJORI (SINGAPORA - JOHOR - KEP. RIAU)
MAP OF SIJORI (SINGAPORE - JOHOR - RIAU ISLANDS)

