



**PERANAN MEDIA MASSA LOKAL
BAGI PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN
KEBUDAYAAN DAERAH
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



8 24

/97

**PERANAN MEDIA MASSA LOKAL
BAGI PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN
KEBUDAYAAN DAERAH**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

**Milik Depdikbud
Tidak diperdagangkan**



PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN KEBUDAYAAN DAERAH

PERPUSTAKAAN

DIREKTORAT SEBARAH &

NILAI TRANSIONAL

Tim Penyusun :
Drs. Ambar Adrianto
Noor Sulistyو Budi, SH
Drs. Mudjijono
Drs. Nurdianto
Dra. Isyanti

Konsultan
DR. Irwan Abdullah

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN
BAGIAN PROYEK PENGKAJIAN DAN PEMBINAAN NILAI-NILAI BUDAYA
PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
TAHUN ANGGARAN 1997/1998**

PERPUSTAKAAN
DIT. SEJARAH & NILAI TRADISIONAL

Nomor induk : 2569/1997
Tanggal terima : 27-10-1997
Tanggal catat : 10-11-1997
Beri/hadiah dari : Proyek PENR DIY
Nomor buku : 302.2359824 PER
Kopi ke : 2

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan Rahmat-Nya sehingga Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya DIY pada tahun anggaran 1997/1998 dapat menerbitkan buku berjudul **"Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah"**. Buku ini merupakan hasil proyek tahun anggaran 1996/1997, penelitiannya dilakukan oleh Drs. Ambar Adrianto dkk, staf Peneliti Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.

Maksud dan tujuan diterbitkannya buku ini selain untuk menambah khasanah dunia pustaka, juga sebagai upaya menyebarkan informasi, bahwa partisipasi media massa lokal, baik cetak maupun elektronika sangat penting artinya bagi pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, sebagai bagian dari kebudayaan nasional.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan penelitian hingga diterbitkannya buku ini berkat kerja keras dari tim penyusun dan juga adanya kerjasama yang baik dari semua pihak, terutama Pemerintah Daerah Tingkat I Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten Bantul dan Pemda Tingkat II Kotamadya Yogyakarta serta Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, sebagai pelaksananya. Untuk itu kepada semua pihak yang telah turut membantu usaha penelitian hingga diterbitkannya buku ini, kami mengucapkan terima kasih, semoga buku ini bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



SAMBUTAN
KEPALA KANTOR WILAYAH DEPARTEMEN
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diiringi rasa syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa saya menyambut baik diterbitkannya naskah hasil perekaman **"Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah"** oleh Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya DIY Tahun Anggaran 1997/1998.

Dewasa ini media massa merupakan alat komunikasi yang sangat strategis dalam ikut menyebarluaskan informasi pembangunan di segala bidang. Kemajuan yang dicapai di bidang komunikasi (media massa) begitu dominan mempengaruhi perkembangan, perubahan atau pembaharuan peradaban masyarakat yang membidani lahirnya revolusi media massa.

Dengan maraknya perkembangan media massa seperti pers, radio, televisi, film, dan internet juga dapat mempengaruhi situasi dan kondisi sosial budaya, ekonomi, dan politik di masyarakat. Oleh karena itu pengkajian ini mempunyai nilai sangat penting dan strategis untuk dapat dipakai sebagai kerangka acuan dalam rangka pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah khususnya dan kebudayaan nasional pada umumnya.

Seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi perlu adanya kelanjutan pengungkapan, penanaman dan pemasyarakatan nilai-nilai budaya dan pengembangan budaya masa kini yang berakar pada budaya bangsa.

Saya menghargai karya dan kreativitas Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya DIY Tahun Anggaran 1997/1998 dalam upaya menggali, meneliti dan menerbitkan naskah berjudul "Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah", semoga bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR PETA	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR FOTO	XIII
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Kerangka Pemikiran	6
C. Masalah	9
D. Tujuan	10
E. Ruang Lingkup	10
F. Metode	11
G. Pelaksanaan Penelitian	12
BAB II. MASYARAKAT DAN MEDIA MASSA	13
A. Lokasi Serta Kondisi Alam dan Fisik Lingkungan	13
B. Kependudukan	20
C. Jenis dan Bentuk Media Massa Nasional maupun Lokal Yang Menjangkau Masyarakat Setempat	39
D. Jenis dan Bentuk Media Massa Lokal serta Khalayak Pemakainya	46
BAB III. MEDIA MASSA LOKAL RADIO, TELEVISI, DAN KHALAYAKNYA	65
A. Saat-saat Khalayak Memanfaatkannya	68
B. Acara dan Waktu Siar Kaitannya Dengan Lapisan	

Khalayak Penggemarnya dan Isi Pesan Yang Disalurkan	77
C. Peran Dalam Proses Sosialisasi	87
D. Pengaruh Terhadap Kehidupan Sosial, Budaya, dan Ekonomi	99
E. Profil Media	109
1. RRI Nusantara II Yogyakarta	110
2. Retjo Buntung (RB-FM)	115
3. Mataram Buana Suara (MBS)	119
4. TVRI Stasiun Yogyakarta	112
 BAB IV. MEDIA MASSA LOKAL KORAN, MAJALAH, DAN	
KHALAYAKNYA	127
A. Saat-saat Khalayak Memanfaatkannya	130
B. Aneka Berita dan Isi Pesan Kaitannya Dengan Lapisan Khalayak Penggemarnya	138
C. Peran Dalam Proses Sosialisasi	148
D. Pengaruh Terhadap Kehidupan Sosial, Budaya, dan Ekonomi	154
E. Profil Media	169
1. Berita Nasional	170
2. Kandha Rahardja (KMD)	174
3. Mekar Sari	179
4. Djaka Lodang	181
 BAB V. PENUTUP	189
A. Kesimpulan	189
B. Saran	193
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	195
DAFTAR INFORMAN	199
DAFTAR PERTANYAAN	215

DAFTAR PETA

	Halaman
PETA 1. Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	55
2. Kotamadya Yogyakarta	56
3. Kecamatan Umbulharjo	57
4. Kelurahan Warungboto	58
5. Kabupaten Bantul	59
6. Kecamatan Banguntapan	60
7. Desa Baturetno	61
8. Kecamatan Imogiri	62
9. Desa Karangtalun	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL II 1. Pemanfaatan Tanah Di Desa Warungboto	15
2. Pemanfaatan Tanah Di Desa Baturetno	17
3. Pemanfaatan Tanah Di Desa Karangtalun	19
4. Jumlah Penduduk Kelurahan Warungboto Menurut Agama	21
5. Jumlah Penduduk Kelurahan Warungboto Menurut Tingkat Pendidikan	22
6. Jumlah Penduduk Kelurahan Warungboto Menurut Matapencapaian	24
7. Sarana Komunikasi Kelurahan Warungboto	25
8. Jumlah Penduduk Desa Baturetno Menurut Agama	28
9. Jumlah Penduduk Desa Baturetno Menurut Tingkat Pendidikan	29
10. Jumlah Penduduk Desa Baturetno Menurut Matapencapaian	31
11. Sarana Komunikasi Desa Baturetno	32
12. Jumlah Penduduk Desa Karangtalun Menurut Agama	34
13. Jumlah Penduduk Desa Karangtalun Menurut Tingkat Pendidikan	36
14. Jumlah Penduduk Desa Karangtalun Menurut Matapencapaian	38
15. Sarana Komunikasi Desa Karangtalun	39
TABEL III 1. Paket Kesenian Daerah Radio Retjo Buntung	117
2. Paket Kesenian Daerah TVRI Stasiun Yogyakarta	124
TABEL IV 1. Sirkulasi KMD. Kandha Rahardja	176
2. Cara Penyajian Berita Kandha Rahardja	177
3. Macam Rubrik Kandha Rahardja dan Penonjolannya	178
4. Rekapitulasi Distribusi Djaka Lodang	184

DAFTAR FOTO

	Halaman
FOTO 1. Kantor Lurah Warungboto, Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Yogyakarta, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	14
2. Pola Pemukiman dan Prasarana Jalan Di Warungboto, Kecamatan Umbulharjo	14
3. Kantor Kepala Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	16
4. Prasarana Jalan Yang Membelah Pemukiman Penduduk Desa Baturetno	18
5. Kantor Kepala Desa Karangtalun, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	19
6. Pola Pemukiman dan Prasarana Jalan Di Desa Karangtalun	20
7. Sarana Pendidikan Di Warungboto	23
8. Contoh Rumah Penduduk Di Kawasan Urban Yang Memiliki Sarana Komunikasi Plus (Antene Parabola)	25
9. Papan Umum Di Kelurahan Warungboto, Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Yogyakarta	26
10. Sarana Komunikasi Telepon Yang Ada Di Wilayah Kelurahan Warungboto	27
11. Tempat Peribadatan Bagi Umat Islam (Mushola) Di Desa Baturetno	28
12. Sarana Pendidikan Di Desa Baturetno	30
13. Sarana Komunikasi Kantor Pos Di Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul	33
14. Salah Satu Surau Di Desa Karangtalun	35
15. Sarana Pendidikan Di Kecamatan Imogiri	37

16. Publikasi (Spanduk) Pers Nasional Di Jalan-jalan Di Daerah Urban, Kotamadya Yogyakarta	43
17. Salah Satu Agen (Pengecer) Koran, Majalah Nasional dan Lokal Di Bilangan Yogya Timur	44
18. Pesona Audio-Visual Bagi Segmen Khalayak Di Kelurahan Warungboto	83
19. Studio RRI Nusantara II Yogyakarta	111
20. PT. Radio Retjo Buntung Yogyakarta	116
21. Studio Radio Mataram Buana Suara (MBS) Yogyakarta	120
22. Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Yogyakarta	123
23. Khalayak Pembaca Koran Di Warungboto	140
24. Kantor Harian BERNAS Yogyakarta	170
25. Kantor KR-group Tempat Di mana Kalawarti Mekar Sari Bemaung	180
26. Kantor Kalawarti Basa Jawa Djaka Lodang Di Yogyakarta ...	182

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam upaya pembinaan kebudayaan, secara implisit terkandung pengertian tentang pelestarian, khususnya menyangkut nilai-nilai luhur. Oleh sebab itu, pembinaan kebudayaan pada umumnya dilaksanakan melalui pendidikan dalam arti luas: di lingkungan keluarga (*informal*), lingkungan sekolah (*formal*), dan di arena sosial (*non formal*). Setiap kebudayaan akan mengalami perkembangan sesuai dengan dinamika masyarakat pendukungnya karena justru di sinilah kekuatan utama dalam pengembangan setiap kebudayaan¹. Satu di antara pendorong dinamika masyarakat tersebut adalah media massa. Pesan-pesan dan informasi dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat melalui media massa, baik elektronik maupun cetak. Hal ini sejalan dengan pendapat Rogers:

Di banyak negara Dunia Ketiga, pembangunan khususnya di wilayah pedesaan masih merupakan tantangan besar yang harus dihadapi. Pelaksanaannya memerlukan berbagai macam sumberdaya, termasuk media massa. Dukungan media massa diperlukan, antara lain untuk menumbuhkan suasana yang kondusif bagi pembangunan. Selain itu, media massa dapat juga memotivasi dan menggerakkan warga masyarakat desa untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Agar partisipasi masyarakat pedesaan itu menjadi lebih bermakna, media massa dituntut untuk mengantarkan berbagai rupa informasi dan pengetahuan kepada mereka (Jahi, 1988).

Para pakar komunikasi agaknya menaruh harapan besar pada potensi media massa untuk menimbulkan pembangunan sosial-ekonomi di daerah pedesaan di Dunia Ketiga khususnya karena memang media massa memiliki kemampuan yang besar untuk menyebarkan pesan-pesan pembangunan

¹ Dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan, tidak semua unsur mengalami perubahan. Unsur-unsur budaya yang berupa ide atau gagasan serta perilaku tampak dalam pelaksanaan upacara, kebiasaan, gaya hidup, penampilan, dan kesenian (Koentjaraningrat, 1992).

kepada banyak orang yang tinggal di tempat terpisah dan tersebar, secara serentak, dan dengan kecepatan tinggi sehingga media massa dijuluki sebagai pengganda ajaib (Rogers, 1985). Meskipun tingkat literasi fungsional pada banyak bangsa di Dunia Ketiga itu masih rendah, cepatnya penyebaran radio transistor diharapkan dapat mengatasi rendahnya pendidikan formal.

Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa mayoritas penduduk terdapat di Dunia Ketiga. Sebagian di antaranya berdiam di daerah pedesaan dan hidup dengan berbagai masalah yang perlu dibantu pemecahannya, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, gizi, dan produksi pangan. Sehubungan dengan hal itu, kita tak bisa menutup mata pada kenyataan bahwa media massa memiliki potensi yang besar untuk mencapai banyak orang di wilayah pedesaan. Oleh sebab potensi inilah maka media massa telah banyak dipakai orang dalam pembangunan pedesaan.

Keterdedahan ini perlu bagi massa khalayak di Dunia Ketiga karena media massa dianggap merupakan faktor kunci bagi modernisasi individu dan pembangunan nasional. Media massa dapat menyediakan informasi pada khalayak dan memotivasi mereka agar mengadopsi inovasi pertanian, kesehatan dan keluarga berencana mengingat adanya harapan agar mereka mengirimkan anak-anaknya ke sekolah yang lebih tinggi, juga agar lebih tahu tentang berita nasional dan internasional (Rogers, 1985).

Selama ini, orang percaya bahwa media massa dapat menimbulkan efek yang langsung, segera, dan dasyat pada perilaku massa khalayak, seakan media perkasa ini dapat menyampaikan pesan-pesan pada massa tanpa rintangan apa pun. Namun, perkembangan yang terjadi belakangan ini menunjukkan bahwa efek media massa pada khalayak tidaklah selangsung dan sedasyat yang diperkirakan semula. Bukti-bukti yang diperoleh menunjukkan bahwa perilaku massa lebih dipengaruhi oleh interaksi tatap muka khalayak tersebut dengan pemuka opini. Hal ini menunjukkan, baik ide maupun pendapat mengalir dari massa ke pemuka opini terlebih dahulu, dan baru setelah itu diteruskan ke bagian-bagian khalayak yang lain.²

² Pesan bisa mengalir dari media massa ke pemuka opini pertama. Kemudian dari pemuka opini pertama, diteruskan ke pemuka opini kedua melalui diskusi yang mereka lakukan, baru kemudian diteruskan ke khalayak yang lebih luas (Moses, 1983)

Uraian tersebut menunjukkan bahwa dalam pembangunan pedesaan di Dunia Ketiga, media massa mungkin saja menimbulkan efek langsung ataupun tidak pada perilaku khalayak pedesaan. Efek macam apa yang akan timbul, sedikit- banyak ditentukan oleh macam pesan yang disampaikan oleh media massa itu, kemampuan khalayak mencerna isi pesan, kesempatan khalayak berinteraksi dengan pemuka pendapat yang dipercayainya, sumberdaya yang dikuasai dan hal-hal yang ada di sekitarnya.

Menurut Schramm, ada tiga fungsi media dalam pembangunan: (a) memberitahu rakyat tentang pembangunan nasional, memusatkan perhatian mereka pada kebutuhan untuk berubah, kesempatan untuk menimbulkan perubahan, dan jika mungkin meningkatkan aspirasi; (b) membantu rakyat berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan, memperluas dialog dan menjaga agar informasi mengalir, baik ke atas maupun ke bawah; dan (c) mendidik rakyat agar memiliki ketrampilan (Jahi, 1988).

Sesungguhnya, kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi terbukti telah banyak membantu manusia bertukar pengalaman, informasi, dan pemikiran dalam volume yang relatif besar, tanpa harus bertatap muka dengan menempuh perjalanan panjang (jauh) yang memakan waktu. Kemajuan teknologi komunikasi itu di Indonesia telah terbukti manfaatnya semenjak masa penjajahan dan masa perjuangan kemerdekaan sehingga komunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Budhisantosa, 1980).

Kiranya tak jauh menyimpang kalau diasumsikan bahwa pengaruh media massa di daerah pedesaan khususnya relatif lebih lemah apabila dibandingkan dengan kawasan perkotaan (*urban*). Ada kemungkinan faktor penyebab utamanya adalah tingkat pendidikan. Persoalan ini menjadi penting untuk dijadikan pemikiran bersama mengingat mayoritas penduduk Indonesia bermukim di pedesaan.

Media massa merupakan satu kekuatan yang mampu mengubah perilaku manusia tanpa dapat dihalang-halangi oleh kekuatan apa pun. Ia juga merupakan alat bantu yang dapat mengubah dari keadaan terbelakang menjadi maju. Ini merupakan salah satu syarat untuk mempercepat penyampaian pesan-pesan pembangunan di desa kalau diingat fungsi media tersebut sebagai sarana penyebar-luasan informasi (Budhisantosa, 1980).

Muncul banyak kekhawatiran pada derajat kontribusi media massa dalam pembangunan sosial-ekonomi di Dunia Ketiga, terutama di kalangan

pakar komunikasi. Sering terjadi, laju pembangunan yang ditunjukkan oleh penghasilan perkapita, ternyata tak banyak meningkat di beberapa negara Dunia Ketiga. Sekalipun media massa dapat menyampaikan informasi kepada massa khalayak, tak banyak pembangunan akan terjadi, kecuali bila faktor-faktor infrastruktur lainnya, seperti bibit unggul, pupuk, dan beberapa vaksin untuk mencegah penyakit juga tersedia. Media massa kadang-kadang malah mengakibatkan khalayak menjadi frustrasi karena tidak terpenuhinya harapan-harapan yang ada (Rogers, 1986). Kekurangefektifan kontribusi media massa pada pembangunan disebabkan isi media massa sangat mengutamakan hiburan dan pariwisata (iklan). Jelas bahwa isi semacam itu memotivasi penduduk pedesaan untuk mendapatkan kehidupan lebih layak sebagaimana yang ditunjukkan oleh media massa. Akan tetapi, mereka tidak memiliki kemampuan yang efektif untuk mencapai cita-cita tersebut. Ada baiknya kalau dilihat kembali fungsi media massa menurut Chalkley:

Dalam pembangunan, media massa dapat berperan untuk: (a) memberitahu masyarakat tentang fakta kehidupan ekonomi mereka; (b) menginterpretasikan fakta tersebut agar dapat dipahami oleh masyarakat itu; dan (c) mempromosikan hal tersebut agar masyarakat menyadari betapa serius masalah pembangunan yang mereka hadapi dan memikirkan lebih lanjut masalah itu serta menyadarkan mereka pada solusi-solusi yang mungkin ditempuh (Medis, 1980)

Menurut Crawford, peranan media massa dalam pembangunan tidaklah independen sifatnya, melainkan terbatas sebagai pemicu pembangunan bila faktor-faktor lain terdapat secara memadai. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi saja bukanlah suatu kondisi yang memadai bagi pembangunan. Akan tetapi kurangnya atau kegagalan komunikasi dapat menghambat pembangunan. Jadi, komunikasi sendirian saja tidak akan menghasilkan pembangunan secara optimal (Rogers, 1988).

Meskipun peranannya terbatas, komunikasi tidak boleh diperlakukan sekedar sebagai kegiatan penunjang pembangunan. Komunikasi harus dijadikan sebagai salah satu komponen pembangunan, sama seperti komponen-komponen lainnya. Jika perencanaan pembangunan lebih banyak mencurahkan perhatiannya pada aspek-aspek teknis inovasi yang akan disebarkan kepada para petani saja, dan menganggap komunikasi hanya sebagai tahap terakhir kegiatan pembangunan dari penyuluh kepada para petani maka proyek pembangunan itu akan mengalami kesulitan besar. Dalam pembangunan yang bersifat partisipasif, jelas partisipasi dituntut

kemampuannya mengekspresikan kebutuhan mereka dan memiliki kesempatan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan melalui saluran-saluran komunikasi yang tersedia. Jika hal semacam ini terjadi maka agen-agen pembangunan dapat lebih responsif dalam memenuhi kebutuhan spesifik mereka, dan mungkin dapat mempersempit kesenjangan manfaat sosial-ekonomi yang selama ini dirisaukan (Rogers, 1988).

Begitulah, setelah secara panjang-lebar kita uraikan mengenai bagaimana posisi media massa secara umum dalam konteks pembangunan maka pembahasan selanjutnya akan lebih difokuskan pada media massa lokal, baik cetak maupun elektronik. Perlu digarisbawahi di sini bahwa perhatian tentang aspek tersebut sesungguhnya bermula dari rasa keprihatinan yang begitu mendalam banyak pihak tentang nasib eksistensi kebudayaan daerah yang kurang begitu cerah. Di lain pihak, banyak pakar mengasumsikan, justru akselerasi teknologi informasi dan komunikasi itulah yang secara tidak langsung turut berperan atas timbulnya berbagai implikasi berkaitan dengan kelangsungan hidup kebudayaan daerah yang tersebar di kepulauan Indonesia.

Belakangan ini, sistem jaringan media massa, khususnya media massa lokal sudah dapat menjangkau sebagian besar masyarakat di daerah. Ada pun yang dimaksudkan dengan media massa lokal adalah berkaitan dengan kandungan isi yang notabene mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Pada umumnya, media massa lokal melayani masyarakat sewilayah dengan tempat kedudukan dan organisasi pengelolaannya.

Meskipun media massa lokal telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup sebagian masyarakat, namun penggunaannya tampak masih selektif dan diskriminatif (Hardjana, 1994).

Pada umumnya, warga masyarakat berpendidikan atau berkondisi sosial-ekonomi tertentu, berkepentingan untuk menikmati media massa cetak. Sementara itu, media massa elektronika (radio dan televisi) tidak mengenal diskriminasi sosial-ekonomi masyarakat, tetapi selektif berdasarkan isi acara di satu pihak, dan minat serta perhatian khalayak di lain pihak.

Dalam konteks ini, radio stasiun pemancar lokal dapat disebut sebagai saluran hiburan, berita ringan, dan iklan (pariwarra). Televisi cenderung menjadi saluran hiburan, berita, dan pelayanan. Hiburan televisi sebagian besar berisi sinetron, film, permainan, lagu dan musik, serta olah raga.

Pelayanan berupa penayangan iklan mencapai sekitar 20 persen dari jam siaran. Layanan iklan juga terdapat di berbagai media massa cetak, baik koran maupun majalah (Hardjana, 1996).

Media massa cetak yang dimaksud itu, antara lain menginformasikan dan atau mensosialisasikan berbagai berita, pesan-pesan pembangunan, hiburan, dan pelayanan berupa iklan atau pariwisata bagi masyarakat.

Penyaluran pesan melalui media massa lokal sedikit - banyak berdampak pada proses pembinaan dan pengembangan sejumlah unsur kebudayaan masyarakat setempat. Oleh karenanya, keberadaan berbagai jenis dan bentuk media massa lokal serta peranannya dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah perlu diungkap melalui kegiatan pengkajian atau penelitian lapangan.

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Dewasa ini, perlu mengembangkan rasa ingin tahu intelektual pada setiap anggota masyarakat dengan memanfaatkan media massa, pers, radio, televisi, dan film. Hanya dengan cara itu, barulah masyarakat dapat maju mengejar segala rupa ketertinggalan di level bangsa (Lubis, 1992).

Kemajuan yang dicapai di segala bidang komunikasi (media massa) begitu dominan mempengaruhi perkembangan, perubahan atau pembaharuan, peradaban masyarakat yang membidani lahirnya revolusi media massa. Pendeknya, sekarang ini telah terjadi perubahan dalam dunia komunikasi, baik yang bersifat teknik ataupun sosial, politik, dan budaya. Selanjutnya dikatakan oleh MC. Luhan:

Teknologi informasi dianggap merupakan faktor penyebab utama terjadinya perubahan masyarakat. Di sini, masyarakat lebih terbentuk oleh sifat-sifat alamiah media yang dipakai untuk berkomunikasi daripada isi atau berita itu sendiri. Jelas di sini bahwa posisi massa tersebut merupakan suatu pesan (Pratikto, 1979).

Arus informasi jelas membawa dampak sosial-budaya dalam kehidupan masyarakat. Pada umumnya, kelompok elit mempunyai akses terhadap informasi dan mampu memanfaatkannya secara proporsional sehingga makin maju dan produktif. sebaliknya, masyarakat yang konsumtif, tidak merasa membutuhkan

informasi, dan pada kenyataannya memang tidak mempunyai sarana untuk peningkatan kualitas sumber daya manusia (Poespowardojo, 1993).

Harus disadari bahwa media massa merupakan barang dan jasa yang terbagi secara tidak merata di dunia ini karena untuk menyiapkan sarana informasi itu memang memakan waktu dan biaya yang tidak kecil. Surat kabar misalnya, boleh disebut sebagai media massa yang relatif murah. Namun demikian, untuk kepentingan penyebar-luasan hingga ke daerah pelosok, mau tak mau harus diikuti prasyarat masyarakat setempat melek huruf terlebih dahulu.

Persoalannya akan berbeda dengan pemilikan radio, televisi yang notabene hanya memerlukan persyaratan lunak, yakni hanya dengan melihat dan mendengar saja maka seseorang sudah bisa memperoleh informasi. Media massa radio merupakan wacana yang relatif mendekati kesempurnaan sebagai alat pengganti kunjungan kepada sasaran. Ia tak menuntut pendengarnya memiliki ketrampilan tertentu, pengetahuan khusus sehingga orang buta pun (fisik/aksara) dapat memanfaatkannya (Thorpe, 1992).

Berdasarkan pola pemikiran dan kenyataan empiris, ternyata pengaruh media massa relatif lebih kuat atau intensif di daerah perkotaan daripada di pedesaan. Hal ini disebabkan, selain banyaknya sektor kehidupan kota yang memang menuntut informasi dan komunikasi global, tingkat pendidikan dan kebutuhan masyarakatnya akan informasi memang lebih tinggi daripada di pedesaan. Demikian pula tradisi pedesaan yang relatif masih lebih ketat yang dikukuhkan dalam proses sosialisasi di lingkungan keluarga ternyata cukup kuat sebagai benteng terhadap pengaruh negatif peluberan informasi. Kalau pun sampai terjadi perkembangan sosial-budaya di pedesaan, besar kemungkinan hal itu bukan semata-mata dikarenakan akselerasi media massa, melainkan barangkali ada faktor lainnya yang lebih relevan, seperti dinamika alami masyarakat itu sendiri ataupun implikasi dari menguatnya ekonomi pasar di tingkat lokal khususnya (Budhisantosa, 1993).

Deskripsi tersebut menjadi menarik karena secara transparan berdiri berseberangan dengan model komunikasi yang menurut Laswell menekankan pada 'siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, dan dengan efek apa.' Model linear ini mengidentifikasi elemen utama proses komunikasi: sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek. Selain itu, deskripsi itu juga menegaskan secara jelas bahwa kesenjangan efek komunikasi terjadi karena adanya perbedaan tingkat ketrampilan berkomunikasi di antara segmen-segmen suatu khalayak secara

keseluruhan, tingkat pengetahuan tentang suatu isu yang dikuasai sebelumnya, kontak sosial yang relevan dengan orang yang memiliki lebih banyak informasi. Selain itu, juga adanya persepsi selektif, kerelevanan fungsional atau utilitas, bias *urban* pada media massa, bantuan yang tidak memadai dari badan yang melakukan intervensi sosial, kurangnya partisipasi dari khalayak sasaran dalam pembuatan keputusan dan implementasi dari keputusan tersebut. Di samping itu, juga adanya faktor perbedaan pendidikan, minat atau motivasi. Dalam hal ini, agaknya pendidikan dipandang sebagai aspek paling penting.

Dikatakan oleh Carter, ada tiga efek komunikasi massa: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Sedang efek Konatif berkaitan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara-cara tertentu. Meski ketiga dimensi tersebut berhubungan satu dengan lainnya, tetapi sifatnya independen. Sebagai contoh, meningkatnya pengetahuan tentang suatu isu tak selalu diikuti perubahan sikap. Justru segmen khalayak penting karena dapat menimbulkan kesenjangan efek komunikasi yang berkaitan dengan *knowledge, attitude, and practice* (Jahi, 1988).

Perlu diketahui bahwa kerangka teori KAP (*Knowledge Attitude and Practice*) ini merupakan suatu model yang banyak dipakai di kalangan ilmu sosial untuk menganalisis berbagai fenomena sosio-kultural. Paradigma tersebut berangkat dari pemikiran awal bahwa tingkat kesadaran seseorang akan menentukan sikap yang pada gilirannya nanti tercermin dalam bentuk perilaku atau tindakan. Relevansinya dengan topik penelitian ini, diasumsikan sejumlah pengetahuan yang diperoleh dari media massa akan terwujud dalam sikap dan perilaku khalayak. Dengan demikian, proses sosialisasi atau penanaman nilai-nilai budaya menjadi penting dalam upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah. Berikut ini postulasi dari Rogers :

Retorika kesenjangan efek komunikasi terjadi sebagai akibat perbedaan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Jelas bahwa legitimasi dari *social engineering*, ahli-ahli di perkotaan memanfaatkan pendekatan peternalistik yang bermuara pada konsep '*trickle-down effect*,' segmen khalayak diperlakukan semacam anak-anak. Misalnya *green revolution* di negara berkembang pada akhirnya hanya berhasil menguntungkan elit petani di kawasan pedesaan saja. (Jahi, 1988).

Berkaitan dengan media massa dan dampaknya terhadap khalayak pengguna, kiranya perlu dilihat dari pola pemakaiannya, antara lain :

(a) pola tunggal apabila khalayak hanya menggunakan satu media massa; (b) pola unidimensional jika sebagian khalayak menggunakan beberapa media massa; (c) pola multidimensional kalau penggunaan media massa di kalangan khalayak cukup selektif yang ditunjukkan dengan adanya beberapa pesanan media massa karena perbedaan pola tersebut otomatis juga membedakan dampak media massa pada khalayak yang terkait (Hardjana, 1996).

C. MASALAH

Mengetahui tingkat partisipasi suatu bentuk media massa, elektronik maupun cetak itu sangat strategis manakala kita ingin mencapai pengertian tentang pengenalan dan pemahaman derajat kemajuan (progresivitas) dan arah perkembangan sosial. Sebagaimana kita sadari bahwa media massa mampu membawa arus penyebaran hasrat hidup baru yang notabene merupakan potensi dinamis bagi segala rupa upaya modernitas. Di pihak lain, berkurangnya angka buta huruf secara signifikan jelas makin mempermudah munculnya fenomena sikap keterbukaan terhadap media massa pada umumnya.

Sejalan dengan apa yang telah dijabarkan dalam latar belakang tadi, persoalan yang dikemukakan dalam kajian tentang 'Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan pengembangan Kebudayaan daerah' ini, antara lain: (a) berbagai jenis dan bentuk media massa lokal apa saja serta kelompok (lapisan) khalayak masyarakat mana saja yang banyak memanfaatkannya; (b) bagaimana kelangsungan proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai dan perilaku beradab dengan dukungan media massa lokal dan lembaga pendidikan yang terkait; dan (c) seberapa jauh pesan media massa lokal tersebut mempengaruhi kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pemakainya.

Dengan demikian, fokus permasalahannya adalah bagaimana media massa lokal itu mampu memainkan peran terhadap pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, mekanismenya apa, dan sampai seberapa jauh efektivitasnya. Oleh sebab itu, perlu diadakan penelitian untuk memahami persoalan tersebut.

D. TUJUAN

Berdasarkan pada latar belakang dan permasalahannya sebagaimana tadi disebutkan, kajian ini pada dasarnya bertujuan untuk: (a) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan keberadaan berbagai jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal dikaitkan dengan kelompok atau lapisan khalayak pemakainya; (b) Mendeskripsikan kelangsungan proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai media massa lokal yang terkait; dan (c) Mendeskripsikan berbagai pengaruh pesan-pesan tertentu dari media massa lokal terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pemakainya.

E. RUANG LINGKUP

Perlu diketahui, sejalan dengan apa yang telah digariskan oleh proyek P2NB, studi tentang 'Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah' ini dilakukan di tiga tempat: perkotaan (*urban*), pinggiran kota (*sub-urban*), dan pedesaan (*rural*). Di samping itu, juga ingin dilihat bagaimana peran media massa lokal tersebut pada tiga kategori pemilikan sarana media massa: pola tunggal (*single media*), unidimensional, dan multidimensional. Dengan demikian, selain faktor batasan wilayah administratif, tampaknya jarak kedekatan dengan ibukota Propinsi DIY merupakan pertimbangan pokok atau sebagai ukuran dalam konteks pemilihan lokasi penelitian.

Mengacu pada ketentuan tersebut maka penentuan lokasi berikut ini akan dikaitkan dengan kategori pemilikan sarana media massa: (a) Pola tunggal. Lokasi penelitian difokuskan di Desa Karangtalun, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Adapun dasar pertimbangannya, di samping terletak cukup jauh dari ibukota propinsi (pusat pemerintahan DIY), ternyata dari hasil observasi, di sana masih bisa didapatkan keluarga yang sampai saat ini hanya mempunyai satu sarana media massa, yakni radio; (b) Pola unidimensional. Studi lapangan dilakukan di Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Mengingat kawasan tersebut berada di pinggiran kota (*periferi*) dan dari pengamatan sekilas banyak terlihat antena televisi bertengger di rumah-rumah penduduk setempat maka agaknya cukup proporsional dalam konteks penelitian ini karena tidak ada kesulitan untuk memperoleh sampel yang memiliki sarana media massa radio dan televisi; dan (c) Pola multidimensional. Penelitian untuk pola terakhir ini akan dipusatkan di Kelurahan Warungboto, Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Yogyakarta. dari hasil pra survai dan informasi dari salah seorang staf di kelurahan setempat, dewasa ini di sana cukup banyak warga yang selain punya media

massa radio, televisi, juga merupakan pelanggan tetap suatu media massa cetak, baik koran maupun majalah. Bahkan, tak sedikit di antaranya yang memiliki sarana media massa plus, seperti antena parabola dan internet yang mampu mengakses berita mancanegara secara langsung.

Mengenai lingkup materi kajiannya, antara lain: (a) masyarakat dan media massa yang meliputi lokasi serta kondisi alam dan fisik lingkungan, kependudukan, berbagai jenis dan bentuk media massa, baik nasional maupun lokal yang menjangkau masyarakat setempat, jenis dan bentuk media massa lokal serta lapisan khalayak pemakainya; (b) Media massa lokal elektronika dan khalayaknya yang meliputi saat-saat khalayak memanfaatkannya, acara dan waktu siar yang intensitas khalayaknya cukup tinggi, peran media massa tersebut dalam proses sosialisasi, pengaruh isi acara atau pesan-pesan media massa terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pemakainya, termasuk gagasan dan pola pikir; (c) Media massa lokal cetak dan khalayaknya yang meliputi saat-saat khalayak memanfaatkannya, berbagai berita media cetak yang intensitas khalayaknya cukup tinggi, peran media massa tersebut dalam proses sosialisasinya, pengaruh pesan-pesan atau berita media massa tersebut terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pemakainya.

F. METODE

Dalam konteks ini, penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif. pengumpulan data dan informasi tentang 'Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan daerah' dilakukan melalui studi dokumentasi, wawancara, dan pengamatan. Pengumpulan data dan informasi tersebut berdasarkan pada pedoman pengumpulan data yang telah disiapkan. Pada gilirannya nanti, data akan di analisis secara kualitatif. Artinya, kualitas setiap variabel akan dideskripsikan secara lebih mendalam dengan bentuk uraian-uraian. Pengamatan merupakan salah satu cara untuk memperoleh data dan informasi yang didapat dari wawancara atau studi kepustakaan dengan keadaan sebenarnya di lapangan. Kondisi alam dan fisik lingkungan serta berbagai peristiwa dan perilaku warga masyarakat dapat direkam melalui pengamatan.

Sementara itu, wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dijabarkan dari pedoman pengumpulan data dan informasi yang relevan. Wawancara ditujukan kepada: (a) Informan pangkal sebanyak 13 orang yang notabene merupakan orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dengan permasalahan

kajian, antara lain Sekdes (Carik), Ketua Klompencapir, Dosen, Agen (pencecer) media massa cetak, Staf RRI, Radio Retjo Buntung, Radio MBS, TVRI, Kedaulatan Rakyat, Bernas, Kandha Rahadja (KMD), Mekar Sari, dan staf Djaka Lodang. Dengan demikian, tipe informan pangkal ini terdiri dari para pejabat dan tokoh masyarakat serta ketua klompencapir, pengelola media massa lokal cetak; (b) Informan biasa yang berasal dari khalayak pengguna media massa lokal sebanyak 63 orang yang tersebar di tiga lokasi. Jumlah sampel yang dipilih untuk masing-masing lokasi tersebut ada 21 orang: Kelurahan Warungboto untuk pola multidimensional, Desa Baturetno untuk yang berpola unidimensional, dan Desa Karangtalun untuk pola tunggal. Adapun variasi informan dipilih dari berbagai lapisan pengguna media massa lokal, seperti perbedaan jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan.

G. PELAKSANAAN PENELITIAN

Operasional penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap pokok: (a) Persiapan antara bulan Mei sampai dengan akhir Juni 1996. Beberapa hal yang perlu diungkapkan dalam tahap ini adalah pengarahan dari Bapak Kepala Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Propinsi Yogyakarta, yakni Drs. H. Tashadi yang kapasitasnya dalam Proyek P2NB ini adalah selaku Penanggung Jawab. Selanjutnya mulai pembentukan dan penyusunan Tim Peneliti dengan konsultan DR. Irwan Abdullah, Ketua Aspek Drs. Ambar Adrianto, dan sebanyak 7 anggota: Noor Sulistyو Budi, SH, Drs. Mudjijono, Drs. Nurdiyanto, Dra. Suhartinah S, Dra. Emiliana Sadilah, Dra. Isyanti, dan Drs. Hartono. Program berikutnya dalam tahap pertama ini adalah pengurusan surat ijin penelitian dari berbagai instansi terkait. Seterusnya mengadakan pertemuan Tim dan pembagian tugas pengumpulan studi pustaka; (b) Pengumpulan data antara bulan Juli sampai Oktober 1996. Kegiatan diawali dengan *coaching*, yaitu semacam pengarahan dan test dan revisi alat ukur '*interview guide*'. Tim siap diberangkatkan ke lapangan setelah pembagian perlengkapan dan biaya transportasi serta akomodasi; dan (c) Tahap penulisan laporan dimulai bulan November sampai dengan Desember 1996. Kegiatan dalam fase ini, antara lain pengolahan data, penulisan, *editing*, dan penyerahan laporan akhir (*final report*).

BAB II

MASYARAKAT DAN MEDIA MASSA

Dalam konteks ini, paling tidak ada sebanyak empat aspek pokok yang hendak diulas secara lebih mendalam, yakni lokasi serta kondisi alam dan fisik lingkungan; kependudukan; jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal yang menjangkau masyarakat setempat; dan jenis dan bentuk media massa lokal serta khalayak pemakainya (pengguna).

Sehubungan dengan itu, dalam deskripsinya nanti akan dikaitkan dengan variabel tempat tinggal. *Pertama*, wilayah *urban* yang diwakili oleh Kelurahan Warungboto, Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Dati II Yogyakarta; *Kedua*, wilayah *suburban* yang diwakili oleh Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta; dan *Ketiga*, wilayah *rural* yang dalam hal ini diwakili oleh Desa Karangtalun, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk lebih jelasnya maka beberapa aspek tersebut akan dikemukakan berikut ini.

Karakteristik mengenai ketiga daerah penelitian: *urban*, *sub urban*, dan *rural* sesungguhnya bisa dilihat dari banyak aspek, seperti fisik, ekologi sosial, kultural, dan sarana atau infrastruktur komunikasi serta transportasi. Beberapa hal yang bisa dilihat, antara lain makin mendekati pusat perkotaan maka sarana komunikasi dan informasi cenderung lebih kompleks dan rumit, mobilitas lebih tinggi frekuensinya sejalan dengan bervariasinya sarana transportasi di wilayah perkotaan (*urban area*). Dari perspektif budaya, kehidupan kota yang notabene merupakan *centre growth* tendensi pada masyarakat berpola modern, mekanisme-individualistik yang memang merupakan ciri masyarakat patembayan (*gesellschaft*). Struktur masyarakat yang demikian itu saja relatif berbeda dengan wilayah pedesaan (*rural area*) yang cenderung berpola paguyuban (*gemeinschaft*) yang notabene mengedepankan aspek kerukunan dalam relasi sosial di tingkat domestik maupun dalam hubungan ketetanggaan.

A. LOKASI SERTA KONDISI ALAM DAN FISIK LINGKUNGAN

Kelurahan Warungboto. Secara administratif, Warungboto termasuk dalam wilayah Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Di sana ada sebanyak 9 RW dan 38 RT. Adapun luas keseluruhan lokasi tersebut sebesar 82,46 Ha.

Mengenai batas wilayahnya: (a) sebelah utara adalah Kelurahan Muja-Muju; (b) selatan perbatasan dengan Kelurahan Pandeyan; (c) arah timur adalah Kelurahan Rejowinangun, Kecamatan Kotagede. Orbitasi atau jarak antara kelurahan dengan pusat pemerintahan kecamatan 0,5 Km, dengan ibukota kotamadya dati II sekitar 0,1 Km, dari ibukota propinsi dati I 4 Km, dan jarak dari ibukota negara sepanjang 500 Km.



Foto 1. Kantor Lurah Warungboto, Kecamatan Umbulharjo, Kotamadya Yogyakarta, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.



Foto 2. Pola Pemukiman dan Prasarana Jalan Di Warungboto, Kecamatan Umbulharjo.

Dilihat dari kondisi geografisnya, ketinggian tanah dari permukaan laut 115 m, sedang banyaknya curah hujan 2000 mm/tahun dengan suhu udara rata-rata 23°C. Tentang areal tanah di Kelurahan Warungboto, sampai saat ini dipergunakan untuk berbagai kepentingan, antara lain : untuk sarana jalan, sawah dan ladang, empang, pemukiman (perumahan), pekuburan (makam), dan kepentingan lainnya. Selain itu, juga dimanfaatkan untuk industri, pertokoan (perdagangan), perkantoran, tanah wakaf dan tanah sawah. Kalau disimak lebih lanjut, ternyata pemanfaatan tanah yang paling dominan adalah untuk sarana jalan 8,29 persen, diikuti dengan pemakaian untuk kawasan industri sebesar 6,94 persen. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL II.1
PEMANFAATAN TANAH DI KELURAHAN WARUNGBOTO

No.	Macam pemanfaatan tanah	Frekuensi (ha)	Persentase
1.	Jalan	11,56	14,02
2.	Sawah dan ladang	2,07	2,51
3.	Empang	1,20	1,46
4.	Pemukiman/perumahan	51,20	62,09
5.	Pekuburan	1,02	1,24
6.	Industri	5,72	6,94
7.	Pertokoan/perdagangan	1,50	1,82
8.	Perkantoran	0,40	0,49
9.	Tanah wakaf	3,85	4,66
10.	Tanah sawah	2,36	2,85
11.	Lain-lain	1,58	1,92
	Jumlah	82,46	100,00

Sumber : data monografi Kelurahan Warungboto, 1995

Desa Baturetno. Perlu diketahui bahwa Baturetno merupakan salah satu desa yang berada dalam wilayah administratif Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Ada pun luas wilayahnya tercatat sebesar 371,17 ha, terbagi dalam 22 RW 71 RT. Batas wilayahnya: (a) di sebelah utara adalah Lanud Adisucipto; (b) selatan

berbatasan dengan Desa Potorono; (c) arah barat adalah Desa Banguntapan; dan (d) di sebelah timur berbatasan dengan Desa Sendangtirto, Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengenai orbitasi atau jarak desa dengan pusat pemerintahan kecamatan sepanjang 1 km, dengan pusat pemerintahan administratif 7 km, dengan kabupaten dati II 17 km, dan jarak dengan ibukota propinsi dati I sepanjang 7 km. Dari sini tampak nyata bahwa Desa Baturetno merupakan daerah pinggiran kota (*sub-urban*).



Foto 3. Kantor Kepala Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Akan halnya kondisi geografis setempat, sebagaimana tercantum dalam monografi desa, tofografinya termasuk rendah. Sedang data tentang ketinggian, banyak curah hujan, dan suhu rata-rata di sana, tidak tertera di data monografi sampai saat ini. Sementara itu, tentang penggunaan tanah akan disajikan dalam bentuk frekuensi berikut ini.

TABEL II.2
PEMANFAATAN TANAH DI DESA BATURETNO

No.	Macam pemanfaatan tanah	Frekuensi (ha)	Persentase
1.	Sarana jalan	9,69	2,61
2.	Sawah dan ladang	240,89	64,90
3.	Bangunan umum	2,99	0,81
4.	Pemukiman (perumahan)	97,98	26,40
5.	Pekuburan	1,94	0,52
6.	Lain-lain	17,68	4,76
	J u m l a h	371,17	100,00

Sumber : data monografi Desa Baturetno, 1985.

Data yang tertera pada tabel II.2 memberikan gambaran akan pemanfaatan lahan di Desa Baturetno yang sebagian besar dipergunakan untuk kepentingan sawah ladang seluas 240,89 ha atau sekitar 64,90 persen, disusul kemudian untuk kepentingan lainnya, yakni pemukiman atau perumahan 97,98 ha atau sekitar 26,40 persen. Dengan kata lain, Desa Baturetno yang luasnya mencapai 371,17 ha, sebagian besar di antaranya digunakan untuk kepentingan yang menunjang kegiatan mata pencaharian petani. Kondisi sedemikian tersebut, paling tidak mesti dipertahankan karena memang keadaan tanah pertanian di sana relatif subur. Jadi, sayang sekali kalau terjadi pengusuran tanah, sebagaimana terjadi di daerah pinggiran kota lainnya, tanah pertanian secara berangsur-angsur dijadikan lahan untuk pemukiman atau perumahan. Gejala ke arah sana pun sebenarnya sudah kelihatan, terbukti saat ini luas untuk pemukiman (perumahan) sudah menyita lahan sebesar 97,98 ha.



Foto 4. Prasarana Jalan Yang Membelah Pemukiman Penduduk Desa Baturetno.

Desa Karangtalun. Secara administratif, Desa Karangtalun termasuk dalam wilayah Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan areal seluas 121,20 ha, lokasi tersebut berbatasan dengan wilayah Desa Imogiri di sebelah utara; Desa Kebonagung di sebelah selatan; Kecamatan Jetis di arah barat; dan berbatasan dengan Desa Girirejo di sebelah timur. Adapun orbitasi atau jarak dari pusat pemerintahan kecamatan 0,03 km, dengan ibukota kabupaten 8 km; dan dengan ibukota propinsi 17 km. Perlu juga dikemukakan di sini, dari data monografi setempat, Desa Karangtalun terbagi ke dalam 5 dusun: Karangtalun, Setran, Bandungan, Sareyan, dan Salaman. Lebih lanjut ada sebanyak 25 RT dan 10 RW di sana.



Foto 5. Kantor Kepala Desa Karangtalun, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Mengenai kondisi geografis setempat, tofografinya termasuk dataran rendah. Akan halnya pemanfaatan lahan (tanah) di sana, amat bervariasi. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan disajikan tabel penggunaan lahan.

TABEL II.3
PEMANFAATAN TANAH DI DESA KARANGTALUN

No.	Macam pemanfaatan tanah	Frekuensi (ha)	Persentase
1.	Sarana jalan	12,08	9,97
2.	Sawah dan ladang	65,00	53,63
3.	Bangunan umum	0,97	0,80
4.	Pemukiman (perumahan)	30,08	24,82
5.	Pekuburan	2,59	2,13
6.	Lain-lain	10,48	8,65
	Jumlah	121,20	100,00

Sumber : data monografi Desa Karangtalun, 1994-1995.

Mengacu pada data tersebut, tampak bahwa dari lahan seluas 121,20 ha, sebanyak 78,45 persen di antaranya dimanfaatkan untuk sawah ladang dan pemukiman atau perumahan. Yang paling mencolok di sini, justru terletak

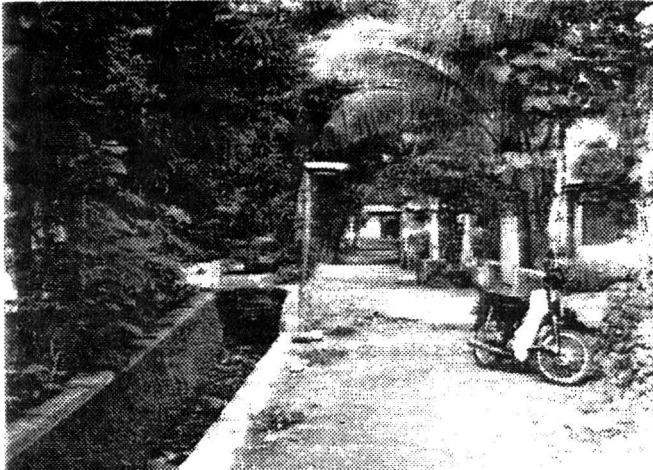


Foto 6. Pola Pemukiman dan Sarana Jalan Di Desa Karangtalun

pada pemakaian sawah dan ladang seluas 65,00 ha atau sekitar 53,63 persen. Ini menunjukkan bahwa Desa Karangtalun memang berpotensi untuk dijadikan sentra pertanian, apalagi tanahnya juga termasuk subur.

B. KEPENDUDUKAN

Kelurahan Warungboto. Dilihat dari variabel jenis kelamin, jumlah penduduk setempat ada sebanyak 8101 orang atau 1730 KK yang terdiri dari 4179 laki-laki dan 3922 perempuan. Jadi, laki-laki 51,59 persen ternyata lebih banyak dibandingkan dengan populasi perempuan 48,41 persen. Apabila kita akan melihat struktur penduduk menurut agama, tampaknya sebagian besar penduduk di sana beragama Islam. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan disajikan dalam bentuk tabel.

TABEL II.4
JUMLAH PENDUDUK KELURAHAN WARUNGBOTO
MENURUT AGAMA

No.	A g a m a	Frekuensi (Jiwa)	Persentase
1.	Islam	7073	87,31
2.	Protestan	365	4,51
3.	Katolik	619	7,64
4.	Hindu	9	0,11
5.	Budha	35	0,43
	J u m l a h	8101	100,00

Sumber : data monografi Kelurahan Warungboto, 1995.

Tenyata, secara implisit telah dinyatakan pada tabel II.4, mayoritas penduduk di Warungboto beragama Islam. Dari sini, tentunya semua bentuk pembangunan harus melibatkan potensi kaum muslimin. Cara tersebut bisa ditempuh dengan mengadakan pendekatan secara intensif dan berkesinambungan dengan tokoh-tokoh ulama setempat dan pimpinan informal lainnya agar tumbuh rasa *handarbeni* atas semua bentuk program pembangunan desa setempat. Itu semua bisa ditempuh dengan cara memanfaatkan azas musyawarah untuk mencapai mufakat.

Dari sudut pendidikan, boleh dikata bekal rata-rata penduduk di Warungboto relatif baik. Data yang ada menunjukkan bagaimana komposisi penduduk yang berpendidikan Universitas atau Perguruan Tinggi mencapai 10,83 persen. Agar bisa dibaca secara lebih cepat maka berikut ini akan disajikan tabel tentang latar belakang pendidikan penduduk setempat.

TABEL II.5
JUMLAH PENDUDUK KELURAHAN WARUNGBOTO
MENURUT TINGKAT PENDIDIKAN

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Jiwa)	Persentase
1.	Belum/tidak pernah sekolah	3937	48,60
2.	T K	439	5,42
3.	S D	1106	13,65
4.	S M T P	673	8,31
5.	S M T A	581	7,17
6.	Akademi (D1-D3)	689	8,51
7.	P T (S1-S3)	674	8,32
8.	Madrasah	2	0,02
	J u m l a h	8101	100,00

Sumber : data monografi Kelurahan Warungboto, 1985.

Secara keseluruhan, kalau kita amati pada tabel tersebut, jelas bahwa warga setempat yang berbekal pendidikan setingkat sekolah lanjutan ke atas, jumlahnya mencapai 15,48 persen dari penduduk Warungboto yang berjumlah 8101 jiwa. Namun, di lain pihak, kategori yang justru membuat kita prihatin adalah masih adanya sejumlah warga setempat yang termasuk lemah pendidikannya. Betapa tidak? kalau dilihat sebanyak 48,60 persen di antaranya memang belum atau tidak pernah sekolah sama sekali. Jelas untuk golongan tersebut terakhir itu perlu perhatian dan penanganan yang serius mengingat bahwa salah satu cara meningkatkan mutu atau kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) adalah melalui jenjang pendidikan, baik formal, informal, maupun nonformal.

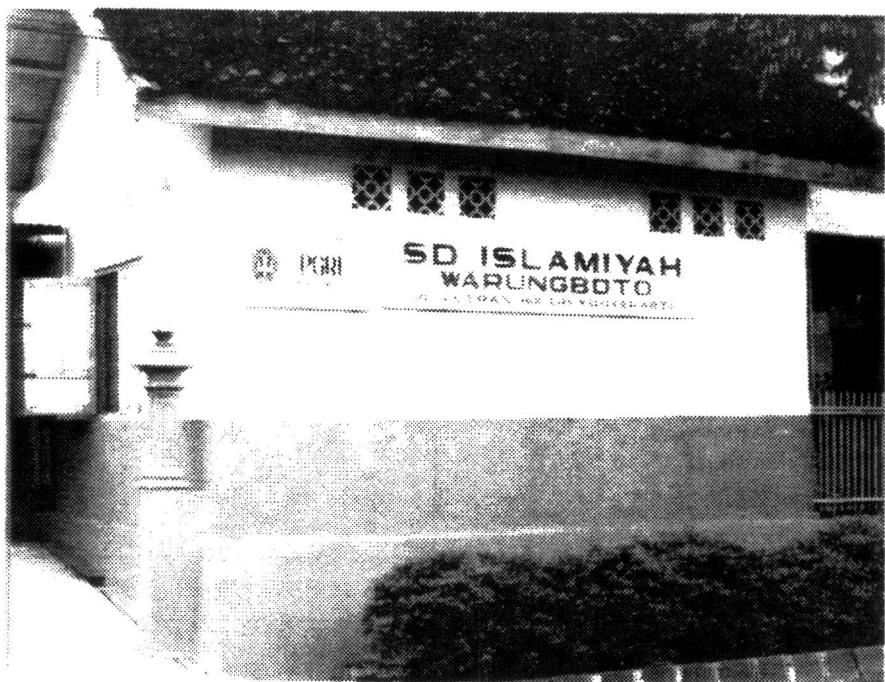


Foto 7. Sarana Pendidikan Di Warungboto

Apabila hendak dilihat bagaimana potensi warga setempat di bidang pekerjaan, tampaknya fenomena yang ada juga sangat bervariasi. Dari data monografi setempat, ada beberapa aspek yang cukup mencolok untuk diamati secara lebih lanjut, yaitu begitu dominannya warga yang bekerja sebagai PNS dan ABRI 08,09 persen (termasuk pensiunan), disusul kemudian karyawan swasta sebanyak 04,63 persen. Selebihnya adalah golongan atau kalangan wiraswasta (pedagang) sebanyak 1,67 persen. Berikut ini, supaya lebih gampang diamati akan disajikan dalambentuk tabel.

TABEL II.6
JUMLAH PENDUDUK KELURAHAN WARUNGBOTO MENURUT
MATAPENCAHARIAN

No.	Matapencaharian	Frekuensi (ha)	Persentase
1.	P N S	481	5,94
2.	A B R I	9	0,11
3.	Karyawan swasta	375	4,63
4.	Wiraswasta (pedagang)	135	1,67
5.	Tani	64	0,79
6.	Buruh tani	129	1,59
7.	Pertukangan	49	0,60
8.	Pensiun	165	2,04
9.	Jasa	2	0,02
10.	Belum/tidak bekerja	6692	82,61
	J u m l a h	8101	100,00

Sumber : data monografi Kelurahan Warungboto, 1995.

Kalau disimak secara lebih detil, agaknya dari sudut potensi kerja di wilayah setempat yang cukup mencolok adalah kategori mereka yang selama ini memang belum atau bahkan tidak bekerja sama sekali 6692 jiwa atau sekitar 82,61 persen dari seluruh jumlah penduduk di sana. Tentunya, kondisi sedemikian itu memerlukan strategi tersendiri kalau dikaitkan dengan program pembangunan setempat. Jelas penangannya tidaklah mudah karena mesti tahu dulu mengapa begitu besar warga setempat yang belum atau tidak berpartisipasi dalam bidang pekerjaan. Apakah memang di sana kesempatan kerja yang ada kurang mendukung, atautkah memang bekal keterampilan sebagian dari kelompok tersebut tidak memadai untuk mencari kesempatan kerja yang ada, sehingga mereka kesulitan dalam mengakses berbagai jenis pekerjaan yang ada. Mungkin juga banyak orang tua yang berupaya menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang yang lebih tinggi, misalnya di akademi atau PT (Universitas).

Dalam konteks penelitian ini, kiranya ada aspek yang perlu dikemukakan dalam analisis, yakni mengenai sarana komunikasi yang ada di wilayah setempat. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas, berikut ini hendak dikemukakan dalam bentuk tabel.

TABEL II.7
SARANA KOMUNIKASI KELURAHAN WARUNGBOTO

No.	Jenis sarana komunikasi	Frekuensi	Persentase
1.	ORARI	1	0,04
2.	Telepon umum	9	0,38
3.	Pemilikan telepon	111	4,73
4.	Televisi	1027	43,72
5.	Radio	1169	49,77
6.	Antena parabola	32	1,36
	Jumlah	2349	100,00

Sumber: data monografi Kelurahan Warungboto, 1995.

Terus-terang dalam kaitannya dengan penelitian tentang peranan media massa ini, sarana komunikasi Kelurahan Warungboto cukup memadai mengingat jaringan telepon umum maupun milik pribadi sudah ada, termasuk Orari. Namun, yang lebih menggembirakan lagi, kalau dilihat secara keseluruhan adalah pemilikan sarana *audio-visual* yang begitu banyak di sana 94,85 persen yang terdiri dari: pemilikan pesawat televisi 1027, radio 1169, dan antena parabola 32 buah



Foto 8. Contoh Rumah Penduduk Di Kawasan Urban Yang Memiliki Sarana Komunikasi Plus (Antena Parabola)

Dari sini bisa diasumsikan bahwa sebagian besar penduduk di Warungboto sangat menyadari arti pentingnya sarana komunikasi untuk memenuhi hasrat mereka akan informasi, hiburan, dan pendidikan bagi keluarganya. Ini berarti, berbagai informasi pembangunan relatif lancar diterima masyarakat di sana. Ada kemungkinan fenomena tersebut dikarenakan memang latar belakang pendidikan sebagian warga di sana sudah maju sehingga mereka pun sangat menyadari pentingnya komunikasi dan informasi pada era globalisasi sekarang ini yang notabene mengedepankan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), terutama akselerasi yang begitu mengagumkan di bidang informasi dan komunikasi.



Foto 9. Papan Umum Di Kelurahan Warungboto, Kecamatan Umbulharjo Kotamadya Yogyakarta

Dari sudut kepentingan pemerintah, tentu saja potensi tersebut sangat menguntungkan. Tinggal bagaimana strategi yang ditempuh agar masyarakat mudah mencerna program-program apa yang paling penting dan mendesak dalam kaitannya dengan era pembangunan berjangka yang kita jalankan selama ini.

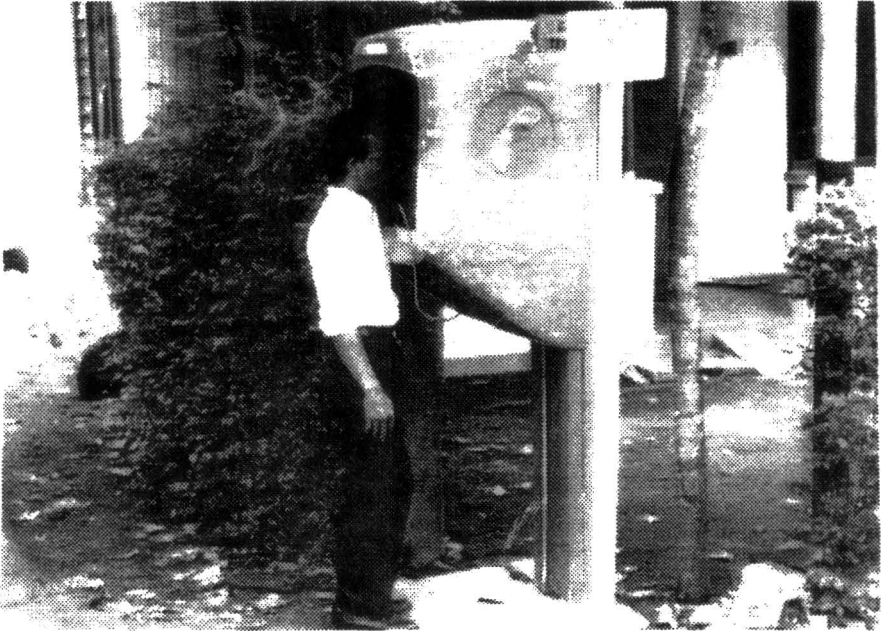


Foto 10. Sarana Komunikasi Telepon Yang Ada Di Wilayah Kelurahan Warungboto.

Desa Baturetno. Dari sudut variabel jenis kelamin, jumlah penduduk di sana tercatat ada 9063 jiwa yang terbagi dalam 4434 laki-laki atau 48,92 persen, dan 4629 perempuan atau sebesar 51,08 persen. Kalau dilihat dari tingkat kepala keluarganya ada sebesar 2093 KK, terbagi dalam 1794 KK laki-laki dan 299 KK perempuan. Dengan kata lain, populasi penduduk perempuan di Desa Baturetno relatif lebih besar jika dibandingkan dengan penduduk laki-laki. Potensi semacam ini mesti dijadikan acuan oleh para pembuat keputusan untuk melibatkan atau memberikan kesempatan yang seluas-luasnya agar kaum perempuan tersebut bisa berkiprah dalam program pembangunan kawasan setempat. Pendek kata, potensi kaum perempuan harus mendapat prioritas penanganannya.

Aspek lain dalam konteks ini yang perlu dikemukakan adalah bagaimana struktur masyarakat apabila dilihat dari tingkat pemeluk agama ataupun penganut kepercayaan kepada Tuhan Yang Mahaesa. Untuk memperoleh gambaran secara detil, akan kami kemukakan tabel tentang pemeluk agama di Desa Baturetno saat ini.

TABEL II.8
JUMLAH PENDUDUK DESA BATURETNO MENURUT AGAMA

No.	A g a m a	Frekuensi (Jiwa)	Persentase
1.	Islam	8379	92,45
2.	Protestan	411	4,53
3.	Katolik	254	2,80
4.	Hindu	9	0,10
5.	Budha	10	0,12
	J u m l a h	9063	100,00

Sumber: data monografi Desa Baturetno, 1995.

Apabila tabel tersebut diamati secara lebih seksama, tampak jelas bahwa potensi warga yang perlu perhatian secara serius adalah mereka yang menganut agama Islam yang merupakan mayoritas 92,45 persen. Jelas sekali bahwa keacuhan dan peran serta mereka amat dibutuhkan dalam menggerakkan roda pembangunan desa setempat. Beberapa kunci yang bisa memperlancar terciptanya komunikasi yang sehat adalah melakukan pendekatan terhadap tokoh-tokoh agama (alim-ulama) setempat, di samping pimpinan formal dan informal lainnya untuk senantiasa bekerja sama dalam berbagai bentuk realisasi program pembangunan kawasan setempat.



Foto 11. Tempat Peribadatan Bagi Umat Islam (Mushola) Di Desa Baturetno

Variabel lainnya yang sangat erat kaitannya dengan topik penelitian ini adalah pendidikan mengingat unsur ini begitu sentral dan strategis kedudukannya dalam rangka mengakses berbagai bentuk saluran informasi pembangunan. Sebagaimana tampak dari data monografi setempat, banyak hal bisa dianalisis dari tabel berikut.

TABEL II.9
JUMLAH PENDUDUK DESA BATURETNO MENURUT
TINGKAT PENDIDIKAN

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak/belum sekolah	229	2,54
2.	T K	1141	12,59
3.	S D	3943	43,51
4.	S M T P	2216	24,45
5.	S M T A	1177	12,97
6.	Akademi (D1-D3)	142	1,57
7.	P T (S1-S3)	86	0,95
8.	Pondok Pesantren	13	0,14
9.	Madrasah	58	0,64
10.	Keagamaan	35	0,39
11.	S L B	3	0,03
12.	Kursus (keterampilan)	20	0,22
	J u m l a h	9063	100,00

Sumber: data monografi Desa Baturetno, 1995.

Ternyata, potensi penduduk Desa Baturetno dilihat dari sudut pendidikan cukup baik, terbukti mereka yang mempunyai bekal pendidikan setingkat sekolah lanjutan ke atas, jumlahnya mencapai lebih dari 35 persen. Selain itu, sekolah keagamaan juga tersedia di sana. Fasilitas lainnya adalah kursus-kursus ketrampilan khusus. Hanya saja, yang masih perlu ditingkatkan adalah masih adanya golongan masyarakat yang belum atau bahkan tidak pernah mengenyam bangku pendidikan 2,54 persen. Mungkin cara yang bisa ditempuh tidak harus melalui pendidikan formal, tetapi informal, seperti peningkatan pelaksanaan pro-

gram Kejar Paket A dan Kejar Paket B, ataupun lewat pendidikan nonformal, seperti mengadakan berbagai bentuk kursus ketrampilan untuk bekal mereka mencari peluang kerja yang ada di dalam maupun di luar kawasan setempat.



Foto 12. Sarana Pendidikan Di Desa Baturetno

Matapencaharian penduduk rupanya merupakan aspek yang tak mungkin ditinggalkan dalam menganalisis peranan media massa ini. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan disajikan tabel tentang matapencaharian penduduk.

TABEL II.10
JUMLAH PENDUDUK DESA BATURETNO MENURUT
MATAPENCAHARIAN

No.	Matapencaharian	Frekuensi (ha)	Persentase
1.	P N S	425	4,69
2.	A B R I	44	0,49
3.	Karyawan swasta	1376	15,18
4.	Wiraswasta (pedagang)	642	7,08
5.	Tani	298	3,29
6.	Buruh tani	428	4,72
7.	Pertukangan	232	2,56
8.	Pensiun	100	1,10
9.	Jasa	7	0,08
10.	Belum/tidak bekerja	5511	60,81
	J u m l a h	9063	100,00

Sumber: data monografi Desa Baturetno, 1995.

Tabel II.10 tersebut memberikan gambaran bahwa dari sebanyak 9063 jiwa penduduk di Desa Baturetno, beberapa di antaranya bekerja sebagai karyawan 20,36 persen yang terdiri dari PNS, ABRI, dan karyawan swasta. Fenomena tersebut menarik untuk disimak lebih lanjut kalau dikaitkan dengan variabel tempat tinggal yang notabene berada di daerah pinggiran kota (*sub-urban*). Hanya saja, yang perlu dilihat, apakah mereka itu bekerja di lingkungan masyarakat setempat atau bahkan di luar Desa Baturetno. Ini penting karena erat kaitannya dengan tingkat mobilitas penduduk setempat, baik fisik maupun mobilitas sosial. Hal yang lebih penting lagi untuk direnungkan para pembuat keputusan adalah begitu dominannya penduduk yang saat ini belum/tidak bekerja yang jumlahnya melebihi 60 persen dari jumlah keseluruhan penduduk di desa setempat. Dengan komposisi semacam, jelas mengarahkan asumsi pada begitu beratnya beban ketergantungan penduduk usia produktif yang saat ini bekerja karena penghasilan yang mereka peroleh harus dapat menghidupi sekian banyak warga yang kurang ataupun tidak produktif.

Aspek lainnya yang hendak dilihat adalah sarana komunikasi penduduk Desa Baturetno. Mengapa ini penting ? karena merupakan salah satu indikator atau tolak ukur lancar tidaknya arus informasi pembangunan yang sedang giat-giatnya dilaksanakan saat ini. Untuk lebih jelasnya, akan dikemukakan dalam bentuk tabel.

TABEL II.11
SARANA KOMUNIKASI DESA BATURETNO

No.	Jenis sarana komunikasi	Frekuensi	Persentase
1.	Intercom	12	0,67
2.	Televisi umum	1	0,06
3.	Telepon umum	1	0,06
4.	Pemilikan telepon pribadi	37	2,08
5.	Televisi	932	52,60
6.	Radio	786	44,36
7.	Antena parabola	2	0,11
8.	Kantor Pos Pembantu	1	0,06
	J u m l a h	1772	100,00

Sumber: data monografi Desa Baturetno, 1995.

Kalau disimak, ternyata tabel menunjukkan secara jelas bagaimana besarnya pemilikan sarana komunikasi yang berupa pandang-dengar (*audio-visual*) sebanyak 94 persen lebih. Tentu saja, keadaan tersebut amat potensial memperlancar arus informasi pembangunan di desa setempat. Belum lagi kalau dihitung adanya pemilikan antara parabola yang mampu menangkap siaran negara asing, juga sarana telepon (umum maupun pribadi) yang saat ini juga tersedia di desa setempat. Persoalannya sekarang, tinggal bagaimana pemerintah mampu memacu roda pembangunan setempat. Perlu diketahui bahwa Desa Baturetno juga terdapat organisasi sosial Klompencapir atau kelompok pendengar-pembaca-pemirsa. Peran sertanya jelas amat berpengaruh dalam memperlancar ide-ide pembangunan yang hendak dilaksanakan.

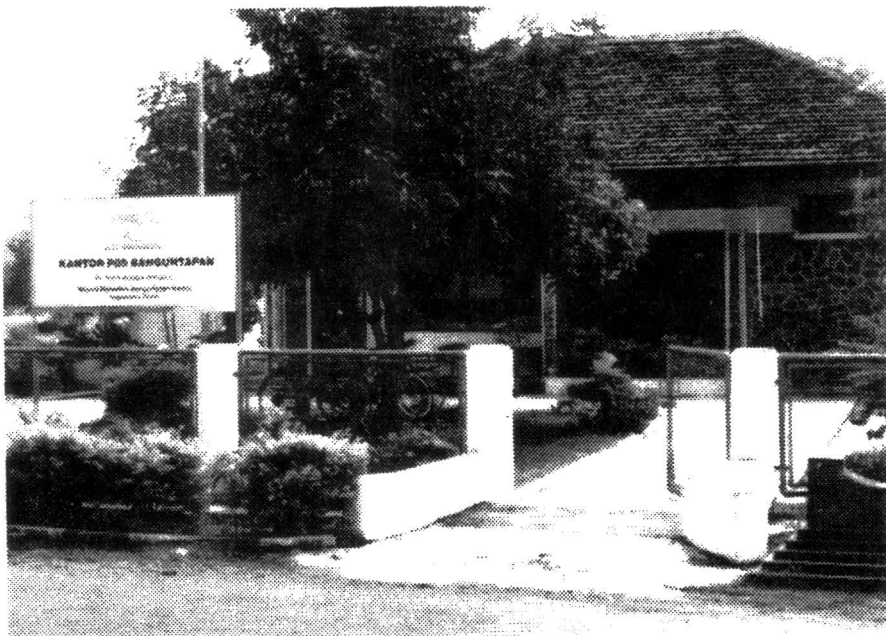


Foto 13. Sarana Komunikasi Kantor Pos Di Desa Baturetno, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul

Desa Karangtalun. Ada sebanyak 584 KK atau 2852 jiwa yang terdiri dari 1339 laki-laki dan 1513 perempuan. Sebagaimana yang terjadi di lokasi penelitian Baturetno, ternyata populasi perempuan relatif lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Logikanya, potensi ini harus lebih diaktifkan dalam memicu derap pembangunan di banyak bidang. Bentuknya kurang-lebih memberikan bekal pendidikan dan ketrampilan, juga penyediaan kesempatan kerja bagi mereka. Dalam tahap lanjut, mereka nantinya akan menghasilkan nilai tambah di tingkat keluarga masing-masing. Pendek kata, partisipasi perempuan harus mendapat prioritas perhatian dari pemerintah setempat untuk dapat mengoptimalkan potensi mereka demi pembangunan desa.

Variabel lainnya yang terkait dengan konteks penelitian ini adalah tingkat pemeluk agama di desa setempat. Agar bisa dipahami secara lebih cepat, berikut ini akan disajikan tabel frekuensi tentang tingkat pemeluk agama di Desa Karangtalun.

TABEL II.12
JUMLAH PENDUDUK DESA KARANGTALUN MENURUT AGAMA

No.	A g a m a	Frekuensi	Persentase
1.	Islam	2745	96,25
2.	Protestan	20	0,70
3.	Katolik	76	2,66
4.	Penganut/penghayat kepercayaan kepada Tuhan Yang Mahaesa	11	0,39
	J u m l a h	2852	100,00

Sumber : data monografi Desa Karangtalun, 1994-1995.

Hal yang paling mencolok di sini adalah begitu dominannya penduduk di Karangtalun yang menganut agama Islam 96,25 persen. Di desa setempat, tercatat tidak ada pemeluk agama Hindu dan Budha. Justru yang mengaku memeluk atau menganut kepercayaan kepada Tuhan Yang Mahaesa ada 0,39 persen. Ini mungkin adanya pengaruh dari makam Imogiri yang notabene erat kaitannya dengan realisasi unsur Kejawen. Untuk itulah, mestinya pemerintah setempat perlu memperhitungkan potensi semacam dalam menerapkan strategi yang tepat untuk pembangunan di kawasan Desa Karangtalun itu. Selain pendekatan kepada tokoh-tokoh agama, pimpinan formal, yang tak kalah pentingnya adalah menggalang koordinasi yang mantap dengan beberapa tokoh yang menganut atau penghayat kepercayaan kepada Tuhan Yang Mahaesa (agama Kejawen).



Foto 14. Salah Satu Surau Di Desa Karangtalun

Tampaknya variabel pendidikan juga perlu dikemukakan dalam konteks ini karena begitu sentralnya peranan pendidikan dalam memacu pembangunan desa setempat. Untuk lebih jelas mengenai bagaimana komposisi ataupun struktur penduduk di Desa Karangtalun dipandang dari segi tingkat pendidikan yang mereka peroleh, dapat disimak pada tabel berikut ini:

TABEL II.13
JUMLAH PENDUDUK DESA KARANGTALUN MENURUT TINGKAT PENDIDIKAN

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Jiwa)	Persentase
1.	Belum/tidak sekolah	944	33,10
2.	TK	56	1,96
3.	SD	759	26,61
4.	S M T P	391	13,71
5.	S M T A	562	19,71
6.	Akademi (D1 - D3)	29	1,02
7.	PT (S1 - S3)	63	2,21
8.	Ketrampilan (kursus)	48	1,68
	Jumlah	2852	100,00

Sumber: data monografi Desa Karangtalun, 1994-1995.

Secara implisit, tampak bahwa penduduk yang berpendidikan setingkat sekolah lanjutan ke atas jumlahnya cukup besar, hampir 40 persen dari keseluruhan jumlah penduduk yang ada di desa setempat. Namun, di sisi lain, ada hal yang cukup memprihatinkan karena masih banyaknya warga setempat yang saat ini tercatat belum atau bahkan tidak pernah mengenyam bangku pendidikan 33 persen lebih. Untuk kategori yang terakhir tersebut, tentunya memerlukan penanganan yang bersifat antisipatif dan kuratif, yang menyangkut upaya peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia melalui berbagai program lintas (*crash program*) yang bisa ditempuh dengan cara penyelenggaraan kursus-kursus ketrampilan, peningkatan bekal pendidikan melalui Kejar Paket A dan B.



Foto 15. Sarana Pendidikan Di Kecamatan Imogiri

Dalam konteks penelitian ini selanjutnya juga akan dikemukakan mengenai keadaan matapencaharian penduduk di Desa Karangtalun dalam bentuk tabel frekuensi berikut ini.

TABEL II.14
JUMLAH PENDUDUK DESA KARANGTALUN
MENURUT MATAPENCAHARIAN

No.	Matapencaharian	Frekuensi	Persentase
1.	P N S	115	4,03
2.	A B R I	3	0,11
3.	Karyawan swasta	25	0,88
4.	Wiraswasta (pedagang)	36	1,26
5.	Petani	245	8,59
6.	Buruh tani (petani gurem)	230	8,06
7.	Pertukangan	52	1,82
8.	Pensiun	14	0,49
9.	Jasa	29	1,02
10.	Belum/tidak bekerja	2103	73,74
	J u m l a h	2852	100,00

Sumber : data monografi Desa Karangtalun, 1994-1995

Angka yang paling menarik pada tabel tersebut adalah penduduk yang tercatat belum atau tidak bekerja sebanyak 2103 orang atau 73,74 persen. Fenomena tersebut jelas merupakan beban ketergantungan amat berat bagi sejumlah penduduk yang tergolong produktif. Oleh sebab itu, harus dicarikan alternatif untuk mengoptimalkan mereka agar mampu memanfaatkan peluang kerja yang ada, antara lain dengan mengintensifkan kursus-kursus ketrampilan.

Mengingat penelitian ini sekitar peran media massa maka ada baiknya jika dalam kesempatan ini juga disajikan sarana komunikasi yang tersedia di Desa Karangtalun. Berikut ini, akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dengan harapan data yang ada relatif lebih mudah dicerna dan dipahami fenomenanya. Seterusnya, meskipun serba singkat, juga akan dicoba mengenai analisisnya.

TABEL II.15
SARANA KOMUNIKASI DESA KARANGTALUN

No.	Jenis Sarana Komunikasi	Frekuensi	Persentase
1.	Radio	695	66,38
2.	Televisi	351	33,52
3.	Antena Parabola	1	0,10
	J u m l a h	1047	100,00

Sumber: data monografi Desa Karangtalun, 1994-1995.

Dari data monografi setempat, jelas terlihat sarana kepemilikan komunikasi cukup baik, hampir 90 persen sarana media *audio-visual* tersedia di desa setempat. Hanya perbedaan yang agak mencolok kalau dibandingkan dengan dua lokasi lainnya adalah pemilikan radio di sini justru lebih banyak dibandingkan dengan pemilikan sarana pandang-dengar (*audio-visual*) seperti televisi. Sayang sekali, data mengenai pemilikan sarana media cetak yang akurat, sulit diperoleh sehingga sukar menarik kesimpulan kasar sekalipun mengenai tingkat kesadaran penduduk Desa Karangtalun akan halnya pentingnya media massa bagi mereka. Hanya saja, kiranya perlu diteliti lebih lanjut, apakah pemilikan sarana komunikasi tersebar secara merata di tingkat dusun mengingat faktor geografis dan kedekatan dengan sarana transportasi (jalan) juga berpengaruh terhadap derajat kepemilikan sarana media massa.

C. JENIS DAN BENTUK MEDIA MASSA NASIONAL MAUPUN LOKAL YANG MENJANGKAU MASYARAKAT SETEMPAT.

Sebelum menelaah secara mendalam, ada baiknya dalam konteks ini dimulai atau tepatnya bertitik tolak dari pemikiran, sudut pandang, ataupun asumsi yang tak jauh berbeda agar tercipta kesamaan atau kesepakatan dalam memahami karakteristik jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal dalam suatu masyarakat. Oleh sebab itu, ada baiknya berpijak dengan komitmen yang mengacu pada asumsi awal bahwa gejala keragaman media massa pada suatu wilayah itu di sebabkan oleh banyak faktor, antara lain: variabel geografis (tempat tinggal) yang tentu berpengaruh atas lancar tidaknya arus komunikasi, baik media cetak maupun elektronika. Selain itu, kesadaran dan

stressing (interes) dari khalayak pengguna media tersebut tentunya merupakan salah satu penentu juga. Padahal, ada banyak variabel antara yang terkait di dalamnya: jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Dalam kerangka teoritis, hal tersebut digambarkan sebagai suatu model yang banyak dipakai oleh kalangan ilmu-ilmu sosial untuk menganalisis berbagai fenomena kultural dan sosial, yakni *knowledge, attitude, and practice* (KAP). Paradigma tersebut berangkat dari pemikiran awal bahwa tingkat kesadaran seseorang akan menentukan sikap dan pada gilirannya tercermin dalam bentuk perilaku atau tindakan. Persoalannya sekarang, apakah derajat kesadaran yang tinggi dari seseorang akan arti pentingnya sarana komunikasi itu otomatis akan berjalan paralel dengan meningkatnya animo daya belinya? Untuk mencari jawab, tentu saja perlu kita masukkan variabel kontrol (*intervening variables*) sebagaimana tadi telah disebutkan. Dari sini, baru bisa diukur apakah tingginya kesadaran dan keinginan sebagian warga masyarakat untuk memiliki pesawat televisi itu masih bertahan manakala tempat tinggal mereka relatif jauh dari stasiun *relay* (pemancar), dan kebetulan saja belum terjangkau sarana listrik. Seterusnya, dalam konteks ini, ingin dilihat di lapangan tentang apa saja jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal yang menjangkau masyarakat di tiga lokasi: *urban, sub-urban, dan rural*. Untuk itu, masing-masing lokasi akan dikemukakan secara berurutan.

Kelurahan Warungboto. Lokasi penelitian yang terletak di daerah urban tampaknya kini telah terjangkau oleh berbagai jenis media massa (cetak dan elektronika), baik yang bersifat nasional maupun lokal. Bentuk media massa tersebut berupa radio, televisi, koran, dan majalah. Informasi yang diperoleh dari sejumlah sampel memberikan gambaran bahwa masyarakat Warungboto secara signifikan telah memanfaatkan kedua jenis media massa tersebut.

Untuk media radio berskala nasional yang telah menjangkau masyarakat setempat, dalam arti frekuensinya bisa diterima dengan baik di daerah tersebut, antara lain: RRI Program Khusus DKI Jakarta, dan siaran dari propinsi lain, bahkan tak jarang pula beberapa warga ada yang mampu menangkap siaran radio dari mancanegara (luar negeri), seperti radio BBC. Sedangkan radio lokal yang notabene stasiun pemancarnya berdomisili di Kota Yogyakarta ini, secara kuantitatif cukup memadai, antara lain: RRI Nusantara II Yogyakarta; radio milik Pemda Tingkat II (GCD Gunung Kidul); dan radio-radio swasta niaga, seperti radio Retjo Buntung, MBS (Mataram Buana Suara), EMC, Suara Istana, Arma 11, Rakosa, Geronimo, Yasika, PTDI Kota Perak, Bikima, Unisi, dan Rasia Lima.

Sementara itu, bentuk media massa elektronik lainnya, yakni televisi nasional yang mampu diterima frekuensinya oleh masyarakat Warungboto pada umumnya, tanpa alat bantuan semacam *decoder* ataupun antena parabola, antara lain: TVRI Pusat Jakarta; TVRI Stasiun Surabaya; dan televisi swasta, seperti RCTI, SCTV, dan Indosiar. Sedang televisi swasta lainnya yang hingga kini baru bisa dinikmati dengan menggunakan sarana khusus, seperti antena parabola adalah TPI dan AN-Teve. Adapun televisi lokal (daerah) yang ada di kota pelajar ini adalah TVRI Stasiun Yogyakarta yang sampai saat ini merupakan satu-satunya media televisi. Memang, belakangan ini terpetik kabar burung bahwa ada beberapa pengusaha nasional yang berminat mendirikan (komersial/ patungan) stasiun televisi swasta di kota ini, tetapi nyatanya hingga detik ini belum ada realisasinya.

Menurut beberapa informan, sesungguhnya masih ada lagi media komunikasi lain yang pada kenyataannya turut berkiprah meramaikan lalu-lintas udara di kota pelajar ini, antara lain: Interkom, HT, CB, Orari, Telepon, antena parabola, dan internet.

Sementara itu, jenis media massa lainnya, yakni media cetak yang telah menjangkau masyarakat Warungboto adalah koran dan majalah yang begitu banyak ragamnya. Untuk koran berstandar nasional yang telah berada di kalangan masyarakat setempat, antara lain: Media Indonesia, Suara Merdeka, Kompas, Jawa Post, Suara Pembaharuan, Suara Karya, Berita Yudha, Jakarta Post, dan Surabaya Post. Sedangkan koran produksi lokal yang ada, antara lain: Kedaulatan Rakyat, Berita Nasional (Bernas), Yogya Post, Kandha Rahardja yang merupakan Koran Masuk Desa (KMD), SKM. Minggu Pagi yang dikelola oleh SKH. Kedaulatan Rakyat (KR) tadi.

Ada pun media massa cetak yang berupa majalah, ternyata jauh lebih banyak jumlah dan macamnya, terutama yang berskala nasional, antara lain: (a) majalah anak-anak, seperti Bobo, Kawanku, dan Donal Bebek; (b) majalah remaja, seperti Hai dan Gadis; (c) majalah wanita dan ibu-ibu, seperti Kartini, Sarinah, Femina, dan Tiara; dan (d) majalah keluarga, misalnya Ayah-Bunda, Rumah Tangga dan Kesehatan, juga Bina Keluarga. Variasi beberapa majalah tersebut penekanannya berkaitan dengan upaya menjangkau segmen khalayak tertentu. Belum lagi kalau dilihat dari misi yang melekat pada masing-masing majalah yang tercermin pada warna pemberitaannya yang tendensius atau lebih difokuskan pada aspek tertentu, antara lain: (a) majalah kesehatan, seperti Rumah

Tangga dan Kesehatan; (b) majalah kependudukan, misalnya Bina Keluarga; (c) majalah sosial-budaya, seperti Prisma, Intisari; (d) majalah pertanian, misalnya Trubus; (e) majalah kriminal, misalnya Detektif dan Romantika; (f) majalah psikologi, seperti Anda; (g) majalah politik, seperti Forum; (h) majalah ekonomi, misalnya Eksekutif; dan (i) majalah keagamaan, misalnya Amanah. Masih banyak lagi majalah umum lainnya yang juga telah beredar di tengah masyarakat Warungboto, antara lain: Sinar; Matra, Anita, Info, Jakarta-Jakarta, Nyata, Mikro, Gatra; Populer; Dewi; Panji; Detik; Editor, Mode; Asri; Vista TV, dan Otomotif.

Edisi nasional lainnya yang berbentuk tabloit, antara lain: Fantasi; Nova; Bola; Citra; dan Bintang. Tambahan pula, khususnya untuk kalangan tertentu juga telah ada yang memanfaatkan berbagai jurnal penelitian dan lain-lain penerbitan ilmiah dalam maupun luar negeri. Sebagaimana telah diinformasikan, ada beberapa warga yang amat berkepentingan dengan penerbitan ilmiah tersebut, diantaranya PNS, utamanya yang berkecimpung di dunia pendidikan, seperti guru atau bahkan dosen, dan pemerhati masalah-masalah sosial, budaya, politik, dan ekonomi.

Ada pun media massa cetak terbitan lokal yang juga telah dimanfaatkan oleh khalayak di Warungboto tersebut memang relatif sedikit jumlahnya, antara lain; Kedaulatan Rakyat (KR); Berita Nasional (Bernas); SKH. Minggu Pagi yang merupakan edisi mingguan yang dikelola oleh BP-KR; dan Kandha Rahardja yang notabene merupakan proyek pemerintah (Deppen) berupa Koran Masuk Desa (KMD). Sedangkan untuk majalah lokal yang beredar di sana, antara lain: Suara Muhammadiyah (SM); dan majalah edisi bahasa Jawa, seperti Mekar Sari (MS) dan Djaka Lodang. Sementara untuk media yang berupa tabloit tercatat hanya satu, yakni Gatutkaca edisi bahasa Indonesia yang khusus ditujukan untuk anak-anak.



Foto 16. Publikasi (Spanduk) Pers Nasional Di Jalan-jalan Di Daerah Urban, Kotamadya Yogyakarta.

Desa Baturetno. Berbagai keterangan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dipilih atas dasar variabel jenis kelamin (*gender*), struktur usia, dan latar belakang pendidikan, memberikan gambaran atas beberapa jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal apa saja yang hingga kini telah menjangkau masyarakat Baturetno yang notabene berada di kawasan pinggiran kota (*sub-urban*). Dalam konteks ini, juga dilakukan observasi (*pengamatan*) untuk mendukung temuan yang diperoleh dari serangkaian wawancara (*interview*) tadi. Sebagaimana kasus yang terjadi di Kelurahan Warungboto (*urban*), di sini ada dua jenis media massa yang selama ini telah dimanfaatkan oleh masyarakat setempat, yaitu media cetak dan elektronik. Ada pun bentuk media massa tersebut adalah, televisi, koran, dan majalah (termasuk tabloit).

Pertama, media massa elektronik. Khusus untuk media radio yang bersifat nasional daya pancarnya, biasanya merupakan radio pemerintah (RRI), antara lain: RRI Pusat dan beberapa stasiun pemancar dari propinsi lain, seperti Jawa Tengah, Jawa Barat, dan sebagian wilayah di Propinsi Jawa Timur. Sedangkan radio lokal yang beroperasi di kawasan Yogyakarta ini, antara

lain: RRI Nusantara II Yogyakarta, dan radio-radio amatir yang relatif banyak jumlahnya, seperti radio Retjo Buntung (RB-FM), Mataram Buana Suara (MBS), EMC, Suara Istana, Arma 11, Rakosa, Geronimo, Yasika AK II, PTDI Medari, Unisi, dan radio milik Pemda Tingkat II GCD Gunungkidul, dan RPB Bantul.

Kemudian juga akan dipaparkan tentang bentuk media massa elektronik lainnya, yakni televisi. Yang berskala nasional, yang secara nyata frekuensinya bisa terjaring oleh pesawat televisi masyarakat setempat, antara lain: TVRI Pusat Jakarta, TVRI Stasiun Surabaya; dan beberapa televisi yang dikelola oleh pihak swasta, seperti RCTI, SCTV, Indosiar. Khususnya bagi pemilik sarana canggih antena parabola, ternyata bisa mengakses siaran televisi swasta lainnya secara langsung, seperti AN-TV dan TPI (Televisi Pendidikan Indonesia). Bahkan mereka pun mampu menangkap berbagai siaran televisi mancanegara. Sementara itu, televisi yang sifatnya lokal, hanya ada satu, yaitu TVRI Stasiun Yogyakarta.

Kedua, media massa cetak. Ada cukup banyak koran edisi nasional yang telah menjangkau di daerah pinggiran kota ini (*sub-urban*), antara lain: Berita Yudha, Suara Karya, Suara Pembaharuan, Jawa Post, Kompas, Suara Merdeka, dan Media Indonesia. Sedang koran produksi lokal yang telah dimanfaatkan oleh khalayak pembaca di Baturetno ini, antara lain: Kedaulatan Rakyat (KR), Berita Nasional (Bernas), Yogya Post, Kandha Rahardja (Proyek KMD) yang merupakan edisi berbahasa Jawa, dan Minggu Pagi yang merupakan edisi mingguan yang dikelola BP-KR.



Foto 17 Salah Satu Agen/Pengecer Koran, Majalah Nasional dan Lokal Di Bilangan Yogya Timur

Sementara itu, untuk bentuk media cetak lainnya (majalah) yang berskala nasional yang telah dimanfaatkan oleh masyarakat setempat, antara lain: (a) majalah anak-anak, seperti Bobo, Kawanku, dan tabloit Fantasi; (b) majalah remaja atau pelajar, seperti Hai dan Gadis; (c) majalah wanita, misalnya Asri, Femina, Kartini, Sarinah, dan tabloit Nova; (d) majalah pria, misalnya Otomotif dan Trubus (Pertanian); (e) majalah keluarga, seperti Ayah Bunda dan Bina Keluarga; dan (f) majalah edisi umum, seperti Matra; Forum; berbagai tabloit, misalnya Bola dan Bintang, sedang majalah terbitan lokal yang juga telah beredar di Baturetno, antara lain: Suara Muhammadiyah (SM); majalah berbahasa Jawa, seperti Mekar Sari (MS) serta Djaka Lodang; dan tabloit Gatutkaca untuk konsumsi anak-anak khususnya.

Desa Karangtalun. Sampai saat ini, ada beberapa warga masyarakat setempat yang mengaku telah memanfaatkan media massa elektronika dan cetak, baik yang berskala nasional maupun lokal: radio, televisi, koran, dan majalah. Perlu diketahui bahwa media radio (nasional) yang bisa ditangkap oleh khalayak pendengar di kawasan pedesaan (*rural*) ini amat terbatas, antara lain: RRI Pusat Jakarta dan siaran dari lain daerah, seperti Sala dan Magelang (Jawa Tengah). Ada pun stasiun pemancar radio lokal yang ada dan yang telah mampu mencapai khalayak pendengarnya, antara lain: RRI Nusantara II Yogyakarta; beberapa radio amatir (swasta niaga), seperti radio Retjo Buntung (RB-FM), Mataram Buana Suara (MBS), EMC, Geronimo, Yasika AK II, PTDI Kota Perak, dan GCD Gunungkidul.

Media massa elektronik lainnya, yakni televisi nasional yang daya pancarnya telah sampai ke lokasi tersebut, antara lain: TVRI Jakarta, Indosiar, RCTI, SCTV, dan TPI khusus program pagi hingga siang hari karena sekarang ini masih menggunakan saluran TVRI. Sementara itu, dikarenakan pemilikan antena parabola masih dihitung langka maka saluran televisi swasta lainnya, seperti AN-TV dan program langsung dari TPI (Televisi Pendidikan Indonesia), belum bisa ditangkap oleh khalayak umum. Ada pun satu-satunya media televisi lokal yang ada di *kota gudeg* ini adalah TVRI Stasiun Yogyakarta.

Perlu juga dikemukakan di sini bahwa masyarakat Karangtalun sampai saat ini juga telah tersentuh oleh beberapa media massa cetak, baik koran maupun majalah terbitan nasional dan lokal. Koran edisi nasional yang kini menjangkau khalayak pembaca di sana, antara lain: Suara Merdeka (SM), Kompas, Jawa Post, dan Suara Karya (SK). Untuk koran lokal, antara lain: Kedaulatan Rakyat (KR), Kandha Rahardja yang merupakan proyek Koran Masuk Desa (KMD) yang merupakan koran edisi bahasa Jawa; dan Berita Nasional (Bemas).

Mengenai media massa cetak lainnya (majalah) yang juga telah menjangkau masyarakat Karangtalun, antara lain: Trubus, Hai, Kartini, Gadis, dan Amanah, termasuk di antaranya beberapa tabloit, seperti Nova, Citra, dan Bintang. Sedangkan majalah produksi lokal (daerah) yang juga telah dimanfaatkan oleh sebagian khalayak pembacanya, antara lain: Mekar Sari (MS) dan Djaka Lodang (edisi Jawa).

D. JENIS DAN BENTUK MEDIA MASSA LOKAL SERTA KHALAYAK PEMAKAINYA

Pembahasan mengenai media massa lokal dalam konteks ini sesungguhnya hendak melihat secara khusus tentang jenis, bentuk, dan khalayak pemakainya. Salah satu kegunaan praktis dari deskripsi semacam ini adalah mencoba mencapai pengertian apakah jenis, bentuk, dan khalayak pengguna media massa lokal di daerah *urban*, *sub-urban*, dan *rural* itu sama atau berbeda. Agar gambaran yang diperoleh nantinya cukup proporsional dan tampak lebih hidup maka pada masing-masing lokasi akan diketengahkan asumsi dari beberapa informan dengan klasifikasi yang berbeda latar belakang sosio-demografisnya, seperti variabel jenis kelamin (*gender*), struktur umur, tingkat pendidikan, di samping variabel kontrolnya, yakni tempat tinggal.

Kelurahan Warungboto. Diperoleh informasi dari sejumlah PNS, ada dua jenis media massa yang digunakan oleh masyarakat Warungboto, yaitu media massa elektronika dan cetak. Ada pun bentuk media massa itu adalah radio dan televisi. Khalayak radio dan televisi menurutnya adalah lapisan masyarakat bawah. Namun, khusus siaran dari radio swasta niaga lokal, penggemarnya kebanyakan terdiri dari kawula muda yang memang senang dengan hiburan serta kesenian, seperti lagu-lagu dan konser musik. Sedang untuk media cetak, khalayaknya merupakan golongan sosial menengah ke atas. Khusus untuk majalah edisi berbahasa Jawa, seperti *Kandha Rahardja*, *Djaka Lodang*, dan *Mekar Sari*, kebanyakan dibaca oleh orang-orang tua dari lapisan menengah dan sedikit lapisan bawah. Sementara elit masyarakat cenderung berlangganan (beli eceran) majalah edisi berbahasa Indonesia yang berskala nasional, seperti *Forum*, *Prisma*, *Intisari*, *Anda*, *Femina*, *Kartini*, dan *Sarinah*.

Menurut beberapa seorang Ibu rumah tangga tamatan SMTA, terutama untuk media siar RRI Nusantara II Yogyakarta, radio amatir, dan TVRI Stasiun Yogyakarta, boleh dikata khalayaknya merata. Hanya saja, khusus untuk RRI, segmen khalayak pendengarnya sebagian besar berasal dari golongan sosial

menengah ke bawah yang terdiri dari kaum tua. Sedang radio-radio amatir, ternyata lebih banyak digandrungi oleh kaum remaja dari semua lapisan masyarakat. Sementara itu, khalayak media TVRI umumnya merupakan lapisan menengah ke atas, biasanya orang-orang tua, sedang anak-anak mudanya tendensi melihat program dari televisi swasta (nasional).

Di kalangan generasi muda yang ditemui, ternyata lebih menekankan asumsi mereka bahwa penggemar radio milik pemerintah (RRI), umumnya berasal dari kalangan bawah, sedang khalayak radio swasta berasal dari semua lapisan masyarakat, terutama kaum mudanya. Media elektronik lainnya (TVRI), kurang banyak dilirik oleh kawula muda, terkecuali untuk paket tayangan tertentu saja, seperti pemetasan wayang kulit yang dalangnya berbobot, *ketoprak*, *mbangun desa* (*Den Baguse Ngarsa*), dan siaran olah raga. Boleh dikata penggemarnya berasal dari kalangan menengah, terutama kaum tua.

Khususnya untuk media cetak yang berupa koran lokal, seperti *Kedaulatan Rakyat*, *Yogya Post*, dan *Bernas*, kebanyakan khalayaknya berasal dari segala lapisan sosial yang melek huruf tentunya. Bagi mereka yang memang tak mampu menjadi pelanggan tetap, bisa baca di papan-papan umum (pengumuman). Sedangkan untuk media cetak yang merupakan edisi berbahasa Jawa, seperti *Kandha Rahardja*, *Djaka Lodang*, dan *Mekar Sari*, khalayaknya merupakan golongan tua dari kalangan menengah, dan sedikit di antaranya yang berasal dari kalangan atas.

Demikianlah, dari berbagai informasi yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa dari sudut kepemilikan media radio, bisa dikatakan telah merata. Betapa tidak, kini hampir setiap rumah mempunyainya, di desa maupun di kota. Namun, apabila dilihat dari aspek khalayak pendengarnya, ada kecenderungan bervariasi mengingat masing-masing media tersebut, baik RRI maupun radio swasta niaga punya struktur atau segmen khalayak sendiri. Rupa-rupanya, di sini unsur selera dan kepentingan orang per orang begitu dominan perannya dalam menentukan yang mana pilihannya. Namun demikian, secara umum dapat dikatakan bahwa khalayak media massa radio ini berasal dari golongan menengah ke bawah, kebanyakan dari golongan bawah. Khusus untuk program RRI (nasional maupun lokal), kebanyakan khalayak penggunaannya merupakan kaum tua. Sedang siaran dari radio-radio amatir lokal, khalayaknya terdiri dari kawula muda dari hampir semua lapisan masyarakat.

Mengenai media elektronik lainnya, yakni televisi, bisa jadi dikarenakan tidak lagi termasuk barang mewah, kini khalayak pemirsanya sudah merata,

hampir menyentuh semua lapisan sosial yang ada : atas, menengah, dan bawah. Hanya saja, persentasenya cenderung pada lapisan menengah ke atas. Tentu saja, di kalangan menengah ke atas tersebut, variabelnya beragam, baik dilihat dari jenis kelamin (*gender*), struktur usia, dan tingkat pendidikannya. Sampai di sini, dapat dikatakan bahwa secara umum, khalayak pemirsa televisi berasal dari lapisan menengah ke atas. Tentu saja itu bukan berarti golongan bawah itu semuanya tidak punya TV. Untuk TVRI (nasional maupun lokal), tendensi dikonsumsi oleh golongan tua dan sebagian kecil generasi muda, khususnya untuk paket-paket tertentu saja. Program dari stasiun televisi swasta, lebih banyak disukai oleh anak-anak muda dari semua lapisan masyarakat.

Sementara itu, untuk media massa cetak koran edisi bahasa Indonesia, baik nasional maupun lokal, khalayaknya berasal dari lapisan menengah ke atas, *melek huruf*, dan mampu berlangganan tetap. Namun demikian, bagi mereka yang tidak mampu berlangganan tetap, khususnya lapisan bawah pun masih bisa memanfaatkan media tersebut, dengan cara baca di papan informasi atau pinjam teman (tetangga). Sedangkan koran untuk edisi berbahasa Jawa (lokal), khalayak pembacanya berasal dari lapisan menengah, dan sebagian kecil lapisan bawah, terutama orang-orang tua. Saat ini, khalayak pengguna media massa koran di desa setempat, boleh dikata cukup merata, baik yang berlangganan maupun yang beli eceran.

Mengenai media massa cetak lainnya, yakni majalah, terutama yang edisi berbahasa Indonesia (nasional), umumnya khalayak pembacanya berasal dari golongan sosial-ekonomi atas, seperti guru, PNS, ABRI, dan karyawan swasta. Khalayaknya di antara mereka bersifat umum, tua-muda, laki-perempuan dari mereka yang punya latar belakang pendidikan relatif tinggi. Khusus untuk majalah berbahasa Jawa (lokal), khalayak penggunanya berasal dari lapisan menengah dan sedikit lapisan atas dan bawah, utamanya golongan tua. Sampai saat ini, boleh dikata kehadiran berbagai jenis majalah sudah bukan barang baru lagi bagi masyarakat setempat.

Desa Baturetno. Sebagaimana telah disebutkan, ada berbagai jenis dan bentuk media massa lokal yang menjangkau masyarakat setempat. Selanjutnya, dalam konteks ini, hendak dipaparkan masing-masing khalayak pengguna media massa lokal tersebut.

Pertama, media massa lokal radio yang punya penggemar berasal dari kalangan sosial menengah ke bawah. Kalau dilihat dari latar belakang sosio-demografis informan yang berbeda maka khalayak pendengar radio itu sendiri tentunya juga beragam. Beberapa informan generasi tua, banyak di antaranya

lebih sering mendengarkan siaran dari RRI Nusantara II Yogyakarta. Di sisi lain, rata-rata anak-anak muda cenderung memilih program dari radio-radio amatir (swasta niaga).

Gejala munculnya klasifikasi khalayak pendengar media massa elektronik *audio* (radio) tersebut, ada kemungkinan merupakan konsekuensi logis dari adanya perbedaan misi dan visi masing-masing radio, baik pemerintah maupun swasta. Yang jelas, dalam beberapa hal, RRI terkesan lebih kaku dibandingkan dengan radio-radio amatir yang memang lebih *ngepop* (*ngetren*), demikian diungkapkan oleh beberapa informan yang tergabung dalam generasi muda, baik pelajar, karang taruna, dan mahasiswa.

Sebenarnya sudah ada upaya dari pihak RRI untuk menjawab tantangan tersebut, yakni dengan cara menjembatani nuansa perbedaan tersebut dengan meningkatkan pelayanan khusus buat kaum remaja, yaitu dengan memancarkan gelombang FM. Alternatif tersebut bukannya tanpa hasil sama sekali, terbukti beberapa rubrik juga sempat digandrungi para remaja, semisal acara hiburan, lagu-lagu nostalgia, dan Barat populer. Akan tetapi, bagaimana pun, hal prinsip yang sungguh sulit dielakkan oleh pihak RRI adalah fungsi atau eksistensi sebagai media corong pemerintah yang mau tak mau mesti mendahulukan atau lebih menekankan pada sejumlah informasi pembangunan, selain misi lainnya, seperti pendidikan, hiburan, dan layanan kepada masyarakat umum.

Tampaknya kendala semacam itu mampu terbaca oleh orang-orang di belakang radio-radio swasta niaga (amatir). Satu hal yang perlu dicatat di sini, demikian diungkapkan oleh informan pangkal (RB-FM), khalayak media massa di kota Yogyakarta ini didominasi oleh kawula muda. Oleh sebab itu, adalah wajar kalau media massa yang beroperasi di sini berlomba-lomba menjangkit sebanyak mungkin khalayak pendengar yang berasal dari kalangan sosial tersebut. Bahkan, tidak jarang, persaingan yang muncul ke permukaan di antara intern media massa lokal radio berlangsung dengan sengit, berlebihan, dan cenderung jauh dari kata sehat.

Sesungguhnya, terasa kurang adil kalau dikatakan seolah-olah media massa elektronik radio ini hanya dikonsumsi oleh khalayak yang termasuk dalam kategori lapisan sosial menengah ke bawah. Mengapa demikian? sebab media yang satu ini toh punya banyak keunggulan dibandingkan dengan media *audio-visual* lainnya (televisi), demikian diungkapkan oleh salah satu informan yang sehari-harinya bekerja di salah satu radio amatir di kota Yogyakarta ini.

Selain lebih tua usianya, media radio juga lebih ekonomis, dan yang lebih penting lagi tak terlalu menuntut persyaratan tertentu dari khalayak pendengarnya. Pendek kata, media radio relatif lebih murah harganya, mudah di bawa ke mana pun, dalam kondisi apa pun: makan, bekerja, mandi atau pun sambil tiduran. Orang buta pun (fisik maupun aksara) bisa mengaksesnya.

Jelaslah bahwa beberapa keunggulan atau nilai lebih media radio tersebut sulit diungguli oleh media massa elektronik lainnya yang notabene sarat dengan peralatan canggih (teknologi modern), seperti halnya media televisi. Namun, tidaklah berarti bahwa radio lebih unggul secara mutlak dari televisi karena di samping kelebihanannya sebagaimana tadi telah disebutkan, radio pun banyak mengandung kelemahan. Kita tak menutup mata bahwa paling tidak isi dan pesan yang disampaikan oleh media televisi relatif mudah dipahami dan dicerna karena sifat yang melekat padanya adalah pandang-dengar (*audio-visual*).

Perlu kiranya digarisbawahi di sini bahwa tidak sedikit penggemar radio itu berasal dari kalangan atas. Karena itulah, semuanya sebenarnya tergantung pada kebutuhan khalayak pengguna dan bagaimana citra radio itu sendiri di mata pemirsa. Masih hangat di benak kita, di tahun 1990-an, terjadi demam radio di seluruh sudut kota Yogyakarta ini, dari kota sampai pelosok desa sekali pun. Di mana-mana orang terlihat menenteng radio, di rumah, di sekolah ataupun di tempat-tempat kerja. Lalu apa yang sesungguhnya telah terjadi? ternyata saat itu banyak di antara anggota masyarakat yang tergila-gila mendengarkan serial drama 'Saur Sepuh' yang disiarkan oleh beberapa radio swasta niaga yang gemanya bergaung di seantero kota pelajar ini. Itu merupakan satu lagi bukti bahwa media massa punya potensi untuk menggoyang irama hidup banyak khalayak pengguna. Tak berlebihan kiranya kalau dikatakan di sini bahwa kadang mereka (media massa) telah menentukan irama (jadwal) hidup kita, dan bukan sebaliknya! Isyu terakhir, banyak para pakar yang mulai khawatir akan implikasi media massa saat ini karena mulai intervensi lebih jauh lagi dalam tatanan kehidupan masyarakat, yakni membentuk struktur atau segmen khalayak secara proaktif.

Kedua, media massa lokal elektronik (televisi). Untuk media *audio-visual* ini, kebanyakan khalayak pemirsanya berasal dari golongan sosial-ekonomi menengah ke atas. Ini pun bisa dipahami mengingat sarana televisi relatif lebih mahal harganya dibandingkan dengan radio sehingga wajar manakala terbatas jumlah warga masyarakat yang mampu membelinya. Namun demikian, kita jangan terlalu dini menarik kesimpulan karena dalam realitanya tak sedikit di antara mereka yang tidak punya pesawat televisi, acapkali menonton layar kaca

itu (TV umum, tetangga) terutama jika tayangannya dianggap menarik, misalnya paket kesenian daerah, seperti *kethoprak*, *mbangun desa*, dan tayangan berbagai even olah raga (sepak bola maupun tinju).

Satu hal yang cukup menggembirakan di tengah derasnya arus globalisasi dewasa ini, ternyata khusus untuk tayangan *kethoprak* yang dulu menjadi acara kegemaran kebanyakan orang tua (Bapak dan Ibu), kini tampaknya banyak juga anak muda yang mulai menyukainya sebagaimana dipaparkan oleh informan berikut ini.

Kebanyakan anak saya lebih senang menyaksikan siaran televisi swasta karena memang acaranya jauh lebih menarik dan bervariasi, seperti paket sinetron, film-film (India, China, dan Barat), telenovela, lawak Sri Mulat. Namun begitu, kalau kebetulan TVRI menyiarkan kesenian daerah *kethoprak*, boleh di kata mereka pun tak pernah absen menyaksikan.

Dituturkan selanjutnya oleh informan, bahkan tak jarang ada beberapa tetangga sekitar yang tak punya televisi ikut *nebeng* nonton di rumah. Ada pun berbagai tayangan lain yang rupa-rupanya banyak punya penggemar di desa setempat adalah siaran *mbangun desa* yang dimainkan oleh tokoh-tokoh kontroversial semacam *Den Baguse Ngarso*.

Lagi-lagi itu merupakan satu bukti bahwa sesungguhnya masih banyak warga masyarakat yang hingga kini tetap cinta pada produk kebudayaan daerah (lokal). Oleh sebab itu, amat disesalkan apabila momentum semacam itu tak bisa dipertahankan. Kalau bisa, justru kita berharap adanya upaya kreativitas kaitannya dengan frekuensi penayangan dan mutu siaran seperti dituturkan oleh salah seorang informan berikut ini.

Diakui atau tidak, masih banyak warga masyarakat setempat yang sadar akan kebudayaan (Jawa), baik yang berkaitan dengan upacara tradisional yang diselenggarakan secara rutin oleh Keraton Yogyakarta, seperti *Garebeg* maupun bentuk pertunjukan lain, seperti pentas wayang kulit atau *wayang wong* yang kebetulan bisa disaksikan lewat paket tayangan layar kaca.

Khusus untuk penyelenggaraan upacara tradisional *Garebeg*, ternyata banyak menarik perhatian dari kalangan masyarakat luas: tua-muda, laki-perempuan, kaya-miskin, mereka secara berbondong-bondong menuju Alun-alun Utara Yogyakarta untuk menyaksikannya posesi secara langsung. Bahkan, upacara

tersebut kini berkembang dan merupakan satu di antara sekian upacara tradisional yang menjadi obyek wisata yang mampu mendatangkan aset sekian banyak pengunjung, baik dari luar daerah maupun mancanegara. Jadi, boleh dikata sudah masuk dalam kalender atau agenda obyek wisata yang bertaraf internasional.

Ketiga, media massa lokal koran yang kebanyakan telah dimanfaatkan oleh golongan menengah ke atas, seperti pamong desa, PNS, ABRI, karyawan swasta, juga oleh elit petani. Kondisi sedemikian itu disebabkan oleh banyak faktor, antara lain media yang satu ini memang menuntut persyaratan khusus dari khalayak penggunanya. Dengan kata lain, di samping harus mengeluarkan sekian biaya ekstra (tambahan) yang sungguh tidak kecil jumlahnya, konsumen mesti tak termasuk golongan buta aksara. Dengan begitu, adalah wajar kalau khalayak yang mampu saja yang bisa memanfaatkannya. Bahkan, bagi mereka yang kebetulan bisa baca-tulis sekalipun, kadang juga menghadapi kendala, baik soal bahasa maupun interest terhadap rubrik yang ditawarkan. Kendala atau hambatan semacam itu sesungguhnya sudah terbaca oleh pihak-pihak yang berada di belakang media massa. Kita lihat bagaimana SKH Kedaulatan Rakyat berusaha mengambil prakarsa penerbitan Koran Masuk (Membangun) Desa bekerjasama dengan jajaran Departemen Penerangan RI, seperti Kandha Rahardja. Selain itu, KR juga mengelola kalawarti basa Jawa Mekar Sari yang kesemuanya itu merupakan edisi yang mutlak menggunakan bahasa setempat (Jawa).

Momen penting yang harus dicapai oleh media massa tersebut adalah mengimplementasikan misi dan visinya sekaligus. Jadi, selain aspek bisnis, yakni upaya menjaring konsumen sebanyak mungkin, juga berusaha untuk melestarikan kebudayaan daerah. Di sini berlaku prinsip misi yang diembannya mampu berjalan secara beriringan dengan aspek bisnisnya. Justru strategi semacam itu yang dirasa paling tepat dan efektif, rasional sehingga harus tetap dipertahankan kiat tersebut seperti diungkapkan oleh informan berikut ini.

Banyak sudah contoh bagaimana suatu bentuk media massa cetak putus di tengah jalan gara-gara tidak sinkronnya kepentingan dua aspek vital tersebut. Pendek kata, terlalu berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*) juga akan kacau. Sebaliknya, suatu media massa yang melulu menekankan pada aspek misi yang diembannya, tanpa pertimbangan aspek bisnis, besar kemungkinan juga akan gulung tikar.

Keempat, media massa lokal majalah. Di Desa Baturetno, biasanya dimanfaatkan oleh golongan menengah ke atas (elit desa), seperti PNS, ABRI, karyawan swasta dan pamong atau aparat desa setempat. Saat ini, media massa

yang berupa majalah sudah menjangkau masyarakat di sana, seperti Djaka Lodang dan Mekar Sari yang mutlak menggunakan *bahasa Jawa ngoko*. Ada pun rubrik yang ditampilkan, antara lain: informasi pembangunan desa terpadu, pertanian, perikanan, peternakan, industri kecil, dan industri rumah tangga (*home industry*). Mungkin salah satu keberhasilan program KMD tersebut semata-mata merupakan hasil kelihaihan pihak media massa membaca dan memanfaatkan peluang yang ada di wilayah pedesaan dengan ramuan khas rubrik tentang pedesaan (persoalan desa) khususnya. Berikut ini ada pengakuan dari salah seorang informan setempat.

Paling tidak, orang desa akan merasa bangga apabila dalam rubrik koran maupun majalah terpampang salah satu keberhasilan program pembangunan di desa setempat khususnya, terutama persoalan seputar pertanian, peternakan, dan perikanan rakyat.

Tentunya satu keberhasilan program pembangunan desa juga merupakan kontribusi klompencapir manakala mampu mengakses dan menunjang akselerasi arus informasi pembangunan ke desa setempat itu.

Desa Karangtalun. Sejumlah informan (petani) yang ditemui mengatakan bahwa untuk media RRI, khalayak umumnya terdiri dari orang-orang tua, sedang generasi mudanya cenderung mendengarkan siaran dari radio-radio amatir. Mengingat keluarga mereka saat ini belum punya media televisi, tetapi dituturkannya bahwa khalayak media tersebut berasal dari semua lapisan masyarakat. Sementara itu, khusus untuk media cetak, baik koran ataupun majalah, sebenarnya tidak tahu persis, tetapi yang jelas merupakan golongan berada (mampu) kalau diingat pengadaan sarana media cetak tersebut relatif mahal.

Lain lagi pendapat di kalangan generasi muda (pelajar) yang pada dasarnya mengatakan bahwa khalayak radio secara keseluruhan merupakan lapisan menengah ke bawah. Media elektronik lainnya (televisi), khalayaknya bersifat umum. Untuk media cetak, tak banyak tahu, karena tidak berlangganan ataupun beli eceran.

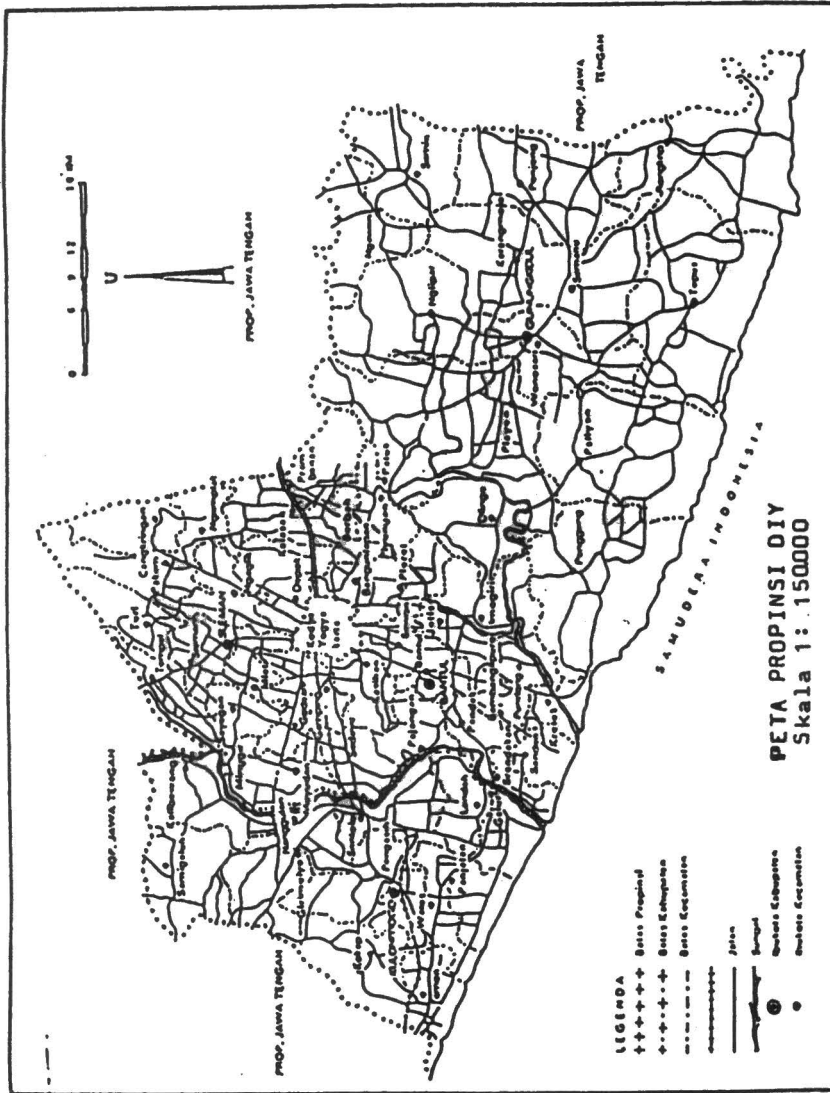
Pelajar lainnya mengatakan bahwa khalayak radio, secara umum terdiri dari lapisan bawah, baik orang tua dan generasi mudanya. Sedang media cetak lebih banyak dimanfaatkan oleh para pegawai dan aparat desa setempat.

Beberapa Ibu rumah tangga berpendapat bahwa khalayak radio amatir kebanyakan anak-anak. Sebagian orang tua juga kadang nyetel, khususnya manakala radio amatir tersebut menyiarkan kesenian daerah, seperti wayang kulit. Sedangkan untuk media massa lokal cetak, khususnya koran, khalayaknya menengah ke atas, guru, dan aparat.

Sampai di sini, tak ada salahnya kalau dicoba menggeneralisasikan tentang berbagai jenis dan bentuk media massa lokal serta khalayak pemakainya di Desa Karangtalun ini. Khususnya untuk media elektronik radio, khalayak berasal dari kalangan menengah ke bawah. Kebanyakan orang-orang tua lebih senang mendengarkan program dari RRI Nusantara II Yogyakarta. Sementara itu, berbagai siaran dari radio-radio swasta cenderung disukai oleh publik generasi muda, sedang sebagian kecil kaum tua hanya mendengarkan kalau kebetulan ada acara khusus, seperti kesenian *kethoprak* atau wayang kulit yang disiarkan semalam suntuk.

Media massa elektronik lainnya, yakni televisi punya segmen pemirsa yang berasal dari semua lapisan masyarakat di sana. Hanya saja, dikarenakan masalah kepemilikannya yang memang belum merata benar di desa setempat maka saat ini media tersebut lebih banyak dimanfaatkan oleh sebagian saja dari lapisan masyarakat, tepatnya golongan sosial menengah ke atas karena baru mereka itulah yang mampu mengadakan atau menghadirkan media televisi di rumah. Namun demikian, kalau dilihat secara lebih mendalam, tampaknya penggemar media TVRI adalah generasi tua, sedang program televisi swasta terdiri dari generasi muda, dan sebagian kecil saja dari orang tua, khususnya kalau kebetulan televisi swasta tersebut menayangkan paket kesenian daerah, seperti *kethoprak* atau wayang kulit dan wayang orang.

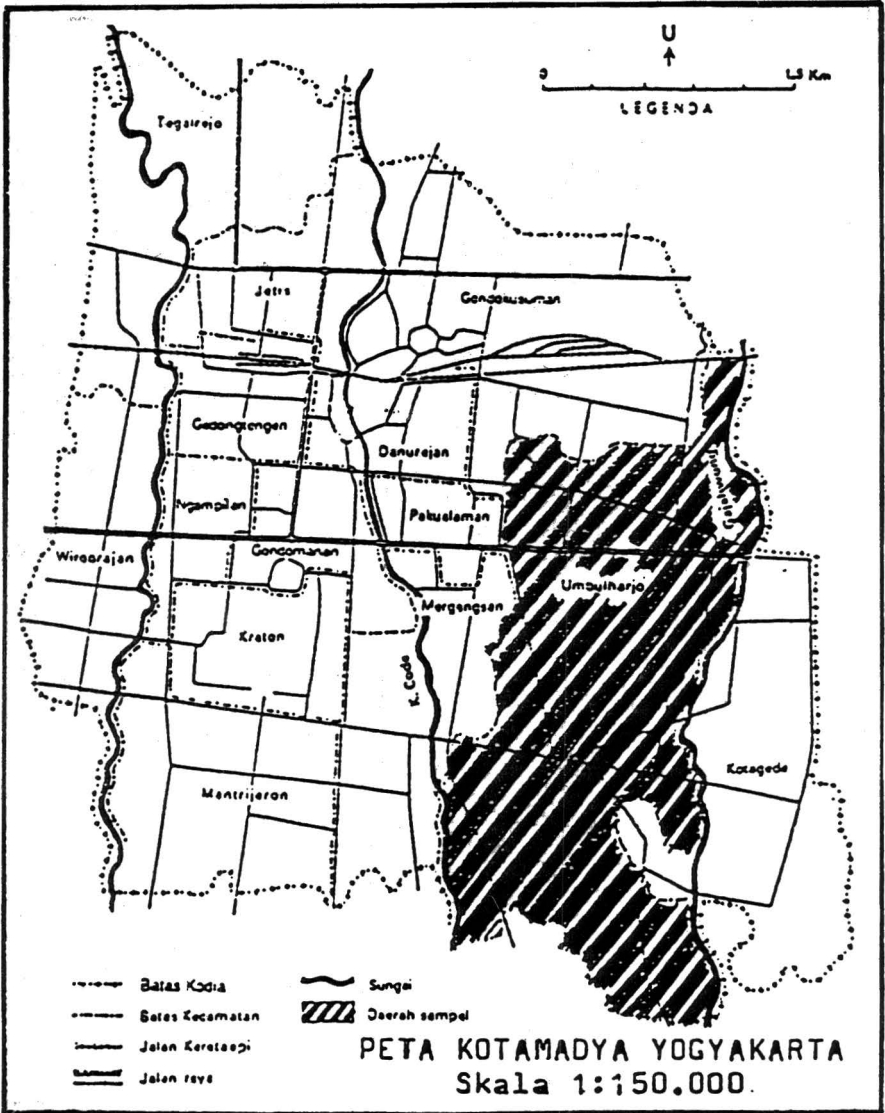
Menurut pandangan beberapa informan, dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa khusus untuk media massa lokal cetak, baik yang berupa koran ataupun majalah, kebanyakan khalayak penggunaannya berasal dari golongan sosial menengah ke atas, terutama elit desa, seperti pegawai dan aparat desa setempat. Terus-terang saja, di Desa Karangtalun ini belum tersedia fasilitas televisi umum sehingga masyarakat yang belum punya pesawat televisi, kalau mau menonton juga kesulitan. Jadi, hanya kadang-kadang saja mereka menyaksikan tayangan layar kaca itu di rumah tetangga sekitar. Demikian juga, mengenai papan-papan informasi (umum), juga tidak dimanfaatkan untuk menempelkan koran seperti halnya terjadi di daerah lainnya. Oleh karena itu, terus-terang saja, secara umum media cetak kalah efektif dibandingkan dengan media massa lokal lainnya, seperti radio dan televisi.



- LEGENDA**
- + + + + + Batas Propinsi
 - + . + . + Batas Kabupaten
 - - - - - Batas Kecamatan
 - Jalan
 - Sungai
 - Bandara
 - Pelabuhan

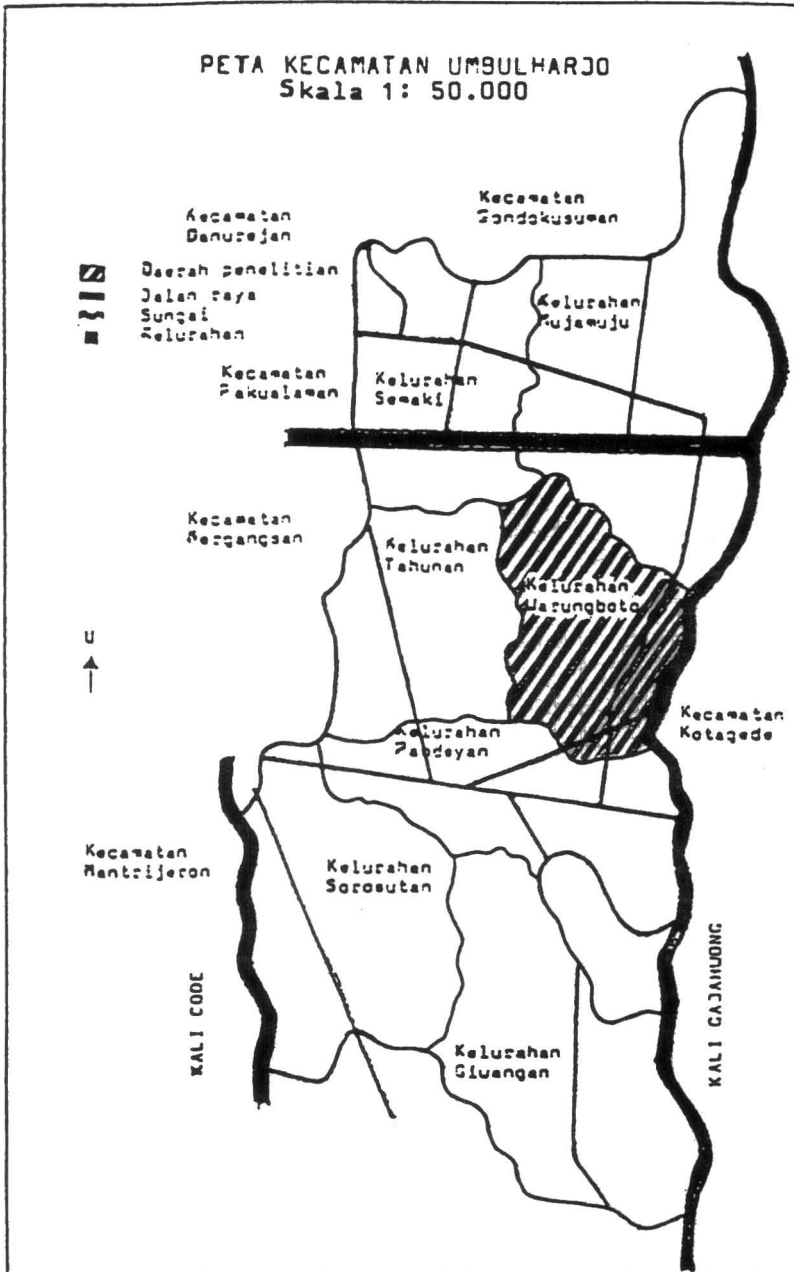
PETA PROPINSI DIY
Skala 1 : 150000

PETA 1 PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

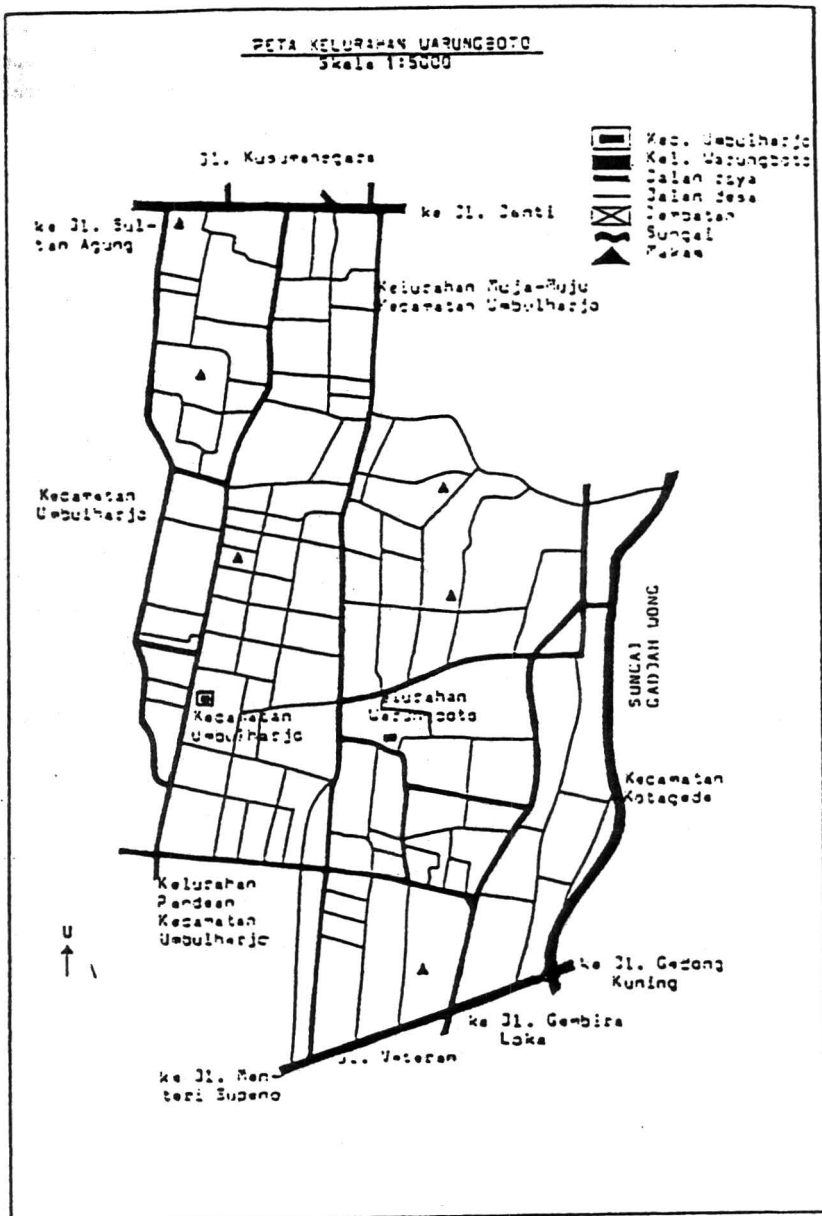


PETA 2 KOTAMADYA YOGYAKARTA

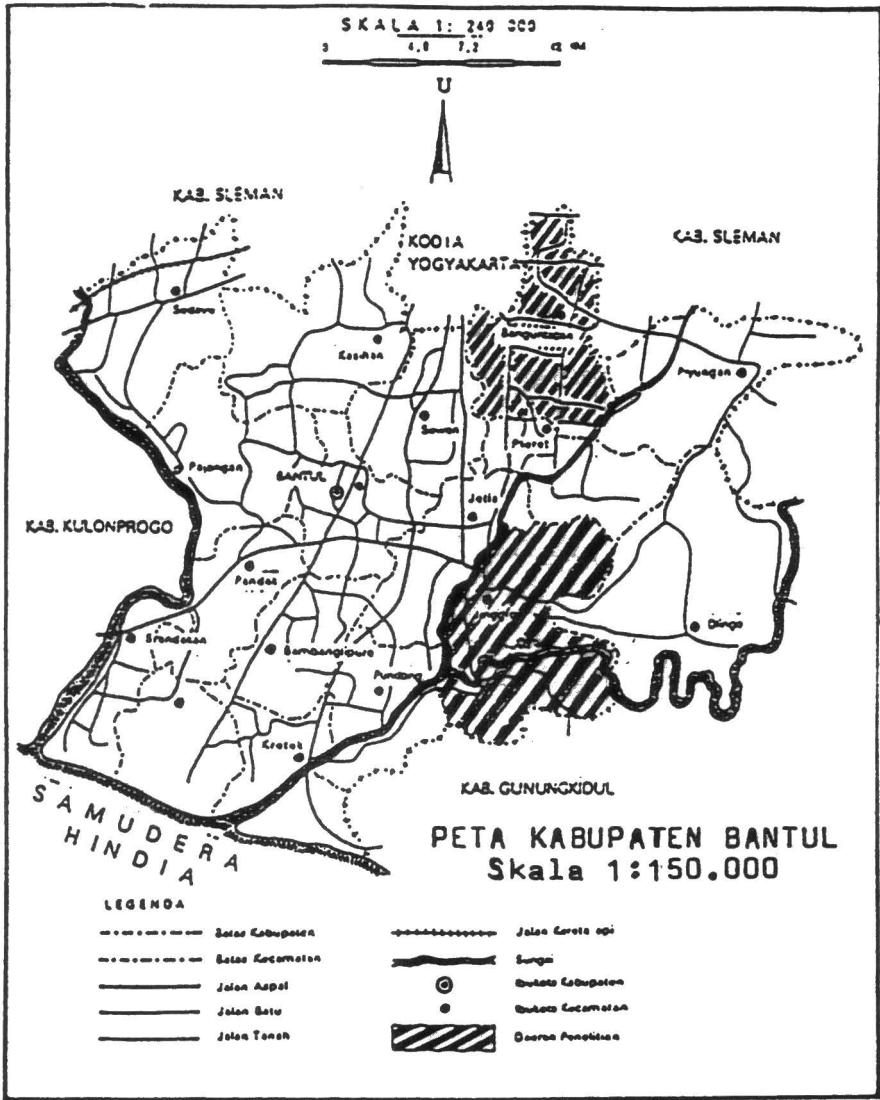
PETA KECAMATAN UMBULHARJO
Skala 1: 50.000



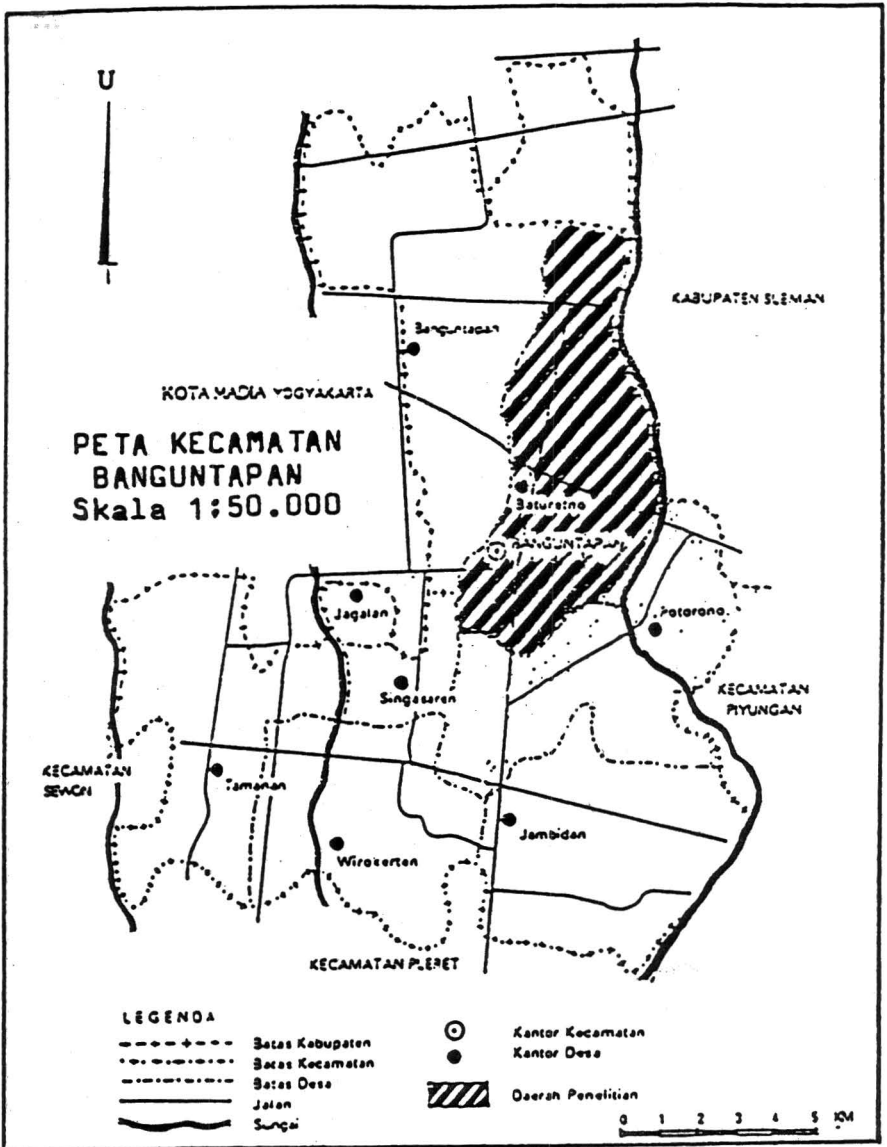
PETA 3 KECAMATAN UMBULHARJO



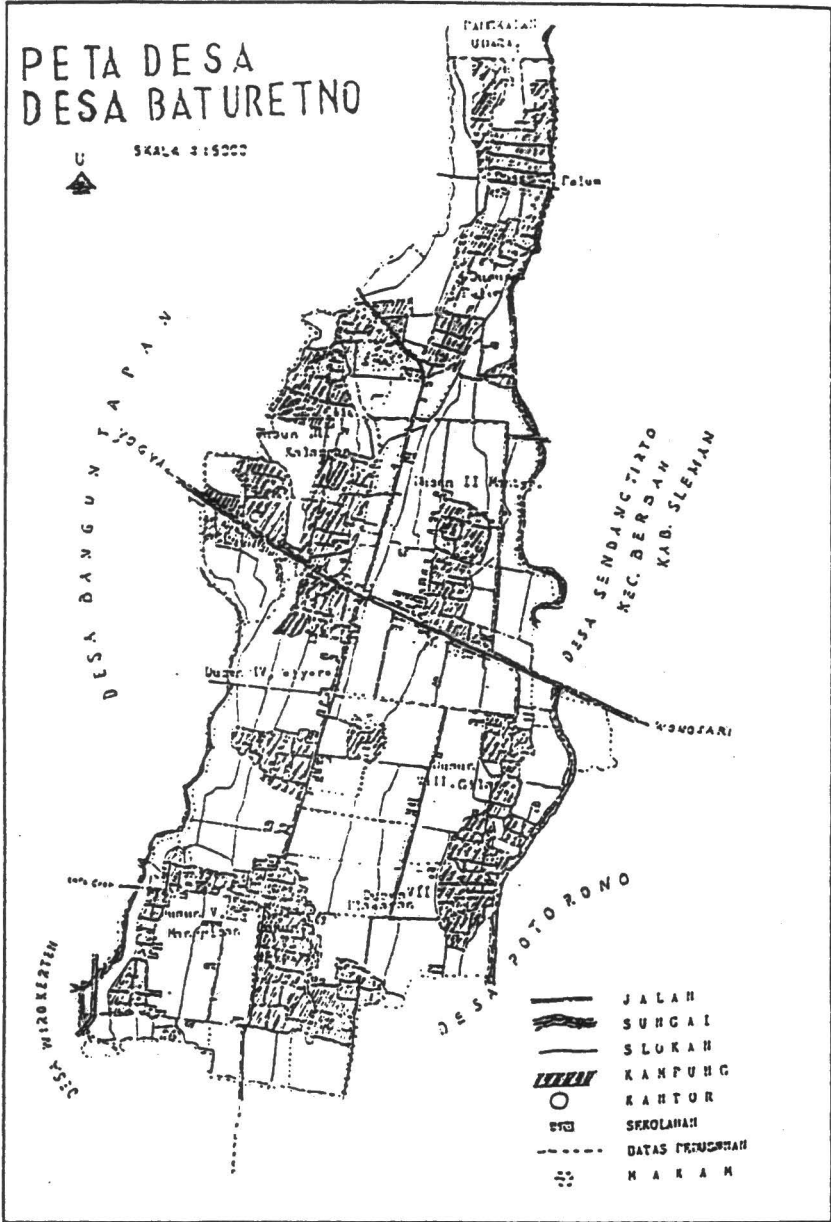
PETA 4 KELURAHAN WARUNGBOTO



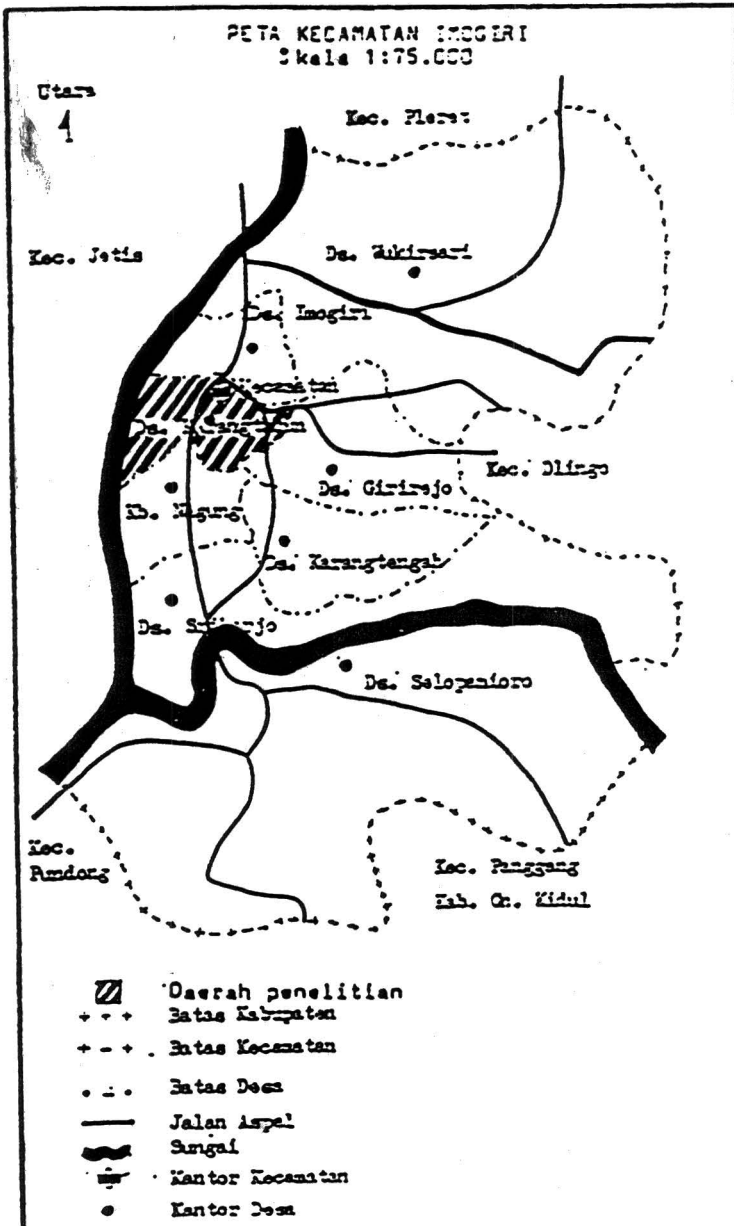
PETA 5 KABUPATEN BANTUL



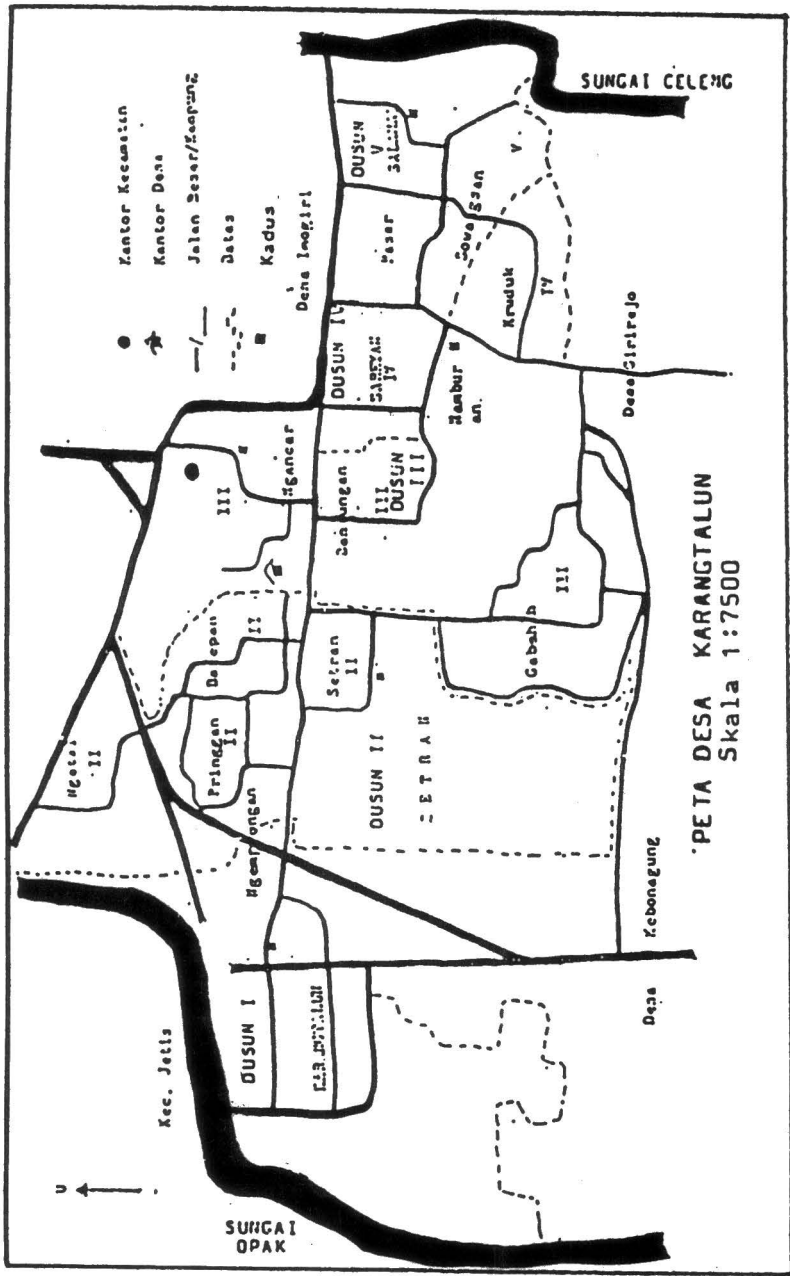
PETA 6 KECAMATAN BANGUNTAPAN



PETA 7 DESA BATURETNO



PETA 8 KECAMATAN IMOGIRI



PETA 9 DESA KARANGTALUN

BAB III

MEDIA MASSA LOKAL RADIO, TELEVISI DAN KHALAYAKNYA

Dua macam media siaran yang memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan pedesaan di Dunia Ketiga ialah radio dan televisi. Kedua media elektronik itu memiliki kemampuan yang besar sekali untuk mengantarkan dan menyebarkan pesan-pesan pembangunan kepada massa yang berada di tempat yang terpencar dan tersebar luas, seperti di daerah pedesaan, secara serentak dan dengan kecepatan tinggi. Selain itu, kedua media massa tersebut dapat dengan mudah mencapai massa khalayak yang berada di tempat-tempat yang jauh dan terpencil, yang sulit dicapai oleh alat angkutan umum.

Di samping keuntungan-keuntungan tersebut, radio juga memiliki keuntungan lain. Siaran radio tidak terhambat oleh tingkat ketidakmampuan baca-tulis penduduk pedesaan. Di beberapa negara di Asia, tingkat ketidakmampuan baca-tulis, populasinya lebih dari 70 persen. Jutaan orang ini tidak disentuh oleh media massa lain, kecuali siaran radio dalam bahasa mereka sendiri (Lozare, 1981).

Media lainnya, yakni televisi merupakan generasi baru media elektronik yang dapat menyampaikan pesan-pesan *aural* dan *visual* secara serentak. Pesan *visual* yang disampaikan televisi dapat berupa gambar diam ataupun gambar hidup. Yang terakhir ini, bila disajikan secara kreatif dalam tata warna yang tepat, dan diiringi oleh pesan *aural* yang sesuai akan dapat menyuguhkan realita yang ada. Oleh karena itu, televisi berhasil memikat lebih banyak khalayak daripada media massa lainnya. Selain itu, televisi memiliki beberapa sifat yang sama dengan radio. *Pertama*, televisi dapat mencapai khalayak yang besar sekali dan mereka itu tetap dapat mengambil manfaat, sekalipun tidak dapat membaca; *Kedua*, televisi dapat dipakai untuk mengajarkan banyak subyek dengan baik. Akan tetapi, pengajaran itu akan lebih efektif bila diikuti dengan diskusi dan aktivitas lain; *Ketiga*, televisi sama seperti radio yang dapat bersifat otoritatif dan bersahabat (Jenkins, 1982).

Sampai di sini, ada beberapa catatan penting yang perlu digarisbawahi bahwa sifat kepemilikan suatu bentuk media massa, baik cetak maupun elektronik tidak substitutif, tetapi dalam realitanya, sering mengambil bentuk

komplementer. Untuk media massa elektronik misalnya, jelas tak mungkin dikatakan bahwa kehadiran televisi itu secara otomatis akan berarti terjadinya penggeseran media lainnya, seperti radio. Di tingkat keluarga, kedua bentuk media massa tersebut bahkan sama-sama dimanfaatkan, hanya mungkin persentase penggunaan atau pemakaiannya yang bervariasi. Mengapa demikian? ada kemungkinan kedua media elektronik tersebut masing-masing punya segi keunggulan sekaligus kelemahan dan kekurangannya di sana-sini.

Pada esensinya, kebutuhan akan informasi maupun hiburan tidaklah identik dengan kemampuan atau daya beli seseorang untuk pengadaan atau mengasumsi salah satu jenis dan bentuk media massa tersebut. Dalam kenyataan, sering terlihat bagaimana orang yang kebetulan saja belum memiliki sarana televisi, kadangkala mereka pun berusaha mengakses media pandang-dengar tersebut pada saat-saat tertentu, baik melalui TV umum ataupun di tempat tetangga sekitarnya. Di samping itu, bagi keluarga yang kebetulan hanya memiliki sarana media komunikasi elektronik, banyak di antaranya yang juga memanfaatkan media cetak, koran ataupun majalah. Ada pun cara memperoleh bermacam-macam, ada sementara orang yang pinjam tetangga, teman, baca di papan pengumuman, di tempat kerja bagi pegawai ataupun karyawan swasta.

Oleh sebab itulah maka secara dini telah disadari bahwa untuk mencari jawab tentang saat-saat khalayak memanfaatkan suatu bentuk media massa, sesungguhnya merupakan pekerjaan yang cukup rumit. Betapa tidak, sepiantas memang terasa mudah. Akan tetapi, kenyataannya berbagai temuan data empirik memberi gambaran betapa tingginya variasi jawaban informan. Timbul pertanyaan di sini, mengapa demikian? lalu faktor-faktor apa saja penyebabnya? Memang ada banyak kemungkinan yang bisa dikemukakan dalam konteks ini, antara lain adanya perbedaan irama hidup dan minat seseorang terhadap suatu bentuk media massa itu sendiri. Namun, kesemuanya itu harus disadari secara lebih arif mengingat sebenarnya keragaman semacam itu merupakan sesuatu yang bersifat alami (*natural*) karena memang masing-masing diri kita punya latar belakang sosial, kultural, dan ekonomi yang spesifik yang membedakan dengan orang lain.

Belum lagi kalau disimak secara lebih detil, ternyata ada banyak jenis dan bentuk media massa yang menjangkau masyarakat, baik yang berskala nasional maupun lokal: radio, televisi, koran, dan majalah. Kita sendiri pun merasakan bagaimana ampuhnya suatu media dalam menggiring khalayak dengan cara memaksa dan bahkan menentukan ritme hidup seseorang. Lebih jauh lagi, dewasa ini kehadiran televisi di tengah-tengah keluarga dirasakan

eksesnya mulai berlebihan karena berusaha membentuk khalayak dalam segmen atau strukturnya. Akan tetapi, tingkat keterdedahan tersebut, pengaruhnya tidak bersifat linear karena harus mempertimbangkan sekian banyak variabel antara (*intervening variables*).

Kini mungkin kita menjadi lebih sadar bahwa sangatlah tidak proporsional kalau menekankan premis bahwa kebanyakan masyarakat Yogyakarta mendengarkan radio di waktu malam. Jelas bahwa pernyataan semacam itu semu sifatnya. Mengapa begitu? karena telah mengesampingkan peran variabel antara yang terkait, seperti tempat tinggal, pemilihan sarana media massa, jenis kelamin (*gender*), usia, dan tingkat pendidikan. Kesemuanya itu mesti diperhitungkan manakala ingin mencapai pengertian tentang saat-saat khalayak mendengarkan radio (*audio*) tadi. Sebagai contoh, apabila dikontrol dengan variabel tempat tinggal, apakah preposisi sebagaimana disebutkan itu masih bertahan atau tidak. Masih banyak hal yang perlu dipertanyakan di sini: apakah kebiasaan mendengarkan radio pada malam hari terjadi di kalangan masyarakat *urban*, *sub-urban*, ataukah *rural*. Jelasnya masyarakat Yogya yang mana yang punya kebiasaan semacam itu. Sebut saja semisal itu terjadi di kawasan pedesan, juga timbul persoalan baru kalau tidak diikuti dengan statemen khalayak pendengarnya itu berasal dari lapisan sosial yang mana. Tentu saja menjadi lucu apabila sampai pada generalisasi bahwa orang desa biasa mendengarkan radio pada malam hari. Kenapa? karena apakah pekerjaan yang berbeda pada setiap orang itu akan melahirkan pola yang kurang-lebih sama dalam saat memanfaatkan media radio khususnya. Bagaimana pula kebiasaan mendengarkan radion di kalangan mereka yang berpendidikan tinggi, sedang, rendah? dan seterusnya.

Menyadari begitu banyaknya variabel pengaruh yang menentukan bagaimana seseorang itu meluangkan waktunya untuk memanfaatkan media elektronik, radio maupun televisi maka arah penelitian ini secara ekstra hati-hati hendak mencoba mencapai pengertian tentang kapan saatnya khalayak yang beragam sosio-demografiknya itu meluangkan waktunya untuk mendengarkan radio atau menyaksikan layar kaca (televisi).

Dewasa ini, atmosfer di kota Yogyakarta ini boleh dikata cukup jenuh dijejali frekuensi gelombang radio (*audio*) dengan cara memanfaatkan sistem elektro magnetik, baik yang dikelola oleh pemerintah (RRI) maupun oleh pihak swasta, seperti radio GCD Gunungkidul (milik Pemda Tingkat II), juga radio amatir lainnya: Retjo Buntung, MBS, EMC dan sebagainya. Media elektronik lainnya juga ikut meramaikan suasana, yakni televisi: TVRI dan televisi swasta, seperti RCTI, SCTV, Indosiar dan sebagainya. Belum lagi terhitung media komunikasi lainnya, seperti HT, CB, Orari, Interkom, pemakaian antena pa-

rabola, telepon, dan jaringan internet yang akhir-akhir ini pun mulai merambah kota budaya ini.

Khusus untuk media massa radio (RRI) Nusantara II Yogyakarta dan TVRI Stasiun Yogyakarta, sebenarnya juga bisa mengundang persoalan tersendiri dalam konteks penelitian ini. Betapa tidak? memang lokasi kedua media elektronik tersebut berada di kota Yogyakarta. Akan tetapi kalau diperhatikan, justru sebagian besar produknya merupakan program yang berskala nasional. Dengan kata lain, persentase produk lokalnya limit. Padahal, apabila yang hendak dianalisis itu sebatas produk lokalnya saja, ada kemungkinan kurang memadai hasil yang diperolehnya nanti karena keterbatasan materi dan jam penayangan media tersebut. Terutama untuk radio, persoalan yang timbul bisa diminimalisasikan sedemikian rupa karena bisa disublimasikan dengan pemancar radio swasta niaga lainnya yang cukup banyak jumlahnya. Strategi yang serupa jelas tak main kalau diterapkan pada TVRI mengingat sampai sekarang di kota ini belum ada stasiun televisi swasta. Dengan begitu, wajar sekali kalau imbalan paket tayangan dari media televisi relatif lemah dibandingkan dengan media radio.

A. SAAT-SAAT KHALAYAK MEMANFAATKANNYA

Sebagaimana disadari bersama, kapan seseorang itu menggunakan suatu bentuk media itu cenderung bersifat individual dan spesifik sehingga tak mengherankan jika temuan data empiris amatlah bervariasi. Guna mempermudah dalam menentukan kapan kira-kira khalayak memanfaatkan media massa maka seluruh informasi yang masuk akan dikelompokkan ke dalam segmen-segmen waktu tertentu, baik untuk wilayah *urban*, *sub-urban*, dan *rural*. Untuk media radio, pengelompokkan waktunya adalah sebagai berikut: pagi hari 04.30-09.00 WIB; siang 09.00-14.00 WIB; sore 14.00-18.00 WIB; dan malam hari mulai pukul 18.00 WIB hingga usainya acara. Sedang media televisi, pengelompokkan waktunya: sebelum pukul 18.00 WIB; 18.00-20.00 WIB; 20.00-22.00 WIB; dan pukul 22.00 WIB sampai selesai.

Di daerah *urban* (Warungboto), boleh dikata informan tidak tergolong sebagai pendengar setia (aktif) media radio, RRI maupun amatir. Namun begitu, beberapa di antaranya, sekali-dua juga memanfaatkan radio di kala pagi, antara pukul 04.30-09.00 WIB atau bahkan malam hari mulai pukul 18.00 WIB hingga usai acara. Di lain pihak, masyarakat di sini justru termasuk kategori pemirsa aktif media televisi, terutama televisi swasta (nasional). Saat menyaksikannya, terutama malam hari antara pukul 20.00-22.00 WIB, terutama paket tayangan dari beberapa televisi swasta. Selain itu, mereka kadang-kadang

juga menyaksikan programa TVRI Stasiun Yogyakarta antara pukul 18.00-20.00 WIB.

Irama pemanfaatan media massa (elektronika) di kawasan periferi (Baturetno) tak jauh berbeda dengan di daerah urban tadi. Namun, yang menarik untuk diperhatikan di sini, mayoritas informan mengaku cukup aktif mendengarkan siaran-siaran radio maupun paket tayangan dari media lainnya (televise). Mereka biasa mendengarkan siaran radio pada malam hari mulai pukul 18.00 WIB sampai usai acara atau kadang juga di waktu pagi antara pukul 04.30-09.00 WIB. Sedang kebiasaan menonton televise antara pukul 20.00-22.00 WIB, baik TVRI maupun televise swasta (bergantian), pokoknya pilih acara mana yang baik, begitu! Tidak sedikit juga khalayak pengguna yang menonton televise pada pukul 18.00-20.00 WIB.

Khusus untuk kategori informan '*single media*', yakni daerah *rural* (Karangtalun), tentu saja khalayak di sana termasuk pendengar aktif media radio, tetapi tidak untuk media elektronik lainnya (televise). Ternyata, kebiasaan umum masyarakat dalam mendengarkan siaran-siaran radio adalah pagi hari antara pukul 04.30-09.00 WIB. Kadangkala juga di waktu malam mulai pada pukul 18.00 WIB hingga selesainya program siaran. Meskipun mereka tidak punya media televise, tetapi sekali-sekali juga tidak sedikit di antaranya yang menyempatkan diri untuk menyaksikan paket tayangan televise (tetangga), terutama dari stasiun pemancar TVRI antara pukul 20.00-22.00 WIB.

Kelurahan Warungboto. Mengingat kesibukan kerja masing-masing, kebanyakan informan tak menentu waktunya dalam mendengarkan siaran radio ataupun menyaksikan tayangan-tayangan dari TVRI Stasiun Yogyakarta. Artinya, frekuensinya memanfaatkan siaran radio maupun televise itu tidak pasti dalam seminggunya. Itu semua tergantung dari situasi, kondisi, dan kebutuhan akan rubrik siaran ataupun paket tayangan yang disajikan oleh media massa elektronik tersebut. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan dikemukakan beberapa pengakuan informan setempat berdasarkan atas jenis kelamin, struktur usia, tingkat pendidikan, dan faktor geografis (tempat tinggal).

Seorang Bapak yang Akademi yang saat ini bekerja sebagai karyawan swasta mengatakan bahwa secara khusus ia jarang mendengarkan siaran radio baik RRI maupun radio amatir (swasta niaga). Dulu memang ia suka mendengarkan siaran wayang kulit, terutama kalau kebetulan cocok dalangnya. Namun, oleh karena akhir-akhir ini sering sudah kepayahan, ia jarang sekali bisa mengikutinya sampai tuntas. Hanya anak-anak saya yang biasa nyetel radio

pada pagi hari antara pukul 05.00 sampai 06.30 menjelang keberangkatannya ke tempat sekolahnya.

Berbeda halnya dengan televisi, demikian ungkap informan lebih lanjut, kalau kebetulan ada waktu luang dan acaranya menarik, ia juga menyempatkan diri menonton TVRI khususnya selama 2-3 kali seminggu. Apalagi sekarang ini tayangan dari televisi swasta begitu bertubi-tubi datangnya dan relatif lebih beragam karena memang didukung oleh pendanaan yang mantap dari pihak sponsor melalui tayangan iklan (pariwara). Padahal, sebagaimana diketahui, TVRI tak lagi menyiarkan layanan iklan.

Jadi, wajar kalau TVRI yang milik pemerintah tersebut pada akhirnya kewalahan juga menghadapi saingan dari televisi swasta yang semula hadir sebagai mitra kerja pemerintah di bidang komunikasi khususnya. Mengenai saat menyaksikan tayangan televisi, tak tentu waktunya. Kalau sore hari sekitar pukul 18.00-19.30, sedang malam hari antara pukul 20.00-21.30 WIB.

Informasi lainnya berasal dari informan yang kebetulan anggota ABRI. Terus-terang saja, ia tak bisa secara rutin dalam memanfaatkan media massa elektronik, baik radio maupun televisi mengingat irama pekerjaannya senantiasa berubah-ubah, misalnya kalau kebetulan mendapat jatah piket jaga ataupun tugas-tugas lain yang sifatnya instruksional dan mendadak. Dalam pengakuannya, ia toh masih tetap sebagai pandemen RRI Nusantara II Yogyakarta ini, terutama untuk rubrik sandiwara daerah, *kethoprak*, dan *uyon-uyon monosuko*. Untuk rubrik tersebut, biasanya disiarkan pada pukul 21.30. Sebelum waktu itu, ia bersama keluarga menyaksikan penampilan layar kaca antara pukul 19.30-21.30. Khusus untuk TVRI, ia jarang menyatelnya karena anak-anak cenderung menyukai tayangan dari TV swasta. Persoalannya, mengingat pesawat televisi yang ada di rumah hanya sebuah maka sebagai orang tua, memang harus mengalah. Namun, kalau kebetulan TVRI menyiarkan paket kesenian *kethoprak*, kadang juga nonton. Tampaknya untuk jenis seni yang satu itu, masih banyak anggota keluarga yang menyukainya. Ada pun acara tersebut, biasanya ditayangkan seminggu sekali, yakni pada hari Selasa malam 20.00-21.00 WIB.

Versi lainnya adalah kebiasaan dari keluarga informan yang bekerja sebagai PNS pada salah satu instansi di kota Yogyakarta ini. Dalam penuturannya, ia sering memanfaatkan siaran radio hampir sepanjang hari kalau pada hari libur (Minggu). Pada hari-hari biasa, ia selalu mendengarkan siaran radio pada pukul 05.00-06.45 '*idhep-idhep kanggo kanca rengeng-rengeng*' sekedar hiburan sambil

bekerja menyiapkan urusannya sebelum menuju ke kantor. Untuk media elektronika lainnya, ia pun sering menyaksikannya selama 4-5 kali seminggu. Khusus untuk tayangan dari TVRI, ia biasa menyaksikannya pada pukul 18.30-19.00. Sedangkan untuk televisi swasta antara pukul 19.00-22.00 WIB.

Sementara itu, di kalangan Ibu di desa setempat, kebiasaan dalam menyaksikan program media massa elektronik juga sangat bervariasi. Kita lihat bagaimana seorang ibu yang dalam kesehariannya sibuk berjualan lebih sering memanfaatkan radio ketimbang televisi. Boleh dikata, begitu toko dibuka, radio pun berbunyi dari pagi hingga siang hari 07.30-12.00. Bahkan, tak jarang dilanjutkan hingga sore hari sampai dengan pukul 17.00 WIB. Selama ini, anak-anak yang lebih sering menonton acara-acara dari televisi, baik TVRI maupun televisi swasta. Khusus untuk TVRI, kadang juga menyaksikan program tayangannya antara pukul 18.00 sampai dengan pukul 19.15 WIB. Sebagai bahan perbandingan, berikut ini juga akan dikemukakan pengakuan dari salah seorang informan lainnya yang bekerja sebagai ibu rumah tangga.

Sembari mengerjakan urusan rumah tangga, ia mengaku seringkali mendengarkan siaran radio di waktu siang 10.30-13.00 WIB secara rutin, 6-7 kali seminggu. Mengingat rubrik siarannya begitu bervariasi, ia juga memindah gelombang sesuai dengan minatnya secara bergantian, RRI dan radio amatir lainnya yang memang jumlahnya sangat banyak di kota Yogyakarta ini.

Ditambahkannya pula bahwa untuk media elektronik lainnya, yakni televisi biasanya sudah dihidupkan sejak sore hari antara pukul 16.30-17.30 WIB. Kemudian dimatikan sejenak untuk disetel lagi pada pukul 19.30-23.00. Tak jarang, TV nyala terus hingga dini hari kalau kebetulan ada tayangan khusus, seperti liputan secara langsung pertandingan sepakbola, lawak Sri Mulat ataupun pementasan kesenian wayang kulit, baik yang dipancarkan oleh TVRI maupun televisi swasta. Namun, secara pribadi, hampir tak pernah menyaksikan program dari TVRI karena anak-anak lebih sering menyotel paket tayangan dari televisi swasta yang memang lebih beragam dan menarik, termasuk penyiarnya tentunya.

Kebiasaan mengakses media massa elektronik di kalangan generasi muda pun begitu bervariasi karena alasan yang berbeda. Untuk itu, beberapa pengakuan dari informan akan disuguhkan secara apa adanya. Menurut pelajar putri SMTP, ia tak tentu mendengarkan radio, baik RRI maupun amatir. Mengapa demikian? karena kebetulan di rumah tersedia fasilitas media elektronik lainnya, seperti

tape recorder, televisi, dan antena parabola, juga *video*. Belum lagi terhitung adanya media massa lain, seperti koran dan kadang majalah. Jadi, ia pun mengaku jarang menonton acara yang ditayangkan oleh TVRI karena paket acara dari televisi swasta jauh lebih atraktif bagi remaja khususnya, seperti film-film lepas, *telenovela*, kuis remaja, paket hiburan dan musik. Ia biasa menyaksikan tayangan televisi pada sore atau malam hari, tergantung situasi dan kondisi tentunya. Kebiasaan tersebut dilakukan antara pukul 16.00-17.30 WIB atau antara 20.00-2200 WIB, khususnya untuk siaran film ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) dan malam hari, untuk paket drama modern dari pukul 20.00 sampai pukul 21.00 WIB. Sebagai tambahan informasi, berikut ini juga hendak dipaparkan pengakuan dari generasi muda lainnya.

Mahasiswa di salah satu PTS di Yogyakarta ini punya kebiasaan tidak dapat konsentrasi belajar tanpa mendengarkan radio. Waktunya tak pasti, bisa pagi, siang ataupun sore hari. Namun, yang jelas, ia berangkat belajar rutin di malam hari antara pukul 22.00-24.00 WIB. Pada saat-saat itulah, ia secara efektif mendengarkan siaran radio, terutama dari radio swasta niaga (amatir). Acara yang dipilihnya, antara lain musik instrumentalia, lagu-lagu nostalgia, populer (Indonesia maupun Barat), dan berbagai bentuk hiburan lainnya.

Selain itu, demikian dituturkan selanjutnya. Sebagaimana generasi muda lainnya, ia pun menyenangi tayangan dari televisi swasta karena memang muatannya dirasa lebih komunikatif dan apresiatif, antara pukul 19.30-22.00 diselingi dengan menyaksikan acara dari TVRI Dunia Dalam Berita dari pukul 21.00-21.30 WIB.

Desa Baturetno. Berbagai temuan data empirik secara implisit menunjukkan munculnya kesepakatan di antara kaum Bapak yang berhasil diwawancarai, yakni mendengarkan radio dan menonton televisi di waktu malam hari. Agar diperoleh gambaran yang lebih jelas maka secara berurutan akan disampaikan keterangan dari berbagai informan yang berasal dari lapisan sosial yang berbeda.

Seorang suami yang bekerja sebagai karyawan swasta mengakui kadang mendengarkan siaran radio pada malam hari, antara pukul 24.00-04.30 dini hari kalau kebetulan kondisinya memungkinkan untuk *ngebyar* mendengarkan siaran wayang kulit semalam suntuk. Untuk program televisi, ia juga acap menyaksikannya di kala malam hari antara pukul 21.00 sampai 22.00 WIB. Namun, kadang jika TVRI maupun televisi swasta menyuguhkan paket tayangan

wayang kulit antara pukul 24.00, ia juga memanfaatkannya, bahkan sampai selesai acaranya.

Sementara itu, di kalangan suami yang kebetulan bekerja sebagai buruh pabrik (industri garmen) juga mengaku biasa memanfaatkan media radio dan televisi pada malam hari mengingat pulang dari kerja sudah sore hari. Bapak yang mengaku tidak pernah makan sekolahan ini punya kebiasaan rutin mendengarkan radio antara pukul 19.00-20.00 WIB. terutama untuk tayangan dari televisi swasta, menyaksikannya antara pukul 20.00-22.00 WIB. Memang saat ini tersedia banyak pilihan acara karena kiprah swasta, baik radio maupun televisi. Oleh sebab itulah maka dalam prakteknya, ia menghidupkan radio atau televisi secara bergantian, media pemerintah ataupun media swasta. Pokoknya mana yang baik, itulah yang ditonton atau didengarkan keluarganya.

Pola yang hampir sama juga muncul dari pengakuan seorang Bapak alumnus salah satu Akademi (D3) di Yogyakarta ini yang sekarang telah bekerja sebagai PNS (guru). Oleh karena kesibukannya maka ia tak tentu bisa memanfaatkan media radio ataupun televisi. Meski demikian, ia mengaku sekitar 2-4 kali dalam seminggunya memanfaatkan media elektronika tersebut dan biasanya pada waktu malam hari. Perlu diketahui bahwa ia punya kebiasaan berangkat tidur malam pada pukul 23.00 WIB. Dengan begitu, dalam setiap harinya hanya dapat secara bergantian, apakah mendengarkan radio atau menyaksikan paket acara yang ditayangkan oleh media televisi. Itu semua dilakukan secara bervariasi, bergantian sedemikian rupa, tergantung pada kebutuhan dan kondisinya setelah usai mempersiapkan tugas-tugas pekerjaan untuk keesokan harinya, yaitu antara pukul 21.00-22.45 WIB.

Sementara itu, pada kelompok ibu-ibu yang sempat ditemui, tampaknya saat-saat memanfaatkan media radio maupun televisi begitu beragam, ada yang suka pagi, siang, sore, bahkan malam hari. Oleh sebab itu, beberapa kasus berikut ini diharapkan dapat menyuguhkan deskripsi secara lebih jelas. Ketika menjumpai seorang ibu rumah tangga, ia mengaku biasa mendengarkan radio di kala pagi dan sore hari: 04.30-09.00 pagi dan 14.00-18.00 WIB. Sedang kebiasaan menyaksikan tayangan dari televisi adalah siang hari (TPI) 09.00-11.00 WIB. Kadangkala ikut juga nonton bersama anak-anak antara pukul 19.30-21.00. Diakui memang kebanyakan yang dilihat adalah tayangan dari televisi swasta, jarang menyaksikan progama TVRI.

Pola pendengar dan pemirsa media massa elektronik lainnya, ada baiknya juga dikemukakan agar nuansa perbedaan atau persamaan yang ada di antara informan menjadi lebih tampak.

Saat ditemui, seorang ibu penjual jamu tradisional (*gendongan*) yang pendidikannya relatif rendah (tidak tamat SD) mengaku mendengarkan radio dan televisi itu semata-mata hanya sekedar mencari hiburan. Dalam penuturannya, ia biasa mendengarkan radio baik RRI maupun radio amatir pada waktu sore hari antara pukul 14.00-18.00 WIB. Sedangkan program dari media massa televisi, hanya biasa dilihatnya di kala malam hari antara pukul 20.00-22.00 WIB, baik tayangan TVRI maupun stasiun televisi swasta.

Tatkala mendengarkan pendapat dari seorang ibu lainnya yang sehari-harinya bekerja sebagai penjual makanan (*menetap*) dapatlah diketahui bagaimana irama pemanfaatan radio (televisi). Polanya demikian, kadang kala kalau mendengarkan radio, tidak menonton televisi, biasanya waktunya malam hari 18.00-20.00 WIB karena ia berangkat tidur antara pukul 20.30-21.00 WIB. Mengingat saat ini anak-anak sudah besar-besar, ia toh nurut saja. Apa yang dilihat oleh anak di layar kaca, itulah yang ditontonnya. Oleh sebab itu, ia tak punya kecenderungan tetap untuk memutar acara tertentu. Hanya untuk media radio, rubrik yang paling disukai adalah *gending-gending Jawa* dan *uyon-uyon*. Namun demikian, secara terus-menerus ia mengaku tidak dapat secara rutin mendengarkan acara-acara yang disukainya tersebut karena kadang terlalu letih setelah seharian bergelut dengan pekerjaannya, baik menyiapkan *uborampe* makanan (*dodolan*) dan rutinitas kesibukan di seputar rumah tangganya.

Desa Karangtalun. Sebagaimana telah ditegaskan di muka, khusus untuk lokasi ini, semua informan adalah pemilik media massa tunggal (*single media*), yakni radio. Namun demikian, itu bukan berarti bahwa di antara mereka tidak pernah menonton program televisi. Untuk beroleh penjelasan yang lebih konkret, ada baiknya diikuti bagaimana persepsi informan setempat tentang kapan mereka memanfaatkan media massa lokal elektronik tersebut, khususnya radio (*audio*).

Dalam keluarga petani ini, demikian diungkapkan oleh KK, boleh dikata biasa mendengarkan radio hampir sepanjang hari (pagi-malam) mulai pukul 04.30 karena itu memang satu-satunya media yang dimilikinya. Ada pun salah satu motivasi yang mendorong pemilikan radio tersebut karena adanya keinginan untuk mendapatkan hiburan sekaligus rekreasi. Media massa yang satu ini

memang dirasakan nilai praktis dan ekonomisnya. Kini, hampir setiap keluarga punya media tersebut.

Lain lagi penuturan dari seorang Bapak yang selain tani juga berdagang keliling. Sesungguhnya ia punya acara relatif padat sehingga hampir setiap hari pulang sudah sore. Jadi, paling-paling ia hanya dapat mendengarkan radio di waktu malam hari, terutama RRI Nusantara II. Kadangkala juga mendengarkan siaran dari radio swasta kalau kebetulan menyiarkan *ketoprak* atau wayang kulit. Kebiasaan tersebut dimulai sekitar pukul 21.30-24.00. Bahkan, meski ia juga sering *nyender* acara wayang kulit, tetapi tak tahu jalan ceritanya karena ketiduran sehingga jarang mendengarkan dari awal sampai tuntas kira-kira subuh 04.30 WIB.

Bapak yang menggeluti dunia wiraswasta ini mengaku selain mendengarkan siaran radio, sekali-dua juga melihat tayangan TVRI khususnya, terutama kalau kebetulan ada pementasan paket *kethoprak* pada hari Selasa malam antara pukul 20.00-21.00 WIB. Kalau radio, hampir 5-6 kali frekuensinya dalam satu Minggu. Pagi hari mulai pukul 05.00-08.00 WIB, dan kadang malam hari 24.00 hingga usai acara (untuk wayang kulit). Tentu saja pola kebiasaan tersebut juga berubah manakala ada keperluan lain yang penting, baik berkenaan dengan persoalan keluarga ataupun kegiatan yang bersifat sosial ketetanggaaan dalam pola pergaulan di lingkungan masyarakat.

Sementara itu, para Ibu yang ditemui punya kebiasaan paling banyak di antaranya mendengarkan radio di waktu malam. Namun demikian, kadang juga memanfaatkan media tersebut pada siang atau sore hari. Saat yang paling sering digunakan untuk mendengarkan siaran dari radio, baik RRI Nusantara II Yogyakarta maupun radio-radio amatir antara pukul 18.30-21.00 WIB. Berikut ini ada ulasan dari seorang Ibu yang bekerja sebagai buruh tani yang mengaku berpendidikan SD tidak tamat (kelas III).

Menjelang istirahat malam, ia seringkali mendengarkan acara dari radio, terutama RRI Nusantara II Yogyakarta, siapa tahu ada rubrik yang menarik. Kebiasaan tersebut dilakukannya sekitar pukul 17.00 sampai dengan pukul 21.00 atau 22.00 malam kalau kebetulan ada *kethoprak* atau *gending-gending Jawa*.

Ibu lain yang sehari-harinya bekerja sebagai pedagang sayur-sayuran punya kebiasaan yang tak jauh berbeda, yakni mendengarkan siaran radio di kala malam hari, pukul 18.00-20.00 WIB. Namun, kalau kebetulan ada waktu luang,

kadang ia juga mendengarkan di pagi hari 07.00-09.00 WIB. Selain itu, karena keponakannya yang tinggal bersebelahan kebetulan punya media televisi, kadang kalau pas ada paket *mbangun desa atau kethoprak*, justru ia sering dipanggil (*diceluki*): '*Lek, niki enten thoprak, Den Baguse Ngarso manggung sesorah, ajeng ningali nopo mboten ?*'

Bagi generasi muda, kebiasaan mendengarkan radio adalah di kala sore atau bahkan malam hari, tergantung situasi dan kondisi. Boleh dikata keberadaan media radio memang sulit dipisahkan dari kehidupan beberapa pelajar sekolah lanjutan ini. Hanya kadang-kadang saja, mereka juga menyaksikan tayangan dari televisi di malam hari. Sebagai gambaran, berikut ini akan dipaparkan tentang kebiasaan berpola dalam pemanfaatan media massa lokal elektronik di kalangan para pelajar di tingkat sekolah lanjutan setempat.

Salah satu pelajar SMTP merasa lebih *sreg* kalau mendengarkan radio di sore hari, antara pukul 16.00-18.00 WIB. Perlu diketahui, sekolahnya masuk pagi dan baru pulang sore hari. Jadi, seraya beristirahat, bisa sambil cari hiburan lewat radio. Sedang pola menonton televisi jelas tak menentu waktunya karena fasilitas tersebut tak tersedia di rumahnya. Kadang-kadang saja menontonnya, antara pukul 20.00 sampai 22.00 WIB. Keika didesak, dengan terus terang diakuinya bahwa, baik media radio maupun televisi yang dimanfaatkannya itu, hampir semuanya milik swasta. Dengan kata lain, umumnya mereka bukan tipe pendengar atau pemirsa setia dari RRI maupun TVRI.

Kesan yang hampir sama juga tampak respon dari generasi muda lainnya, yakni pelajar SMTA di bilangan Yogyakarta Selatan. Dalam pengakuannya, ia punya kebiasaan memanfaatkan media radio secara rutin di malam hari, juga kadang esok (pagi), 04.30-06.00 pagi dan pukul 22.00-23.30 malam hari. Selain itu, sering juga ia menonton televisi antara pukul 19.30-21.30 WIB, terutama televisi swasta kalau kebetulan menayangkan paket sinetron remaja khususnya. Mendengarkan (melihat) TVRI hanya sesekali, misalnya tayangan 'Dunia Dalam Berita.'

Perlu diketahui, pola tidur malam yang biasa dilakukan oleh informan ini antara pukul 24.00 WIB. Akan tetapi, kalau kebetulan esok hari libur (Minggu), nonton televisi di tempat temannya pun kadang ngelantur sampai jauh malam, terutama menyaksikan paket kesenian daerah yang disiarkan oleh televisi swasta Indosiar.

Remaja lainnya mengaku acapkali mendengarkan radio di waktu malam sambil belajar sekaligus sebagai pengantar istirahat, mulai pukul 20.00 WIB. Sedang ketika ditanyakan kapan biasa menyaksikan media massa elektronik lainnya (televisi), dijawab tak tentu, tetapi biasanya antara pukul 20.00-22.00 WIB. Perlu dikemukakan di sini, kebetulan sekolahnya masuk siang hari dan pulang sudah sore. Hanya kalau hari Minggu atau pas liburan semesteran, ia juga acap kali menyaksikan tayangan (memantau) televisi dari pagi hingga siang hari, mulai pukul 09.00-12.00 WIB, terutama siaran dari televisi swasta yang begitu banyak ragamnya dan menarik bagi pemirsa remaja khususnya. Itu semua dilakukan dengan catatan tidak ada kesibukan ataupun kepentingan lainnya yang mendesak sifatnya.

B. ACARA DAN WAKTU SIAR KAITANNYA DENGAN LAPISAN KHALAYAK PENGGEMARNYA DAN ISI PESAN YANG DISALURKAN

Selama ini, ada beberapa acara (rubrik) yang diikuti oleh khalayak pengguna. *Pertama*, siaran berita. Isi pesan yang disampaikan bermacam-macam, mulai soal politik, ekonomi, hukum, sosial, budaya, bahkan soal-soal penemuan baru di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek). Ada pun muatannya berkisar pada informasi tentang gejolak harga-harga kebutuhan pokok sehari-hari di pasaran, berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, kenakalan remaja, kriminalitas, KB, kesehatan, dunia pekerjaan (dunia bisnis), kependudukan, bentuk-bentuk pergeseran nilai, dan pola-pola pergaulan bebas di kalangan muda-mudi saat ini. Khalayak penggunaanya bersifat umum dari berbagai kalangan masyarakat.

Kedua, informasi (penerangan). Khalayak pemakainya terdiri dari beberapa strata sosial (umum). Isi pesannya, antara lain menyangkut informasi pembangunan, berita keluarga, pengetahuan umum, seputar pertanian. Sebagai catatan, untuk berita keluarga, kebanyakan memiliki segmen khalayak dari kaum tua, sedang informasi pertanian lebih banyak dimanfaatkan oleh kalangan petani. *Ketiga*, pendidikan dan kebudayaan. Khalayak pemakainya umum dari para akademisi, pengamat (pemerhati), budayawan, dan masyarakat awam, yang membutuhkannya. Pesan yang terselip di dalamnya adalah persoalan pendidikan (formal, informal, nonformal); kebudayaan daerah (lokal), daerah lain, mancanegara. Khusus paket kebudayaan daerah, rata-rata disukai oleh kaum tua. Beberapa mata acaranya, antara lain: wayang kulit, *kethoprak*, macapat, sandiwara (bahasa Jawa) yang sarat dengan ajaran moral, etika, budi

pekerti yang dari dulu dijunjung tinggi oleh masyarakat Jawa khususnya.

Keempat, olah raga dan hiburan. Ada pun khalayak acara yang disiarkan oleh media radio tersebut bersifat umum. Rubrik yang disampaikan berupa dagelan (lawak) siaran (reportase) langsung pertandingan sepakbola, pemutaran lagu-lagu pop, ndangdut, irama kroncong, pop daerah, *langgam Jawa*, campursari, dan *uyon-uyon*. Masih ada lagi rubrik lainnya, yaitu pembacaan buku, dan drama (romantika kehidupan). Khusus untuk acara irama kroncong, langgam Jawa, dan uyon-uyon, kebanyakan pendengar terdiri dari kaum tua. Pesan yang terselip dalam rubrik olah raga dan hiburan adalah pentingnya menanamkan jiwa sportivitas, disiplin, dan ajakan untuk mencintai produk kesenian lokal. *Kelima*, siaran niaga (layanan masyarakat). Khalayaknya juga umum karena berbagai informasi tentang produk-produk baru kebanyakan peminatnya juga dari berbagai strata sosial. *Keenam*, siaran keagamaan. Khalayaknya umum, terutama dari golongan tua. Isi pesan yang disampaikan, antara lain: ajaran agama, moral, mental, budi pekerti, kerukunan (toleransi), dan etika.

Berbagai paket tayangan TVRI juga telah dimanfaatkan oleh khalayak pemakai. *Pertama*, pendidikan. Khalayaknya bersifat umum. Isi pesannya adalah berkisar persoalan di dunia pendidikan, baik di tingkat keluarga, sekolah maupun di masyarakat. *Kedua*, paket drama yang banyak diminati oleh generasi muda, seperti fragmen, sinetron. Dulu, sandiwara jenaka KR banyak disukai oleh tua-muda dari berbagai lapisan masyarakat. *Ketiga*, musik yang punya segmen khalayak dari generasi muda, seperti komposisi, pop, ndangdut. Sedang irama kroncong, tampaknya disenangi oleh kaum tua. Isi pesannya, di antaranya mengajak agar kita mencintai kesenian daerah, tetapi tetap terbuka terhadap pengaruh kesenian dari luar.

Keempat, pemberitaan yang khalayaknya bersifat umum. Isi pesannya, antara lain: sejumlah informasi dari dalam dan luar negeri, kemajuan iptek, berita pembangunan, persoalan sosial, ekonomi, budaya, dan politik. Khusus pembangunan pedesaan, paling banyak diminati oleh kaum petani. Selain itu, banyak para pengamat yang juga menaruh perhatian secara khusus terhadap permasalahan di bidang sosial, politik (kenegaraan), ekonomi dan budaya. *Kelima*, kebudayaan daerah yang punya struktur khalayak generasi tua. Isi pesannya, antara lain: ajakan untuk melestarikan kebudayaan daerah yang sarat nilai-nilai luhur, seperti wayang kulit (orang) dan *kethoprak*.

Keenam, olah raga dan hiburan. Untuk acara penayangan sepakbola, bolavoli, umumnya disukai oleh generasi muda dan sebagian kaum tua. Sedang

untuk paket hiburan, seperti lawak, khalayak penggunanya bersifat umum, terutama golongan tua. Jelas bahwa pengajian dan mimbar agama berisi pesan tentang perbuatan amal soleh yang hakiki sifatnya. Bangunan iman kerohanian ini teramat penting agar kualitas SDM yang kita miliki itu tidak kehilangan arah pijakan, imbang antara rohani dan jasmaninya.

Sampai di sini, statemen semula yang menggeneralisasikan media radio itu punya segmen lapisan menengah ke bawah, dan media lainnya (televisi) yang diminati strata menengah ke atas, perlu dikoreksi kembali. Kenyataannya, RRI punya penggemar golongan tua, sedang radio amatir dari generasi muda dan sebagian kecil generasi tua. Media lainnya, TVRI punya segmen kaum tua, sedang televisi swasta lebih disukai generasi muda dan sebagian kecil kaum tua. Jadi, variasi struktur khalayak lebih ditentukan oleh acara atau rubrik yang disiarkan. Bukan pada siapa yang menyiarkan, tetapi pada apa yang disampaikan kepada khalayak pengguna.

Sebagaimana klarifikasi pada sub-bab sebelumnya, Deskripsi mengenai acara, isi pesan, dan khalayaknya ini akan dikaitkan dengan tempat tinggal khalayak : *urban*, *sub-urban*, dan *rural*. Secara implisit, pada masing-masing lokasi penelitian tersebut akan dilihat seberapa jauh respon di antara generasi tua-muda, dan variabel pendidikan, juga jenis kelamin (*gender*). Untuk itu, penjabarannya akan dipaparkan secara berurutan, mulai dari Kelurahan Warungboto (*urban*), Desa Baturetna (*sub-urban*), dan Desa Karangtalun (*rural*).

Kelurahan Warungboto. Seorang Bapak tamatan sebuah SMTA yang kini bertugas sebagai anggota ABRI mengatakan jarang sekali mendengarkan radio secara khusus. Menurutnya, media massa lokal yang saat ini paling menarik (*favorit*) di kalangan masyarakat Warungboto adalah media elektronik, radio dan televisi karena lebih menarik dan praktis. Terbukti sampai saat ini hampir semua keluarga di sini punya sarana tersebut. Bapak lainnya, tamatan SMTA yang saat ini bekerja sebagai PNS juga akan menuturkan tentang persepsinya berikut ini.

Yang paling disukainya adalah media massa lokal cetak karena bisa diteliti dan dipahami ulang (dokumentasi) melalui *klipping*. Dituturkannya, ia pertama kali punya media radio. Khusus untuk radio yang paling sering didengarkan adalah acara siaran pedesaan (RRI), Selasa dan Rabu pukul 19.40 WIB dan sejumlah hiburan dari radio amatir (swasta niaga) pukul 18.00 WIB seperti PTDI Kota Perak dan EMC.

Selanjutnya dikatakan bahwa siaran kebudayaan daerah, seperti wayang kulit diselenggarakan Minggu kedua setiap bulan (RRI) dan *uyon-uyon* setiap Minggu (amatir). Durasi atau lama penayangannya semalam suntuk. Ada pun isi pesannya adalah *nguri-uri kabudayan Jawi*. Khalayak acara tersebut khususnya merupakan generasi tua. Sedangkan untuk program TVRI Stasiun Yogyakarta, kegemarannya adalah mengikuti paket tayangan Dunia Dalam Berita, Berita Daerah, dan Berita Malam. Isi pesannya menyangkut berbagai masalah, di antaranya aspek politik, sosial, budaya, dan ekonomi. Ada pun khalayaknya kebanyakan terdiri dari lapisan menengah ke atas. Sedang waktu siarnya: Dunia Dalam Berita antara pukul 21.00-21.30. Berita Malam pada pukul 19.00 WIB, dan Berita Daerah mulai pukul 17.00 WIB.

Informan lainnya (Bapak) tamatan salah satu Akademi di Kota Semarang yang saat ini bekerja sebagai seorang wiraswastawan mengaku bahwa favoritnya adalah media massa elektronik karena memang relatif mudah dipahami dan langsung dapat melihat gambarnya (*visual*). Berbeda dengan media cetak yang harus memuat foto-fotonya, imajinasi, dan bayangan-bayangan yang tentu saja memerlukan konsentrasi pikiran khalayaknya. Selain itu, media massa elektronik bisa dimengerti oleh orang-orang yang buta huruf sekalipun. Dikatakan selanjutnya, ia pertama kali punya media radio. Kini, di desa setempat hampir semua keluarga memiliki sarana *audio-visual*: radio antara 90 persen, dan televisi sekitar 75 persen. Ada pun rubrik yang jadi kegemarannya, untuk radio adalah pengajian pukul 05.30 WIB dan berita (RRI) pukul 07.00 WIB acara hiburan dan kesenian (amatir) pukul 21.30 WIB seperti radio Retjo Buntung, MBS, Rasia Lima dan radio Geronimo. Durasi atau lama penyiarannya untuk RRI 21.00-04.00, yakni pementasan wayang kulit semalam suntuk, demikian juga pola radio amatir. Ada pun isi pesan yang disampaikan adalah berkisar pembangunan rohani seiring dengan watak dan moral bangsa Indonesia dalam rangka pembangunan fisik dan mentalarganya. Khalayak RRI adalah orang-orang tua, sedang radio amatir adalah anak-anak muda. Sementara itu, untuk TVRI, kesenangannya adalah menonton warta berita dan siaran pedesaan. Khusus tentang kebudayaan daerah ditayangkan pada hari Rabu (*kethoprak*), kurang lebih memakan waktu selama 1 jam 20.00-21.00 WIB. Isi pesan yang pokok adalah pentingnya pembinaan kebudayaan lokal. Artinya, partisipasi semua warga masyarakat dalam pembinaan kebudayaan lokal sangat diharapkan. Misalnya saja peran orang tua dalam proses sosialisasi terhadap anak. Khalayak acara tersebut adalah orang tua dari berbagai lapisan masyarakat.

Berbeda cgaritanya di kalangan Ibu, salah satu kecenderungan memanfaatkan media elektronik karena memang tidak membutuhkan waktu

khusus sebagaimana kalau membaca media cetak yang minimal khalayak dituntut untuk berpikir serius, demikian diungkapkan oleh salah seorang informan (ibu rumah tangga) yang tamatan sebuah SMTP di kota Yogyakarta ini. Dikatakan selanjutnya bahwa mula-mula ia hanya memiliki media radio untuk sekedar sebagai hiburan. Saat ini, ia jarang sekali mendengarkannya. Sementara untuk TVRI, ia sekali-sekali menyaksikan tayangan paket berita pukul 17.00 dan 19.00 WIB dan *mbangun desa* pukul 18.15 WIB. Berikutnya juga akan diilustrasikan tentang persepsi Ibu lainnya.

Ketika ditemui, seorang Ibu pedagang kelontong yang tamatan SMTA di Bantul mengatakan bahwa favoritnya adalah media massa elektronik karena bisa mendengar sekaligus melihat gambarnya secara langsung, utuh, tak banyak terpenggal-penggal, tak usah membaca, dan bisa sambil mengerjakan pekerjaan lainnya. Dalam penuturan selanjutnya, ia memiliki media radio bersamaan waktunya dengan televisi, yakni sekitar tahun 1970-an.

Dituturkannya lebih lanjut bahwa alasan untuk memiliki sarana media massa tersebut adalah membeli hiburan, informasi, dan menambah pengetahuan. Saat ini, rata-rata setiap rumah tangga telah memilikinya. Ada pun rubrik yang menarik dari radio adalah berita keuangan dan ekonomi karena dengan demikian kita bisa tahu banyak perubahan yang terjadi, khususnya di seputar harga-harga kebutuhan rumah tangga di pasar di daerah lain (RRI). Selain itu, ia juga senang menikmati siaran lagu-lagu lama dari radio swasta (PTDI) antara pukul 07.30-10.00 WIB. Juga senang akan iklan barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari dan varia universitaria (amatir). Khalayak untuk acara tersebut adalah ibu-ibu, remaja puteri dari lapisan menengah, juga sebagian kalangan atas. Ada pun isi pesan yang disampaikan berupa sejumlah informasi. Untuk TVRI, kesukaannya adalah mendengarkan paket Dunia Dalam Berita selama lebih-kurang setengah jam mulai pada pukul 21.00 WIB. Akan tetapi, ia mengaku menyaksikannya tidak rutin setiap malam, tergantung pada situasi dan kondisinya. Sedang isi pesan yang disampaikan oleh media massa lokal tersebut adalah informasi dan pendidikan kepada masyarakat umum. Karena itulah, khalayaknya umum sifatnya, tua-muda, kaya-miskin.

Dikisahkan oleh ibu alumnus Akademi yang saat ini bekerja sebagai PNS, ia lebih suka menikmati siaran-siaran dari radio swasta, terutama rubrik kerohanian. Ada pun isi pesan yang terkandung didalamnya adalah berkisar pada ajaran agama dan moral (etika). Sementara itu, khusus untuk TVRI Stasiun Yogyakarta, ia sesekali menyaksikan paket acara hiburan malam hari. Khalayak

untuk media massa televisi di desa setempat adalah umum sifatnya. Ada pun isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut menurutnya hanya sebatas hiburan semata karena masyarakat sendiri cenderung menyukai tontonan, bukannya tuntunan.

Di kalangan remaja, media massa yang paling digemari adalah elektronik karena penuh dengan unsur-unsur hiburan dan atraktif sifatnya, demikian sekilas diungkap oleh salah seorang remaja SMTA di bilangan Yogya Selatan ini. Selanjutnya dikatakan bahwa mula-mula ia beli radio karena bisa didengar sambil mengerjakan kesibukan lainnya. Dari sekian banyak rubrik, ada yang lebih disenanginya, antara lain: berita (RRI), dan tangga lagu-lagu populer (amatir). Sesungguhnya ia juga senang terhadap kesenian daerah *tinggalan leluhur* yang *adiluhung*, seperti pertunjukan wayang kulit yang biasa disiarkan oleh RRI maupun amatir semalam suntuk. Persoalannya, ia tak mungkin mengikuti semalaman suntuk karena harus memikirkan tentang masuk sekolahnya (pagi). Khusus untuk TVRI, ia hanya menyaksikan paket kesenian *kethoprak* selama kurang-lebih 1 jam, 20.00-21.00 WIB. Ada pun khalayak penggemarnya berasal dari semua kalangan, tua-muda. Sementara itu, bagi remaja lain, yakni mahasiswa di salah satu PT di kota Yogyakarta ini, tampaknya juga punya argumentasi sendiri sebagaimana pemaparannya berikut ini.

Baginya, media yang ideal adalah cetak dan elektronik. Keduanya harus saling melengkapi: media cetak dengan beritanya, elektronik dengan keunggulan visualnya. Namun diakuinya, jelas tak bisa disangkal lagi bahwa media massa elektronik memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media cetak karena kemampuannya memberikan informasi secara lebih cepat.

Dikemukakan selanjutnya bahwa ia mula pertama punya radio dan televisi sekitar tahun 1982 karena terdorong akan kebutuhan sarana hiburan dan informasi. Hal yang paling disenangi di antara sekian banyak rubrik acara radio adalah berita luar negeri dan olah raga dari RRI Nusantara II Yogyakarta. Selain itu, tak kalah pentingnya adalah kebutuhan akan hiburan dan informasi dari radio-radio swasta yang tersebar di banyak penjuru kota Yogya ini. Ada pun isi pesan yang disampaikan oleh RRI adalah pemberitaan tentang program-program pemerintah. Khalayaknya tentu saja berasal dari semua pihak yang membutuhkan informasi pembangunan khususnya. selain itu, ia juga menyaksikan tayangan TVRI, khususnya paket Dunia Dalam Berita selama 7 kali seminggu, juga olah raga dan hiburan lainnya. Penggemar acara tersebut adalah semua kalangan: Dunia Dalam Berita merupakan konsumsi golongan

sosial menengah ke atas, sedang olah raga dan hiburan berasal dari semua kalangan.



Foto 18. Pesona Audio-Visual Bagi Segmen Khalayak Di Kelurahan Warungboto

Sementara seorang pelajar lainnya yang saat ini baru duduk di salah satu sekolah lanjutan setingkat SMTP di Bantul menegaskan pula bahwa di Warungboto, khalayak untuk RRI Nusantara II Yogyakarta tersebut umumnya terdiri dari generasi tua. Sebaliknya, atensi dari generasi muda lebih cenderung mengasumsi rubrik siaran dari banyak radio swasta yang dianggapnya mampu memenuhi selera pendengar, khususnya kaum muda. Sungguh memikat kemasannya, rubrik yang disiarkannya, mampu menarik hati kawula muda pada umumnya.

Desa Baturetno. Menurut salah seorang Bapak lulusan sebuah SMTA yang kini bekerja sebagai PNS di salah satu instansi negeri (Pemda DIY), ia paling getol menyaksikan paket tayangan kesenian *kethoprak* dari TVRI Stasiun Yogyakarta selama kira-kira 1 jam, mulai pada pukul 20.00 sampai pukul 21.00 WIB. Mengenai isi pesan yang disampaikan media massa lewat tayangan kesenian daerah tersebut adalah pendidikan dan ajaran tentang moral. Khalayaknya berasal dari semua lapisan masyarakat (tua-muda), khususnya strata bawah. Tayangan lainnya adalah warta berita, olah raga, dan bentuk kesenian. Tayangan kebudayaan daerah disiarkan pada hari Sabtu dan Minggu sekitar 5

jam, pukul 23.30-04.30 WIB, bahkan kadang sudah dimulai pada pukul 21.30 WIB untuk pertunjukan seni wayang kulit khususnya. Ada pun isi pesan yang disampaikan berupa penerangan dan pendidikan. Khalayak penggemarnya dari golongan tua. Selain acara wayang kulit, yang banyak pengemarnya adalah *mbangun desa*, juga acara budaya daerah yang ditayangkan pada hari Selasa malam sekitar 1 jam dari pukul 20.00-21.00 WIB. Isi pesan yang terpenting adalah berupa contoh atau keteladanan yang baik dan tindakan terpuji lainnya. Ada pun penggemarnya berasal dari orang tua-tua dan dewasa, sedang khusus seni wayang, kebanyakan digemari oleh orang-orang tua.

Alumnus PT yang ibu rumah tangga mengatakan bahwa paket menarik menurutnya adalah berita nasional dan Dunia Dalam Berita selama 30 menit, dari pukul 21.00 sampai dengan pukul 21.30 WIB. Isi pesan yang termaktub di dalamnya adalah gambaran tentang beraneka ragam kejadian di dalam maupun di luar negeri. Penggemarnya kebanyakan golongan sosial menengah ke atas, dan umumnya pendidikannya relatif lebih tinggi. Selain itu, acara menarik lainnya adalah warta berita dan seni *kethoprak*. Isi pesannya tidak tahu persis, tetapi yang jelas, tayangan tersebut benar-benar dirasakan sebagai alat penghibur. Ada pun penggemarnya adalah orang tua dan sebagian anak-anak muda. Acara lainnya yang cukup populer adalah *mbangun desa* dan acara budaya yang ditayangkan 1-2 kali seminggu. Khalayaknya boleh dikata berasal dari hampir semua golongan masyarakat.

Sementara itu, di kalangan remaja, acara yang dianggap favorit adalah hiburan, lagu-lagu, lawak, *mbangun desa*, dan *kethoprak*, demikian dituturkan oleh salah seorang pelajar SMTA. Acara lainnya, yakni budaya daerah ditayangkan pada hari Rabu dan Sabtu malam. Isi pesannya adalah hiburan semata. Sedang khalayak penggemarnya, paling banyak tinggal di daerah pedesaan, khususnya untuk pementasan kesenian *kethoprak* dan *mbangun desa* dengan tokoh kontroversial *Den Baguse Ngarso*. Sedang acara lainnya adalah drama, berita, olah raga, dan hiburan (musik dan lawak). Isi pesan yang disampaikan adalah ajaran moral yang baik untuk ditiru. Ada pun khalayak penggemar drama adalah generasi muda dan kalangan ibu-ibu. Acara kegemaran lainnya adalah kesenian dan musik populer. Khalayak penggemarnya bervariasi, tua-muda, laki-perempuan.

Sementara itu, di kalangan pemakai radio, rubrik yang sering diikuti adalah berita dan pertanian, demikian ungkap seorang Bapak petani yang berpendidikan setingkat SD. Sedang radio amatir, yang sering disimak adalah rubrik kesenian dan pengajian. Untuk RRI, program kebudayaan daerah disiarkan hari Selasa malam, sedang amatir pada hari Sabtu malam. Ada pun khalayak radio berasal

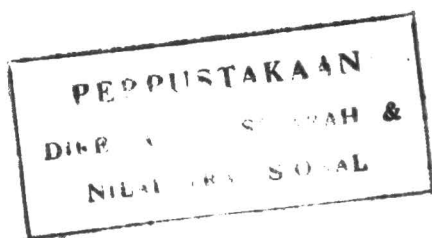
dari semua lapisan masyarakat. Untuk lebih lengkapnya akan disampaikan juga penuturan dari berbagai informan lainnya.

Salah seorang karyawan swasta yang alumnus akademi (Bapak) mengatakan bahwa rubrik kesayangannya adalah warta berita (RRI), sedang radio amatir, siaran wayang kulit bisa kita dengarkan dari stasiun pemancar yang berbeda. Kesenian *kethoprak* disiarkan antara pukul 20.30-21.00 WIB, sedang wayang kulit dari pukul 21.30-04.30 WIB. Isi pesan yang disampaikan adalah ajaran moral, pendidikan, dan dorongan untuk lebih mencintai produk kebudayaan sendiri.

Ada pun khalayak pendengarnya merupakan kaum tua dari kalangan sosial bawah (RRI), sedang penggemar radio amatir umumnya adalah kalangan menengah ke bawah, dan banyak di antaranya terdiri dari generasi muda.

Sementara itu, menurut keterangan dari Bapak yang berpendidikan setingkat akademi dan saat ini bekerja sebagai pedagang, rubrik media radio yang dianggap paling disenangi sejauh ini adalah *uyon-uyon* dan *klenengan* (RRI), sedang untuk radio swasta niaga lainnya adalah siaran lagu-lagu *ndangdut* dan wayang kulit. Khusus untuk siaran kebudayaan daerah, selama ini ia tak begitu memperhatikan secara khusus, baik yang diudarakan oleh RRI maupun oleh radio-radio amatir. Yang kebetulan disimaknya, lama siaran untuk rubrik *uyon-uyon* dan *klenengan* antara 1 jam, sedang khusus untuk siaran wayang kulit, biasanya mengudara semalam suntuk (selesai dini hari). Ada pun pesan-pesan yang disampaikan khusus untuk acara tersebut sesungguhnya lebih bersifat hiburan semata. Pada umumnya, penggemar RRI merupakan kaum tua, sedang untuk radio-radio amatir lebih banyak memiliki segmen khalayak dari generasi (kawula) muda.

Beberapa Ibu yang ditemui juga mengemukakan bahwa selama ini mereka telah memanfaatkan media radio. Rubrik yang banyak digemari di kalangan mereka, di antaranya adalah warta berita (RRI) dan pengajian (amatir), demikian diungkapkan oleh salah seorang informan tamatan salah satu sekolah lanjutan setingkat SMTA yang kini menggeluti dunia wiraswasta. Ada pun khalayak pendengarnya hampir segala lapisan masyarakat. Secara terpisah beberapa informasi diperoleh dari informan lainnya, yakni seorang Ibu yang mengaku tak tamat SD, yang saat ini bekerja sebagai penjual *jamu gendongan*.



Dikemukakan oleh informan tersebut, ia merupakan salah seorang pendengar lagu-lagu *ndangdut*, khususnya yang dipancarkan oleh radio-radio amatir. Ada pun khalayaknya terdiri dari generasi tua (RRI), sedang radio-radio amatir banyak disukai oleh generasi muda.

Desa Karangtalun. Dikatakan oleh Bapak petani yang mengaku berpendidikan setingkat SMTP, dari seluruh program yang disiarkan oleh RRI Nusantara II Yogyakarta, yang terpenting baginya adalah siaran berita, berita keluarga (RRI), dan kesenian daerah wayang kulit (amatir). Boleh dikata, hampir tiap malam ia mendengarkan radio, baik RRI maupun radio swasta niaga. Secara keseluruhan, ia menganggap isi pesan yang terkandung dalam rubrik tersebut peperangan abadi antara sifat terang dan gelap, antara kebaikan melawan kejahatan dalam berbagai bentuk. Ada pun khalayak RRI, biasanya orang-orang tua, radio swasta banyak disukai oleh kawula muda karena rubriknya lebih bervariasi mengingat secara kuantitas banyak sekali radio amatir di kota Yogyakarta ini yang bisa diterima secara bersih di sudut-sudut pedesaan sekalipun.

Khusus untuk media massa elektronik lainnya, yakni televisi (TVRI), kalau kebetulan nonton waktunya malam hari di tetangga sebelah rumah. Acara yang disukainya, antara lain lagu-lagu keroncong dan siaran pedesaan (*mbangun desa*). Oleh karena ia tak punya media tersebut maka tentu saja sungguh tidak menentu pola nontonnya dalam 1 Minggu. Andaikata acaranya baik, paling-paling ia menyaksikan layar kaca tersebut kira-kira 1 jam. Isi pesan yang penting adalah *'nguri-uri kebudayaan Jawi*.

Ada pun khalayak pemirsa TVRI tersebut kebanyakan merupakan golongan sosial menengah ke atas karena sarana media elektronik tersebut relatif tidak murah harganya, belum lagi kalau harus membayar iuran televisi setiap bulannya. Jelas itu masih menjadi kendala bagi beberapa keluarga yang hidupnya serba pas-pasan.

Sementara itu, diperoleh banyak keterangan dari informan lainnya yang selama ini merasa menjadi pendengar setia rubrik drama dan lawak, baik yang disiarkan oleh RRI maupun radio-radio amatir. Pola kebiasaan mendengarkannya adalah di kala senggang sore hari, demikian dituturkan oleh Ibu rumah tangga yang berpendidikan SD. Isi pesan adalah seputar persoalan kehidupan keluarga dan hiburan pelepas lelah. Selain itu, juga memperkenalkan produk baru berbagai penayangan iklan (pariwara). Khusus untuk media elektronik lainnya (TVRI), ia

mengaku selama ini jarang sekali menyaksikannya. Hanya kalau kebetulan melihat di tempat tetangga, sesungguhnya paket yang digemarinya adalah sinetron, *kethoprak*, dan pementasan wayangorang.

Versi pengakuan yang relatif berbeda muncul dari kalangan generasi muda sebagaimana terungkap dalam pembicaraan dengan salah seorang pelajar SMTA berikut ini.

Yang penting meriah, itu yang paling disukai oleh remaja, baik itu rubrik RRI maupun radio swasta niaga, antara lain: lagu-lagu populer, *ndangdut*, drama remaja. Khusus untuk lakon wayang, sebenarnya suka juga karena sedikit-banyak ia tahu lakon (*pakem*) wayang kulit khususnya.

Persoalannya, tak mungkin ia sebagai pelajar yang kebetulan sekolahnya masuk pagi, bisa semalaman mendengarkan siaran wayang kulit itu. Kalau kebetulan hari libur, kadang ia bertahan untuk mendengarkan siaran wayang kulit semalaman suntuk. Dalang favoritnya dan bagi bagi generasi muda pada umumnya adalah Ki Hadi Sugito. Informan lainnya yang lulusan SMTP dan kini bekerja membantu orang tuanya mengatakan bahwa hampir setiap hari ia pasti mendengarkan media radio.

Ketika ditanyakan apa isi pesan yang disampaikan oleh media radio itu? maka dengan lancar ia menjawab sekedar sebagai pesan hiburan. Ada pun khalayak pendengarnya berasal dari semua lapisan masyarakat karena sifat radio yang sederhana dan praktis, mudah dibawa ke mana pun. Selain itu, media ini juga bisa didengar dalam kondisi apa pun, misal belajar, bekerja, bekerja, duduk-duduk *ngobrol* ataupun sambil mandi.

C. PERAN DALAM PROSES SOSIALISASI

Secara teoritis, jelas media massa cetak maupun elektronik sangat diharapkan peran dan kontribusinya dalam pembangunan masyarakat, termasuk di dalamnya upaya pewarisan nilai-nilai budaya (sosialisasi). Namun demikian, tentu saja banyak faktor pengaruh yang mesti dipertimbangkan secara masak, antara lain menyangkut kualitas dan kuantitas suatu produk media, baik dalam mutu program maupun frekuensi penayangannya. Sementara itu, di kubu khalayak pendengar atau pemirsa, untuk mentransformasikan pesan-pesan yang disampaikan dalam proses sosialisasi tersebut, ternyata banyak juga ditentukan

oleh sejumlah variabel sosio-demografis, antara lain: usia, jenis kelamin (*gender*), dan tingkat pendidikan segmen khalayak yang punya keanekaragaman itu.

Salah satu misi dari media massa elektronika, yakni ikut melestarikan budaya daerah, tampaknya sejauh ini telah diperankan secara signifikan, meski terdapat lubang di sana-sini yang perlu segera dibenahi. Kita tahu bahwa partisipasi swasta dalam konteks ini amat vital. Ini terlihat dari bermunculannya radio-radio amatir di kota Yogyakarta ini. Patut disayangkan, mengapa kecenderungan tersebut tidak diikuti oleh media televisi yang hingga kini baru ada sebuah stasiun pemancar, yakni TVRI Stasiun Yogyakarta. Namun demikian, acara-acara yang disiarkan oleh media elektronik tersebut relatif bervariasi sehingga kemampuan menjangkau pangsa pasar atau menciptakan struktur (segmen) khalayak pengguna, cukup efektif. Hanya saja, porsi (frekuensi) rubrik kebudayaan daerah masih perlu ditingkatkan.

Masyarakat di daerah *urban*, *sub-urban*, dan *rural* mengaku bahwa media massa (elektronik) minimal telah memberikan manfaat bagi mereka, baik berupa informasi, pendidikan, maupun hiburan. Siaran wayang kulit misalnya, selain bersifat menghibur khalayak, juga sarat dengan ajaran moral, etika, dan filsafati yang notabene merupakan nilai-nilai budaya yang adiluhung. Jadi, tidak saja merupakan sekedar tontonan *ansich*, tetapi juga berfungsi sebagai tuntunan. Siaran bidang keagamaan juga selalu hadir setiap hari untuk mengingatkan agar kita senantiasa memupuk tenggang rasa, hidup rukun dengan sesama. Sikap toleran itu manakala diletakkan dalam konteks kebudayaan daerah yang beraneka ragam di persada Nusantara ini, jelas pada gilirannya nanti merupakan kontribusi yang signifikan terhadap tercapainya kebudayaan nasional yang mantap, bukan sekedar retorika kosong. Beberapa paket produksi TVRI, sebenarnya sudah mengarah ke sana, misalnya acara Negeri Tercinta Nusantara, *Bhinneka Tunggal Ika*, Cakrawala Budaya, dan Budaya Tradisional. Nah, tentu saja persoalannya kembali pada khalayak pengguna sendiri, bagaimana merespons *signal* atau stimulus dari media massa tersebut, proaktif atau tidak.

Kelurahan Warungboto. Ada kesempatan di kalangan Bapak bahwa media massa elektronik (radio) bagaimana pun turut berperan dalam proses sosialisasi karena dengan mendengarkan siaran atau rubriknya, kita bisa mengerti, memahami, dan akhirnya mampu menerapkannya dalam kehidupan bermasyarakat sebagaimana dituturkan oleh salah seorang staf kelurahan setempat.

Satu hal yang mendasar dalam pemanfaatan media massa radio adalah bagaimana tingkat kesiapan masing-masing dari kita sehingga mampu menyerap hal-hal positif, yang baik dan bermanfaat, sedang unsur-unsur negatif sebaiknya dibuang saja. Dengan kata lain, masing-masing keluarga harus mampu menyikapi secara lebih arif (mapan) terhadap siaran radio, pemerintah maupun swasta.

Informan lainnya, yakni seorang Bapak alumnus sebuah PTS yang saat ini bekerja sebagai pedagang. Dalam penuturannya, ia mengakui bahwa sekecil apa pun, kehadiran media massa audio-visual, khususnya televisi di tengah-tengah keluarga, jelas berpengaruh terhadap pendidikan anak-anak, terutama berkaitan dengan proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai budaya. Ada beberapa contoh yang bisa dikemukakan di sini, misalnya berbagai paket tayangan TVRI, seperti Negeri Tercinta Nusantara, Wajah Negeriku, dan Siaran Pedesaan, sesungguhnya bermuatan sejumlah informasi, sekaligus bersifat mendidik agar kita bisa memahami keragaman kehidupan kebudayaan daerah yang tersebar di persada Nusantara ini. Dengan begitu, diharapkan akan tumbuh rasa saling pengertian (toleransi) antaretnis sehingga pada gilirannya nanti tercipta rasa persatuan dan kesatuan sebagaimana termaktub dalam lambang '*Bhinneka Tunggal Ika*' berbeda-beda tetapi tetap satu adanya. Pendeknya akan tercipta kebudayaan nasional yang tanggap sebagai manifestasi kepribadian khas Indonesia.

Dikemukakan juga oleh salah seorang karyawan swasta yang mengaku berbekal pendidikan setingkat SMTA. Kalau dicermati secara mendalam acara-acara yang ditayangkan oleh TVRI khususnya, dirasa cukup baik. Hanya saja, memang masih diperlukan sentuhan pembenahan di sana-sini agar kebutuhan segmen khalayak sedikit-banyak terpenuhi. Misalnya, tayangan Cakrawala Budaya dan Budaya Tradisional itu sesungguhnya amat positif karena dengan demikian kita bisa mendengarkan, bahkan melihat langsung sejumlah fakta bahwa banyak nilai-nilai budaya daerah (tradisional) milik kita yang sampai saat ini, yakni era globalisasi di segala bidang kehidupan, masih relevan untuk diaktualisasikan dalam tata kehidupan masyarakat modern melalui upaya sosialisasi yang berkesinambungan.

Sejumlah informasi lainnya muncul dari kalangan Ibu setempat yang pada pokoknya menggarisbawahi adanya peran serta media massa elektronik, khususnya dalam proses sosialisasi pada generasi muda (penerus pembangunan bangsa) seperti diungkapkan oleh salah seorang informan alumnus akademi yang sekarang bekerja sebagai PNS di salah satu instansi di kota Yogyakarta ini.

Tentu saja, radio dan televisi punya andil terhadap pendidikan anak-anak. Terutama media televisi, selain membawa manfaat, juga mendatangkan timbulnya rasa kekhawatiran di kalangan orang tua karena pada kenyataannya, banyak pula ekses-ekses negatif yang menyertainya. Padahal, justru efek yang kurang *pas* itulah yang paling sering ditiru dan gampang diidentifikasi oleh anak-anak.

Banyak contoh yang bisa dilihat dalam kehidupan sehari-hari di sekeliling kita, bagaimana kini muncul *budaya pamer* akibat penonjolan gaya hidup mewah dalam paket tayangan sinetron yang kian menjamur. Di samping itu, pementasan sejumlah film impor (Barat) yang banyak atau dipenuhi dengan adegan laga yang menomorsatukan unsur-unsur kekerasan (sadisme) dan perfomensi roman murahan yang mengeksploitasi secara berlebihan unsur seksualitas yang sungguh tidak pantas dikonsumsi oleh anak-anak muda pada umumnya.

Informan lainnya adalah seorang Ibu rumah tangga yang mengaku tamat SMTA. Jelas sekali bahwa dalam abad informasi sekarang ini, posisi media massa amat strategis dalam pembangunan masyarakat di berbagai bidang. Dengan demikian, media massa elektronik, baik radio maupun televisi sangat berperan dalam proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai luhur kepada generasi penerus. Oleh sebab itu, khusus untuk media televisi harus diusahakan semua paket tayangan, baik yang bersifat informasi, pendidikan, ataupun hiburan, haruslah melalui seleksi yang ketat. Mengapa demikian? karena media *audio visual* itu sangat mudah ditiru oleh anak, baik yang bernilai positif maupun negatif sehingga mau tak mau, harus tumbuh kesadaran atau beban moral di pihak media massa lokal elektronik (TVRI) tersebut.

Masih untung, sampai saat ini TVRI tidak menayangkan iklan (pariwara) yang jauh dari sifat edukatif karena terang-terangan mendorong dan mengondisikan khalayak pemirsanya untuk berperilaku konsumtif, demikian diungkapkan oleh Ibu yang bekerja sebagai pedagang (tamatan SMTA). Memang, ia tidak menyangkal kalau media massa elektronik tersebut juga bermanfaat bagi khalayak karena penuh dengan berbagai informasi dan sejumlah hiburan. Namun demikian, kita tak bisa menutup mata, kadang ada iklan di radio (amatir) yang menimbulkan kesan romantis yang berlebihan sehingga terasa 'saru' di telinga khalayak pendengarnya. Selain itu, di media televisi (swasta) pun kita lihat bagaimana iklan tayangan KB cenderung menimbulkan impresi porno bagi khalayak pemirsanya, juga pariwisata produk otomotif yang kurang pantas dilihat dari adat ketimuran yang kita junjung tinggi ini.

Dewasa ini, muncul opini di kalangan remaja yang seakan menggugat agar pihak pengelola atau orang-orang yang berada di balik media massa menyesuaikan dengan kebutuhan generasi muda dalam *merelease* rubrik atau paket tayangannya mengingat sebagian besar penduduk kota Yogyakarta ini didominasi oleh struktur kawula muda sebagaimana diungkapkan oleh seorang informan berikut ini.

Diakui oleh pelajar putri SMTP, radio berperan menyadarkan kita akan nilai-nilai tradisional yang sesungguhnya tak kalah mutunya dibandingkan dengan nilai-nilai baru yang datang bak air bah yang notabene berasal dari kebudayaan Barat Ero-Amerika. Dalam bidang seni suara misalnya, cukup banyak produk lagu-lagu Indonesia lama yang hingga kini masih bertahan di blantika musik nasional. Banyaknya penggemar atas produk budaya sendiri itu merupakan bukti kuat bahwa di bidang tertentu, kita mampu bersaing dengan berbagai produk mancanegara yang serba modern.

Harapan lain muncul dari pelajar SMTA lainnya agar pihak media massa elektronik khususnya mau kompromi dengan kawula muda dengan cara melakukan pendekatan secara khusus agar pada gilirannya nanti media radio dan televisi tetap menjadi bagian hidup yang tak terpisahkan dalam irama hidup keseharian generasi muda. Paling tidak, materinya harus disesuaikan dengan kebutuhan riil para remaja. Tanpa upaya ke arah sana, niscaya misi media massa yang dikondisikan atau difungsikan sebagai proses sosialisasi kepada generasi muda khususnya tidak akan membuahkan hasil yang optimal.

Ada komentar lain dari seorang mahasiswa di salah satu PTS di kota pelajar ini. Dalam kenyataannya, khususnya untuk media televisi (TVRI) dirasakan kurang berperan dalam upaya pewarisan nilai-nilai. Mengapa demikian? sebab banyak paket tayangannya yang hanya mampu menjerat struktur khalayak secara terbatas, yakni orang-orang tua, sementara generasi mudanya tendensius mengasumsi berbagai tayangan dari televisi swasta. Salah satu kritik yang dilontarkannya, ia begitu menyayangkan adanya keengganan di pihak TVRI untuk mencontoh bagaimana sistem manajerial televisi swasta dalam *menggaet* khalayak. Memang, harus diakui metode pendekatan televisi swasta itu amat jitu sehingga tidak usah heran kalau dikatakan oleh banyak pakar komunikasi bahwa peran media televisi (swasta) kini bahkan mampu menciptakan segmen khalayak dalam jumlah yang relatif besar. Jadi, kalau boleh dikatakan, nasib yang menimpa TVRI itu ibarat 'Hidup segan mati tak mau.' Khususnya untuk media milik pemerintah lainnya, yakni RRI Nusantara

II Yogyakarta, belakangan ini telah muncul kesadaran ke arah sana, ini terlihat dalam peningkatan layanan melalui gelombang FM yang berusaha meraih pangsa pasar yang sungguh potensial di kota ini, yaitu generasi muda. Namun begitu, secara obyektif peran RRI tersebut masih kalah dibandingkan dengan *kiprah* yang dimainkan oleh radio-radio amatir yang tumbuh bak cendawan di musim hujan di kota budaya ini.

Desa Baturetno. Media massa radio selama ini hanya dipandang sebagai sarana hiburan saja. Jadi, sekedar pelepas lelah, begitu! Tak jauh berbeda nasib yang diderita oleh media televisi TVRI, keberadaannya juga masih sebatas alat penghibur saja, demikian jajak pendapat di kalangan Bapak di desa setempat.

Ketika ditemui, Bapak berpendidikan SD yang kini bekerja sebagai petani, bahkan mengaku tidak tahu persis bagaimana peran radio terhadap proses sosialisasi. Selama ini, yang ia rasakan, media tersebut hadir di tengah-tengah keluarga hanyalah sebagai '*kanca rengeng-rengeng*' dalam arti teman berbincang.

Dicontohkannya, meskipun ia senang dengan siaran wayang kulit, tetapi sering atau bahkan bisa dipastikan tertidur atau tepatnya ketiduran di tengah jalan sehingga tidak tahu-menahu bagaimana akhir ceritanya. Dengan demikian, sulit untuk mengatakan seberapa jauh peran media massa elektronik (radio) tersebut dalam upaya pewarisan nilai-nilai adiluhung.

Besar kemungkinannya, untuk media massa elektronik (televisi), lain lagi implikasinya, demikian asumsi informan yang bekerja sebagai karyawan swasta lulusan salah satu akademi di bilangan Yogya Utara. Dewasa ini, media pandang-dengar dirasakan punya banyak keunggulan dibandingkan media massa lainnya. Akibatnya, karena paket acara yang dikemas pun relatif menarik maka tak heran kalau khalayak dengan mudahnya meniru berbagai hal yang ditayangkannya, baik positif maupun negatif. Namun, ketika ditanyakan bagaimana pendapatnya tentang peran media massa lokal tersebut, tetap saja ada kesan informan yang bersangkutan sedikit kebingungan. Masalahnya, meski hampir seminggu sekali ia bersama isteri dan anak-anaknya juga menyaksikan adegan seni *kethoprak* yang ditayangkan oleh TVRI, tetapi apakah pemertasan yang hanya 1 jam durasinya tersebut mampu menanamkan nilai-nilai budaya tradisional kita? Lagi pula performansinya kesenian daerah tersebut kini lebih banyak didominasi adegan-adegan humoris (lawakan) yang boleh jadi telah jauh menyimpang sehubungan dengan upaya pewarisan nilai-nilai itu sendiri. Contoh konkret, saat ini mulai

bermunculan (semarak) *kethoprak plesetan* yang kehadirannya mengundang pro dan kontra (kontroversial) di kalangan pemerhati masalah budaya dan khalayak luas pada umumnya. Isyu yang meluas di tengah masyarakat Yogyakarta tersebut, intinya ada pihak yang setuju atas pentas *kethoprak* yang '*mbedal pakem*' itu, tetapi banyak juga di antaranya yang tidak setuju dengan alasan masing-masing. Di kubu yang bersikap menolak, *kethoprak plesetan* dikhawatirkan akan memicu terjadinya kemerosotan nilai-nilai tradisi seni yang dulu menempati posisi terhormat bagi pemangku budaya Jawa pada umumnya. Sementara di pihak yang pro, punya argumentasi yang kuat juga. Pada prinsipnya, mereka ingin tampil beda dengan berbagai macam variasi di panggung pertunjukkan (pentas) agar dengan demikian banyak orang ingin menyaksikannya. Dari sinilah kemudian pesan-pesan pembangunan yang disisipkan (suplemen) itu bisa diimplikasikan kepada khalayak pemirsa tanpa disadarinya.

Pumakaryawan PNS yang mengaku tamat SMTA ini juga berasumsi bahwa radio maupun televisi relatif kecil peranannya dalam upaya pewarisan nilai-nilai budaya. Betapa tidak, pentas wayang kulit misalnya, biasanya diputar menjelang tengah malam, dan baru berakhir dini hari (*subuh*) sehingga wajar kalau khalayaknya pun limit sekali, umumnya generasi tua yang sudah non aktif (pensiunan). Persoalannya sekarang, lalu bagaimana dengan generasi mudanya? Jelas bahwa sebagian besar di antara mereka tak mungkin dapat bertahan mendengarkan atau menyaksikan pentas wayang kulit hingga usai karena di pagi harinya mereka harus masuk sekolah. Bagaimana pula halnya dengan para pegawai atau karyawan kantor, manakala mereka berusaha mengakses pertunjukan wayang *semalam suntuk*, apakah keesokan harinya mereka bisa bangun pagi-pagi menuju ke tempat kerjanya masing-masing? Justru di sinilah sesungguhnya letak permasalahannya yang menyebabkan realisasi pewarisan nilai-nilai budaya tersebut hingga kini belum membuahkan hasil yang optimal. Di lain pihak, kini banyak bermunculan pentas wayang yang bervariasi, misalnya dibarengi dengan memainkan tokoh-tokoh pelawak, seperti Yati Pesek, Timbul. Kemudian ada juga yang berimprovisasi dengan musik-musik modern dengan memanfaatkan gitar elektrik dan drum akustik. Ada lagi pementasan wayang sekaligus dua kelir semalam. Untuk sosok dalangnya pun, menarik untuk disimak. Ada *dalang setan* Ki Mantep, *dalang edan*, dan *dalang 'slunk'* yang akhir-akhir ini justru lebih dikenal oleh generasi muda dibandingkan dengan dalang-dalang konvensional lainnya, seperti Parman almarhum, Timbul Hadi Prayitno dan sebagainya. Dalam pementasannya, dalang-dalang yang top saat ini, banyak sekali menampilkan lawakan-lawakan segar yang cenderung atau menyerempet ke arah pornografi yang norak atau tendensi terlalu kasar kemasannya. Muncul kesan di sini, pihak

dalang sendiri justru menggiring khalayak pemirsanya ke arah menikmati tontonan, dan bukannya tuntunan yang termaktub dalam lakon wayang yang dimainkannya itu. Memang dalam batas-batas tertentu, kiat menjaring khalayak sebanyak-banyaknya tersebut, tentu saja bisa ditolerasi. Persoalan timbul manakala dalang yang semestinya menjadi agen atau duta pembangunan tersebut telah jauh menyimpang dari kapasitas yang dimilikinya sebagai agen pembaharu dalam era pembangunan ini. Dalam kondisi yang sedemikian itu, jangan harap proses pemberdayaan dan pewarisan nilai-nilai budaya akan berjalan lancar.

Penilaian positif atas peran media massa juga muncul di kalangan ibu-ibu, khususnya berkenaan dengan paket tayangan dari media televisi (TVRI), seperti tari-tarian daerah, sandiwara jenaka KR, dan siaran pedesaan (*mbangun desa*) dengan tokoh kontroversialnya *Den Baguse Ngarso*, dan seni *kethoprak* sebagaimana dituturkan oleh seorang Ibu tamatan SMTA yang kini usaha membuka salon.

Hampir dapat dipastikan, setiap kali TVRI menayangkan siaran *mbangun desa*, ia sekeluarga meluangkan waktunya, terutama tertarik pada tokoh kontroversialnya *Den Baguse Ngarso*. Sayang sekali, tayangan menarik lainnya yang cukup '*ngangen'* khalayak pemirsanya, yakni sandiwara jenaka KR, kini telah lama tidak muncul lagi di layar kaca.

Beberapa fragmen dimainkan, bagus dan bermutu, sampai anak-anak kecil pun mengenal nama-nama pemain tersebut, seperti Suwariyun dan Permadi (jenaka KR) dan *Den Baguse Ngarso* (*mbangun desa*). Banyak pesan yang berhasil dilontarkan kepada pemirsa, mulai dari persoalan intern di tingkat domestik (keluarga) sampai hubungan ketetangaan dalam relasi sosial, juga informasi pembangunan lainnya yang dikemas sedemikian rupa sehingga tanpa terasa khalayak, sambil menyaksikan hiburan, juga mengakses informasi penting dan sejumlah kasus yang bersifat edukatif (pendidikan).

Ibu lain yang bekerja sebagai PNS setelah tamat di salah satu SMTA Negeri di Yogyakarta ini mengatakan bahwa secara pribadi, ia acapkali mendengarkan siaran radio khususnya RRI Nusantara II Yogyakarta di kala pagi hari, seraya menyiapkan pekerjaan rumah tangganya dan *ubarampe* sehubungan dengan pekerjaan di kantor nantinya, khususnya untuk acara fajar imani. Dalam anggapannya, rubrik tersebut penting disimak karena sarat dengan pesan-pesan moral dan budi pekerti yang jelas mengutamakan watak *soleh*, jujur, dan *tawakal*. Secara eksplisit, media radio tersebut bernuansakan upaya pewarisan nilai-nilai kehidupan yang paling hakiki, yakni bermuarakan pada ajaran agama yang

menjunjung tinggi azas kebersamaan, nilai kebenaran, kejujuran, toleransi, dan kesederhanaan yang sungguh baik jika kita masing-masing mampu menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendapat lain datang dari seorang Ibu rumah tangga yang mengaku berbekal pendidikan tamat SMTP. Ia berobsesi, proses sosialisasi yang ampuh (jitu) bisa dicapai dengan cara memanfaatkan pendidikan model kuno, yakni lewat dongeng yang disampaikan orang tua kepada anak-anaknya menjelang tidur. Jadi, sebenarnya yang paling efektif proses sosialisasi itu bukan lewat media massa, baik cetak maupun elektronik. Ia tidak *ngayawara*, buktinya kedua anak-anaknya yang kini telah berangkat dewasa tetap memegang teguh *subasita* lan tatakrama, hormat pada orang tua, baik dalam bentuk tingkah-laku maupun tutur kata. Ini menunjukkan bahwa melalui media dongeng rakyat, kita pun mampu menghasilkan generasi penerus, yang selain pandai, juga berkepribadian luhur sehingga nantinya bisa jadi penerus pembangunan yang handal dan berkualitas. Pendek kata, penanaman nilai-nilai budaya melalui kebiasaan mendongeng kepada anak-anak itu sungguh efektif untuk bekal hidup di hari nantinya tatkala mereka siap mengarungi kehidupan global di segala aspek. Sementara itu, muncul opini lain dari kalangan generasi muda berikut ini.

Salah seorang pelajar SMTA cenderung lebih suka melihat acara yang dikemas dan disiarkan oleh televisi swasta, terutama paket sinetron dan lawak. Banyak nilai-nilai kehidupan di dalamnya yang bermutu dan patut ditiru. Yang paling penting di sini adalah pesan-pesan *leluhur* yang *adiluhung* itu kalau bisa disisipkan pada acara-acara yang menarik, seperti lawak (humor).

Produk beberapa film pun, baik yang berasal dari India, Barat ataupun domestik (nasional), juga mengandung sejumlah pesan yang mendidik. Misalnya, masalah keluarga, kasus-kasus kriminal, dan cerita heroik di mana tokoh kebaikan akan melibas penjahat diselingi dengan adegan-adegan seru, menegangkan, kadang juga diselingi unsur roman dan humor. Dengan kata lain, upaya pewarisan nilai-nilai budaya kepada generasi muda itu harus melewati media yang sedapat mungkin disesuaikan dengan situasi dan keadaan jaman sekarang (modern). Misalnya, pementasan *kethoprak plesetan* dan pementasan wayang kulit yang dibarengi atau diselingi dengan *badutan* dengan pelawak-pelawak *kondang*. Ada kemungkinan, cara tersebut akan lebih membuahkan hasil dikaitkan dengan upaya pewarisan nilai-nilai budaya kepada generasi penerus.

Sejumlah info diperoleh melalui penuturan pelajar puteri di SMTP. Ia ternyata lebih sering mendengarkan dan menyimak pesan-pesan kehidupan melalui

rubrik sandiwara daerah (RRI). Selain itu, juga siaran pedesaan dan keagamaan di kala pagi hari (RRI dan amatir). Acapkali ia juga menyaksikan televisi, TVRI maupun swasta, terutama melalui paket drama dan *telenovela*. Dari sana cukup banyak nilai-nilai kehidupan yang sesungguhnya amat bermanfaat bagi kita. Sayang sekali, media pertelevisian kita sampai saat ini amat jarang menggali berbagai cerita rakyat, legenda, ataupun babad yang sesungguhnya mengandung banyak nilai-nilai tuhur nenek moyang kita tempo dulu. Dalam acara yang dikemas secara baik oleh salah satu televisi swasta, kita bisa saksikan bagaimana kehebatan *White Snake legend* menghinoptis khalayak pemirsa di Indonesia, padahal kita tahu itu merupakan rekayasa aktualisasi legenda rakyat Cina kuno. Lalu mengapa TVRI yang notabene merupakan media *panutan* di negara kita tidak mau belajar dari televisi swasta tersebut atau paling tidak berupaya membidani lahirnya legenda, babad rakyat melalui *Production House* yang meski mahal biayanya, tetapi manfaatnya relatif banyak karena muatannya bisa disesuaikan dengan budaya Timur yang sesungguhnya tak kalah mutunya dengan drama, film impor dari mancanegara. Mengapa legenda rakyat semacam Si Malin Kundang dan Sangkuriang yang menggambarkan kisah percintaan sejenis *Oedipus Complex* (Sigmund Freud) di masyarakat Yunani tempo dulu tidak dicoba untuk diangkat dan direvisi, diaktualisasikan dalam bentuk drama, sinetron ataupun film. Mengapa film-film heroik semacam Cut Nya Dien dan Pangeran Diponegoro cenderung kurang diminati oleh masyarakat kita? gejala apa ini? Bisa jadi, itulah salah satu ciri masyarakat transisi yang berada di persimpangan nilai, tradisional dan modern. Kaki yang satu belum sepenuhnya lepas dari nilai-nilai lama, sementara pada saat yang bersamaan kaki satunya belum sepenuhnya mengacu pada nilai-nilai yang baru. Jadi, di sini tidak, di sana apalagi!

Desa Karangtalun. Di kalangan pecandu berat kesenian daerah, khususnya wayang kulit, sangat berharap agar peran media massa radio lebih ditingkatkan lagi supaya bagian dari budaya lokal tersebut mampu bertahan dalam jaman yang serba tak menentu seperti era globalisasi ini, demikian diungkapkan oleh beberapa informan (Bapak) ketika diwawancarai.

Dikemukakan oleh seorang Bapak empat orang anak yang sehari-harinya bekerja sebagai buruh (tidak tamat SD), ia mendengarkan media radio, khususnya untuk rubrik wayang kulit tidak sebatas mencari hiburan. Menurutnya, wayang kulit bukan hanya merupakan tontonan, tetapi juga tuntunan. Perlu diketahui, kisah wayang adalah duplikat hidup kemasyarakatan. Tentu saja, banyak ajaran mulia yang terkandung di dalamnya, seperti moral, budi pekerti, dan filsafat hidup yang merupakan sublimasi dari ajaran agama. Jelas bahwa itu penting untuk dihayati oleh kita semua, termasuk *kawula muda*.

Cara pandang yang agak berbeda dikemukakan oleh Bapak tamatan SMTP yang mengaku bekerja sebagai wiraswastawan. Pada prinsipnya, secara pribadi ia merasa lebih tertarik kalau melihat pementasan terbuka secara langsung (pertunjukkan rakyat), baik itu kesenian *kethoprak* ataupun wayang kulit. Pendek kata, rasanya tak cukup kalau hanya mendengarkan melalui media radio ataupun menyaksikan di tayangan televisi. Selanjutnya ia berpendapat bahwa melalui media tradisional tersebut maka proses pewarisan nilai-nilai akan lebih efektif hasilnya kalau dibandingkan dengan media massa, baik cetak maupun elektronik karena tetap saja kesannya kurang hidup, dan minim komunikatif dengan khalayak pendengar atau pemirsanya.

Muncul pandangan lain dari salah seorang petani tamatan SD yang pada prinsipnya kurang setuju dengan penyiaran wayang kulit *semalam suntuk* yang biasanya baru dimulai menjelang tengah malam. Mana mungkin, anak-anak mau memanfaatkannya karena rata-rata mereka terserang kantuk *ngantuk*. Dengan demikian, upaya sosialisasi lewat berbagai media massa tersebut jadi sia-sia (*muspro*). Sementara itu, ia mengakui bahwa rubrik lainnya, seperti siaran pedesaan amat bermanfaat bagi petani khususnya karena dengan demikian pengetahuannya tentang masalah-masalah pertanian bertambah. Sebagai contoh, kini ia tahu sebagaimana membudidayakan tanaman-tanaman baru (bibit unggul), pemupukan yang efisien, dan lain-lain informasi yang berkaitan dengan pembangunan di kawasan pedesaan, khususnya bidang pertanian.

Sementara itu, di antara ibu-ibu yang ditemui mengaku tak tahu banyak tentang seberapa jauh peran media massa lokal, khususnya elektronik (radio dan televisi) terhadap proses sosialisasi. Namun, mereka tak menyangkal bahwa dengan mendengarkan siaran pedesaan melalui media radio, mereka selain beroleh hiburan, juga sejumlah informasi seputar persoalan yang dihadapi petani pada saat ini. Selain itu, melalui rubrik-rubrik lainnya, wawasannya juga bertambah, baik tentang masalah keagamaan, kesehatan, pendidikan, maupun informasi lain yang dirasakan banyak manfaatnya. Berikut ini secara transparan dapat kita ikuti statemen dari informan setempat.

Seorang Ibu tidak tamat SD yang bekerja sebagai petani merasa dicekam kesunyian kalau tidak mendengarkan radio, khususnya RRI Nusantera II Yogyakarta. Beberapa mata acara yang paling disukainya, antara lain: berita dan rubrik kerohanian, seperti tuntunan agama, fajar imani, dan renungan agama. Tentu saja ia tak menyangkal bahwa khusus untuk rubrik yang disiarkan oleh media massa radio punya peran yang tak kecil artinya terhadap proses sosialisasi nilai-nilai keagamaan dan hidup ketetangaan (bermasyarakat).

Informasi lainnya berasal dari Ibu pedagang. Ia mengaku sempat menamatkan pendidikannya di SD. Sampai sekarang, apabila mendengarkan radio, biasanya waktunya sore atau malam hari. Acara yang disukainya adalah *karawitan*, seperti *uyon-uyon monosuka*, *gendhing-gendhing Jawa*, dan *pangkur jenggleng*. Selain itu, tentu saja ia juga senang akan pertunjukan *kethoprak* dan wayang orang. Menurutny, banyak ajaran moral yang sesungguhnya amat bermanfaat bagi kita semua yang dapat diketemukan pada siaran kesenian rakyat tersebut. Dalam penuturan selanjutnya, kadang ia juga berusaha nonton televisi kalau ada acara tayangan *kethoprak* atau wayang orang di rumah tetangga yang kebetulan masih terhitung famili dekat dengannya.

Sementara itu, di kalangan remaja, umumnya setuju jika dikatakan bahwa selama ini media massa telah berperan banyak dalam proses pewarisan nilai-nilai budaya (sosialisasi). Meskipun bagian terbesar di antara mereka hanya memanfaatkan media radio, tetapi mereka tak menyangkal adanya sejumlah informasi, pendidikan yang pada intinya mampu menambah wawasan, selain beroleh hiburan tentu saja. Untuk lebih hidup, berikut ini juga akan dipaparkan sedikit wawancara dengan salah seorang dari generasi muda tersebut.

Melalui siaran media massa radio, baik RRI maupun radio-radio amatir, banyak hal yang bisa diperoleh, demikian ungkap pelajar puteri SMTA. Paling tidak, pengetahuan kita akan bertambah, seperti seputar kehidupan remaja dan masalahnya, seni musik, pendidikan, keluarga, kebudayaan, hukum, dan kriminalitas.

Pelajar SMTA lainnya merasa bahwa akhir-akhir ini jarang sekali ada pertunjukkan langsung di desa setempat, misalnya kesenian *jathilan*, *reog*, *kethoprak*, dan wayang. Dengan demikian, ia jarang sekali sempat melihat pertunjukkan hidup di panggung-panggung terbuka. Kini, paling-paling ia hanya bisa mendengarkan lewat media radio atau kadang-kadang juga melalui tayangan layar kaca. Baginya, justru pertunjukkan rakyat di panggung terbuka itu lebih mengena dan cukup efektif karena dengan cara semacam, kawula muda khususnya akan semakin mencintai produk budaya lokal '*witing tresna jalaran saka kulina*.' Lebih jauh, dikatakannya bahwa bisa saja dalam upaya pewarisan nilai-nilai budaya tersebut dibarengi dengan pemutaran film-film *Jayar tancap* (produksi keliling) yang biasanya digelar di lapangan atau tempat-tempat terbuka lainnya. Yang jelas, media seperti itu juga komunikatif, murah-meriah sehingga banyak pesan-pesan pembangunan yang bisa disampaikan dalam kesempatan itu, tanpa khalayak menyadarinya.

Sampai di sini, ternyata banyak hal yang begitu saja diungkapkan oleh sejumlah informan yang berhasil diwawancarai, baik dari generasi tua, jenis kelamin (*gender*), maupun variabel tingkat pendidikan mereka. Dari sini, sekurang-kurangnya diperoleh asumsi bahwa sekecil apa pun, mereka menganggap media massa turut berperan dalam upaya pewarisan nilai-nilai budaya. Hanya saja, perlu disadari bahwa itu bukan satu-satunya cara. Banyak hal bisa ditempuh, antara lain dengan menghidupkan kembali media tradisional dan pemutaran film-film produksi keliling yang konon beberapa kali pernah diselenggarakan di desa setempat. Meskipun semua informan di Desa Karangtalu ini tidak punya media lain, selain radio tetapi banyak di antaranya yang seringkali memanfaatkan media lainnya, terutama televisi.

D. PENGARUH TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL, BUDAYA, DAN EKONOMI

Sejalan dengan akselerasi teknologi informasi dan komunikasi yang begitu hebat dalam era globalisasi ini, keberadaan media massa dewasa ini boleh dikata sudah merupakan bagian yang terpisahkan dalam hidup kita. Jelas pengaruhnya pasti ada, baik dalam relasi sosial, kultural maupun dalam tatanan ekonomi domestik khususnya. Data empirik memperlihatkan munculnya fenomena pergeseran beberapa aspek kehidupan, antara lain: pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi (*iptek*), matapencaharian, kesenian dan mobilitas penduduk. Ada beberapa kasus yang muncul di kalangan masyarakat. Misalnya, kecenderungan distorsi perilaku beberapa individu dalam bentuk mengedepankan sikap 'sok kuasa' 'sok jagoan'. Budaya pamer kekuasaan atau kekuatan tersebut sesungguhnya merupakan wacana hukum rimba di jaman *postmodern* ini. Prinsip aturan utamanya: siapa kuat (berkuasa) dia yang menang, dia jualah letak kebenaran. Praktek semacam itu kian berkembang di sekeliling kita.

Selain itu, gaya hidup kelewat modern pun mudah kita lihat di sana-sini, baik dari busana, asesoris, maupun potongan rambut yang *trendy (ngetren)*, tetapi yang justru aneh (*nyleneh*) di mata generasi tua. Kini kita sulit membedakan, mana laki dan mana perempuannya. Mereka sama-sama *gandrung* pada mode kebarat-baratan (*westernisasi*), pakaian aneh-aneh, tubuh penuh *tatto*, rambut *dikliwir*, asesoris nyentrik lainnya, seperti laki-laki pakai anting dan cuping di hidungnya. Masyarakat sendiri mulai kehilangan fungsi pengendalian sosial (permisif) sehingga ikut menyuburkan pola pergaulan bebas di kalangan muda-mudi.

Tentu saja pengaruh positif dari media massa juga ada. Kini orang cenderung berpikir praktis, pragmatis, efisien, dan rasional (logis). Di sana-sini muncul kreativitas dan inovasi di banyak bidang. Meningkatkan wawasan khalayak untuk lebih berorientasi ke masa depan. Muncul produk inovatif di bidang iptek dan kreasi seni sehingga muncul warna-warna baru yang lebih sesuai dengan kepribadian Timur. Selain itu, berbagai informasi dari media massa secara langsung ataupun tidak, juga ikut membidani berlomba-lombanya sebagian penduduk pedesaan untuk berurbanisasi ke kota-kota besar, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang.

Kelurahan Warungboto. Bapak alumnus sebuah akademi yang menggeluti dunia wiraswasta menganggap bahwa melalui media elektronik, khususnya TVRI, ada perubahan pola pikir karena apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut dapat ditiru dan dilacak kiat-kiat keberhasilan tokoh (figur) wiraswastawan sukses. Selain itu, kita pun sedikit-banyak menjadi tahu bahwa dalam masa transisi seperti sekarang ini, di sana-sini tampak terjadinya perubahan tata nilai. Tak sedikit di antara nilai-nilai itu yang dalam prakteknya jauh berbeda dengan tradisi kita. Media televisi juga mempengaruhi gaya hidup khalayak pemirsanya, misalnya waktu untuk berangkat tidur sekarang menjadi lebih larut, dulu antara pukul 21.00 WIB, bisa jadi sekarang sekitar tengah malam, kita baru tidur. Pergeseran juga tampak dari pakaian dan penampilan seseorang. Busana jaman sekarang tak lagi sekedar penutup aurat dan berfungsi untuk kesehatan, tetapi unsur estetis dan penonjolan bagian-bagian tertentu dari tubuh justru lebih menonjol. Pada aspek kehidupan lainnya, tampaknya pola perilaku sekarang ini ada kecenderungan hanya mengikuti dan mengidentifikasi pada segala apa yang dilihatnya. Di lain pihak, melalui tayangan media televisi, kita dapat melihat berbagai kemajuan ilmu dan teknologi dari negara-negara industri maju. Ini tentunya membuka peluang untuk berusaha mentransfer kehebatan iptek tersebut.

Bapak lulusan SMTA karyawan sebuah kantor swasta di kota ini juga mengaku bahwa media televisi juga membawa pesan informasi tentang kemajuan di bidang iptek khususnya. Selain itu, televisi juga memberikan sejumlah informasi tentang matapencaharian yang pada era liberalisasi perdagangan ini kian kompleks dan rumit. Banyak manfaat yang bisa dipetik di sini, antara lain kita punya gambaran tentang berbagai peluang kerja yang menguntungkan. Kemudian penekanan pada unsur praktis dan efisiensi tampaknya lebih dikedepankan dalam banyak bidang pekerjaan. Paling tidak informasi tersebut menyebabkan pemikiran baru sehingga orientasi kerja bagi calon tenaga kerja tak lagi '*white collar job*,' begitu! Selain itu, paling tidak kita lebih arif untuk berpaling dari sektor negeri karena kesempatan kerja di swasta

pun kini cenderung membawa sepercik harapan yang kadang bahkan jauh lebih baik dibandingkan negeri, misalnya tingkat kesejahteraan dan finansialnya. Melalui media televisi, kita tahu bahwa ada banyak kesenian daerah yang kembang-kempis nasibnya. Namun, di lain pihak ada beberapa jenis kesenian lokal yang dicuatkan ke permukaan lewat penayangan di layar kaca, dan memang digemari banyak publik. Dengan demikian, khalayak menjadi paham bahwa suatu produk budaya dalam perkembangannya, bisa maju ataupun mundur, hidup atau mati! Ada pun pengaruh lainnya, terutama aspek mobilitas penduduk. Kita tahu bahwa kini masyarakat meningkat frekuensinya bepergian ke luar daerah. Tentu saja banyak faktor yang mendukung meningkatnya mobilitas penduduk itu, antara lain kian baiknya sarana transportasi. Selain itu, juga akibat penyebarluasan informasi dan komunikasi yang semakin merata di segenap penjuru, termasuk di antaranya peran dari media massa.

Sementara itu, di kalangan Ibu ada anggapan bahwa dengan memanfaatkan media cetak maka praktis pola pikir kian bertambah luas, demikian diungkapkan oleh informan tamatan SMTA yang kini bekerja sebagai PNS. Melalui media massa tersebut, kini tampak ada gejala mulai menurunnya nilai-nilai lama yang luhur, misalnya banyak kasus perkosaan dan segala bentuk tindakan pelecehan seksual lainnya, baik terhadap wanita maupun anak-anak usia belasan tahun. Dewasa ini, secara implisit ada kecenderungan terjadinya benturan budaya, antara lama dan modern sehingga pegangan bakunya nyaris lumpuh. Itu sebabnya banyak terjadi keguncangan dalam tatanan hidup masyarakat, terutama di kota-kota besar yang nyaris meninggalkan bentuk *masyarakat paguyuban*. Media massa juga berperan mempengaruhi terjadinya distorsi perilaku sebagian khalayak, misalnya merebaknya sikap *sok kuasa, sok jagoan*, di mana hukum rimba kembali mencuat di permukaan dengan prinsip 'siapa yang kuat (berkuasa), dialah yang akan ke luar sebagai pemenang karena dialah letak kebenaran.' Selain itu, kita harus hati-hati menyikapi pengaruh media massa, terutama dalam pemberitaan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) mengingat dalam prakteknya, tidak semua unsur penemuan baru di bidang tersebut cocok untuk diterapkan secara langsung dalam struktur masyarakat kita yang sesungguhnya belum seratus persen bertumpu pada sektor industri. Bukan rahasia umum lagi bahwa suasana pemerintahan di negara kita saat ini masih didominasi kultur Jawa yang notabene diselimuti budaya petani yang masih berorientasi pada prinsip paternalistis. Jelas di sini faktor mendewakan figur Bapak yang keterlaluan, sedikit-banyak menghambat jalannya pembangunan di negeri ini.

Dalam pemikiran Ibu rumah tangga yang pendidikannya setingkat SMTA, melalui media massa, kini kita tahu terjadi banyak pergeseran di bidang pekerjaan. Ada kemungkinan disebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat itu sendiri sejalan dengan akselerasi pembangunan di segala bidang kehidupan. Di bidang lainnya, yakni kesenian daerah khususnya, harus diadakan pembinaan sehingga mampu berkembang untuk mengantisipasi intervensi kebudayaan asing (Barat).

Dipaparkan selanjutnya bahwa kini fenomena mobilitas penduduk kian meningkat sejalan dengan kian kompleksnya hasil-hasil pembangunan di banyak daerah di seluruh wilayah Nusantara, terutama di kota-kota besar, seperti Metropolitan Jakarta. Dengan kata lain, mobilitas penduduk, terutama dari desa ke kota (urbanisasi), khususnya menuju ke kota-kota besar, sudah mencapai taraf berlebihan sehingga menimbulkan permasalahan besar, baik di daerah asal urbanisasi tersebut, maupun di tempat tujuan.

Di kalangan generasi muda, muncul anggapan TVRI kurang mampu bersaing dengan mitra kerjanya, yakni televisi swasta. Oleh karenanya, jarang generasi muda yang secara rutin menyaksikan tayangan-tayangan kebudayaan daerah sehingga kesulitan untuk menjawab ketika diajukan pertanyaan tentang seberapa jauh peran yang telah dijamin oleh TVRI terhadap upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, demikian dipaparkan oleh seorang mahasiswa di salah satu PT di kota Yogyakarta ini. Media lainnya, seperti radio juga berperan mengubah pola pikir khalayak pendengarnya. Fakta menunjukkan bahwa cara berpikir logis-rasional-fragmatis menunjukkan adanya perubahan orientasi dalam pola berpikir masyarakat pada umumnya, terutama di kalangan mereka yang berpendidikan tinggi. Mengenai pengaruh media pada tata nilai, sesungguhnya (andaikata ada), terjadinya tidak secara langsung mengingat intensitas nilai-nilai itu sangat tergantung pada pribadi orang per orang.

Menurut salah seorang pelajar SMTA, pengaruh media massa terhadap gaya hidup sesungguhnya tak soal. Jadi, biar pun *kawula muda* itu berpenampilan serba modern, tetapi yang penting perilakunya tetap berlandaskan pada nilai-nilai agama yang kita anut. Yang penting di sini, justru bagaimana kita mampu mengadopsi nilai-nilai baru yang kira-kira mendatangkan manfaat, bukannya unsur-unsur yang efeknya negatif. Kita harus senantiasa mempertahankan perilaku sopan-santun dan tahu etiket. Kini seiring dengan kemajuan jaman, akselerasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah banyak mendatangkan sejumlah manfaat bagi masyarakat. Namun demikian, kita harus tetap waspada karena tak sedikit mengalminya produk modern dari luar tersebut telah terkontaminasi

dengan sejumlah nilai-nilai asing yang kurang pas bagi masyarakat Timur. Untuk itu, yang penting adalah bagaimana kita masing-masing menyikapinya dengan cara menyiapkan filter untuk menyaring mana yang baik dan layak dikonsumsi, dan mana pula yang mesti dibuang. Membajimya produk teknologi modern dalam tatanan masyarakat, mau tak mau mempengaruhi bidang pekerjaan yang kini cenderung ke arah efisiensi, penghematan di segala bidang. Perubahan nyata terlihat dari pergeseran sistem padat karya ke arah padat modal, khususnya di industri berskala besar (industri hulu). Berkembangnya berbagai jenis matapencaharian itu seiring dengan merebaknya spesialisasi di bidang keahlian (profesi akademisi).

Melalui media massa, kita dikondisikan untuk bersikap terbuka. Misalnya, di bidang kesenian, kalau ingin tetap *survive* dan berkembang maka tak ada pilihan lain, kita mesti bersedia menerima unsur-unsur kesenian lain, dari mana pun datangnya. Justru sikap keterbukaan tersebut amat positif karena kita bisa bikin ramuan lebih komplisit dan bervariasi, khususnya berkaitan dengan pengembangan kebudayaan daerah.

Aspek lainnya yang terpengaruh oleh eksistensi media massa adalah mobilitas. Untuk mobilitas fisik, jelas kini ada kecenderungan meningkat drastis. paling tidak itu mencerminkan meningkatnya kondisi keuangan masyarakat, dan kian membaiknya sarana dan prasarana transportasi di seluruh wilayah Nusantara ini. Di lain pihak, mobilitas sosial juga meningkat dengan tempo yang relatif kuat. Ada dugaan, faktor penyebab utamanya adalah semakin meningkatnya bekal pendidikan masyarakat sehingga Si Naya dan Si Suta yang asli desa, kini telah berhasil meniti karier menjadi seorang wiraswastawan sukses di Jakarta. Perubahan status sosial tersebut kini tidak saja terjadi karena faktor keturunan (*ascribed status*), tetapi juga dimungkinkan oleh mutu atau kualitas sumberdaya (*achieved status*). Begitulah salah satu ciri khas perjalanan masyarakat dari agraris menuju industri senantiasa tidak lepas dari *fenomena kesemrawutan* mobilitas fisik maupun mobilitas sosial yang mewarnai kehidupan, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Desa Baturetno. Di kalangan informan, umumnya juga menganggap ada peran yang dimainkan oleh media massa yang nyata mendatangkan pengaruh, khususnya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat. Agar lebih jelas, berikut ini akan dideskripsikan tentang opini dari sejumlah informan yang berhasil diwawancarai.

Menurut Bapak tamatan SMTA yang bekerja sebagai salah seorang perangkat desa setempat, kehadiran media radio di tengah-tengah keluarga jelas mempengaruhi pola pikir, misalnya bertambahnya sejumlah informasi tentang masalah sekitar pertanian. Aspek lainnya yang mesti diperhatikan adalah melemahnya atau bahkan memudarnya kontrol sosial masyarakat (permisif) akibat terlalu seringnya disuguhi pola pergaulan bebas yang memang menjadi salah satu ciri kebudayaan Barat. Pengaruh lainnya adalah meningkatnya gaya hidup konsumtif (*consumer culture*) di kalangan masyarakat luas, baik di desa maupun di kota. Yang lebih memprihatinkan lagi adalah munculnya fenomena peniruan secara mentah-mentah (imitasi) dari sebagian *kawula muda* terhadap pola-pola kelakuan dari luas, terutama pada sisi negatifnya. Misalnya, era keterbukaan dan suasana demokratis yang kemudian disalahartikan sebagai terlepasnya etika sopan-santun tat kala berhadapan dengan orang tua.

Pendapat lainnya datang dari seorang pensiunan yang tamatan SMTP. Kini dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) berkembang secara pesat. Namun, kenyataan, praktek perbuatan menyimpang di masyarakat pun tak kalah cepatnya. Mungkin gejala tersebut disebabkan ketidakimbangan antara kemajuan ilmu pengetahuan dengan pembinaan rohani keagamaan. Karena itu, tidak mengherankan apabila produk yang dihasilkan dari model pendidikan sekarang ini adalah petualang ilmiah yang rakus mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya, seperti kasus manipulasi, korupsi, kolusi, dan berbagai bentuk penyelewengan lainnya yang kian hari bukannya surut, tetapi justru berkembang meluas (*ngambra-ambra*).

Selain itu, gejala di masyarakat yang nyata terlihat adalah bermunculan jenis-jenis matapencaharian (pekerjaan) baru. Kini bukan barang aneh kalau terlihat banyak perempuan yang bekerja sebagai kuli bangunan, sopir, bahkan sampai *tukang ojek* pun digelutinya, padahal jenis pekerjaan tersebut kan dulunya analog dengan tenaga kerja laki-laki. Begitulah, banyak- sedikitnya, media massa juga turut berperan atas terjadinya spesialisasi kerja di banyak bidang kehidupan.

Sedangkan beberapa pendapat di antara ibu-ibu, ternyata media massa dianggap menambah maju pola pikir masyarakat, demikian diungkapkan oleh seorang ibu tamatan SMTA yang kini khusuk menggeluti dunia wiraswasta. Masyarakat semakin menyadari pentingnya memperkuat budaya Timur untuk mengantisipasi peluberan budaya asing yang menjerumuskan. Aspek lainnya,

yakni di daerah pedesaan, gaya hidup sebagian masyarakat juga sudah berorientasi pada aspek modernitas dalam kehidupan sehari-harinya. Lucunya, nilai-nilai tradisional pun tampaknya masih melekat sehingga nilai-nilai yang diacu malahan cenderung kacau-balau. Dalam bentuk perilaku, masyarakat tampaknya kini permisif terhadap pelanggaran norma-norma susila, seperti *kumpul kebo*, perkawinan hamil duluan seakan-akan sudah merupakan hal biasa.

Lain lagi pendapat seorang ibu rumah tangga yang mengaku berbekal pendidikan setingkat SMTP ini. Terus-terang, dari media massa elektronik, khususnya televisi, ia menjadi terbuka bahwa banyak hal yang bisa dikerjakan oleh ibu rumah tangga untuk menambah penghasilan keluarga. Beberapa alternatif yang bisa ditempuh, antara lain dengan memanfaatkan halaman, pekarangan untuk usaha, seperti kebun, taman, peternakan, perikanan dan sebagainya. Di lain pihak, ia juga tak menutup mata bahwa televisi kadang membawa pengaruh yang kurang baik bagi pendidikan anak-anaknya. Sebagai contoh, dewasa ini banyak televisi swasta yang menayangkan film-film keras yang penuh dengan adegan sadis, seperti pembunuhan 'dar-der-dor' menghilangkan nyawa seseorang bagaikan membunuh ayam saja. Itu, kan berakibat tidak baik bagi perkembangan pribadi anak-anak nantinya.

Lulusan SMTA yang kini berstatus PNS yakin sekali atas asumsinya bahwa banyak perilaku di kalangan masyarakat kini, salah satunya akibat pengaruh menyaksikan layar kaca tanpa disertai tindakan seleksi secara ketat. Sebut saja, baik siang maupun sore hari, televisi banyak yang menayangkan film-film romantika yang mestinya hanya boleh disaksikan oleh orang dewasa.

Memang, tak salah kalau orang beranggapan yang modern itu pasti lebih baik, dengan catatan kalau yang diambil itu aspek positifnya saja. Celakanya, justru yang diadopsi oleh banyak pihak itu hanya sebatas unsur-unsur negatifnya. Untuk itu, masing-masing orang harus senantiasa meningkatkan kewaspadaan (mawas diri) serta berusaha secara nyata untuk menjauhkan segala bentuk pengaruh yang tidak pantas (negatif).

Versi lainnya datang dari generasi muda yang pada pokoknya beranggapan bahwa media massa, khususnya elektronik (radio dan televisi) punya pengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pendengar dan pemirsanya. Demikianlah, untuk lebih jelasnya, bisa diikuti beberapa perbincangan dengan mereka.

Khususnya untuk media massa radio (*audio*), pengaruh yang dirasakannya adalah pergeseran ke arah pola pikir yang cenderung praktis, efisien, dan modern, demikian tutur salah seorang remaja pelajar SMTA. Di lain pihak, kadang ia merasa bingung, nilai-nilai mana yang harus diacu: lama atau modern, tradisional atau Barat? Sementara dalam masyarakat kini banyak sekali praktek-praktek yang jauh dari budaya malu (*Shame Culture*) yang dulu senantiasa ditanamkan oleh nenek moyang kita.

Ditambahkannya, saat ini pada sebagian kawula muda muncul fenomena baru, yaitu gaya hidup yang tendensi kebarat-baratan, misalnya kebiasaan minum-minuman keras, *pil koplo*, berbusana aneh-aneh (laki-laki maupun perempuan), penggunaan asesoris '*nyleneh*' yang konon justru dibilang *ngetren* (*njamani*). Intinya, ada unsur pendewaan segala hal yang datangnya dari Barat (materialistis). Ini sungguh berbahaya apabila penjajahan kultur itu tidak segera dicarikan jalan keluarnya oleh pihak terkait secara komprehensif. Tentu saja, sikap sedemikian tersebut akan mempengaruhi perilaku mereka. Oleh sebab itu, yang terpenting saat ini adalah pemberian keteladanan dari para orang tua dan sesepuh bangsa.

Remaja lainnya yang juga pelajar SMTA (puteri), beranggapan bahwa pengaruh media massa elektronik, khususnya televisi amat luas dimensinya. Dalam pola pikir, jelas pengaruhnya pada munculnya fenomena efisiensi dan kebebasan dalam arti terbatas dan bertanggung-jawab. Ini tercermin dalam tatanan nilai, baik di tingkat keluarga, masyarakat, maupun di sekolah, tampaknya kini lebih demokratis, terbuka sehingga seorang anak, remaja, pelajar, dalam batas-batas tertentu, boleh saja mengajukan kritik atau keberatan terhadap orang tua, tokoh masyarakat (formal maupun informal) dan guru (pendidik). Harus diakui bahwa kini pola pendidikan telah bergeser karena televisi juga memainkan peran pendidik yang justru efektif. Betapa tidak, mereka tak tahu waktu, dari pagi hingga larut malam mendatangi banyak keluarga di dunia ini. Di sini tak ada dimensi ruang maupun waktu. Bahkan, tak salah kalau televisi juga tak punya sopan-santun karena masuk ke rumah dengan cara *nyelonong* begitu saja, tanpa *ba-bi-bu* (*kulonuwun*) terlebih dahulu kepada pemilik rumah. Jelas sekali bahwa anak-anak sekarang lebih lama waktunya dihabiskan di depan layar kaca daripada saat yang digunakan untuk berbincang dan bercengkerama dengan keluarga, teman-teman sepergaulannya di lingkungan sosialnya, maupun dengan guru dan teman-temannya sekolah. Opini yang berbeda muncul dari kalangan sosial lainnya berikut ini.

Di lain pihak, sebagai remaja, jelas ia tak menyangkal kalau televisi juga merangsang tumbuhnya minat anak didik ke arah transfer teknologi, penemuan baru, dan kreativitas lain di bidang ilmu pengetahuan. Dalam jaman yang serba modern seperti sekarang ini, banyak di antara kita yang suka meniru, apalagi remaja yang notabene dalam perjalanan pematangan kepribadian mudah sekali bagi mereka dalam pencarian identitas tersebut untuk meniru dan mengadopsi unsur-unsur apa saja yang gampang diterimanya. Persoalan muncul karena justru yang paling menarik dan relatif gampang ditiru (imitasi) tersebut adalah unsur negatifnya. Untuk itu, ia mengharapkan agar pihak media massa elektronik, khususnya televisi, baik TVRI ataupun televisi swasta, janganlah terlalu mengejar segmen khalayak sebanyak-banyaknya dengan cara yang tidak terpuji, yakni mengorbankan kepentingan khalayak pemirsanya.

Desa Karangtalun. Seorang Bapak tamatan SD yang kini hidup sebagai pedagang mengakui bahwa dengan mendengarkan radio maka bertambah luaslah pemikirannya. Selain itu, sebagai orang tua, ia harus mengikuti perkembangan sehingga dapat memahami munculnya nilai-nilai baru yang kadang bertolak belakang dengan apa yang dulu diterima dari generasi sebelumnya. Namun, ia juga merasa was-was dengan segelintir orang yang bergaya hidup modern sehingga tampaknya lebih mengedepankan prinsip pergaulan bebas, terutama di kalangan muda-mudi di kota-kota besar khususnya.

Seorang petani (SD) mengatakan bahwa dari radio, ia banyak tahu informasi dan merasa kagum akan pencapaian ilmu dan teknologi yang serasa tak masuk di akalnya. Misalnya, ia tak bisa membayangkan bagaimana sekarang ada kendaraan luar angkasa yang hilir-mudik ke bulan. Selain itu, sekarang ini ada begitu banyak jenis pekerjaan yang dulu sama sekali tak dikenalnya. Mungkin itu disebabkan melonjaknya kebutuhan masyarakat modern yang dibarengi dengan mutu pendidikan anak-anak yang kian membaik.

Petani lain yang lulusan SMTP merasa lebih terbuka wawasannya dengan mengikuti siaran media massa radio, terutama tentang ragam kesenian dari daerah-daerah lain di Indonesia. Namun, justru meningkatnya pengetahuan akan potensi yang ada di lain daerah tersebut jadi faktor pemicu timbulnya *urbanisasi berlebih* di kalangan generasi muda yang memang termasuk angkatan kerja produktif. Akibatnya sangat luas, misalnya banyak pekerjaan di desa yang belakangan ini terbengkalai (*ngenthang-enthang*) karena begitu sulitnya mencari tenaga kerja setempat. Ironisnya, *kawula muda* asal desa-desa tersebut justru lebih tertarik untuk berbondong-bondong ke kota-kota besar, sekedar menjadi

buruh bangunan atau pabrik (industri), bahkan tak sedikit di antaranya yang pada akhir cerita jatuh ke dalam kubangan lumpur kota besar, yakni menjadi gelandangan (pengangguran). Biasanya, ada rasa keengganan di hati untuk pulang ke desanya, apa pun yang terjadi di kota tempat tujuannya tersebut.

Sementara itu, di antara ibu-ibu yang ditemui juga beranggapan melalui pemanfaatan media massa itulah maka mereka punya banyak informasi sehingga tahu banyak hal, demikian diungkapkan oleh seorang petani yang *nyambi* dagang lulusan SD tersebut. Banyak hal telah berubah sekarang, misalnya munculnya nilai-nilai baru yang menggeser tatanan nilai lama, kecenderungan orang menganut gaya hidup modern, mewah, dan pola hidup bebas yang sering terkesan '*keblinger*'.

Kini banyak anak yang sangat terbuka komunikasi dengan orang tua. Sering juga terlihat perilakunya meninggalkan adat *unggah-ungguh* karena pengaruh jaman, misalnya meniru tokoh televisi. Selain itu, perkembangan ilmu dan teknologi (iptek), tampaknya juga mempengaruhi kreativitas anak.

Komentar lain berasal dari ibu rumah tangga yang berpendidikan setingkat SD. Gejala yang ada sekarang adalah berubahnya nilai kerja. Banyak di antara warga masyarakat setempat yang konon memilih bekerja di kota-kota besar, seperti Jakarta, Surabaya. Sebagai pembantu rumah tangga sekalipun tetap merupakan alternatif yang lebih baik daripada menjadi petani di desa asalnya. Sedang di kalangan pembantu rumah tangga lainnya, ada yang *kurang nrimo*, lalu menjadi buruh pabrik (industri). Bahkan, ada sebagian di antara mereka, kini bekerja sebagai TKI di luar negeri, seperti Malaysia, Brunai, Arab, dan Singapura. Aspek lainnya lagi adalah kekacauan dalam kesenian sebagaimana kita lihat dan dengar dari media elektronik, sulit untuk membedakan yang mana unsur-unsur kesenian asli (daerah), mana pula yang dianggap seni modern.

Sementara itu, di kalangan generasi muda merasa bahwa media massa elektronik khususnya telah membawa perubahan di banyak bidang kehidupan, demikian diungkapkan oleh seorang pelajar puteri SMTP berikut ini.

Oleh karena adanya pengaruh media massa elektronik, kini pola pikir lebih modern, cenderung efisien, dan praktis. Remaja kini banyak yang mengikuti pola tatanan nilai baru yang sesuai dengan kemajuan jaman. Kekhawatiran lain muncul sehubungan dengan mulai menjamurnya gaya hidup mewah, konsumtif di kalangan keluarga berada (mampu) akibat tergiur iklan yang merupakan produk mutakhir.

Dituturkan selanjutnya, kini ada gejala perilaku di kalangan anak muda yang terlalu bebas, anak laki-laki pakai anting-anting di telinga maupun di lubang hidung yang mirip orang Irian Jaya atau Indian tempo dulu. Selain itu, juga menggunakan asesoris lainnya, seperti kalung, gelang, dan potongan *rambut kliwir*. Di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), peran media dapat menyulut tumbuh- kembangnya kreativitas, sekaligus membuka cakrawala pemikiran tentang terkuaknya berbagai kemungkinan, seperti penemuan baru (inovasi). Secara terpisah, juga ditemui pelajar lainnya (SMTA) sebagaimana dituturkannya berikut ini.

Dari media massa, ia jadi tahu adanya perubahan nilai di bidang pekerjaan (matapencaharian). Kini orang tak lagi banyak berharap menjadi pegawai negeri karena sektor informal (swasta) dan wiraswasta mulai menjanjikan peluang bagi seseorang untuk sukses di bidangnya masing-masing.

Selanjutnya diungkapkan, khusus di bidang kesenian tradisional yang beberapa jenis di antaranya disiarkan oleh media massa elektronik (radio maupun televisi), ternyata cukup banyak yang tak kalah mutunya, bahkan mampu bersaing dengan kebudayaan modern yang datang dari Barat (Ero-Amerika). Sementara itu, pengaruh media massa pun dirasakan dalam bidang mobilitas penduduk. Dewasa ini, aspek tersebut hampir tak terbendung lagi, baik dalam pilihan jenis pekerjaan, maupun perpindahan penduduk (migrasi) atau tepatnya proses urbanisasi menuju ke kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang. Fenomena tersebut, dalam batas-batas tertentu amat wajar kalau diingat saat ini diperkirakan sebanyak tujuh puluh persen dari keseluruhan anggaran pembangunan terpusat di Jakarta. Lalu berapa jatah daerah-daerah lainnya yang terbagi dalam dua puluh tujuh propinsi, kalau sisanya tinggal sekitar tiga puluh persen saja?

E. PROFIL MEDIA

Subordinat dari bab III yang satu ini memang agak berbeda. Semula dimaksudkan untuk menambah kejelasan informasi dari berbagai temuan empiris di ketiga lokasi: *urban*, *suburban*, dan *rural*. Ada pun media massa lokal elektronik yang dijadikan sampel dalam konteks ini adalah RRI Nusantara II Yogyakarta, Radio Retjo Buntung (RB-FM), Radio Mataram Buana Suara (MBS), dan TVRI Stasiun Yogyakarta. Beberapa hal yang hendak diungkap pada masing-masing kategori, antara lain: riwayat singkat, misi dan visi, pedoman siaran,

jangkauan frekuensi, klarifikasi acara (materi), siaran yang paling populer, paket kesenian daerah, bahasa yang digunakan, modal siaran, efektivitas program, macam kendala dan solusinya, dan upaya pengembangan kebudayaan daerah.

1. RRI Nusantara II Yogyakarta

Pada dasarnya, isi yang hendak diketengahkan ini merupakan hasil rangkuman dari sebanyak tiga informan pangkal pegawai RRI: Ton Martono selaku Kabid Penyelenggara Siaran, dari seksi Adat dan Budaya, masing-masing Bambang Nuryanto dan Sri Muryanti. Dikemukakan bahwa cikal-bakal RRI adalah MAVRO (*Mataramse Vereniging voor Radio Omroep*) yang mulai mengudara pada tanggal 22 Februari 1934. MAVRO tersebut merupakan salah satu stasiun radio pada jaman Belanda di kota Yogyakarta, selain *NIROM*, *Vadera*, *Veral*, dan *Van Wingen*. MAVRO didirikan oleh para bangsawan, seperti Pangeran Suryatmojo, Pangeran Hangabehi, Pangeran Pakuningrat, Pangeran Ir. Purbodinigrat yang bekerja sama dengan masyarakat Cina dan Belanda yang berada di Yogyakarta.

Semula MAVRO hanya melakukan siaran seminggu tiga kali mengudara melalui gelombang 55,97 m. Beberapa tahun kemudian telah diperkuat dengan pemancar baru gelombang 87,98 m dan 92,95 m, dan mulai menyelenggarakan siaran setiap hari. Ada pun bentuk siaran hanya berupa lagu-lagu Jawa, Cina, dan Belanda dari piringan hitam dengan tiga bahasa: Jawa, Melayu, dan Belanda. Penyiar saat itu yang terkenal, di antaranya RM. Sumarmadi dan RM. Kaurmet Van Halley. Ada pun pemancar dan studio yang digunakan adalah milik Belanda yang tergabung dalam radio *Vadera*.

Pada tahun 1938, atas bantuan dari HB. VIII, memiliki studio dan pemancar sendiri yang berada di Dalem Ngabehan dengan memanfaatkan gelombang 87,87 m. Barulah MAVRO menambah jam siaran dan menempatkan kesenian Jawa dengan porsi yang relatif lebih besar kalau dibandingkan dengan siaran musik. Kebanyakan berupa siaran langsung dari keraton, seperti pagelaran wayang kulit, wayang orang, tari Jawa, kerawitan dan sebagainya.

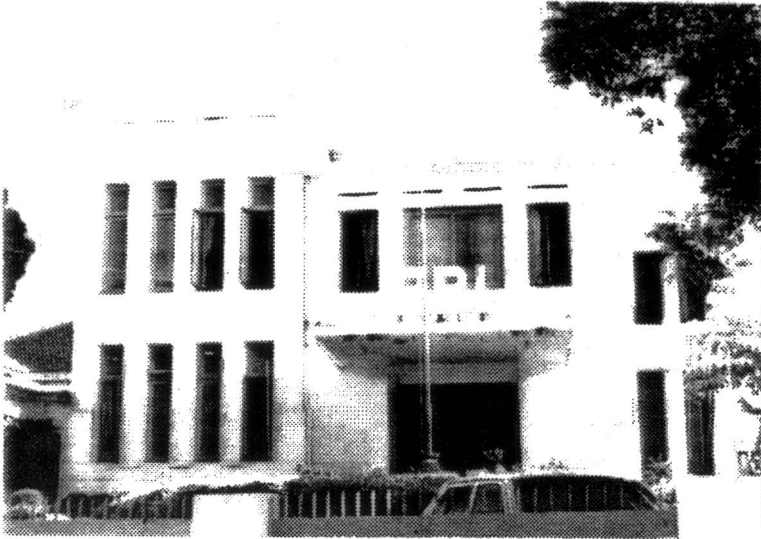


Foto 19. Studio RRI Nusantara II Yogyakarta

Kemudian pada jaman Jepang, kegiatan MAVRO terhenti. Pada tahun 1942, Jepang mendirikan stasiun radio Yogyakarta *Hura Kyaku* dan dikepalai oleh Nishinawa dengan tenaga dari *NAVRO*, *Veral*, dan *Van Wingen*. Kemudian studio MAVRO dipindahkan dari Ndalem Ngabehan ke Bedung Nilmy (sekarang kantor BNI 46), sedang pemancarnya dipindahkan ke jalan Terban Taman 37, yakni di rumah kelurahan Ir. Wreksodiningrat. Acara radio ini *merelay* siaran Tokyo yang berisi propaganda Jepang selaku saudara tua bangsa-bangsa di Asia. Sementara siaran hiburannya diserahkan pada orang-orang Indonesia. Selanjutnya mereka membentuk orkes studio pertama kalinya di Yogyakarta yang dipimpin oleh Suprobo. Radio ini hanya sempat beroperasi selama tiga setengah tahun hingga diproklamasikan kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945.

Setelah detik proklamasi, tepatnya pada tanggal 9 September 1945, Bapak Maladi mengadakan pertemuan di Jakarta sehingga pada 11 September 1945 berhasil merumuskan suatu keputusan, yakni berdirinya RRI sebagai wadah kegiatan penyelenggaraan siaran radio pemerintah. Bapak Soemarmadi, Sunaryo, Sudomomarto, Sudarso Wirokusumo, Dwidjoatmojo, dan Suharjono berhasil merebut pemancar Jepang dan mengumandangkan siaran pertama sebagai ra-

dio pemerintah Republik. Semasa revolusi, RRI sempat berpindah-pindah studio menempati daerah-daerah yang dianggap aman bagi kelangsungan siaran. Segera setelah pengakuan kedaulatan, RRI mampu membenahi diri dan bekerjasama dengan instansi lain, dan pada bulan Februari 1958 mulai menempati studio dan perkantornya di Jalan Amat jajuli 4 sampai sekarang.

Ada pun mengenai misi dan visi pokoknya telah tercantum dalam slogan 'Sekali Di Udara, Tetap Di Udara.' Intinya membantu pemerintah, khususnya dalam pemberitaan. Akan tetapi, sesungguhnya misi dan visi RRI senantiasa mengalami perubahan sesuai dengan kebijakan pemerintah dan suasana jaman. Sebagai contoh, pada saat lahirnya, RRI Yogyakarta cenderung berperan sebagai media pelopor perjuangan. Sejak tanggal 1 April 1969, RRI dikondisikan sebagai media pembangunan. Dalam siarannya, selain bersifat hiburan, juga menyisipkan informasi, edukasi, persuasi aspek pembangunan. Misi utamanya tak hanya berasal dari pemerintah pusat, melainkan juga pemerintah daerah, yakni menempatkan Yogyakarta sebagai kota ilmu pengetahuan, kota kebudayaan, kota pariwisata, dan kota perjuangan.

Durasi atau lama siarannya nonstop sehari semalam 24 jam penuh. Akan halnya siaran kebudayaan daerah, kurang- lebih selama 3 jam saja. Ada pun pedoman siarannya mengacu pada Instruksi Direktur Radio Nomor 848/DU/SEK/1992. Itu semua berlandaskan pada kebijakan pemerintah yang dalam hal ini adalah Departemen Penerangan RI: Pancasila sebagai landasan ideal, dan UUD 1945 sebagai landasan konstitusional serta GBHN yang setiap 5 tahun sekali disempurnakan itu merupakan landasan operasionalnya. Perlu dikemukakan juga bahwa sejauh ini, jangkauan siaran RRI Nusanantara II Yogyakarta telah meliputi banyak wilayah, antara lain: Jawa, Madura, Bali, dan wilayah Nusa Tenggara Barat.

Tentang klarifikasi acara (materi), komposisinya sebagai berikut: siaran berita 15 persen, informasi 10 persen, pendidikan dan kebudayaan 10 persen, agama 5 persen, olah raga dan hiburan 45 persen, niaga 10 persen, penunjang dan pelayanan masyarakat 5 persen. Siaran yang selama ini dianggap paling populer dalam skala waktu 1 tahun adalah wayang kulit, *kethoprak*, *uyon-uyon*, *macapat*, *santiswaran*, *kawatan*, *saran*, dan belakangan ini *campursari*.

Untuk paket kesenian daerah, misalnya siaran wayang orang Mataraman adalah dua kali sebulan dengan waktu kurang-lebih satu jam bergantian antara gaya Yogyakarta dan Surakarta. Pemantasan *dagelan Mataram* sebanyak dua kali dalam sebulan, dan *kethoprak* seminggu sekali. Untuk acara malam *tirakatan (mataram)*, biasanya setiap malam *Jumat Kliwon* antara pukul 23.00-24.00

WIB. *Tirakatan danyang Mataraman* itu, seperti *mocopatan* kemudian diulas. Selain itu, juga diselenggarakan apresiasi pedalangan sebulan sekali dengan lama siar sekitar satu jam.

Mulai tahun 1994, RRI sudah memiliki program kota dan daerah sehingga besarnya persentase untuk siaran niaga dikurangi. Khusus untuk siaran pendidikan dan kebudayaan yang dimaksudkan di sini adalah siaran-siaran yang isi dan tujuannya berupa pendidikan kepada masyarakat umum atau pendengar khusus. Sebenarnya pendidikan melalui siaran merupakan suatu upaya atau proses membimbing masyarakat dari kegelapan, kebodohan (ketidaktahuan) ke arah kecerahan pengetahuan. Sedangkan siaran kebudayaan adalah acara siaran yang isi dan tujuannya mengembangkan dan melestarikan budaya bangsa, mempertebal rasa harga diri dan kebanggaan nasional serta memperkokoh jiwa kesatuan nasional. Selain itu, digelar juga siaran seni budaya asing yang bermutu untuk lebih mengenal sehingga relatif dekat bangsa-bangsa lain, khususnya melalui bidang kebudayaan.

Ada pun jenis acara dari siaran pendidikan dan kebudayaan meliputi, siaran anak-anak, remaja, sekolah, pedesaan, keluarga berencana, wanita, pengetahuan umum, sastra, kesenian daerah, dan apresiasi seni. Yang dimaksudkan dengan apresiasi seni dalam hal ini ialah perkembangan berbagai kesenian ditinjau dari berbagai dimensi. Dalam acara apresiasi seni ini akan diungkapkan pendapat serta tanggapan para seniman dan pakar-pakar seni tentang toik-topik tertentu sehingga tercermin eksistensi kesenian di tengah-tengah masyarakat.

Materi apresiasi seni berasal dari kegiatan-kegiatan kesenian yang sedang menjadi perhatian masyarakat, baik di pusat-pusat kesenian maupun di kalangan masyarakat yang telah dirasakan sebagai aset nasional. Di samping itu, juga dilakukan pada puncak-puncak seni dari Luar Negeri. Ada pun sasaran apresiasi seni tersebut adalah masyarakat pecinta kesenian, kaum terpelajar dan sebagainya.

Sementara itu, yang dimaksud sebagai kesenian daerah adalah kesenian yang hidup dan berkembang di daerah-daerah yang merupakan ciri khas seni budaya daerah, seperti wayang kulit, wayang orang, wayang golek, yang kesemuanya itu bersifat apresiasi: seni Sunda, Jawa, Cianjur, seperti kethoprak, randal, dulmuluk, macapat, dan musik daerah tradisional. Siaran wayang bisa digolongkan menjadi hiburan dan kebudayaan. Disebut hiburan karena memang

wayang menitikberatkan pada pagelaran. Dikatakan bersifat kebudayaan manakala siaran tersebut membahas tentang wayang itu sendiri dari berbagai aspek atau acara secara apresiatif.

Pemakaian bahasa dalam penyelenggaraan siaran adalah kombinasi bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Sedang modal penyiarannya adalah langsung dan tunda. Artinya, pertunjukan disiarkan secara langsung, tetapi juga direkam untuk disiarkan kembali di lain waktu. Bentuknya bisa berupa uraian, dialog, sarasehan, drama, wawancara atau bahkan merupakan perpaduan antara sarasehan, drama, dan wawancara, juga berupa hiburan ringan, seperti uyonyon dan gadon. Pendek kata, bentuk siaran bersifat kondisional. Memang, di jaman serba canggih ini, ada gejala masyarakat di kota enggan mendengarkan radio, berbeda dengan halnya masyarakat pedesaan, terutama di daerah tertinggal. Di sana, rata-rata radio masih dijadikan sebagai media hiburan, berita, dan pengetahuan. Jadi, boleh dikata media radio tersebut masih cukup efektif di sana (desa).

Sebagai media massa elektronik lokal, RRI Nusantara II Yogyakarta cukup efektif untuk konsumsi masyarakat pedesaan, meskipun saat ini sudah ada sarana media cetak, seperti KMD (Koran Masuk Desa). Kenyataan bahwa sampai saat ini minat pembaca penduduk pedesaan masih terbilang rendah. Masyarakat mendengar suatu berita relatif lebih cepat melalui media radio.

Pada prinsipnya, tidak ada kendala yang serius, hanya tampaknya memang RRI kalah bersaing dengan radio-radio swasta niaga. Mengapa khalayak atau *pandemennya* kalah banyak? bagaimana pun, status RRI yang notabene milik pemerintah, paket siarannya sudah ditentukan aturan mainnya dari atas, berbeda halnya dengan radio amatir yang cenderung lebih improvisatif dalam upaya menjangkau khalayak pemirsa sebanyak mungkin. Di lain pihak, kalau toh hal ini dianggap sebagai kendala, RRI seringkali *nombok* manakala kebetulan menyelenggarakan pentas wayang kulit ataupun *kethoprak (life show)* yang hanya ditonton oleh sedikit orang. Selain itu, kadang RRI juga kebingungan dalam memilih kelompok (*group*) mana yang dianggap laik rekaman mengingat ada beberapa faktor yang mesti dipertimbangkan, antara lain: merealisasikan berbagai pedoman yang telah ditetapkan, biaya, dan persyaratan teknis calon yang hendak masuk dapur rekaman.

Dalam upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, memang diakui sampai kini belum menyentuh secara menyeluruh pelosok

pedesaan sehingga belum semua kebudayaan daerah bisa kami pancarkan karena terbentur dana dan fasilitas lainnya.

Selama ini, memang sudah ada upaya mengarah ke sana, misalnya dengan menjalin kerjasama dengan beberapa grup kesenian. Selain itu, pengarah acara mendatangi latihan dari kelompok-kelompok tersebut, sekaligus membina mereka sambil melakukan seleksi.

Dengan demikian, kiat yang jitu adalah mengadakan sarasehan, sekaligus menyeleksi para pengisi siaran dengan jalan mengundang pimpinan atau wakil satu-dua orang dari masing-masing kelompok (*grup*) *kethoprak*, ataupun keroncong yang ada di wilayah DIY dan sekitarnya untuk diberikan pelatihan tentang naskah dan teknik penyutradaraan. Untuk kesenian keroncong, yang penting adalah mengenai teknik penyampaiannya, dan apa yang berkaitan dengan musik itu sendiri tentunya. Untuk menarik minat maka mereka diberi sekedar insentif dalam mengikuti sarasehan dan pengarahannya tersebut.

2. Retjo Buntung (RB-FM)

Beberapa hal yang hendak diungkapkan di sini merupakan hasil rangkuman wawancara dengan Bapak Antonius Yoeseph Sutopo dalam kapasitasnya selaku Kepala Studio Radio RB-FM ini. Radio swasta niaga RB-FM ini mulai mengudara (berdiri) pada tanggal 9 Maret 1967, jadi kini usianya sudah 29 tahun. Pemakaian nama Retjo Buntung atau RB-FM 100.55 tentunya ada alasannya, antara lain: (a) tempat atau gedung radio ini berada di lokasi yang bernama Retjo Buntung; (b) konon, karena di tempat tersebut ada arca yang buntung maka agar namanya mudah dikenal, lalu dinamakan PT. Radio Retjo Buntung. Pada mulanya, radio ini didirikan oleh lima orang: Aris Yudanto, Herdaru Purnawarman, Hendaru Purnomo, Arif Yudarmanto, dan Suharjo. Terkecuali nama yang tersebut terakhir, keempat lainnya kebetulan punya pertalian kerabat. Pada mulanya, radio ini berdiri hanya sekedar menuruti hobi saja. Namun, dalam perkembangannya, kini malahan dijadikan sajian tetap keluarga sehingga akhir-akhir ini lebih dikenal sebagai radio keluarga.

Misi dan visi RB-FM adalah melestarikan budaya bangsa meski dalam lingkup kecil, tepatnya keluarga di wilayah (daerah) tertentu. Memang radio ini pantas menjadi teman seluruh anggota keluarga karena racikan acaranya yang khas dengan kondisi sosial masyarakat Yogyakarta ini. Sejak tahun 1970, RB-FM merupakan satu-satunya radio yang berani menampilkan acara kesenian

Jawa, sementara radio amatir lainnya merasa enggan karena rubrik tersebut dianggap sebagai sajian pasar. Berbagai kesenian Jawa yang ditampilkan saat itu, antara lain: kethoprak, wayang kulit, dagelan, uyon-uyon, dan tembang-tembang macapat. Sampai saat ini, lama siaran (durasi) per hari antara 19 jam, mulai mengudara pukul 05.05 pagi hari sampai 00.15 WIB. Sebenarnya radio ini punya niatan untuk mengudara 24 jam nonstop, tetapi tidak diberikan ijin oleh pemerintah.



Foto 20. PT. Radio Retjo Bunting Yogyakarta

Ada pun pedoman siarannya adalah SK Menteri Penerangan No 24/kep/Menpen/1978 pasal 5 ayat 8 tanggal 10 Maret 1978 tentang perubahan atas pasal-pasal dalam Surat Keputusan Menpen RI No 226/kep/Menpen/1984 pasal 5 ayat 8 dan 9 tertanggal 11 Desember 1984 tentang pengesahan pola siaran serta wajib *relay* dan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah DIY No 158/KPTS/1985 tanggal 31 Mei 1985 tentang BPRSNP (Badan Pembina Radio Siaran Non Pemerintah) Propinsi DIY. Pedoman siaran berdasarkan pada Surat Tanda Pengesahan Pola Siaran No 074/BPRSNP/PS/III/1994 berlaku April 1994 sampai dengan Maret 1995.

Jangkauan siaran dari RB-FM 100.55 pada saat ini telah mencakup seluruh wilayah DIY dan sebagian lokasi di luar DIY, bagian utara sampai ke wilayah Wonosobo, bagian barat Kebumen, timur sampai wilayah Madiun. Hingga tahun 70-an, jangkauan khusus di luar DIY: utara sampai Tegal, barat Purwokerto, timur sampai wilayah Madiun. Perubahan jangkauan siaran itu disebabkan pada saat itu (1967) sampai dengan tahun 1970-an, RB-FM mengudara dengan memanfaatkan gelombang FM dan siaran MW.

Berikut ini juga akan dipaparkan tentang materi tayangan selama seminggu, antara lain: siaran hiburan 46 persen, penerangan 27 persen, paket pendidikan 8 persen, komersial dan lainnya sebanyak 19 persen. Sedangkan siaran yang dianggap paling populer selama kurun waktu satu tahun, antara lain: romantika dan kehidupan, sandiwara berbahasa Jawa, pembacaan buku, lagu-lagu populer dan *dangdut*. Khusus untuk paket kesenian daerah akan dipaparkan dalam bentuk tabel berikut ini.

TABEL III.1
PAKET KESENIAN DAERAH
RADIO RETJO BUNTUNG

No.	Paket kesenian daerah	Frekuensi (sebulan)	Persentase (jam)
1.	Wayang kulit	4	7,00
2.	Uyon-uyon	2	2,00
3.	Kethoprak	2	2,00
4.	Macapat	1	2,00
5.	Sandiwara	4	1,50
6.	Lagu-lagu pop daerah	4	1,50
7.	Lagu-lagu keroncong dan langgam Jawa	4	3,00
8.	Pembacaan buku berbahasa Jawa	4	1,00
9.	Apresiasi	3	0,75

Sumber: data Primer, 1996.

Untuk nomor 1-4, rupa-rupanya lebih banyak digemari oleh golongan kasepuhan. Sedang yang nomor 5-9 lebih disukai oleh publik umum, baik dari kaum remaja maupun orang tua. Hampir semua kesenian daerah disajikan dengan menggunakan bahasa lokal Jawa. Khusus untuk siaran lalu-lagu pop daerah, hanya pada pengantar acara digunakan bahasa Indonesia, selebihnya mutlak dipakai bahasa Jawa, termasuk lagu-lagunya tentu saja. Sedangkan untuk apresiasi wayang purwa, dipergunakan bahasa Indonesia. Akan halnya model penyiarannya, hampir semua materi yang disiarkan direkam terlebih dahulu. Pada acara yang sifatnya insidental, seperti wayang kulit, biasanya disiarkan langsung dari lapangan (di luar studio). Terselenggaranya siaran langsung ini, umumnya merupakan kerjasama dengan pihak luar. Perlu diketahui bahwa selama ini RB-FM telah menjalin hubungan dengan berbagai pihak, antara lain: BBM (Balai Budaya Minomartani), BBS (Balai Budaya Sinduharjo), dan BKSNT (Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional) Depdikbud.

Mengenai efektivitas siaran, sesungguhnya bisa dilihat dari berbagai segi, antara lain: acara atau materi yang disajikan, waktu atau jam penyiaran, lama penyajian, dan dari sudut pemirsa atau khalayak pendengarnya sendiri. Untuk acara lagu-lagu pop, disiarkan sekitar pukul 08.00-10.00 WIB, dan ini khusus diperuntukkan anak-anak muda. Pukul 10.00-12.00 WIB, acara dikondisikan pada khalayak kaum Ibu selama kurang lebih 45 menit. Sekitar pukul 12.00-16.00 WIB, acara diarahkan untuk umum. Setiap hari Senin dan Jumat, antara pukul 15.15 WIB, digelar acara seputar kesehatan dan masalahnya, yang biasa disampaikan oleh dr. Soerodjo. Sekitar pukul 16.00-19.00 menyajikan materi ringan, seperti tembang-tembang pilihan untuk umum. Pukul 19.00-21.00 WIB, acara lagu-lagu untuk umum. Kemudian pukul 21.00 hingga usai, acara diisi untuk para *kasepuhan* (orang tua) dengan sajian acara, antara lain: sandiwara bahasa daerah, *uyon-uyon*, *kroncong*, *macapat*, dan *kethoprak*. Kesemua yang tadi telah disinggung tersebut merupakan beberapa contoh acara yang dianggap efektif.

Selama ini, memang muncul berbagai kendala, antara lain: (a) dana (anggaran) sehingga tak mampu menyiarkan pementasan wayang kulit secara terus-menerus setiap harinya; (b) kontinuitas cerita, misalnya dalam acara *kethoprak* muncul persoalan ketidakruntutan cerita karena materinya *cunthel (buntu)*. Tentu saja ada berbagai upaya yang bisa ditempuh untuk menanggulangi berbagai kendala tersebut, antara lain: membuka kerjasama dengan badan (instansi) lain yang berminat pentas: (a) dalam acara sandiwara bahasa daerah melakukan kerjasama dengan Brimob; (b) siaran wayang kulit bekerjasama dengan

pihak Pemda Kodya Yogyakarta; dan (c) dalam acara *keroncong* dan *dagelan*, RB-FM menjalin kerjasama dengan RK. Jagalan dan Pakualaman.

Berkaitan dengan upaya pembinaan kebudayaan daerah, jelas bahwa suatu media massa seperti halnya radio punya resep khusus agar pemirsa tertarik dengan sajian mengenai kebudayaan. Dengan kata lain, selera para pemirsa perlu diperhatikan sehingga mereka tidak bosan mengikuti dan mendengarkan berbagai sajian budaya tersebut. Ada pun langkah-langkah yang selama ini telah dijalankan oleh RB-FM ini, antara lain: (a) dalam siaran wayang kulit, RB-FM berusaha menampilkan dalang-dalang yang nyata-nyata telah menjadi idola para pemirsa. Berdasarkan observasi lapangan, dalang favorit kaum kasepuhan adalah Pak Timbul. Sedang untuk kaum remaja, tampaknya mereka lebih menyenangi Pak Hadi Sugito. Dengan demikian, kedua dalang itulah yang paling sering dipanggungkan. Hanya sekali-sekali, RB-FM juga menggelar atau mendatangkan dalang di luar kedua dalang yang tadi telah disebutkan; (b) untuk siaran jenis kesenian lainnya, tentu saja RB-FM juga tidak menutup diri sejalan dengan akselerasi yang begitu hebat dalam era globalisasi seperti sekarang ini, RB-FM juga telah mengantisipasinya. Sebagai contoh, ada berbagai sajian (rubrik acara) yang telah dimodifikasikan sedemikian rupa, misalnya *dagelan* diselingi dengan acara *sindenan*.

3. Mataram Buana Suara (MBS).

Secara formal, demikian diungkapkan oleh Supriyoko (Kabag Siaran), PT. Radio MBS berdiri pada tanggal 2 November 1972 dengan akte notaris Soerjanto Partodiningrat, SH No. 3 yang kemudian disahkan oleh Departemen Kehakiman pada tanggal 1 November 1978 dengan Nomer YA 5/310/24. Saat berdirinya, Radio MBS bekerja pada jalur SW (*Short Wave*) dengan gelombang 117,6 m dan lokasinya disamakan No. 10, Kotagede, Yogyakarta. Pada tahun 1974, semua radio siaran non-pemerintah harus menggunakan jalur gelombang menengah MW (*medium wave*). Dengan frekuensi baru 864 Khz (gelombang 347 m) dan menempati lokasi baru di Jalan Tegalgendu 12, Kotagede, Yogyakarta, Radio MBS mulai berbenah diri. Mulanya hanya sekedar hobi dari beberapa anak muda saja. Dulu, MBS merupakan kependekan dari kata *Mataram Boadcasting Survies* yang kini berubah menjadi Mataram Buana Suara, artinya suara Mataram yang mengudara di kawasan Mataram.



Foto 21. Studio Radio Mataram Buana Suara (MBS) Yogyakarta

Ada pun misi dan visi yang diembannya adalah mengembangkan budaya dan seni. Saat ini, durasi atau lama siarannya kurang-lebih 20 jam, mulai pukul 05.00 pagi sampai pukul 01.00 malam hari. Ada pun pedoman siarannya: pasal 5 ayat 2 jo pasal 32 UUD 1945, Tap. MPRS No. XXVII/MPRS/1966, UU No 5 tahun 1964 tentang telekomunikasi, dan PP No 21 Tahun 1975 tentang Radio Amatir Non Pemerintah khususnya mengenai ijin siaran Departemen Parpostel dengan No: 1201/R SNP.

Saat ini, jangkauan siaran Radio MBS, radiusnya mencapai 40 km (efektif), meliputi: DIY; Jawa Tengah, seperti Klaten, Muntilan, dan Purworejo. Sasaran itu, untuk materinya akan dibahas berikut ini.

Materi atau rubrik yang disiarkan selama seminggu, antara lain: penerangan 20 persen, pendidikan 7 persen, hiburan 48 persen, dan lain-lain 25 persen. Sedang siaran yang paling populer dalam skala waktu setahun, antara lain: musik ndangdut 87 persen, lagu Indonesia pop 4 persen, irama kroncong 4 persen, dan lain-lain sebesar 5 persen.

Khusus untuk paket kesenian daerah, frekuensi siarannya selama setahun, antara lain: wayang kulit 60 kali yang disiarkan tiap Minggu malam. Khusus untuk hari Minggu Legi, diselenggarakan pertunjukan langsung atas kerjasama dengan pihak Ganasidi; *Guyon maton* 48 kali; *Langgam* dan irama *kroncong* masing-masing 40 kali; Lembar Sastra dan Budaya. Rubrik tersebut sekali siar memakan waktu kurang-lebih 1 jam, kecuali wayang kulit selama 7 jam yang kebetulan memang merupakan acara yang paling diminati khalayak pendengar. Khusus untuk pentas wayang kulit ini, mengambil tiap-tiap Minggu malam dengan menampilkan dalang-dalang muda, sedang khusus untuk Minggu Legi menampilkan dalang yang *kondang* (tersohor). Perlu diinformasikan bahwa selama ini, banyak group kesenian yang berkembang di kota budaya telah ikut berpartisipasi proaktif di studio Radio MBS, misalnya orkes *kroncong*, orkes Melayu, qasidah, vokal grup, kulintang, kethoprak, dan *santiswaran*. Bahkan, pengisi siaran banyak yang datang dari daerah-daerah di luar kota Yogyakarta ini: Temanggung, Klaten, Muntilan, dan Purwarejo.

Dalam praktek penyelenggaraan siaran, bahasa yang dipergunakan adalah bahasa Indonesia dan Jawa. Pokoknya menggunakan bahasa campuran, tetapi itu semua tergantung pada rubrik yang ditampilkan. Misalnya, acara kesenian daerah maka praktis bahasa yang dipakainya pun adalah bahasa Jawa. Sementara itu, model penyiarannya seringkali dengan memanfaatkan dapur studio MBS, juga dapat berbentuk kerjasama dengan berbagai instansi terkait, juga dengan khalayak pendengar setia dalam kapasitasnya selaku mitra kerja. Bentuk yang konkret berupa siaran langsung maupun rekaman. Untuk kategori yang pertama, yakni siaran langsung bisa ditempuh dengan cara menjalin kerjasama dengan Ganasidi yang dimulai tahun 1988.

Saat ini, jangkauan efektivitas media massa MBS kurang-lebih 40 km. Kendala yang muncul adalah letak frekuensi yang kurang tepat berminat karena terjadinya gangguan suara (distorsi), selain kendala lainnya, yakni terjadinya persaingan jenis media massa elektronik lainnya, yakni televisi. Persaingan kian tajam di tingkat intern (RSSN), juga mulai merebaknya stasiun televisi swasta. Untuk itulah, mulai tahun 1991, Radio MBS memanfaatkan *posisioning* serta berusaha mempertajam segmen pendengar untuk kelas menengah ke bawah dengan menampilkan sajian yang berupa musik *ndangdut* dan seni budaya daerah. Khusus dalam upaya pengembangan kebudayaan daerah, paling tidak harus digalang kerjasama dalam berbagai bentuk siaran dan penayangan kesenian daerah tersebut ditambah frekuensinya. Semua itu dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa cinta kebudayaan sendiri yang *adiluhung* kepada generasi muda.

4. TVRI Stasiun Yogyakarta

Deskripsi berikut ini sesungguhnya merupakan hasil serangkaian wawancara terhadap dua informan pangkal yang bekerja di TVRI, yakni Ibu Sri Hermani (bagian siaran) dan Putut Widayanto (staf sirkulasi). Dikemukakannya bahwa TVRI Stasiun Yogyakarta itu berdiri pada tanggal 17 Agustus 1964, diawali dengan siaran luar dari Candi Prambanan 2 kali seminggu. Sementara itu, dipilihnya kota Yogyakarta karena dianggap mampu untuk berkembang mengingat di sini terdapat berbagai macam suku yang heterogen, selain sebagai pusat budaya dan pendidikan. Ada pun misi dan visi pokoknya adalah sebagai berikut.

Selain sebagai media hiburan, TVRI juga menjadi mediator pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan, juga pendidikan dalam upaya mencerdaskan kehidupan berbangsa dan bernegara. Jadi, bukan saja merupakan tontonan, tetapi juga berfungsi sebagai tuntunan.

Ada pun durasi atau lama tayangan khusus yang berupa produksi lokal Yogyakarta, setiap harinya hanya kira-kira dua jam saja, selebihnya merupakan paket siaran dari stasiun pusat Jakarta. TVRI mempunyai pedoman siaran SK MENPEN RI NO III/MENPEN/1990, tentang Penyiaran Televisi Di Indonesia. Saat ini pun, jangkauan tayangan TVRI masih terbatas di lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta dan propinsi terdekatnya, Jawa Tengah.



Foto 22. Televisi Republik Indonesia (TVRI) Stasiun Yogyakarta.

Mengenai paket tayangan selama seminggu dalam skala waktu setahun, antara lain: pendidikan 12,72 persen, drama 15,01 persen, musik 8,90 persen, pemberitaan sebesar 29,90 persen, dan unsur penunjang 33,47 persen yang berupa filter dan pola teknik. Namun demikian, penayangan musik, pendidikan, drama, penerangan, dan berita daerah, persentasenya bervariasi menurut pola acara terpadu antara nasional dan daerah.

Selama ini, mata acara atau paket tayangan yang dianggap paling populer selama kurang lebih 1 tahun, antara lain: *kethoprak*, *mbangun desa*, laga prima swara, arena ria, tanah merdeka, wayang kulit, profil, dan Malioboro-malioboro. Khusus untuk paket kesenian daerah akan dipaparkan dalam bentuk tabel berikut ini.

TABEL III.2
PAKET KESENIAN DAERAH
TVRI STASIUN YOGYAKARTA

No.	Paket kesenian daerah	Frekuensi	Durasi (menit)
1.	Kethoprak	52	55
2.	Dagelan Mataram	12	25
3.	Fragmen	12	25
4.	Wayang orang	12	55
5.	Wayang kulit	12	55
6.	Kesenian tradisional	2	25
7.	Sendratari	2	25
	Jumlah	104	265

Sumber: data primer, 1996.

Dengan demikian, ada banyak ragam kesenian daerah yang ditayangkan oleh TVRI, antara lain: seni drama modern, seni drama tradisional, seni tari, seni suara, seni musik, dan *pedalangan* (wayang). Beberapa di antaranya yang banyak menarik perhatian khalayak pengguna adalah *kethoprak*, wayang kulit, wayang orang, dan musik komposisi.

Mengenai pemakaian bahasa yang digunakan oleh TVRI adalah bahasa Indonesia dan Jawa. Khusus untuk paket tayangan kesenian daerah, tentu saja lebih dominan memakai bahasa lokal Jawa. Sedang cara ataupun model penyiaran yang selama ini ditempuh: siaran langsung (di luar studio), dan rekaman studio serta siaran langsung studio, baik lokal maupun nasional skopnya. Ada pun bentuknya berupa, antara lain: drama, fragmen, *'talk show'* dan musik tradisional maupun modern. Sementara itu, untuk mengetahui seberapa jauh efektivitas media televisi, berikut ini akan dikemukakan opini dari informan.

Sudah bukan merupakan rahasia umum bahwa media elektronik rasanya lebih efektif kalau dibandingkan dengan media lainnya, seperti media cetak dan radio karena sifatnya yang pandang-dengar (*audio-visual*).

Efektivitas media massa elektronik (lokal), khususnya TVRI Stasiun Yogyakarta ini sangat bermanfaat, terutama dari segi informasi pembangunan daerah. Indikator lainnya adalah banyaknya kalangan pendidikan melakukan kunjungan kerja ke TVRI Yogyakarta. Ini berarti, telah tercapai kondisi yang cukup komunikatif.

Tentu saja ada beberapa hambatan (kendala) yang ditemui dalam suatu program pengembangan media elektronik (TVRI), di antaranya adalah begitu minimnya dana atau anggaran yang dialokasikan oleh pemerintah, juga fasilitas lainnya. Untuk itu, salah satu pemecahan atau solusinya adalah TVRI berusaha menjalin (menggolong) kerjasama dengan pihak ketiga yang lazim disebut sebagai sponsor, pihak penyandang dana, dan melalui iuran masyarakat.

Berbagai resep kaitannya dengan upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah yang bisa ditempuh, di antaranya dengan menyelenggarakan siaran langsung, seperti pertunjukan wayang kulit atau wayang orang maupun *wayang golek*, juga paket lawak yang mutlak melibatkan para seniman daerah yang mau bekerja sama. Alternatif lainnya, bisa saja dengan cara memasukkan unsur kesenian daerah ke dalam model yang sedang berjalan (*ngetren*). Yang penting harus muncul kesadaran bahwa khusus untuk Daerah Istimewa Yogyakarta ini, penduduk yang paling dominan adalah generasi muda (remaja). Untuk itu, pihak TVRI harus bisa merangkul khalayak pengguna yang terdiri dari *kawula muda* tersebut.

BAB IV

MEDIA MASSA LOKAL KORAN, MAJALAH, DAN KHALAYAKNYA

Dalam konteks ini, yang dimaksud dengan media cetak meliputi surat kabar (harian dan majalah). Media ini tergolong tertua kehadirannya di Indonesia dibandingkan dengan media massa lainnya, seperti radio, televisi, dan film. Dalam batas-batas tertentu, eksistensi poster tak boleh dilupakan. Akhir-akhir ini, bahkan kartu pos pun telah digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan pembangunan kepada khalayak, khususnya di daerah pedesaan di Dunia Ketiga.

Meski ada keterbatasan penggunaan media cetak dalam pembangunan pedesaan, banyak negara Asia tetap bertahan memakai media ini untuk mencapai khalayak pedesaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa sifat permanen pesan-pesan yang telah dicetak, keleluasaan pembaca mengontrol keterdedaahannya (*exposure*), dan mudah disimpan serta diambil kembali. Sifat-sifat yang menguntungkan ini menyebabkan media cetak tetap dianggap sebagai tulang punggung komunikasi. Ada pun peran spesifik media cetak dalam penyampaian informasi, di antaranya berkaitan dengan *reading habit* dan tradisi menulis, selain kemampuannya menciptakan suasana kemasyarakatan yang dinamis (Lozare, 1981).

Di negara-negara Dunia Ketiga, surat kabar umumnya menunjukkan ciri *urban* yang kuat. Surat kabar tersebut biasanya dicetak di kota besar, ibukota negara bagian ataupun ibukota propinsi, dan di kota metropolitan. Sirkulasi surat kabar itu biasanya terbatas di daerah *urban* dan periferi. Isinya pun menunjukkan orientasi *urban* yang kuat. Perhatian besar diberikan pada peristiwa-peristiwa politik, isu-isu *urban*, dan aktivitas-aktivitas pembangunan yang menjadi perhatian anggota masyarakat yang lebih berada. Berita-berita itu tidak ditujukan pada masyarakat pedesaan. Walaupun demikian, kadang-kadang ada juga berita pedesaan yang dimuat oleh surat kabar *urban* itu, misalnya ulasan tentang masalah pedesaan. Sayangnya, ulasan semacam ini dibuat oleh orang kota yang tidak pernah berdiam di desa ataupun yang minatnya pada pembangunan pedesaan terbatas sehingga kebenaran analisisnya pun terbatas. Analisis isi yang dilakukan pada empat harian metropolitan di India menunjukkan bahwa berita-berita pedesaan yang dibuat, umumnya berkisar pada kejadian-kejadian yang janggal, konflik, kejahatan, dan kecelakaan.

Terbatasnya perhatian pers pada penduduk dan daerah pedesaan ini, ternyata terjadi di banyak negara Dunia Ketiga. Pers Asia di luar Jepang, Hongkong, dan Singapura, tidak mencapai massa yang sebagian besar berdiam di daerah pedesaan. Surat kabar tersebut, ternyata telah melupakan daerah pedesaan, dan hanya dibaca oleh kaum elit perkotaan. Mestinya timbul kesadaran bahwa obyek Pers itu lebih diarahkan pada kawasan pedesaan kalau diingat orientasi pembangunan pun mengarah ke sana. Bagi massa pedesaan, hanya tersedia '*community newspaper*' dengan sirkulasi terbatas. Yang dimaksud dengan '*community newspaper*' di sini ialah surat kabar yang diterbitkan di luar ibukota negara, dan memfokuskan diri pada berita-berita lokal. Surat kabar itu, sekalipun sirkulasinya terbatas, diharapkan dapat secara teratur membantu melayani warga masyarakat desa memenuhi kebutuhan mereka akan informasi tentang cara-cara ataupun teknologi yang telah disempurnakan. Misalnya saja cara memberantas hama tanaman, KB, membuat saringan air bersih dan sebagainya yang perlu dibawa masuk dari luar sistem sosial pedesaan itu (Maslog, 1985).

Sekarang, yang ingin kita ketahui ialah apa yang dapat dilakukan oleh surat kabar pedesaan dalam pembangunan? Selama ini ada anggapan bahwa surat kabar pedesaan itu merupakan prakondisi bagi pembangunan nasional. Di suatu negara Dunia Ketiga yang mayoritas penduduknya tinggal di daerah pedesaan, pertanian masih merupakan tulang punggung perekonomian nasional, pers pedesaan tidak boleh diabaikan. Suatu pers pedesaan yang mapan dan berdasar luas, dapat sangat membantu dalam mendidik, memotivasi, dan mengembangkan opini publik bagi pembangunan. Surat kabar itu dapat menjelaskan dan menyebarkan pesan-pesan pembangunan kepada rakyat. Dengan menunjukkan celah-celah, mengkritik praktek-praktek korupsi, menemukan kelemahan-kelemahan, dan menyarankan cara pelaksanaan program-program pembangunan, ia dapat memainkan peran sebagai pembaharu. Ia dapat juga mempopulerkan prinsip-prinsip kebersihan, cara-cara keluarga berencana, dan alat-alat pertanian yang cocok dengan masyarakat pedesaan. Seberapa jauh pers pedesaan efektif menjalankan peranan-peranan ini bergantung pada keadaan yang sebenarnya dihadapi dan strategi pembangunan nasional (Moslem, 1983).

Dalam pembangunan pedesaan, pers pedesaan dapat berperan sebagai penghubung antara pemerintah dan rakyat. Oleh karena itu, pers perlu membina hubungan baik dengan keduanya. Pers dapat membantu masyarakat mengembangkan sikap yang bijaksana terhadap berbagai macam program pembangunan pedesaan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Kepada pemerintah

dan tokoh-tokoh politik, pers menyampaikan reaksi masyarakat pada implementasi program pembangunan itu (Jain, 1984). Walaupun demikian, untuk mempertahankan kredibilitas dirinya di mata masyarakat, pers dituntut untuk tidak menjadikan dirinya sebagai juru bicara pemerintah. Oleh karena itu, pers harus juga cepat menunjukkan kelemahan-kelemahan program pembangunan pemerintah, baik dalam perencanaan maupun dalam pelaksanaannya.

Peran lain pers pedesaan ialah sebagai pekerja sosial. Dalam hal ini, pers harus memperjuangkan keadilan sosial bagi masyarakat desa. Di samping itu, dalam transfer teknologi pertanian kepada para petani, pers pedesaan pun memainkan peranan yang sangat penting. Demikian juga dalam menumbuhkan permintaan akan barang-barang konsumsi di daerah pedesaan. Dengan promosi yang tepat, pers pedesaan dapat membujuk orang-orang desa untuk membeli barang-barang yang dapat menambah kenyamanan hidup mereka. Terlebih lagi setelah ada peningkatan pendapatan yang mereka peroleh dari penjualan hasil pertanian (Jain, 1984)

Pihak-pihak yang berwenang di Indonesia menyadari bahwa negeri tersebut membutuhkan pers pedesaan untuk menggalakkan pembangunan dan melayani 80 persen penduduknya yang bertempat tinggal di 68.000 desa. Pada awal 1980, Departemen Penerangan mengambil inisiatif untuk mengembangkan pers pedesaan. Proyek ini bertujuan untuk membangun pers daerah yang ada di ibukota propinsi, menerbitkan surat kabar pedesaan. Pada awal proyek tersebut, tercatat 27 surat kabar pedesaan yang dikenal sebagai Koran Masuk Desa (KMD) terbit di 13 propinsi. Barulah 2 tahun kemudian, 47 surat kabar pedesaan terbit di 26 propinsi. Untuk memperlancar penerbitan KMD itu, pada tahap awal, surat kabar itu boleh diterbitkan sebagai rubrik khusus pada halaman-halaman tertentu atau berupa suplemen pada koran induknya. Pada perkembangan selanjutnya, KMD itu diharapkan terbit sebagai edisi khusus yang terpisah dari koran induknya (Departemen Penerangan, 1983).

KMD itu terbit seminggu sekali. Sirkulasinya berkisar dari 4.000-20.000 eksemplar setiap kali terbit. Format KMD ini bervariasi. Ada yang berupa lembar lebar dengan 9 kolom, seperti *Pikiran Rakyat* edisi Cirebon dan edisi Ciamis, *Mingguan Desaku Membangun*, dan *Bhirawa*. Ada pula yang berukuran tabloit, seperti *Lembur Kuning*, dan juga yang berukuran kecil berupa sisipan dalam majalah, seperti *Djaka Lodang*. Variasi KMD itu kira-kira 40 persen berita umum (informasi), 15 persen penerangan, 15 persen penyuluhan, 10 persen pendidikan, 10 persen hiburan (olah raga), dan 5-10 persen rubrik pembaca (iklan). Sedangkan lingkup wilayah liputan beritanya ialah: 80 persen berita-berita pedesaan atau

regional (desa, kecamatan, kabupaten, dan propinsi); 15 persen berita nasional; dan 5 persen berita internasional (Departemen Penerangan, 1983).

Beberapa pengamat melaporkan bahwa sampai saat ini masih ada beberapa hambatan serius yang dihadapi oleh pers pedesaan kaitannya dengan upaya menjalankan fungsinya dalam pembangunan. Hambatan-hambatan ini, tampaknya berawal pada terbatasnya kemampuan baca-tulis penduduk pedesaan. Terbatasnya kemampuan literasi penduduk pedesaan ini dapat dibayangkan menimbulkan akibat pada terbatasnya permintaan mereka akan surat kabar pedesaan. Dengan kata lain, tingkat kemampuan baca-tulis merupakan batas alamiah yang dapat dicapai oleh sirkulasi surat kabar (Moslem, 1983). Persoalan lainnya adalah berkaitan dengan lemahnya infrastruktur transportasi, rendahnya daya beli khalayak, dan manajerial dari pers itu sendiri.

Dua masalah penting berkaitan dengan pengembangan pers pedesaan: (a) Keuangan. Pers pedesaan harus memiliki keuangan yang baik agar dapat memiliki staf yang cukup banyak, percetakan yang lebih baik kualitasnya, dan kelancaran distribusinya; (b) Mutu SDM: Peningkatan kualitas pengelola pers menyangkut editor, staf korespondennya agar selain memiliki visi tentang peran pers, juga punya kemampuan untuk melaksanakannya (Reddy, 1983).

Dalam pembahasan tentang 'Media Masa Lokal Cetak dan khalayaknya' deskripsinya hendak dilihat di sebanyak tiga tempat secara terpisah: Kelurahan Warungboto yang berpola multidimensional, dalam arti mempunyai sarana media massa minimal radio, televisi, dan koran (majalah); Desa Baturetno yang berpola unidimensional, artinya punya sarana media massa, seperti radio dan televisi; Ketiga adalah Desa Karangtalun yang berpola tunggal, artinya hanya memiliki satu sarana media massa, yakni radio (*audio*). Ada sebanyak lima aspek yang hendak diliput di sini: Saat-saat khalayak memanfaatkannya; Aneka berita dan isi pesan kaitannya dengan lapisan khalayak penggemarnya; Peran dalam proses sosialisasi; Pengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi; dan Profil media.

A. SAAT-SAAT KHALAYAK MEMANFAATKANNYA

Untuk melengkapi deskripsi seputar media elektronika, berikut ini akan disinggung serba singkat tentang media massa cetak, baik koran maupun majalah. Tadi telah diasumsikan bahwa secara umum khalayak pengguna media cetak ini berasal dari golongan menengah ke atas. Untuk koran terbitan

lokal berbahasa Indonesia, khalayaknya bersifat umum, sedang yang berbahasa Jawa adalah generasi tua. Sementara untuk koran berskala nasional, juga umum khalayaknya. Khusus untuk majalah lokal (edisi berbahasa Jawa), ternyata lebih banyak disukai oleh kalangan tua, dan yang berskala nasional bersifat umum.

Ada pun saat-saat khalayak memanfaatkan media cetak tersebut, di kawasan urban, umumnya di kala siang hari atau kalau ada waktu, kadang-kadang juga pagi hari. Di sini, khalayak pemakai tergolong pembaca aktif karena memang rata-rata adalah pelanggan tetap suatu media. Sedangkan di daerah periferi yang bukan pembaca aktif mengaku banyak membaca juga pada siang hari, kadang juga sore, baru pagi atau bahkan malam hari. Untuk kawasan Karangtalun (rural) yang termasuk kategori pasif, sesekali juga memanfaatkan media cetak, terutama koran, di waktu sore atau bahkan di malam hari karena mereka hanya kadangkala saja pinjam tetangga atau teman.

Kelurahan Warungboto, Dari sebanyak 21 informan, beberapa di antaranya mengaku tak tentu waktunya (jam) ketika ditanyakan tentang kapankah saat memanfaatkan media massa koran atau pun majalah. Namun, sebagian besar di antaranya lebih sering membaca koran (majalah) di waktu siang, disusul kemudian sore dan pagi serta malam hari. Tentu saja, kalau di lihat secara mendalam, ternyata ada variasi jawaban di antara mereka. Di kalangan Bapak yang kebetulan banyak yang bekerja kantoran, baik sebagai PNS maupun karyawan swasta, merasa lebih santai membaca koran di waktu sore hari. Akan tetapi, beberapa di antaranya justru membaca di kala siang, yakni bersamaan dengan jam istirahat di kantor, kebetulan kantor yang bersangkutan berlangganan (membeli eceran) koran ataupun majalah. Ada juga yang mengaku berlangganan surat kabar di rumah menyempatkan diri membaca secara sekilas di kala pagi hari, terutama *headline* agar tak ketinggalan informasi kalau kebetulan ada berita aktual yang penting untuk segera diketahui oleh awam. Khusus untuk majalah, di antara informan ini mengaku tak banyak yang berlangganan, jadi hanya beli eceran saja, seperti majalah berbahasa Jawa (lokal) Mekar Sari ataupun Djaka Lodang. Untuk yang bekerja sebagai wiraswastawan, juga jarang yang membaca seluruhnya di waktu pagi, tetapi kebanyakan juga siang bersamaan dengan waktu istirahat ataupun kadang di sore hari.

Di kalangan Ibu rumah tangga, kebiasaan membaca koran pun di waktu siang. Ketika ditanyakan alasannya, banyak di antaranya yang menjawab bahwa di saat pagi hari, mereka terlalu repot menyiapkan kebutuhan suami dan anak-anak yang hendak pergi ke kantor dan ke sekolah. Kalau sore hari, banyak waktu tersisa untuk urusan pekerjaan rumah tangga lainnya, seperti membersihkan

rumah dan pekarangan, termasuk di antaranya mengurus tanaman. Sedang di waktu malam, jarang yang memanfaatkan waktunya untuk membaca koran ataupun majalah karena badan sudah letih. Justru pada saat itu, banyak di antaranya yang lebih sering menonton televisi sambil istirahat. Belum lagi kalau kebetulan bagi Ibu yang punya anak masih kecil, kesibukan di malam hari pun relatif banyak, termasuk mendampingi anak-anaknya belajar. Tampaknya, tabloit NOVA popler juga di kalangan Ibu-ibu di sana, di samping kadang juga membeli secara eceran majalah-majalah wanita lainnya, seperti Majalah Kartini, Femina, Tiara, dan sebagainya.

Sumber lainnya juga menyebutkan bahwa di kalangan generasi muda (remaja), umumnya punya kebiasaan membaca koran di waktu pagi hari, walaupun hanya sepintas menjelang keberangkatannya ke sekolah. Barulah sepulang dari sekolah, mereka dapat melanjutkan membaca lagi. Untuk majalah, kebanyakan mengaku membeli dengan cara eceran. Khusus mengenai media cetak yang satu ini, waktu bacanya jelas tak menentu, biasanya di saat-saat senggang sore atau malam hari di sela-sela kesibukannya belajar. Perlu diketahui bahwa di Warungboto telah dicanangkan 'Gerakan Jam Belajar Masyarakat', meskipun pada kenyataannya masih banyak kendala, antara lain rendahnya tingkat kedisiplinan anggota masyarakat itu sendiri terhadap ketentuan yang bersifat konvensional tersebut, selain aturan mainnya masih transparan, juga aspek yuridis (sanksi) yang diterapkan juga tidak jelas.

Desa Baturetno. Sebagaimana telah diklasifikasikan di bagian depan bahwa khusus untuk lokasi Baturetno yang notabene merupakan daerah pinggiran kota (*sub-urban*), sengaja sampel difokuskan pada informan yang dalam konteks penelitian ini termasuk kategori berpola unidimensional, artinya kepemilikan sarana informasi dan komunikasinya sebatas pada media radio dan televisi. Namun, dalam kenyataannya, tak sedikit di antara mereka yang juga memanfaatkan media cetak, baik koran ataupun majalah. Ketika ditanyakan bagaimana cara mereka mendapatkannya, ternyata ada beberapa alternatif, antara lain: kadang membeli dengan cara eceran, pinjam tetangga sebelah, baca di papan pengumuman ataupun bagi yang bekerja sering memanfaatkan koran (majalah) di tempat kantor atau instansinya masing-masing. Oleh karena itu, meskipun persentase pembaca media cetak ini relatif lemah, namun dalam studi kasus ini, ada baiknya juga digali beberapa penuturan informan sebagaimana adanya. Yang perlu digarisbawahi di sini mengingat sampel tidak berlangganan secara tetap, baik koran ataupun majalah maka sungguh merupakan yang cukup sulit untuk menggali data tentang kapan saat-saat mereka itu memanfaatkan media cetak tersebut. Sebagaimana tadi telah disinggung, selama ini polanya berbeda.

Ada yang cara memperolehnya dengan cara eceran, pinjam tetangga, baca di papan pengumuman, dan ada juga yang memanfaatkan media cetak yang kebetulan fasilitas tersebut disediakan oleh kantor atau instansi tempat sebagian informan yang bekerja sebagai karyawan, baik negeri ataupun swasta.

Sebagai gambaran, di kalangan informan yang kebetulan bekerja di kantor, meskipun mereka tidak berlangganan surat kabar, tetapi ia bisa memanfaatkan media cetak tersebut di tempat bekerjanya. Kalau dihitung dalam seminggunya bisa 5-6 kali. Ada pun saat-saat membacanya biasanya pada waktu siang bersamaan dengan jam istirahat. Lain lagi pengakuan salah seorang yang kebetulan sesekali membeli koran secara eceran dengan frekuensi 2-3 kali seminggu mengaku biasa membaca juga pada waktu siang hari, walaupun belum selesai dilanjutkan pada sore harinya. Itulah tadi beberapa pengakuan di kalangan Bapak yang kebetulan bekerja di kantor, dan yang membeli secara eceran. Ada dugaan, berkaitan dengan kapankah saat-saat informan membaca media massa cetak, agaknya polanya berbeda kalau dimasukkan variabel jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan, selain faktor perbedaan jenis mata pencaharian. Oleh sebab itulah, berikut ini juga akan dikemukakan beberapa pengakuan di antara ibu-ibu, dan generasi mudanya yang relatif latar belakang pendidikannya lebih tinggi.

Ada pengakuan seorang ibu yang kebetulan bekerja sebagai wiraswastawan, mula-mula ia memanfaatkan media cetak, khususnya majalah wanita pada tahun 1980 dengan cara eceran, kalau kebetulan ada berita yang dianggap menarik. Jadi, frekuensi pembeliannya tak tentu dalam sebulannya. Kebiasaan membaca dilakukan pada waktu pagi hari. Namun, kalau di sela-sela kesibukannya memungkinkan, kadang juga membacanya di waktu siang. Ketika ditanyakan mengapa ia tertarik pada media massa cetak tersebut, yang jelas karena ingin tahu tentang banyak hal, terutama berkaitan dengan persoalan wanita dan rumah tangga. Oleh sebab itu, majalah yang paling digemari, dalam arti sering dibelinya adalah majalah wanita, seperti Tiara, Kartini ataupun Femina. Hanya saja, karena kondisi keuangan belum memungkinkan maka ia memilih membeli secara eceran. Saat ini, terasa berat kalau harus berlangganan tetap. Sekali-sekali ia juga membaca koran, kalau kebetulan suaminya yang pegawai negeri pulang membawa koran yang juga diperolehnya dengan cara beli eceran. Menurutnya, seorang ibu juga harus mengikuti perkembangan jaman dengan cara menambah pengetahuan atau wawasan, salah satunya melalui media cetak itu.

Lain lagi pengakuan dari beberapa pelajar berikut ini. Umumnya bagi yang tak berlangganan media massa cetak, seringkali memanfaatkan baca koran di waktu-waktu istirahat ataupun kalau kebetulan ada jam kosong di sekolah masing-masing. Perlu diketahui di sini, ada beberapa siswa yang kadang bawa

majalah di sekolah. Bahkan, ada juga pelajar yang selain memanfaatkan media cetak di sekolah, juga berusaha beli majalah secara eceran sekali seminggu. Ketika ditanyakan mengapa ia membeli secara eceran. *Pertama*, yang jelas ia butuh informasi untuk memperluas cakrawala pemikiran agar punya nilai tambah dalam pergaulan atau relasi sosialnya. *Kedua*, membeli eceran karena memang keluarganya saat ini belum siap keuangannya untuk menjadi pelanggan tetap suatu bentuk media massa cetak tersebut. *Ketiga*, dengan beli eceran bisa pilih majalah apa saja (*manasuka*), tergantung artikel yang ditampilkan oleh media cetak tersebut.

Desa Karangtalun. Sebelumnya, perlu kiranya dikemukakan di sini bahwa telah disepakati sejak awal, kalau informan yang dipilih di sini berpola tunggal, artinya hanya memiliki satu sarana media (*single media*), yakni radio (*audio*). Oleh sebab itu, wajar apabila banyak di antaranya yang jarang atau bahkan sama sekali tak pernah memanfaatkan media cetak, baik koran ataupun majalah. Kenapa begitu? karena televisi saja, saat ini belum punya, apalagi koran (majalah). Banyak di antara mereka yang mengaku faktor penyebabnya adalah soal ekonomi semata. Sesungguhnya, mereka sadar sepenuhnya akan pentingnya memiliki sarana media televisi dan koran (untuk yang melek huruf), tetapi kondisi keuangan mereka tidak mendukung. Namun demikian, ada saja di antara mereka yang berusaha memanfaatkan media massa cetak, terutama Kedauletan Rakyat dan Kandha Rahardja (media massa lokal cetak).

Ketika ditanyakan tentang kapanakah Bapak biasa membaca koran, beberapa informan mengaku pada sore hari. Itu pun kalau kebetulan ada waktu luang, dengan cara pinjam di rumah tetangga sebelah yang kebetulan berlangganan media cetak tersebut, seperti pegawai ataupun aparat kelurahan setempat. Alasan pokok mengapa ia berusaha membaca media tersebut adalah untuk mengetahui perkembangan daerah lain, khususnya berkaitan dengan masalah seputar pertanian, peternakan, dan perikanan. Masalah di luar itu, kadang hanya selintas dibaca untuk sekedar tahu saja, terutama yang berkaitan dengan kasus kriminalitas. Di kalangan Bapak tersebut, ada juga yang kadang membaca majalah lokal berbahasa Jawa, seperti Majalah Djaka Lodang dan Mekar Sari. Lumayan, untuk menambah pengetahuan tentang kemajuan di alam pembangunan ini sebagaimana dituturkan oleh petani di desa setempat.

Walaupun tidak secara rutin, tetapi kadang membaca koran ataupun majalah berbahasa Jawa, baik itu Kandha Rahardja (KMD) ataupun majalah Djaka Lodang dan Mekar Sari. Selain isinya mudah difahami, bahasa yang digunakan oleh media tersebut adalah bahasa *Jawa ngoko*, berita-berita yang

ditampilkannya pun biasanya seputar desa dengan berbagai permasalahannya. Jelas ini penting untuk diketahui karena menjadi tahu tentang seberapa jauh perkembangan yang terjadi di daerah-daerah lain, terutama sekali yang berkaitan dengan bidang pertanian.

Di kalangan ibu-ibu, jarang, bahkan bisa dikatakan tak ada yang memanfaatkan media cetak tersebut. Selain karena memang tidak berlangganan, mereka juga lebih memilih media lainnya, yakni elektronik, seperti televisi (*audio-visual*). Itu pun kalau kebetulan ada acara yang menarik, seperti kesenian *Kethoprak*. Alasannya sekedar mencari hiburan sambil *sanja* (bertandang ke rumah tetangga sebelah yang sifatnya tidak formal), sekalian ikut *nguri-nguri kabudayaan Jawi*. Meskipun diakuiinya beberapa Ibu di sana ada yang melek huruf sekali pun, namun karena minimnya fasilitas media cetak yang tersedia di desa setempat maka kebudayaan baca itu lemah. Dulu memang sering ada koran yang dipasang di papan pengumuman, tetapi saat ini jarang dilihatnya. Dari sebuah sumber diperoleh informasi, Koran Masuk Desa (KMD) Kandha Rahardja memang tak pernah lagi di tempel di papan informasi, biasanya langsung dibawa pulang oleh aparat desa ke rumah masing-masing. Sebagai tambahan, di desa setempat juga tidak ada Kelompok Pendengar, Pembaca, dan Pirsawan (Pemirsa) atau yang lazim dikenal dengan nama Klompencapir. Jadi, khususnya untuk ibu-ibu di sana, mereka hanya beroleh informasi penting kalau kebetulan ada pertemuan PKK, arisan, dan Dasawisma.

Berbeda halnya kebiasaan di kalangan generasi muda yang kebetulan punya latar belakang pendidikan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan bekal pendidikan orang tuanya. Sebagaimana di tempat lain, sekali-sekali mereka ada yang pinjam majalah dari teman sekolahnya, seperti Majalah Gadis, Kartini, Tabloit Nova untuk media massa cetak yang berskala nasional, dan khusus untuk yang terbitan lokal, kadang baca majalah berbahasa Jawa Djaka Lodang, terutama sekali tertarik pada rubrik *'Jagading Lelembut'*. Tapi ketika ditanyakan kapanakah saat-saat membaca media tersebut, rata-rata kesulitan menjawabnya karena memang tidak berlangganan rutin. Pendek kata, hanya baca di kala memang ada tenggang waktu, biasanya sore hari karena pulang sekolah sudah siang sekali. Namun, untuk pelajar yang kebetulan masuk siang sekolahnya, mengaku biasa membaca justru di pagi hari, sambil mendengarkan radio, terutama radio amatir yang banyak menyiarkan acara-acara menarik, seperti pemutaran lagu-lagu populer (Indonesia maupun *ndangdut*), juga kupasan tentang persoalan seputar remaja masa kini, seperti kenakalan remaja, *tawuran* antar murid-murid sekolah satu dengan lainnya, dan juga keberhasilan siswa-siswa

berprestasi di lain pihak. Kalau dihitung persentasenya, banyak di antara remaja itu yang mengaku lebih senang dengan majalah terbitan nasional karena berita yang dimuatnya lebih *ngepop*, sesuai dengan jaman (masa) kini atau istilahnya lebih '*ngetren*, begitu.

Sampai di sini, dapat diambil suatu asumsi sederhana bahwa memang sebagaimana telah disadari secara dini, upaya untuk mencari jawab tentang saat-saat khalayak memanfaatkan suatu media massa, sesungguhnya merupakan pekerjaan yang relatif rumit. Betapa tidak, sepiantas memang terasa mudah, tetapi pada kenyataannya, berbagai temuan data empirik menunjukkan betapa tingginya variasi jawaban informan. Lalu timbul pertanyaan di sini, mengapa demikian, dan apa sajakah faktor-faktor penyebabnya. Ada banyak kemungkinan yang bisa dikemukakan dalam konteks ini, antara lain adanya perbedaan irama hidup dan interes (*stressing*) seseorang terhadap suatu bentuk media massa. Sebenarnya, keragaman semacam itu merupakan sesuatu yang *natural*/sifatnya karena kita masing-masing memang punya latar belakang ekonomi dan sosio-kultural yang berbeda.

Belum lagi kalau disimak secara detil, ternyata ada banyak jenis dan bentuk media massa yang menjangkau masyarakat dewasa ini, sejalan dengan makin semaraknya globalisasi yang berjalan dengan akselerasi yang begitu hebat, baik yang berskala nasional maupun lokal, seperti radio, televisi, koran, dan majalah. Kita tahu dan pernah merasakan bagaimana ampuhnya kekuatan suatu media dalam memaksa dan sekaligus menentukan ritme atau irama hidup seseorang. Oleh sebab itu, menyadari begitu banyaknya variabel pengaruh yang menentukan bagaimana seseorang meluangkan waktunya untuk membaca media cetak, koran ataupun majalah maka sengaja dalam penelitian ini dicoba mengaitkan dengan beberapa variabel sosio-demografis, seperti: jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan, selain faktor geografis (kota, pinggiran kota, dan pelosok).

Untuk kedua lokasi penelitian, yakni di Kelurahan Warungboto dan Desa Baturetno, kebetulan saja memang identifikasi informan sampel boleh dikata tak jauh berbeda, terutama mengenai banyaknya informan yang mempunyai latar pendidikan relatif tinggi dan kebetulan bekerja sebagai orang kantoran, baik di instansi negeri ataupun swasta. Namun demikian, kalau dilihat secara lebih detil, tetap saja ada nuansa perbedaan secara signifikan dalam hal pola pemanfaatan media massa cetak, baik koran ataupun majalah. Bisa dikatakan di sini, masyarakat Warungboto lebih intensif memanfaatkan media tersebut dibandingkan dengan Baturetno. Mengapa demikian? Pertama, sejak semula informan di kedua tempat itu masuk tipologi yang berbeda, Warungboto berpola

multidimensional, dalam arti yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini sekurang-kurangnya mempunyai media massa, seperti radio, televisi, dan berlangganan tetap media cetak (koran ataupun majalah). Sementara di Desa Baturetno lebih berpola unidimensional, artinya informan dipilih atas dasar kepemilikan media massa tertentu, minimal radio dan televisi. Dalam hal ini, kebiasaan membeli media massa cetak secara eceran tidak diperhitungkan mengingat sifatnya yang tidak rutin. Dikotomi informan demikian memang disesuaikan dengan keinginan proyek yang hendak melihat bagaimana pengaruh media massa lokal terhadap masyarakat dari ketiga pola yang ada: tunggal, unidimensional, dan multi dimensional.

Di lain pihak, andaikata kebetulan ada informan di Desa Baturetno yang membeli secara eceran ataupun dengan cara memanfaatkan fasilitas koran yang disediakan di kantor (bagi karyawan), saat-saat membacanya berbeda dengan sampel di Warungboto. Masih banyak faktor penyebab lainnya sebagaimana dituturkan oleh informan berikut ini.

Pada keluarga karyawan swasta yang acapkali membeli koran ataupun majalah, mengaku hampir tak pernah membaca di waktu pagi. Mungkin ini konsekuensi dari pembaca media massa cetak yang cara memperolehnya dengan eceran sehingga sifatnya tidak rutin, artinya dalam seminggunya tidak mesti beli. Apabila rutin tujuh kali seminggu pun, saat membelinya tidak konstan jamnya. Jadi, paling sering informan membaca koran itu di siang hari berbarengan dengan waktu istirahat.

Dari penuturan informan tersebut, kiranya cukup jelas mengapa jarang membaca koran di waktu pagi. Bisa ditambahkan di sini munculnya kemungkinan lain, yakni khususnya bagi orang kantoran, mengingat banyak yang *nglaju (commuting)*, konsekuensinya mereka harus bagi-bagi benar mempersiapkan diri menuju ke kantornya. Pendek kata, tampaknya faktor jarak kedekatan dengan instansi di mana mereka bekerja juga ikut berpengaruh secara tidak langsung atas saat-saat mereka membaca koran. Kalau ditengok sejenak, di Kelurahan Warungboto, tak sedikit dijumpai informan yang sempat membaca koran di pagi hari karena memang jarak rumah dengan tempatnya bekerja relatif lebih dekat dibandingkan dengan masyarakat Baturetno.

Dalam konteks ini, perbedaan yang cukup mencolok justru antara kedua tempat tersebut dengan lokasi penelitian lainnya, yakni di Desa Karangtalun, Kecamatan Imogiri. Dari catatan yang ada, informan sampel di Karangtalun memang rata-rata pendidikannya lebih rendah, dan juga kebanyakan bekerja

sebagai petani. Kiranya mudah dipahami mengapa perbedaan interes dan intensitasnya tersebut mempengaruhi tingkat atau derajat pemanfaatan media massa cetak, baik yang berupa koran maupun majalah. Tampaknya, adanya perbedaan faktor geografis (transportasi dan akomodasi), sedikit-banyak turut berperan di sini. Belum lagi kalau diperhitungkan mengenai variasi kemampuan atau tingkat daya beli yang berlainan di ketiga tempat tersebut. Ketika ditanyakan kapan saat membaca koran, bagi segelintir informan di Karangtalun menjawab biasanya sore hari. Alasan mereka itu pun masuk akal karena selain memang tidak berlangganan tetap ataupun beli eceran, juga biasanya hanya pinjam tetangga yang kebetulan berlangganan. Ketidaktentuan saat membaca koran tersebut adalah resiko menunggu setelah si pemilik beserta keluarganya selesai membaca koran atau majalahnya. Dalam kenyataan, demikian tutur informan, kalau sempat membaca pun, edisinya sudah terlambat, misalnya harian Senin dibaca Kamis. Apalagi baca majalah bahasa Jawa, seperti Djaka Lodang ataupun Mekar Sari, bisa jadi edisi bulan Mei dibaca sebulan kemudian. Demikianlah pola-pola yang ada di ketiga lokasi penelitian berkaitan dengan saat-saat khalayak memanfaatkan media massa lokal cetak khususnya, seperti koran ataupun majalah terbitan lokal.

B. ANEKA BERITA DAN ISI PESAN KAITANNYA DENGAN LAPISAN KHALAYAK PENGGEMARNYA.

Selama ini, ada beberapa rubrik yang dimanfaatkan oleh khalayak. *Pertama*, berita baru dan berita-berita politik, ekonomi, dan sosial. Isi pesan yang disampaikan, di antaranya soal-soal kenegaraan (pemerintahan), gejolak harga kebutuhan pokok sehari-hari, masalah kriminal. Khalayaknya umum, terutama kaum cendekiawan (terpelajar), dan peminat. *Kedua*, pertanian. Isi pesan sekitar harga gabah, pupuk, obat-obatan, perikanan, dan peternakan, dan berbagai kiat baru dalam usaha tani. *Ketiga*, lembar wanita, dapur kita, dan ruang keluarga. Pesannya berkisar masalah keluarga dan urusan domestik lainnya. Khalayaknya terdiri dari ibu rumah tangga dan wanita pada umumnya.

Keempat, pendidikan. Pesan yang disampaikan, di antaranya tentang bagaimana pola pendidikan yang tepat di rumah, di masyarakat, di sekolahan. Contohnya pola *asih-asah-asuh* dan keteladanan dari pamong (orang tua). Khalayaknya, antara lain: kalangan pendidik, pemerhati, dan pelajar (mahasiswa), tua-muda. *Kelima*, olahraga. Pesan-pesannya rekreasi, mengedepankan sikap disiplin dalam meniti prestasi disertai dengan prinsip sportivitas. Khalayaknya, terutama dari generasi muda dan sebagian orang tua, termasuk pandemen, dan

atlet. *Keenam*, cerita bersambung dan cerita pendek. Isinya tentang drama kehidupan, filsafat sosial, bacaan enteng-berisi sekaligus menghibur. Khalayaknya umum, tetapi banyak di antaranya yang merupakan generasi muda. *Ketujuh*, tajuk rencana. Isinya kebanyakan merupakan berita aktual yang skope kajiannya nasional (isu hangat). Khalayaknya umum, terutama pengamat (pemerhati).

Kedelapan, keagamaan. Pesannya, antara lain: pendidikan moral, budi pekerti, watak, iman, tawakal, dan saleh (keluhuran budi). Khalayaknya umum, terutama terutama generasi tua dan para petinggi agama. *Kesembilan*, Kesehatan. Pesannya tentang informasi penyakit, upaya preventif dan represif, program apotek hidup di pekarangan rumah. Khalayaknya, terutama kalangan medis dan kaum pemerhati, umum. *Kesepuluh*, ekologi, Pesannya berisi ajaran kepada masyarakat untuk sadar lingkungan atau ekosistem, hidup bersih. Khalayaknya, umum terutama kaum terpelajar. *Kesebelas*, lembar khusus anak-anak. Isianya adalah seputar dunia anak dan aneka hiburan, bacaan ringan yang bersifat edukatif. *Kedua belas*, iptek. Pesannya merangsang kreasi untuk inovatif agar tidak makin ketinggalan dibandingkan dengan bangsa-bangsa lainnya. Khalayaknya, terutama golongan terpelajar dan pengamat, baik kaum tua maupun generasi muda usia.

Ketiga belas, mode. Pesannya berkisar soal perkembangan model-model pakaian, rambut dan sebagainya. Ada pun khalayaknya merupakan generasi muda dan sebagian kecil kaum tua, termasuk *designer*. *Keempat belas*, musik dan hiburan. Isinya tentang dunia musik daerah, pop (Indonesia dan Barat), memperkenalkan kreasi musik (musik inovatif), dan aneka lawak. Khalayaknya berasal dari umum, tetapi banyak di antaranya generasi muda. *Kelima belas*, psikologi. Isinya tentang psikologi praktis yang berkaitan dengan gejala-gejala kejiwaan (penyimpangan), patologi sosial, aspek psikis kaitannya dengan pendidikan anak, keharmonisan rumah tangga dan sebagainya. Rubriknya berupa ruang konsultasi, pengalamanku, *duh Gusti*, dan romatika kehidupan. Khalayaknya umum, pengamat.

Keenam belas, kebudayaan. Isi pesannya mengarah pada toleransi antarbudaya etnis yang beraneka ragam, mengenal seni budaya mancanegara, dan upaya pelestarian kebudayaan daerah (lokal). Harapan yang hendak digapai pada gilirannya nanti adalah terciptanya kebudayaan nasional sebagai cermin kepribadian bangsa menuju terciptanya rasa persatuan dan kesatuan nasional, dari Sabang sampai Merauke. Ada pun, khalayaknya pada dasarnya bersifat umum, termasuk di dalamnya pengamat (pemerhati) masalah-masalah kebudayaan, dan kaum budayawan.

Kelurahan Warungboto. Secara umum dapat dikemukakan di sini bahwa aneka berita yang dibaca oleh informan amat bervariasi, antara lain: Cerber SH Mintadja dan Kho Ping Hoo; berita yang berkaitan dengan masalah kriminalitas; politik, perekonomian; pertanian; ruang keluarga, lembar wanita, dan dapur kita; olah raga; berita baru; pendidikan; tajuk rencana; keagamaan; kesehatan; ekologi; etika; dan pembangunan daerah dan regional. Namun, kalau dilihat secara spesifik, ternyata interest terhadap aneka berita di koran itu berbeda antara Bapak, Ibu, dan generasi muda. Di kalangan Bapak, banyak di antaranya yang lebih tertarik pada berita politik, kriminal, pendidikan, keagamaan, pembangunan daerah dan regional, juga tentang pertanian. Isi pesan yang penting di sini adalah memberikan informasi tentang hasil-hasil pembangunan, bermacam-macam bentuk kriminalitas, persoalan seputar pendidikan anak, aspek spiritual, permasalahan di bidang pertanian dan upaya pemecahannya. Tentu saja, khalayaknya adalah orang yang memang membutuhkan informasi tentang berbagai aspek kehidupan sebagaimana tadi telah disebutkan, dan yang jelas mampu memanfaatkan sarana media massa cetak tersebut, baik dengan cara berlangganan tetap, beli eceran, ataupun baca di papan informasi yang memang disediakan di dekat Kantor Kelurahan setempat.



Foto 23. Khalayak Pembaca Koran Di Warungboto.

Berbeda halnya di kalangan ibu-ibu, perhatian mereka terhadap aneka berita yang ditawarkan oleh media massa cetak tersebut, antara lain: berita kriminalitas, pendidikan, rubrik keluarga, aneka produk baru, berita tentang kebudayaan daerah (KR Minggu), lingkungan hidup, kesehatan, KB, dan bidang keagamaan. Isi pesan pokoknya adalah memberikan wawasan yang lebih luas mengenai berbagai bentuk atau model penipuan yang akhir-akhir ini berkembang di masyarakat, macam-macam persoalan keluarga, masalah kesehatan keluarga dan KB, pendidikan kerohanian, seni budaya daerah. Selain itu, masih ada lagi tambahan informasi tentang lembar wanita, perkembangan mode, aneka resep dapur, dan lembar khusus anak-anak. Ada pun khalayaknya, tentu saja pihak yang butuh pengetahuan tentang bidang-bidang yang telah disebutkan tadi, terutama banyak peminat dari pemerhati masalah keluarga dan sosial-budaya khususnya.

Khusus kegemaran kelompok remaja terhadap rubrik media cetak, baik koran maupun majalah, antara lain: kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek); berita luar negeri (mancanegara); perkembangan mode; musik; hiburan; psikologi; olah raga; masalah kriminalitas; dan pendidikan. Jelas di sini, kebutuhan tersebut sebagian besar hanya terpenuhi dengan bacaan koran (KR, *Yogya Post*, dan *BERNAS*), sementara untuk majalah lokal, seperti *Mekar Sari* dan *Djaka Lodang*, dirasakan oleh mereka kontribusinya kecil sekali. Ada pun isi pesan yang terkandung di dalamnya adalah mengetahui kejadian-kejadian aktual, bisa mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi, tahu beberapa kasus-kasus yang muncul berkaitan dengan kenakalan remaja dan kriminalitas, perkembangan mode, olah raga, musik, dan hiburan. Ketika ditanyakan tentang khalayaknya berasal dari kelas sosial mana saja maka banyak jawaban yang secara umum menunjukkan bahwa konsumennya berasal dari mahasiswa, pelajar, dan generasi muda, khususnya yang berasal dari golongan sosial-ekonomi menengah ke atas. Mengapa harus dari kelas tertentu? karena pengadaan sarana koran dan majalah tersebut memerlukan anggaran ekstra yang tidak murah tentunya, meski bisa juga tak perlu harus membeli untuk memanfaatkannya, yakni dengan cara pinjam teman atau tetangganya.

Desa Baturetno. Cukup banyak aneka berita yang menjadi kegemaran publik. Derajat keragaman tersebut tentu saja disebabkan oleh banyak hal, seperti perbedaan jenis kelamin khalayak, usia, tingkat pendidikan, matapencaharian dan sebagainya. Karakteristik sosio-demografis di antara khalayak pembaca koran maupun majalah tersebut jelas secara langsung berpengaruh terhadap pilihan

tentang aneka rubrik yang dimuat dalam media cetak itu. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan dikemukakan beberapa kasus sebagaimana adanya.

Seorang Bapak yang sehari-harinya bekerja pada sebuah kantor swasta di bilangan kota Yogyakarta ini mengaku tertarik berita apa saja, terutama yang baru menjadi isu publik secara luas di kalangan masyarakat. Namun, tatkala didesak lagi, ternyata ada yang jadi favoritnya, antara lain: berita kriminal; masalah ekonomi, seputar dunia pendidikan.

Lain lagi pengakuan dari informan Bapak yang bekerja sebagai PNS di salah satu instansi di kota budaya ini. Beliau paling awal membaca koran adalah pada rubrik tajuk rencana, baru kemudian disusul berita lainnya, terutama di halaman depan yang memang menjadi *headline* media tersebut. Misalnya saja, berita-berita kriminal; politik ekonomi; sosial; budaya; seputar masalah perkembangan iptek; dan pendidikan anak.

Saat ditanyakan tentang isi pesan dari media tersebut banyak yang memberikan respon bahwa intinya menambah cakrawala pemikiran karena menjadi tahu tentang banyak hal dalam kehidupan bermasyarakat, dari soal seputar rumah tangga, masyarakat, sampai dengan masalah pembangunan nasional dengan segala implikasinya. Rata-rata mereka menyadari akan pentingnya mengikuti perkembangan jaman melalui media massa, seperti koran ataupun majalah. Hanya sangat disayangkan, khusus untuk majalah terbitan lokal yang merupakan kalawarti bahasa Jawa tampaknya tidak banyak diminati di sana kalau dibandingkan dengan majalah terbitan nasional yang menurut mereka lebih atraktif, aktual, dan bervariasi. Sementara orientasi dari majalah lokal, seperti Djaka Lodang dan Mekar Sari hanya sebatas berita pembangunan, terutama di bidang pertanian, peternakan, dan perikanan saja. Oleh sebab itu, wajar kalau khalayak yang memanfaatkannya pun relatif terbatas, seperti *para pamong desa, klompencapir, PPL* pertanian, dan petani.

Menurut beberapa informan tersebut, khalayak untuk media massa cetak koran adalah umum sifatnya. Artinya, peminat ataupun pemerhati berbagai berita yang tadi disebutkan bisa berasal dari berbagai lapisan masyarakat, seperti pegawai, wiraswasta, pedagang, tokoh-tokoh masyarakat (formal maupun informal), buruh, dan petani. Hanya saja, kalau dilihat bahwa pengadaan media cetak tersebut juga memerlukan anggaran tersendiri maka biasanya khalayak berasal dari kalangan menengah ke atas yang biasanya mempunyai bekal pendidikan relatif cukup. Sementara untuk majalah lokal,

khalayaknya mungkin lebih terbatas kalau dibandingkan dengan koran lokal maupun dengan majalah yang berskala nasional. Statemen tersebut bisa dipahami mengingat orientasi dari majalah lokal itu sendiri, selain menggunakan bahasa *Jawa ngoko*, juga rubriknya cenderung difokuskan pada bidang pertanian. Otomatis khalayaknya sebagian besar terdiri dari kaum petani, tepatnya elit petani yang mampu berlangganan atau beli eceran majalah lokal tersebut, juga KMD Kandha Rahardja. Konsumen lainnya adalah staf kelurahan, PPL pertanian, dan pemerhati masalah-masalah pertanian khususnya.

Berbeda halnya di kalangan ibu-ibu di sana, umumnya mereka merasa tertarik pada masalah kriminalitas; ruang keluarga; ekonomi; khususnya yang berkaitan dengan harga kebutuhan pokok rumah tangga; berita ringan (enteng berisi), misalnya aneka rupa resep dapur, seputar pendidikan anak, hiburan, bina keluarga, dan ruang konsultasi, juga rubrik tentang kisah pengalaman seseorang. Untuk media cetak yang berupa majalah, rata-rata mengaku tak pernah memanfaatkannya. Kalaupun ada, hanya segelintir orang yang notabene merupakan keluarga berada (mampu) sosial-ekonominya mengingat harga majalah nasional, saat ini relatif mahal sehingga tak terjangkau oleh *kocek* masyarakat awam. Walaupun persentasenya kecil, berikut ini akan disajikan wawancara dengan seorang Ibu yang kebetulan sekali-sekali mengaku membeli majalah (nasional) dengan cara eceran.

Tadinya, begitu tutur seorang Ibu yang sehari-harinya bekerja sebagai Ibu rumah tangga, ia beli majalah di pengecer lantaran memenuhi permintaan anaknya yang saat ini sedang menempuh pendidikan di bangku SMTA swasta di bilangan Yogyakarta Selatan. Persisnya, ia membeli majalah Kartini. Iseng saja, ia juga turut membacanya, terutama saat anaknya sekolah. Ternyata, banyak rubrik yang menarik dalam majalah tersebut yang penting untuk diketahui oleh kaum wanita, terutama yang sudah membina rumah tangga seperti dirinya. Namun demikian, ia mengaku kadang juga membeli majalah wanita lainnya, seperti Majalah Gadis, Tiara atau pun Femina sesuai dengan permintaan anaknya.

Jadi, dari penuturan Ibu tersebut, meskipun dalam kenyataannya, ia hanya pasif, artinya pilihan terhadap suatu jenis media cetak (majalah) tersebut bukan lahir dari keinginannya sendiri, melainkan memenuhi permintaan anaknya. Namun, dikarenakan ia juga membacanya maka ia beranggapan banyak pesan penting yang bisa dipetik hikmahnya, terutama berkait dengan persoalan seputar dunia wanita, ruang keluarga, problematika remaja, dan dunia pendidikan, juga aneka rupa resep masakan (dapur kita). Banyak juga memuat masalah-

masalah yang berkaitan dengan bidang kesehatan, termasuk keluarga berencana. Ada pun khalayaknya, tentu saja umumnya kaum wanita karena memang majalah khusus wanita. Meskipun harga majalah edisi baru tersebut relatif mahal sehingga pembelinya pun biasanya berasal dari kalangan atas, namun toh kalau sekedar terima majalah bekas saja, harganya relatif murah di pasaran sehingga meskipun tak lagi aktual, banyak kalangan menengah ke bawah yang mampu menjangkaunya.

Di kalangan generasi muda yang kebetulan masih menimba ilmu di dunia Perguruan Tinggi, lain lagi versinya berkaitan dengan rubrik yang jadi kegemarannya, lebih kompleks pilihannya. Mungkin ada korelasi antara variabel pendidikan dengan pilihan terhadap suatu rubrik atau aneka berita yang dimuat oleh suatu media massa cetak, baik yang berupa koran ataupun majalah sebagaimana dituturkan oleh informan berikut ini.

Saat ini, ia masih tercatat sebagai mahasiswa di salah satu universitas negeri di Yogyakarta. Dalam pengakuannya, pada era globalisasi informasi dan komunikasi sekarang ini, peran media massa begitu dominan. Oleh sebab itu, meski ekonomi keluarganya boleh dibilang hanya pas-pasan, ia tetap berusaha membaca koran atau majalah dengan berbagai cara. Kalau sedang ada uang lebih, beli eceran. Akan tetapi, sering juga ia pinjam ke tempat teman, khususnya majalah, seperti Prisma, Intisari, Gatra dan sebagainya.

Selanjutnya dituturkan bahwa banyak aspek positif kalau kita membaca media cetak, baik koran ataupun majalah, antara lain: (a) Bertambahnya wawasan akan informasi pembangunan; (b) Mengetahui tentang persoalan seputar dunia pendidikan, politik, sosial-budaya, ekonomi, hukum; (c) Upaya preventif terhadap pelaku kejahatan karena dari media massa kita menjadi tahu serba sedikit bagaimana *modus operandi* kriminal yang saat ini sering dipakai oleh penjahat; (d) Memperkaya khasanah pemikiran etika, moral, dan aspek religius; (e) Mengetahui perkembangan daerah-daerah lain, baik yang berskala nasional, regional, maupun internasional; (f) Mampu menambah wawasan tentang problematika di bidang pertanian khususnya mengingat mayoritas penduduk Indonesia masih berkecimpung di sektor ini; dan (g) Beberapa persoalan di seputar keluarga juga menambah bekal untuk nantinya memasuki mahlagai rumah tangga; (h) Kita pun perlu mengikuti perkembangan iptek, terutama berkaitan dengan bidang kesehatan dan lingkungan hidup.

Ketika ditanyakan bagaimana kira-kira khalayak dari media massa cetak tersebut, umum sifatnya yang penting bisa baca (*melek huruf*). Kalau soal ketidakmampuan ekonomis yang dijadikan alasan mengapa seseorang itu tidak memanfaatkan media cetak, menurutnya itu kurang rasional. Mengapa begitu? karena sebagaimana dilihat, intervensi media massa cetak dewasa ini begitu hebat, di mana-mana banyak papan pengumuman yang setiap hari ditemplei koran, bahkan sampai di desa pelosok sekali pun, seiring dengan program Koran Masuk Desa (KMD). Oleh karena itu, yang penting di sini adalah tumbuhnya kesadaran akan pentingnya media massa, niat untuk membaca, kapan dan dimana pun berada, begitu.

Desa Karangtalun. Sebagaimana dipaparkan di bagian depan bahwa sampel di lokasi ini berpola tunggal, jadi kepemilikan media massanya, sebatas radio saja. Umumnya mereka bekerja sebagai petani, dengan bekal pendidikan yang relatif rendah kalau dibandingkan dengan kedua lokasi penelitian lainnya, yakni Kelurahan Warungboto dan Desa Baturetno. Meskipun ada di antara mereka yang tidak pernah menduduki bangku sekolah formal, namun rata-rata informan di sini bisa baca-tulis. Nah, walau tak banyak yang mengaku selama ini memanfaatkan media koran, tetapi ada juga yang sekali-sekali membacanya sebagaimana dituturkan oleh informan berikut ini.

Seorang Bapak, yang selain bertani, juga wiraswasta kecil-kecilan (*home industry*) mengaku sekali-dua membaca koran lokal, baik yang berbahasa Indonesia maupun edisi bahasa Jawa, seperti Kedaulatan Rakyat dan Kandha Rahardja. Dulu, sekitar 1980-an, di papan pengumuman desa selalu ditemplei koran Kandha Rahardja (edisi berbahasa Jawa), tetapi sekarang tidak lagi. Sesungguhnya, rubrik atau aneka berita yang paling disukainya adalah masalah-masalah sekitar pertanian, peternakan, perikanan serta pembangunan desa pada umumnya.

Menurutnya, khalayak media massa koran adalah kalangan terbatas, yakni menengah ke atas (elit desa), seperti PNS dan ABRI, wiraswastawan yang sukses, dan aparat pemerintahan di tingkat desa. Ia pun menyadari sepenuhnya akan pentingnya membaca koran ataupun majalah, terutama yang berbahasa Jawa. Khusus untuk majalah Djaka Lodang, rubrik yang paling disenanginya, selain masalah pembangunan desa, juga mengenai *Jagading Lelembut*. Isi pesannya banyak yang bermanfaat bagi pembangunan kawasan pedesaan khususnya. Selain itu, juga merupakan hiburan, sekaligus menambah wawasan masyarakat kecil.

Khusus untuk informan Ibu yang ditemui, banyak di antaranya yang mengaku jarang, kalau tak boleh dibilang tidak pernah memanfaatkan media massa cetak, baik yang berupa koran ataupun majalah berbahasa Indonesia dan edisi Jawa. Rata-rata mereka lebih memilih menonton acara-acara media massa lainnya (elektronik), khususnya televisi. Banyak juga pesan-pesan moral yang kita dapatkan di media pandang-dengar tersebut, tanpa susah-susah membacanya sebagaimana kalau kita memanfaatkan media cetak koran. Namun, ia tahu bahwa di wilayah sekitar telah beredar berbagai media massa cetak, baik koran ataupun majalah, misalnya *Kalawarti bahasa Jawa Mekar Sari*, *Djaka Lodang*, *Kandha Rahardja*, *Kedaulatan Rakyat*. Mengenai isi pesan media cetak tersebut, ia tak mampu menjawabnya. Kalau khayalak media tersebut, rata-rata berasal dari golongan atas yang penghasilannya telah mapan.

Tak jauh berbeda dengan apa yang dipaparkan oleh Ibu tadi, tampaknya generasi muda di sana pun bukan merupakan barisan pembaca pro aktif media massa cetak lokal, terutama yang berbahasa Jawa, baik koran atau majalah, seperti *Kandha Rahardja*, *Djaka Lodang*, dan *Mekar Sari*. Namun, mereka lebih sering membaca koran berbahasa Indonesia, seperti *Kedaulatan Rakyat* dan *Berita Nasional (Bernas)*, meskipun keluarganya tak mampu berlangganan tetap. Sebagai gambaran dalam keluarga sampel, tak sedikit yang anaknya berpendidikan cukup tinggi setingkat SMTP-SMTA. Kiranya mudah dipahami kalau kemudian polanya berbeda, antara generasi tua muda, dikotomi pendidikan rendah tinggi, antara lain: Kesadaran akan pentingnya media massa cetak khususnya, atensi terhadap aneka berita dan sebagainya. Berikut ini pengakuan informan dari generasi muda setempat.

Untuk koran, ia sekali tempo baca *Kedaulatan Rakyat*. Jarang, bahkan tak pernah memanfaatkan *KMD Kandha Rahardja* karena muatan isinya tak menarik. Rubrik KR yang paling disukai, antara lain: Perkembangan ilmu pengetahuan (Iptek), pendidikan, masalah sosial-budaya, cerita bersambung SH Mintardja dan cerita pendek (dalam Minggu Pagi). Untuk majalah, ia sering pinjam temannya yang kebetulan berlangganan majalah *Siswa HAI*, majalah *ANDA*, tabloit *NOVA*, majalah *Vista TV*, dan majalah *Forum*.

Isi pesan yang terkandung dalam media massa tersebut banyak, antara lain: berita baru, kemajuan bidang iptek, pendidikan, sosial, budaya, kriminalitas, politik, ekonomi, olahraga, dan kerohanian. Khalayaknya berasal dari masyarakat

umum, terutama golongan kaum terpelajar yang senantiasa haus akan informasi yang bersifat lokal, nasional.

Sebagai gambaran umum, tanpa mengabaikan perbedaan yang ada di masing-masing lokasi, berikut ini hanya akan diliput kembali data apa yang berhasil digali di ketiga lokasi penelitian, khususnya yang berkaitan dengan sub-sub aneka berita dan isi pesan kaitannya dengan lapisan khalayak penggemarnya. *Pertama*, ternyata aneka berita yang diserap oleh sampel di Kelurahan Warungboto, jauh lebih kompleks kalau dibandingkan dengan kedua wilayah lainnya. Ada dugaan ini disebabkan bacaan di Warungboto yang selama ini dimanfaatkan, secara kuantitatif lebih bervariasi. Selain itu, intensitas dan frekuensi membacanya pun lebih rutin sifatnya. Perlu diketahui bahwa semua informan di Warungboto adalah pelanggan media massa cetak tertentu, baik koran maupun majalah.

Mengenai isi pesan yang terkandung dalam media cetak, bisa dikemukakan secara singkat, yakni berisi informasi tentang banyak hal atau aspek kehidupan: iptek; politik; ekonomi; dan persoalan sosial-budaya; seperti kesehatan, pendidikan, olahraga, pembinaan rohani (moral dan etika). Ada pun khalayaknya bersifat umum, terutama berasal dari para peminat atau pemerhati, kaum terpelajar (intelektual) yang memang mampu mengadakan prasarana dan sarana media massa tersebut, baik dengan cara menjadi pelanggan tetap ataupun dengan beli eceran, pinjam tetangga dan sebagainya.

Perlu digarisbawahi di sini bahwa kenyataan minat atau kebiasaan membaca (*reading habit*) di Desa Karangtalun amat lemah karena memang keluarga sampel hanya punya satu sarana media, yakni radio. Selain itu, rata-rata pendidikan mereka rendah, bahkan ada yang tidak pernah mengenyam bangku pendidikan formal. Namun, mesti ekstra hati-hati melihat data empiris tersebut kalau tak ingin tersesat. Pertanyaannya sekarang, dengan kondisi yang boleh dibilang pas-pasan tersebut, apakah itu berarti mereka tidak menyadari akan pentingnya media massa cetak khususnya. Kasus temuan di lapangan justru menunjukkan fenomena menarik karena meskipun mereka berasal dari ekonomi yang serba pas-pasan (*marginal*), tambahan pula latar belakang pendidikan mereka pun rendah, namun ada sedikit kesadaran di dalam benak mereka akan pentingnya media massa cetak tersebut. Menurut saya, persoalannya justru terletak pada ketidakmampuan mereka yang menyebabkan lemahnya minat baca, tetapi itu tidak berarti tak adanya kesadaran di benak mereka akan pentingnya media massa cetak. Di sisi lain, walau untuk makan sehari-harinya pun, mereka mesti *banting tulang*, mereka tetap berusaha mati-matian menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang yang

lebih tinggi agar tak mengalami nasib sebagaimana orang tuanya saat ini. Orientasi pemikiran semacam itu jelas positif sifatnya, berkaitan dengan aspek pemanfaatan media yang muaranya hampir sama, yakni pada akumulasi wawasan.

Sampai di sini, dapatlah ditarik analisis sederhana bahwa sesungguhnya kualitas (mutu) sumber media massa itu tidak sama dan sebangun. Begitu juga yang terjadi seputar persoalan tentang misi dan visi antara pemerintah dan swasta yang menyangkut Sumber Daya Manusia (SDM) dan perangkat kerasnya (*Hardware*). Secara implisit, kadang terasakan bahwa pesan-pesan yang disalurkan tak banyak dimengerti oleh khalayak, kecuali sekedar sebagai konsumsi hiburan semata-mata. Mestinya bisa dengan cara mengangkat kasus-kasus dari bawah, dan seterusnya dipublikasikan secara proporsional kepada massa khalayak.

Saluran tak langsung pemberitaan bias tidak relevan, validitasnya juga melemah. Sifat yang langsung, tingkat *knowledge, Attitude, and Practice* (KAP) khalayak sungguh berjenjang sehingga efeknya pun beragam nantinya. Dengan begitu banyak kendala tersebut, jelas untuk dapat memahami efek media massa terhadap pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, validitasnya limit sekali. Momentum ini setidaknya-tidaknya bisa dijadikan tolok ukur (indikator). Belum lagi kalau disimak secara lebih detil memang hingga detik ini, *Reading habit*, memang belum membudaya di kalangan masyarakat, terutama di pelosok pedesaan, padahal justru di situlah letak persoalan yang hakiki. Jadi, infrastruktur lainnya harus bergerak bersamaan dengan media massa, barulah pembangunan akan beroleh hasil yang optimal dan mantap.

C. PERAN DALAM PROSES SOSIALISASI

Sebelum sampai pada temuan kasus per kasus di ketiga lokasi penelitian, ada baiknya dilihat sejenak mengenai konsep operasional sosialisasi itu sendiri. Selama beberapa dasawarsa, muncul kesepakatan di antara para pakar sosial-budaya bahwa yang ikut andil membidani lahirnya proses pewarisan nilai-nilai kebudayaan yang lazim dikenal sebagai sosialisasi dan enkulturasi itu sekurang-kurangnya ada tiga pihak: keluarga, masyarakat, dan sekolah. Di tingkat keluarga, jelas peran orang tua dalam sosialisasi anak pegang peran penting karena justru di sinilah si anak mula-mula mengenal nilai atau norma yang nantinya akan mewarnai kepribadian dasar mereka *'basic personality'*. Pada perkembangan selanjutnya, si anak akan mengenal implementasi nilai ataupun norma baru yang lebih luas dimensinya di dalam jaringan atau

relasi sosial (masyarakat), terutama lewat teman sebaya-sepergaulan. Di sinilah kira-kira dimulainya proses pembudayaan (enkulturasi). Kemudian setelah anak mulai memasuki dunia pendidikan, aturan main bertambah luas tetkala si anak terlibat dalam jaringan 'playgroup'. Itulah sepintas tentang gambaran pertumbuhan kepribadian seseorang, mulai dari tahap awal sampai dewasa, dan berakhir dengan kematiannya 'stages along the lifecycle.'

Dalam kaitan dengan seberapa jauh peran media massa lokal dalam proses sosialisasi ini, paling tidak ada dua pihak yang berdiri berseberangan, yakni media massa itu sendiri, baik cetak maupun elektronik di satu pihak, dan masyarakat (khalayak) di pihak lain, juga peran agen-pengecer (penyalur) koran. Pertanyaannya sekarang, upaya awal harus dimulai dari pihak media itu sendiri, sudahkah mereka siap untuk menjadi pelopor kemajuan di era pembangunan ini? apakah misi dan visi media yang paling sedikit ada tiga kriteria, seperti informasi, pendidikan, dan hiburan atau layanan masyarakat itu sudah dijalankan sedemikian rupa? apakah sebagai media kontrol sosial mereka juga sudah menerapkannya? Kalaupun itu semua sudah siap, apakah materinya itu sudah dikemas sedemikian rupa? Isi kemasan itu sendiri sudahkah laik dikatakan sebagai suatu produk informatif, konstruktif yang memang pantas dikonsumsi oleh khalayak? apakah itu semua mampu sebagai *entertainment* yang bersifat menghibur khalayak? Kalau beberapa prasyarat tersebut telah dicapai, baru khalayak mungkin mulai tertarik.

Kalau kontinyuitas tetap dipertahankan maka dengan kondisi sedemikian itu, baru boleh optimis, tahap awal proses sosialisasi siap dimulai. Tentu saja ini belum menyinggung tentang kerelevanan materi (substansi) dengan khalayak yang variasinya begitu kompleks. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan dicoba mengemukakan bagaimana pendapat informan di ketiga lokasi maupun elektronik dalam proses sosialisasi.

Meskipun secara umum media massa itu telah berperan, baik elektronik maupun cetak, khususnya berkaitan dengan pewarisan nilai-nilai budaya (sosialisasi), tetapi dalam pengamatan sebagian besar informan di lokasi penelitian, masih perlu ditingkatkan lagi peranannya. Disadari sepenuhnya bahwa memang ada banyak faktor kendala untuk mengarah ke sana, antara lain berkaitan dengan persoalan dana (anggaran), terbatasnya rubrik, dan mutu (kualitas) manajerial media massa cetak khususnya. Oleh sebab itu, perlu digalang kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait (kompeten), seperti keluarga, sekolah, masyarakat, organisasi pemerintah atau swasta, dan peran aktif dari kubu media massa itu sendiri.

Kelurahan Warungboto. Banyak di kalangan Bapak yang ditemui mengaku bahwa selama ini rasanya media massa cetak kurang, kalau tak boleh dikatakan tidak berperan dalam proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai budaya. Mengapa demikian? karena kebanyakan yang diwartakan adalah hal-hal baru sifatnya, padahal kalau untuk kepentingan pewarisan nilai budaya itu, yang mestinya dibutuhkan justru nilai-nilai lama yang memungkinkan untuk diaktualisasikan atau sesuai dengan jamannya. Sementara itu, banyak Ibu di sana berpendapat bahwa media massa cetak amat minim perannya. Walaupun ada, yang terpenting aneka dan kualitas materinya harus ditambah. Sedang di kalangan generasi muda, pendapatnya justru lebih ekstrem lagi dibandingkan dengan generasi pendahulunya. Menurut mereka, media massa cetak sungguh tak berperan dalam kaitannya dengan upaya pewarisan nilai luhur karena pemberitaan kebudayaan daerah selama ini kurang menarik untuk konsumsi (dibaca) oleh remaja khususnya.

Dituturkan oleh salah seorang mahasiswa di salah satu Akademi swasta di Yogyakarta ini, khusus untuk media cetak, dinilainya kurang berhasil sebagai agen atau pelopor pewarisan nilai-nilai luhur budaya bangsa, baik karena minimnya rubrik, juga kualitas materinya masih perlu ditingkatkan lagi. Ia justru berpendapat bahwa media massa, baik cetak maupun elektronik harus bekerja sama bahu-membahu dengan media tradisional yang bersifat lebih kerakyatan (komunikatif). Beberapa alternatif yang bisa dilakukan adalah menggalakkan seni pertunjukkan terbuka, langsung, gratisan, dan menghibur, begitu idealnya.

Informan lainnya, seorang Ibu yang kebetulan sehari-harinya sebagai dosen pengajar di Universitas negeri di Yogyakarta. Beliau menilai adalah tidak *fair* kalau upaya pewarisan nilai-nilai budaya itu semata-mata dibebankan kepada media massa saja. Menurutnya, paling dini, upaya tersebut harus mulai ditanamkan sejak anak-anak masih kecil (dalam keluarga). Justru di sinilah awal berlangsungnya proses sosialisasi. Dengan demikian, peran orang tua amat dominan. Dalam keluarga Jawa yang notabene mengenal pola paternalistis, figur Bapak mutlak dijadikan pedoman oleh anak-anaknya. Namun, dalam perkembangannya, faham parental justru yang sering tampak dalam keluarga Jawa masa kini. Jadi, segala tutur kata dan perbuatan orang tua, Bapak maupun Ibu yang dilihat, didengar oleh anak-anak, akan dirasakan dan dijadikan pedoman ataupun pegangan hidup dalam pergaulan sosial nantinya. Mau dibawa ke mana warna keluarga, sepenuhnya berada di tangan orang tua: apakah pendidikan model demokratis yang dimainkannya yang mengedepankan sifat keterbukaan

dengan prinsip '*asih-asah-asuh*,' ala diktator (tiran), ataukah menerapkan disiplin militer. Kesemuanya itu, pada gilirannya nanti membentuk karakter si anak yang relatif konstan sifatnya, artinya sulit berubah warna secara total dalam perkembangannya.

Apabila proses sosialisasi tersebut mulai memasuki jaringan yang lebih luas tingkatannya, yakni dalam relasi sosial maka itu berarti si anak mulai mengenal, merasakan, dan memahami bagaimana proses sosial yang jauh lebih rumit, yakni enkulturasi atau pembudayaan. Dalam upaya proses sosialisasi, kontribusi sekolah juga memainkan peran penting. Masih hangat kiranya dalam ingatan kita bagaimana pesan almarhum Ki Hadjar Dewantara yang begitu bijak tentang pendidikan yang dijadikan figur panutan: *Ing ngarsa sung tuladha, ing madya mangun karsa, tutwuri handayani*. Sosok guru adalah *digugu dan ditiru*. Hampir semua ujar dan perilakunya dijadikan model oleh anak-anak didik sebagaimana termaktub dalam ungkapan lama 'Guru kencing berdiri, murid kencing berlari.'

Desa Baturetno. Di kalangan Bapak, kebanyakan merespon bahwa media massa lokal cetak dianggap cukup memberikan kontribusi terhadap upaya sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai budaya daerah. Namun, mesti disadari bahwa peran yang dimainkannya minim sekali mengingat khalayak media cetak itu sendiri terbatas jumlahnya. Dengan begitu, mau tak mau harus berjalan paralel dengan media massa lainnya, yakni elektronik, khususnya televisi. Harus diakui bahwa banyak keunggulan (superioritas) media *audio-visual* tersebut dibandingkan dengan radio. Di lain pihak, masyarakat sendiri boleh dikata sudah terjangkau budaya televisi. Sebagaimana tampak dalam kehidupan sehari-hari, kini hampir setiap keluarga punya sarana media tersebut. Persoalannya sekarang, tinggal bagaimana media massa lokal televisi itu sendiri menyikapinya, sampai seberapa jauh upaya dalam memformulasikan paket tayangan kebudayaan daerah khususnya sehingga khalayak tertarik untuk menontonnya. Tentu saja, berbagai alternatif itu tak begitu mudah untuk direalisasikan. Banyak faktor yang mesti diperhitungkan, di antaranya masalah pendanaan (anggaran), kualitas manajerial, dan batasan misi serta visi yang diembannya.

Sementara itu, beberapa Ibu yang ditemui kebanyakan memberikan penilaian bahwa media massa lokal cetak turut berperan terhadap upaya proses sosialisasi kebudayaan daerah karena sedikit-banyak juga menayangkan paket kebudayaan daerah yang cukup menarik. Dengan demikian, khalayak jadi tahu akan ragam kesenian lokal dari daerah-daerah lainnya. Acara menarik lainnya dari media massa elektronik lokal (televisi), misalnya *mbangun desa* yang memang dirasakan cukup komunikatif. Hanya saja, masih banyak yang

perlu ditingkatkan, baik kualitas maupun kuantitasnya. Yang mengherankan, mengapa sampai saat ini amat jarang menyiarkan kembali acara sandiwara 'Jenaka KR' yang sesungguhnya banyak disukai publik. Selain itu, kenapa tidak dicoba bikin sinetron semacam telenovela yang bemaafkan budaya setempat yang begitu banyak ragamnya di persada Nusantara tercinta ini, misalnya cerita rakyat, legenda, babad dan sebagainya.

Lain lagi opini di kalangan generasi muda yang kebanyakan menganggap media massa lokal cetak kurang berperan aktif, khususnya dalam upaya pewarisan nilai-nilai budaya daerah. Berikut ini dapat kita ikuti wawancara singkat dengan salah satu pelajar SMTA setempat.

Meskipun keluarganya saat ini tidak termasuk pelanggan tetap media massa lokal cetak, tetapi hampir 3-4 kali seminggu, ia pasti membeli koran dengan cara eceran. Menurutnya, yang paling dulu dibaca (KR) adalah cerita bersambung karangan SH Mintardja dan Kho Ping Hoo, baru kemudian rubrik lainnya, seperti kriminalitas. Khusus untuk koran KR saat ini tampaknya banyak juga yang memuat rubrik atau artikel tentang kebudayaan daerah, terutama untuk edisi Minggu. Kalau hari-hari lainnya, beritanya padat dengan sejumlah informasi politik, ekonomi, sosial, olah raga, dan iklan layanan masyarakat.

Kesan yang hampir sama juga diinformasikan oleh generasi muda lainnya yang saat ini bekerja sebagai karyawan di salah satu perusahaan swasta di Yogyakarta. Paling tidak, ada sedikit tambahan dibandingkan pernyataan rekannya tadi. Ia lebih menekankan pada kemasan rubrik kebudayaan daerah yang menurutnya kurang *pas* atau kurang menarik *performennya* (penampilannya). Justru informasi tentang kebudayaan daerah yang sungguh beraneka warna jauh lebih banyak diperolehnya di bangku sekolah dan dari tayangan televisi swasta, seperti Indosiar yang begitu apik mengemas paket tayangan kebudayaan daerah. Paket menarik lainnya, yang juga *direlease* oleh TV swasta tersebut adalah pentas wayang kulit dengan mendatangkan dalang yang bermutu, lawak Sri Mulat, *ludruk* dan sebagainya. Untuk itu, alangkah baiknya kalau media massa lokal cetak, baik edisi berbahasa Indonesia maupun Jawa, pada hari-hari tertentu mengeluarkan edisi khusus tentang kebudayaan daerah. Tentu saja, materinya mesti dikemas dan dipaparkan secara apik disertai komentar dan analisis sederhana dari para pakar dilengkapi gambar (dokumentasi).

Desa Karangtalun. Khusus untuk media massa lokal cetak berbahasa Jawa, yakni KMD Kandha Rahardja cukup berperan dalam proses sosialisasi kebudayaan daerah, demikian jajak pendapat di antara informan kalangan Bapak. Diakui

bahwa media tersebut banyak memuat tentang pembangunan kawasan pedesaan yang kini ada kecenderungan banyak dilupakan oleh media cetak lainnya. Ada pun rubrik yang dimuat, antara lain: kesenian daerah, cerita-cerita rakyat, pertanian, perikanan, peternakan, termasuk juga kerajinan rakyat. KMD Kandha Rahardja, selain menggunakan bahasa Jawa yang nyatanya lebih komunikatif dengan masyarakat pedesaan di Jawa (golongan tua-tua), isinya juga cukup padat dan dirasa relevan dengan kebutuhan khalayak pedesaan. Manfaatnya yang bisa dipetik dari media tersebut bagi kalangan petani khususnya, paling tidak bisa membandingkan perkembangan atau kemajuan pertanian di lain daerah sehingga otomatis banyak pengalaman baru yang mungkin bisa diterapkan untuk meningkatkan usaha di bidang pertanian setempat, termasuk cara-cara yang efektif menambah penghasilan dengan memanfaatkan lahan pekarangan secara optimal.

Di lain pihak, begitu informasi yang diperoleh dari ibu-ibu yang berhasil diwawancarai, mereka kurang tahu persis tentang seberapa jauh peran media massa lokal cetak terhadap proses sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai budaya daerah karena kebanyakan mereka tak pernah memanfaatkan media cetak tersebut, baik koran maupun majalah. Kebetulan memang di antara informan tersebut, ada beberapa yang di antaranya yang tak pernah sekolah alias buta huruf, sementara yang lainnya tak jauh lebih baik karena hanya berbekal pendidikan yang relatif rendah. Yang jelas, mereka lebih memilih menonton televisi daripada membaca media massa lokal cetak, meskipun diakuinya mereka sampai dengan saat ini belum punya kedua sarana media tersebut. Sebagai ilustrasi, berikut ini akan disajikan pengakuan dari salah seorang informan Ibu tersebut.

Kalau kebetulan ada acara televisi yang menarik, baik TVRI maupun TV Swasta, seperti tayangan *kethoprak*, drama, acapkali ia menonton ke rumah tetangga. Selain cari hiburan, juga *idhep-idhep sanja* (sembari main). Tinggal duduk *lesehan*, bisa dengar sekaligus melihat gambarnya. Jadi, tak perlu repot-repot harus membaca sebagaimana kalau memanfaatkan media massa lokal cetak, baik koran maupun majalah.

Beberapa pendapat dari generasi muda menganggap selama ini peran media massa lokal cetak terhadap upaya proses pewarisan nilai-nilai telah tampak nyata. Hanya saja, di daerah setempat, masyarakat yang mampu memanfaatkan media tersebut terbatas sekali jumlahnya, katakanlah masih bisa dihitung dengan jari, antara lain: pendidik (guru), perangkat desa setempat,

pegawai (karyawan) dari golongan menengah ke atas. Kalau memungkinkan, akan lebih baik hasilnya apabila media tersebut bisa memanfaatkan media tradisional sehingga dapat *klop (pas)* dengan kebutuhan khalayak yang sebagian besar di antaranya hidup bercocok tanam di daerah pedesaan.

Kiranya cukup jelas bagaimana tanggapan informan di ketiga lokasi penelitian tentang peran media massa lokal cetak terhadap upaya pembinaan dan pengembangan nilai-nilai budaya daerah. Ada beberapa hal yang perlu digaris-bawahi di sini, antara lain: munculnya kesepakatan pendapat yang pada pokoknya beranggapan bahwa peran media tersebut sampai saat ini masih dirasa lemah karena memang banyak kendala yang tidak ringan alternatif pemecahan masalahnya, seperti terbatasnya rubrik, dana, dan mutu manajemen. Salah satu cara yang mungkin bisa ditempuh adalah dengan menggalang kerjasama dengan berbagai pihak yang kompeten terhadap proses sosialisasi tersebut: keluarga, masyarakat, sekolah, organisasi pemerintah maupun swasta, dan terutama peran aktif dari pihak media itu sendiri, khususnya cetak, baik yang berupa koran maupun majalah.

D. PENGARUH TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL, BUDAYA, DAN EKONOMI

Harus diakui bahwa media massa sedikit-banyak punya potensi yang mampu mempengaruhi ketentuan atau aturan main yang ada di berbagai bidang kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi, di antaranya menyangkut pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), matapencarian, kesenian, dan mobilitas penduduk. Demikianlah implikasi media massa lokal cetak khususnya akan diungkapkan sebagaimana adanya sesuai dengan tingkat pemahaman informan. Sebelumnya perlu disampaikan di sini, ternyata tak semua informan mampu memberi jawaban yang proporsional tentang seberapa jauh sesungguhnya peran yang dimainkan media massa tersebut terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Oleh sebab itu, segala informasi yang diperoleh selama di lapangan tersebut akan diakumulasikan dan dirangkum sedemikian rupa agar deskripsi tampak lebih utuh, tidak terputus-putus, begitulah!

Pengaruh media massa cetak terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi, boleh dikata ambivalen, bersifat positif, tetapi juga tak sedikit mendatangkan kerugian di sisi lain. Beberapa aspek yang terkena pengaruh media massa cetak, langsung maupun tidak, antara lain: pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek),

matapencaharian, kesenian, dan mobilitas penduduk. Contoh konkret yang bermanfaat, di antaranya wawasan kita bertambah luas, mengenal perkembangan dunia iptek, pola pikir bertambah kritis. Sedang dampak negatifnya, celakanya amat banyak untuk disebutkan satu per satu, misalnya pergaulan bebas, gaya hidup mewah, kecenderungan meniru nilai baru yang datang dari Barat (negatif).

Kelurahan Warungboto. Di kalangan Bapak yang berhasil ditemui, banyak di antaranya yang menganggap media massa lokal cetak punya andil penting dalam membuka cakrawala pemikiran sehingga dirasakan wawasan khalayak bertambah luas. Ini sungguh penting sebagai prakondisi memasuki era tinggal landas yang penuh dengan tantangan. Idealnya, kita masing-masing mesti mengembangkan budaya baca dalam hidup kesehariannya. Itu merupakan syarat mutlak yang sulit ditawar agar nantinya mampu 'duduk sama rendah, berdiri sama tinggi' dengan bangsa-bangsa lain di dunia. Sebagai ilustrasi, berikut ini dapat diikuti pemikiran dari salah seorang informan di sana.

Bapak tiga orang anak yang mantan anggota ABRI ini punya opini yang cukup tajam. Dikatakan bahwa memang masyarakat kita ini suka main lompat-lompatan, dari budaya dengar langsung memasuki budaya televisi (*audio visual*), tanpa melalui fase budaya baca terlebih dahulu. Logikanya, kalau melompatnya tak hati-hati, bisa *keplengkang* (tergelincir). Akibatnya, meskipun media massa lokal cetak tersebut sebenarnya punya kontribusi terhadap pola pikir khalayak misalnya, tetapi bagaimana pun intensitasnya jauh lebih rendah kalau dibandingkan dengan peran yang dimainkan oleh media elektronik, khususnya televisi. Bahkan akhir-akhir ini, muncul fenomena baru, yakni budaya internet yang memang lebih canggih teknologinya.

Selain itu, media massa juga membawa pengaruh terhadap tatanan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Untuk lebih jelasnya, ikutilah bagaimana pengakuan dari informan lainnya yang akan dipaparkan sebagai berikut.

Seorang Bapak dari keluarga wiraswastawan ini menganggap fungsi media massa lokal cetak tersebut bersifat *ambivalen*, positif sekaligus merugikan, terutama jika dikaitkan dengan eksistensi tatanan nilai dan norma yang berkembang dalam pergaulan masyarakat. Di satu pihak, media massa memperkenalkan atau tepatnya menyuguhkan adanya fenomena baru dalam tatanan nilai dan norma, baik di bidang hukum, politik, pendidikan, perdagangan, etika, dan relasi sosio-kultural. Di lain pihak, secara tak langsung

terjadi banyak benturan dengan tradisi nilai dan norma yang telah ada sebelumnya. Ketidak-harmonisan proses sinkretisasi atau perpaduan nilai ini yang notabene berbeda wacananya, bukan tidak mungkin akan menimbulkan kegoncangan budaya.

Dituturkan selanjutnya, banyak contoh yang bisa kita lihat, misalnya di bidang hukum relevansinya dengan masalah kriminalitas memang merupakan rubrik yang paling menarik bagi khalayak pada umumnya. Boleh dikata, hampir saban hari kita mendapatkan sajian berita kasus penembakan, pencurian, pembunuhan, perkosaan serta aksi-aksi pelecehan seksual yang banyak ditujukan kepada kaum wanita dan anak-anak di bawah umur. Manakala oknum pelaku tertangkap dan dibawa ke pengadilan, kadang sanksi hukum yang diterapkan oleh hakim dirasakan kurang sebanding dengan akibat yang ditimbulkan oleh perbuatannya pada sang korban. Dengan begitu, masyarakat jadi bingung sendiri atas sanksi yang dijatuhkan oleh hakim tersebut. Pendek kata, putusan tersebut kurang mewakili rasa keadilan rakyat. Persoalan lain juga tak kalah serunya sebagaimana disampaikan informan berikut ini.

Dituturkan oleh salah seorang informan bahwa fenomena yang tampak nyata dewasa ini adalah menurunnya etika sopan-santun di kalangan generasi muda terhadap orang tua. Di lain pihak, kita lihat bagaimana kontrol sosial di masyarakat kita cenderung permisif atau melemah sehingga sering kita dengar begitu bebasnya pergaulan muda-mudi saat ini. Tampaknya budaya malu, pelan tapi pasti menghilang dalam peradaban kita.

Secara langsung ataupun tidak, yang jelas eksistensi media massa turut berperan mempengaruhi gaya hidup sebagian khalayak pembacanya. Khusus untuk aspek ini, banyak unsur negatifnya, seperti gejala konsumerisme yang berlebihan, gaya hidup kebarat-baratan (*westernisasi*) yang nyatanya telah jauh menyimpang dari kultur lama yang esensinya lebih menekankan pola hidup bersahaja (*prihatin* atau *laku tapa brata*), prinsip hidup sederhana dalam mengarungi hidup ini yang diyakini hanya sesaat '*urip mung saderma mampir ngombe*' sebagaimana diutarakan oleh informan berikut.

Bapak dari sebuah keluarga kecil (*nuclear family*) yang sehari-harinya bekerja sebagai pedagang menyayangkan begitu semaraknya gaya hidup mewah yang justru dilakukan oleh kaum elitis yang notabene merupakan pimpinan formal maupun informal. Media massa cetak banyak menunjukkan fakta sebagai suatu

fenomena warisan feodal. Mestinya sebagai *tokoh panutan* masyarakat, mereka harus bisa menunjukkan keteladanan agar pantas ditiru. Yang sungguh memprihatinkan kita adalah gaya hidup generasi muda yang *glamour*, jauh dari sikap ekonomis. Ironisnya, saat ini kita toh sedang gencar-gencarnya menumbuh-kembangkan kebiasaan menabung guna mempertinggi inves negara sehingga pembangunan di segala bidang kehidupan akan lancar.

Tidak jauh berbeda halnya dengan anggapan di antara para Ibu yang berhasil diwawancarai, mereka melihat tidak sedikit anak sekarang yang berperilaku menyimpang jauh dari *paugeran* etiket, sopan-santun, dan *unggah-ungguh* yang ditanamkan dalam keluarga Jawa. Banyak kasus perilaku *ugal-ugalan*, bahkan menjurus pada tindak kriminal yang mengakibatkan ketidaknyamanan dan kesengsaraan bagi si korban dan masyarakat pada umumnya, seperti *kebut-kebutan* di jalan raya, *tawuran massal*, minum-minuman keras dan *pil koplo*, judi, penjambretan, dan pelecehan seksual (perkosaan) yang korbannya adalah wanita dan anak-anak. Anehnya, banyak di antara pelaku asusila tersebut berasal dari kaum terpelajar sekolah lanjutan maupun mahasiswa, bahkan ada guru yang sampai hati menodai anak didiknya. Lebih dramatis lagi, ada kasus di beberapa tempat, seorang ayah kandung maupun ayah tiri tega memperkosa anaknya hingga berbulan-bulan. Akhirnya si anak yang bersangkutan hamil dan melahirkan tanpa ayah. Menanggapi berbagai kasus temuan tersebut, kebanyakan informan tidak begitu tahu persis apakah perilaku menyimpang dari tatanan tersebut semata-mata akibat dampak dari media massa cetak khususnya ataukah ada faktor-faktor lain yang dominan lebih pengaruhnya sebagaimana dituturkan oleh informan berikut ini.

Seorang Ibu rumah tangga dari keluarga PNS ini hampir pasti bahwa media massa sedikit-banyak merupakan faktor pemicu mewabahnya perilaku menyimpang yang jauh dari nilai ketimuran yang selama ini dijunjung tinggi. Dampak yang paling luas dirasakan, bukannya dari media cetak, tetapi justru dari televisi yang seringkali menayangkan adegan film-film keras (sadistis) disertai bumbu romantika seksual bernafaskan budaya Barat yang praktis mengedepankan pola pergaulan bebas antar laki-laki dan perempuan.

Secara terpisah, hendak disampaikan pula tentang wawancara dari Ibu lain yang bekerja sebagai pedagang dan kebetulan duduk sebagai pengurus PKK di kampungnya. Dikatakannya bahwa ia paling tak setuju kalau perilaku

negatif sebagian dari generasi muda masa kini itu diakibatkan oleh media massa, baik cetak maupun elektronik. Justru yang penting adalah bagaimana peran orang tua dalam menanamkan pendidikan moral dan tuntunan agama sesuai dengan keyakinannya masing-masing. Andaikata nafas religius tersebut sudah mantap maka godaan apa pun bentuknya, dari mana pun datangnya, niscaya tak akan menggoyahkan iman kita. Justru kalau dicermati, media massa cetak sering juga mengetengahkan seorang remaja atau siswa yang berprestasi, tentunya dengan harapan agar dapat menumbuhkan perilaku positif bagi generasi muda khususnya.

Tampaknya media massa juga turut berperan dalam memasyarakatkan berbagai temuan atau perkembangan ilmu dan teknologi (iptek). Tentu saja, kontribusi tersebut amat positif sifatnya bagi khalayak pembaca sebagaimana dituturkan oleh salah seorang informan berikut ini.

Menurut seorang Ibu yang bekerja sebagai dosen di PT, dan saat ini sedang menyiapkan skripsi di S2, pengaruh media massa lokal cetak sangat positif, terutama dalam kaitannya dengan berbagai penemuan di bidang ilmu dan teknologi (iptek). Kalau tak mau jadi bangsa tertinggal, kita mutlak memerlukan pengembangan iptek. Hanya yang perlu dicermati adalah dalam rangka transformasi teknologi, senantiasa diupayakan sesuai dengan potensi bangsa Indonesia yang berpenduduk relatif besar, hampir 200 juta jiwa. Usahakan mengacu pada konsep 'small is beautiful,' pembangunan industri haruslah berorientasi pada industri hilir yang padat karya.

Diungkapkan selanjutnya, mengingat mayoritas bangsa Indonesia hidup di daerah pedesaan dan menggantungkan hidup diri dan keluarganya pada sekitar usaha tani maka sudah selayaknyalah kalau prioritas pembangunan di bidang iptek ini lebih diarahkan ke sana agar harkat hidup mereka meningkat sehingga daya beli mereka pada barang-barang produk industri lain juga makin kuat. Oleh karena itu, peran media massa lokal di sini amat strategis untuk menjembatani jurang pemisah desa-kota yang pada kenyataannya kian hari polaritasnya kian menganga lebar, baik dalam bidang sosial maupun ekonomi. Satu alternatif yang bisa ditempuh oleh pihak media massa adalah menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah, LSM, dan organisasi lain yang terkait untuk memasyarakatkan berbagai hasil teknologi di bidang usaha tani, termasuk beternak, dan budidaya perikanan. Bahkan kalau mungkin, bisa saja media massa menyediakan semacam rubrik khusus untuk kepentingan tersebut.

Informasi lain juga menyodorkan hasil yang menarik tentang peran media massa di bidang iptek. Dalam anggapan Ibu rumah tangga ini, pengaruh media massa lokal cetak tersebut cukup berarti dalam memasyarakatkan iptek. Namun, kalau boleh menyarankan, sebaiknya itu semua harus disertai dengan pembinaan rohani (keagamaan) yang memadai karena tujuan pembangunan yang hendak dicapai adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya, material maupun spiritual. Maka, akan lebih positif lagi peran media massa tersebut manakala mau mengupayakan penambahan artikel, rubrik, kolom yang khusus memuat (berisikan) ajaran-ajaran moral, budi pekerti, nilai-nilai ketuhanan agar masyarakat mempunyai fondasi yang kuat dalam mengarungi era globalisasi yang kata orang bijak identik dengan *jaman edan*, *'Amenangi jaman edan, lamun ora melu ngedan ora keduman.'* Pendek kata, kita mendambakan generasi muda yang pandai sekaligus sebagai figur *alim, saleh, dan tawakal*.

Sementara itu, bagi generasi muda, umumnya berpendapat bahwa sedikit-banyak dirasakan adanya pengaruh media massa lokal cetak terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi, terutama menyangkut aspek matapencaharian, kesenian, dan mobilitas penduduk. Khusus untuk media massa lokal berbahasa Indonesia, seperti Kedaulatan Rakyat (KR), Yogya Post, dan Berita Nasional (Bemas), sering menampilkan *feature* tentang suatu daerah secara khusus, termasuk di antaranya memuat informasi tentang jenis pekerjaan utama yang jadi andalan daerah tersebut. Selain itu, khusus untuk KR, sering juga menampilkan rubrik tentang kisah sukses tokoh-tokoh tertentu dalam menekuni pekerjaan di bidangnya masing-masing, biasanya kisah di balik kesuksesan seorang wiraswastawan yang tangguh. Berikut ini juga akan dikisahkan cuplikan wawancara dengan salah seorang generasi muda yang mempunyai bekal pendidikan yang relatif tinggi.

Saat ini, demikian tutur informan, ia berstatus mahasiswa PTN ternama di kota pelajar ini. Ketika ditanyakan tentang seberapa jauh pengaruh media massa lokal cetak, koran maupun majalah terhadap kehidupan sosial-budaya, dan ekonomi, ia mengatakan cukup. Namun, tetap saja perlu ada peningkatan di sana-sini. Solusinya, kalau bisa koran lokal secara rutin berusaha menampilkan sosok wiraswastawan yang berhasil. Kenapa begitu? Kita sebagai generasi muda harus sedini mungkin menyiapkan kiat atau strategi apa yang hendak kita lakukan nanti (selepas studi) mengingat negeri ini tak lagi mampu menampung beban ledakan angkatan kerja muda. Dengan demikian, orang harus berpaling ke sektor swasta (informan) yang masih terbuka kesempatan untuk *berkiprah* di dalamnya.

Seorang informan lain dari generasi muda juga memberikan asumsi yang sungguh tak kalah menariknya. Yang jelas, ia pun beranggapan bahwa media massa lokal cetak memang berpengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Khusus di bidang kesenian, terutama media KR (edisi Minggu), beberapa kali memuat kesenian daerah yang begitu banyak ragamnya, seperti seni-tari, drama, dan sebagainya. Namun, patut disayangkan, media tersebut jarang menampilkan kisah perjalanan hidup seorang *maestro* seni. Tentu saja artikel semacam akan menarik segmen khalayak atau pemerhati bidang kesenian khususnya karena dapat menelusuri dan mencotoh hal-hal positif yang mungkin untuk diterapkan. Dalam skop regional, usaha memuat aneka macam kesenian dari daerah-daerah lain bisa merupakan tambahan informasi penting tentang kekayaan khasanah kesenian di persada Nusantara ini. Pada gilirannya nanti, bagi generasi muda khususnya, sedikit demi sedikit akan bertambah rasa kecintaannya dan diharapkan tumbuh kebanggaan terhadap kesenian produk lokal yang pada kenyataannya mampu memikat wisatawan domestik maupun mancanegara, misalnya beberapa cabang seni tari, wayang, drama lokal, dan sebagainya.

Konsekuensinya, rubrik tentang kesenian daerah harus ditambah, baik kualitas maupun kuantitasnya. Selain bernilai indah, produk seni budaya lokal tersebut banyak mengandung nilai-nilai luhur dan ajaran moral tentang kehidupan masyarakat manusia. Dengan kata lain, selaras dengan misi dan visi media massa cetak lokal memang harus berbuat maksimal agar produk budaya bangsa tersebut mampu memperkokoh jatidiri bangsa Indonesia sehingga adanya keragaman kesenian daerah justru dianggap dan dikondisikan sedemikian rupa agar puncak dari masing-masing produk tersebut mampu memperkaya kebudayaan (kesenian) nasional.

Apabila mau menyadari secara lebih arif, jelas media massa lokal cetak juga berpengaruh langsung terhadap proses mobilitas penduduk. Acapkali kita membaca bagaimana media massa tersebut mewartakan tentang keberhasilan pembangunan di suatu wilayah, seperti di banyak kota besar di Indonesia: Jakarta, Surabaya, Medan, Ujungpandang, Bandung, Semarang, dan sebagainya. Tanpa disadarinya, informasi tersebut menyebabkan tumbuhnya minat di kalangan generasi muda khususnya yang notabene merupakan tenaga kerja produktif untuk beramai-ramai menuju ke kota-kota tersebut demi mengadu nasib. Untuk memperoleh gambaran yang lebih luas, berikut ini akan disajikan hasil wawancara dengan salah seorang informan dari generasi muda.

Mula-mula, besar niat saya untuk urbanisasi ke Jakarta, mengikuti tetangga sebelah yang kelihatannya berhasil sukses di sana. Akan tetapi, karena kebetulan sebagai anak bungsu, ia tak tega meninggalkan rumah, terlalu jauh dari orang tua. Oleh karena itu, ia memilih *mbooro* atau nglaju (*commuting*) di kota Surakarta, pagi berangkat, pulang sore hari. Lewat media massa itulah maka ia tahu banyak kesempatan kerja terbuka di kota-kota besar dan sekaligus pusat segala macam hiburan yang tentu saja merupakan daya tarik tersendiri bagi remaja khususnya. Oleh sebab itu, ia bisa mengerti mengapa banyak rekan-rekannya yang berhamburan ke Jakarta yang konon menjanjikan *surga dunia*.

Desa Baturetno. Sebagaimana yang terjadi di Warungboto, ada kesepakatan di antara informan mengatakan media massa lokal cetak punya pengaruh, positif maupun negatif terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Di kalangan Bapak, dengan membaca surat kabar (koran maupun majalah), paling tidak dapat menambah kedewasaan pola pikir. Selain itu, juga dapat mengikuti perubahan tata nilai baru yang jauh berbeda dengan nilai-nilai lama. Dewasa ini, muncul pertentangan antara gaya hidup tradisional dengan modern. Semua serba *instans mania*, praktis, ekonomis, dan efisiensi di banyak bidang kehidupan. Kini dinamika kehidupan punya akselerasi yang begitu hebat dibandingkan dengan pola lama yang mengedepankan bentuk masyarakat *paguyuban 'alon-alon waton kelakon'* biar lambat asalkan beroleh selamat. Prinsip lainnya adalah '*mangan ora mangan kumpul*' yang secara tersirat mencerminkan bahwa tradisi dalam masyarakat Jawa kuno tersebut lebih mementingkan sifat persaudaraan (azas kekeluargaan) ketimbang *kebudayaan perut*. Selain itu, kadang pemberitaan atau pengungkapan kasus-kasus kriminal secara detil justru menumbuhkan semacam inspirasi bagi pelaku kejahatan dalam melakukan aksi atau *modus operandinya*. Jelas hal tersebut dilematis sifatnya karena maksud media massa semula adalah untuk kepentingan khalayak agar lebih berhati-hati dan bersikap antisipatif terhadap model-model kejahatan yang saat ini lagi *ngetren*. Berikut ini akan dicoba mengemukakan cukilan wawancara dengan seorang informan.

Banyak pengaruh positif dari media massa terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Misalnya, dengan membaca media tersebut, kita jadi tahu akan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang saat ini laksana dewa lambang (simbol) keberhasilan pembangunan industri maju. Selain itu, segmen khalayak yang berbeda latar belakang sosial-ekonominya, masing-masing dapat menimba pengetahuan dari media massa tersebut karena memang rubrik yang dimuat beraneka ragam. Kita pun bisa memetik kiat bagaimana cara

memanfaatkan peluang kerja yang ada guna mencari nilai tambah. Petani misalnya, manakala ia rajin membaca media massa cetak maka ia akan tahu bagaimana cara memanfaatkan waktu luangnya untuk mengerjakan pekerjaan lainnya di luar usaha tani, seperti *home industry* dan sebagainya. Kita tahu bahwa KR sering juga menyajikan suplemen rubrik tentang pola atau model menciptakan peluang kerja di bidang industri kecil di tingkat rumah tangga, pemanfaatan lahan pekarangan untuk tanaman buah-buahan, sayur mayur, apotek hidup, dan budidaya ikan lele atau belut.

Pada umumnya, para Ibu juga berpendapat sama yang intinya sepakat menggarisbawahi munculnya pengaruh media massa lokal cetak terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Tak dapat disangkal lagi bahwa kebiasaan membaca adalah upaya menguak jendela dunia, praktis pola pikir menjadi lebih maju. Selain itu, media massa juga seringkali memuat kasus-kasus hukum yang berkaitan dengan tindak perdata ataupun pidana. Di sini, orang menjadi sadar akan pentingnya informasi tentang nilai-nilai dan norma hukum yang berlaku dalam pergaulan sosial dan di tingkat nasional. Pendek kata, kita menjadi Kadarkum (Keluarga sadar hukum). Ini penting sekali untuk dipahami karena masing-masing menjadi kian mawas diri untuk tidak berbuat melanggar nilai-nilai tradisi dan norma hukum positif yang berlaku di negara kita ini. Memang, kadang juga terjadi benturan atau konflik kepentingan antara nilai lama dengan norma-norma yang baru, antara tradisional dan modern.

Lewat media massa, khalayak menjadi tahu dalam gaya hidup masyarakat kita sekarang ini mengalami pergeseran bentuk menuju ala Barat, mewah, borjuis, elitis, dan sekaligus konsumtif. Informasi lainnya, sering kita baca di media massa bagaimana pola perilaku sadistis kian berkembang terutama di kota-kota besar akibat tekanan hidup (ekonomi) yang betrubu-tubi dan tak tertahankan lagi. Di dalam masyarakat metropolis, seperti Jakarta, muncul fenomena sosial, seperti terjadinya kesenjangan antara si kaya dan si miskin yang kian tajam dari tahun ke tahun. Di sinilah sumber munculnya berbagai penyakit sosial (patologi sosial) yang merupakan salah satu faktor pemicu bagi segelintir orang untuk berbuat melanggar ketentuan dan perundangan yang berlaku. Berikut ini komentar dari seorang Ibu yang tentunya menarik untuk disimak lebih lanjut.

Sebagai Ibu rumah tangga yang berasal dari sebuah keluarga pas-pasan, ia sangat mendambakan agar anak-anaknya punya bekal pendidikan yang cukup tinggi sehingga bisa memenangkan perebutan kesempatan kerja yang kini cenderung sengit persaingannya. Pendek kata, ia menginginkan nasib anak-

anaknya nanti relatif lebih baik daripada orang tuanya. Sehubungan dengan itu maka ia senantiasa mengikuti pemberitaan di surat kabar, utamanya koran KR. Ada pun perhatian pada rubrik yang dibacanya, antara lain tentang prospek di dunia pekerjaan, baik di sektor negeri maupun swasta. Peluang kerja saat ini disadarinya makin rumit. Selain itu, ia pun tertarik dengan persoalan seputar dunia pendidikan yang pada gilirannya nanti erat berkaitan dengan kesiapan anak untuk meraih kesempatan kerja yang ada. Dari sini, nyatalah bahwa manfaat media massa besar pengaruhnya terhadap segmen khalayak, baik dalam kehidupan sosial, budaya, maupun ekonominya.

Di kalangan generasi muda, rata-rata juga merasakan adanya pengaruh dari media massa lokal cetak, khususnya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Dengan banyak membaca koran maupun majalah (lokal dan nasional), jelas menjadikan pola pikir kita semakin kritis. Selain itu, juga mampu menambah khasanah pengetahuan tentang nilai ataupun norma-norma baru yang mengatur hidup bermasyarakat. Sebagai contoh, dengan mengikuti rubrik konsultasi hukum, sedikitnya akan mengenal serba singkat tentang persoalan kompromi antara hukum adat dan hukum positif yang mengatur hidup bermasyarakat. Agar gambaran yang diperoleh makin bervariasi, berikut ini ada cuplikan singkat hasil wawancara dengan salah seorang informan yang kebetulan saat ini tengah menyusun skripsi di salah satu akademi yang berlokasi di kawasan Yogya Timur.

Khusus untuk harian KR, sebenarnya telah cukup berupaya memasyarakatkan pengetahuan tentang hukum, yakni dengan memuat rubrik semacam konsultasi hukum. Hanya saja, bagi para peminat atau pemerhati hukum khususnya, rasanya masih ada yang perlu ditindaklanjuti. Misalnya, dalam beberapa kasus yang diangkat ke permukaan, ternyata analisis yang diketengahkan belum banyak bernuansakan ketentuan adat yang konvensional yang eksistensinya sampai saat ini pun masih diakui dan dijadikan pedoman oleh pemangku budaya setempat. Fenomena tersebut akan tampak transparan manakala kita mulai berhadapan dengan beberapa kasus adat, seperti pembagian hak waris tanah (mal waris), hak *gono-gini* dan seterusnya.

Sementara itu, diperoleh banyak masukan juga dari seberapa informan lainnya bahwa melalui media massa, khalayak bisa mengenal perkembangan gaya hidup di banyak tempat di dunia yang kian terasa sempit ini, baik di desa pelosok maupun di kota-kota besar, di negara berkembang dan di negara-negara industri maju yang bersifat metropolis-oligopolistis. Memang, kadang ada

segelintir orang yang begitu bangga (oportunis) dengan penampilannya yang tendensi konsumtif yang dalam skop negara kita yang tengah membangun ini, tentunya gaya hidup sedemikian itu sungguh tidak cocok. Mungkin ada baiknya jika para petinggi memberi keteladanan agar gerakan mengencangkan ikat pinggang (pola hidup sederhana) itu tidak hanya berhenti di bibir saja, tetapi harus ditindaklanjuti dalam bentuk perbuatan nyata (hidup kesehariannya).

Aspek lainnya yang juga penting untuk disimak dalam konteks pengaruh media massa terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi ini adalah perilaku. Tentunya tak perlu heran manakala tiap hari masyarakat disuguhi berita-berita eksekutif perilaku negatif dari media massa koran. Tindakan tak terpuji itu tidak saja dimainkan oleh generasi muda, tetapi juga para senior yang sebenarnya berdiri sebagai figur *Ing ngarso sung tulodho*, artinya dia adalah sosok *panutan*. Di lain pihak, banyak juga kalangan generasi muda yang berprestasi. Nah, kiat-kiat sukses mereka itulah yang patut diteladani, bukannya perilaku segelintir orang yang cenderung destruktif dan amoral, seperti *mabuk-mabukkan*, *kebut-kebutan* di jalan raya (umum), *tawuran massa*, *kolusi*, korupsi, dan merajalelanya perbuatan maksiat lainnya. Untuk itulah, sebagai alat kontrol sosial, peran media massa sangat penting untuk mengarahkan dan mengondisikan khalayak pembaca mencontoh keberhasilan dari pelaku-pelaku pembangunan yang sukses meraih prestasi di bidangnya masing-masing.

Adanya berbagai pemberitaan yang *direlease* oleh media massa lokal cetak, khususnya yang menyangkut tentang kemajuan di bidang ilmu dan teknologi (iptek) yang begitu hebat akselerasinya tersebut, juga mampu menumbuhkan motivasi dan semangat di kalangan khalayak pembaca untuk mengembangkan kreasinya sebagaimana dituturkan oleh salah seorang informan berikut.

Sebagai seorang pelajar SMTA, satu hal yang paling dikagumi adalah pesatnya kemajuan di bidang teknologi negara-negara industri modern, khususnya di bidang informasi dan komunikasi, seperti komputer, internet, dan kecanggihan produk *audio visual* saat ini. Oleh sebab itulah maka setiap ada kesempatan untuk membaca koran maupun majalah, yang paling dulu disimaknya adalah rubrik ilmu dan teknologi (iptek). Hanya saja, khusus untuk rubrik konsultasi teknologi komputer yang meski sudah ada, masih perlu ditingkatkan kalau memungkinkan sehingga daya tamponya makin luas untuk menampilkan banyak kasus sekaligus dalam satu edisi (harian ataupun mingguan).

Akan halnya bidang kesenian, tampaknya peran media massa lokal cetak masih terasa kurang. Kondisi sedemikian ini sesungguhnya tak mengherankan

kalau diingat di Yogyakarta ini belum ada media massa cetak yang edisinya secara khusus membahas tentang kesenian, seperti tabloit atau majalah. Di lain daerah, seperti di Bandung, mereka punya majalah yang membahas khusus tentang perkembangan seni musik, yakni majalah Aktual. Ini sungguh ironis mengingat predikat kota Yogyakarta adalah sebagai Kota Budaya dan sungguh banyak *maestro* seni bercokol di kota ini. Namun, tutur informan selanjutnya, ada baiknya media massa yang ada sekarang ini turut berkiprah secara proaktif agar kebutuhan khalayak dalam bidang kesenian khususnya dapat terpenuhi.

Ada pun mengenai seberapa jauh pengaruh media massa lokal cetak terhadap matapencaharian dan mobilitas penduduk bagi segmen khalayak pembacanya, sebagian informan dari kelompok generasi muda yang berhasil ditemui menganggap relevansinya sangat relatif. Mengapa demikian? karena tentunya ada banyak faktor lain yang turut andil di dalamnya seperti kian sempitnya peluang kerja, dan juga belum meratanya pembangunan (pusat pertumbuhan) yang saat ini terkonsentrasi di kota-kota besar. Faktor-faktor itulah yang secara langsung dapat mempengaruhi kondisi mata-pencaharian dan mobilitas penduduk, bukannya media massa. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa korelasinya sungguh tidak transparan sehingga derajat pengaruh media massa lokal cetak terhadap kedua aspek tersebut tak tentu batasannya, positif ataupun negatif impaknya.

Desa Karangtalun. Menurut pengakuan informan di kalangan Bapak di sana, dengan membiasakan membaca sejumlah informasi di media massa lokal cetak khususnya, jelas menambah pola pikir. Selain itu, juga bisa mengikuti berbagai perubahan dan perkembangan nilai dan norma-norma baru di berbagai aspek kehidupan masyarakat. Masih ada lagi peran media massa tersebut, yakni mengisyaratkan fenomena pergeseran gaya hidup dan perilaku modern yang cenderung serba praktis-ekonomis, kadang faktanya yang tampak di permukaan justru sikap pemborosan. Ini tampak dari gencarnya iklan-iklan yang selalu nomor satu, pada buntutnya jelas bermuara pada upaya menjaring publik (konsumen) sebanyak-banyaknya. Untuk itu, berbagai cara dilakukan oleh produsen agar khalayak pembaca itu tertarik dan kemudian membeli produk yang ditawarkannya. Dalam hal ini, khalayak yang kapasitasnya sebagai konsumen seringkali berada di pihak yang senantiasa dirugikan. Tragisnya, sampai saat ini pun perlindungan terhadap konsumen oleh yayasan atau lembaga konsumen juga belum transparan.

Seorang petani yang juga wiraswastawan mengungkapkan bahwa kontribusi media massa cetak lokal yang berbahasa Jawa, yakni KMD Kandha Rahardja cukup baik, terutama dalam pemberitaan tentang perkembangan teknologi, khususnya di bidang produksi pertanian (pangan). Di lain pihak, di desa setempat

saat ini, boleh dikata kesulitan mencari tenaga kerja produktif di bidang usaha tani. Perlu diketahui, kebanyakan generasi muda lebih senang bekerja di industri (pabrik) di kota-kota besar, seperti Semarang, Surabaya, dan Jakarta. Ada kemungkinan, salah satu faktor pendorong motivasi generasi muda untuk '*mboro*' ke kota-kota besar tersebut adalah melalui media massa sehingga dengan membaca, mereka tahu akan pesatnya pertumbuhan yang terkonsentrasi di kota-kota besar itu. Bak kata pepatah 'ada gula, ada semut' dan teori *laron* yang senantiasa mencari obor. Demikianlah, di mata generasi muda, manis dan gemerlapnya kota metropolitan itu merupakan daya tarik tersendiri, di samping faktor ekonomis tentunya.

Informan lainnya lebih menyoroti pengaruh media massa lokal cetak tersebut pada aspek kesenian. Dewasa ini, boleh dikata orang telah dimanjakan oleh media massa. Sungguh banyak informasi yang bisa dipetik dan didapatkan dalam waktu yang relatif singkat. Khusus tentang rubrik kesenian yang dimuat dalam koran lokal, dinilai cukup banyak membeberkan ragam kesenian, baik di tingkat lokal (daerah), regional, maupun nasional, bahkan kadang dimuat juga aneka rupa kesenian mancanegara (Barat). Kalau memungkinkan, alangkah baiknya momentum media massa tetap dipertahankan, bahkan kalau mungkin ditingkatkan lagi partisipasinya dalam mengemban misi pembinaan dan pengembangan kesenian daerah. Untuk itu, jelas faktor layanan dikedepankan, baik dari segi mutu maupun kuantitasnya.

Ada pun pengaruh media massa terhadap mobilitas penduduk, sebenarnya juga cukup vital. Paling tidak, pemberitaan di media massa lokal cetak khususnya telah ikut *cawe-cawe* menghambat laju ledakan urbanisasi dari desa ke kota. Akan lebih mapan lagi kalau pemberitaan yang diangkat ke permukaan diarahkan pada kisah-kisah sukses perjalanan seorang transmigran di luar Jawa dengan harapan mampu menarik minat tenaga kerja produktif untuk bertransmigrasi ke luar Jawa, seperti Sumatera dan Kalimantan, dan akhir-akhir ini juga terbuka peluang di kawasan baru Indonesia Timur, misalnya Irian Jaya. Yang jelas, media massa harus memberikan informasi yang proporsional, apa adanya sehingga jauh dari kesan upaya distorsi pemberitaan (informasi).

Di kalangan para Ibu di lokasi penelitian ini, hampir semua mengaku tak bisa mengatakan tentang seberapa jauh pengaruh media massa lokal cetak terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pembacanya. Alasan tersebut bisa dimaklumi mengingat mereka hampir tak pernah memanfaatkan media massa tersebut selama ini. Selain bekal pendidikannya amat minim, ada di antaranya yang tak pernah mengenyam bangku pendidikan alias buta huruf. Tampaknya kecenderungan yang ada, mereka lebih memilih

mendengarkan radio atau menonton siaran televisi, tak perlu repot membaca koran ataupun majalah, begitu. Hanya saja, apakah ini pengaruh dari media massa atau bukan, namun yang jelas mereka melihat adanya gejala perubahan etiket atau *unggah-ungguh* di kalangan generasi muda pada umumnya. Dewasa ini, anak-anak sulit menggunakan bahasa Jawa halus (*krama inggil*) ketika berbicara dengan orang tua. Bicara *ceplas-ceplos* dan terlalu bebas. Bahkan, tak jarang, mereka pun mengkritik orang tuanya. Gejala pergeseran pola perilaku tersebut sungguh amat memprihatinkan.

Di kalangan generasi muda yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dari orang tuanya, punya pendapat atau gagasan yang berbeda pola atau versinya. Muncul kesepakatan di antara mereka bahwa pengaruh media massa lokal cetak, khususnya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi, khalayak pembaca itu relatif sifatnya. Artinya, bisa menguntungkan, sekaligus mendatangkan kerugian di pihak lain. Memang, tak dapat disangkal lagi bahwa keberadaan media massa lokal cetak amat positif karena mampu memperluas cakrawala pemikiran sehingga khalayak punya wawasan modern. Selain itu, media massa juga secara tak langsung memberitakan tentang adanya sejumlah kasus yang notabene menandakan adanya pergeseran nilai atau norma dalam pergaulan masyarakat. Dari media itu pula, orang menjadi tahu betapa di kota-kota besar masyarakat tak lagi *guyup-rukun*, gotong royong sebagaimana masyarakat desa yang masih menjunjung tinggi *azas paguyuban*, bukan sifat *patembayan* sebagaimana diperlihatkan oleh perilaku orang-orang kota tersebut.

Informan lainnya mengatakan prihatin sekali atas kelakuan rekan-rekan sebayanya yang hanya meniru-niru tingkah laku gaya hidup Barat yang negatif secara mentah-mentah, seperti laki-laki memakai anting-anting, gelang, kalung dan asesoris lainnya yang dulu layaknya dipakai sebagai perhiasan perempuan. Ini kan namanya kontroversial sekali sifatnya karena jelas berbeda sekali dengan adat ketimuran yang selama ini kita junjung tinggi sebagai pedoman yang mengatur bagaimana seseorang harus bersikap dan berperilaku dalam relasi sosialnya. Kalau boleh dikemukakan di sini, dalam kapasitasnya sebagai pelopor demokrasi, media massa ikut andil (berperan) menyebabkan mewabahnya gaya hidup baru yang tendensi terlalu bebas dan melahirkan generasi suka melancarkan kritik terhadap seseorang yang tak jarang justru berkembang menjurus pada eksesekses yang negatif, seperti munculnya fenomena pergaulan bebas di kalangan muda-mudi saat ini, juga pesta-pesta yang diikuti dengan kebiasaan minum-minuman keras dan *pil koplo* (*pil setan*, *ekstasi* yang berupa *rohpnol*, *nipam*, *magadon* dan sebagainya yang bersifat memabukkan disertai dengan mimpi-mimpi indah yang menghanyutkan (*tripping*).

Dengan begitu, tak usah merasa heran apabila suatu saat nanti akan lahir generasi-generasi baru dalam masyarakat kita yang terobsesi dengan hidup mewah (*glamour*) semacam dunia fantasi atau impian yang mereka bangun lewat minuman keras dan pil setan tadi. Jadi, kapan akan lahir generasi muda yang cerdas, inovatif, kreatif, bersemangat membangun, bermoral prima, dan beretos kerja tinggi? Bisa dibayangkan, kira-kira seperti apa jadinya generasi penerus yang dikondisikan akan memanggul tongkat estafet pembangunan ini, perlu dipertanyakan juga tingkat kesiapan mereka kalau selama ini hanya senantiasa menuntut hak tanpa berbuat apa-apa. Jadi, inti persoalannya adalah apa yang mesti dia peroleh dan bukannya apa yang mesti dikerjakan untuk kepentingan pembangunan.

Keuntungan lainnya lagi, demikian tutur informan selanjutnya adalah melalui media massa cetak, orang jadi tahu perkembangan berbagai macam produk, seperti penemuan di bidang kemiliteran (senjata canggih), kedokteran, dan pertanian. Selain itu, wawasan juga bertambah luas karena tahu banyak tentang alternatif kerja sampingan yang mampu memberikan nilai tambah yang signifikan di tingkat ekonomi rumah tangga. Untuk lebih jelasnya, ikutilah hasil wawancara dengan remaja lainnya berikut ini.

Selain beberapa manfaat tersebut, ia juga senantiasa mengikuti perkembangan kesenian, terutama musik, baik di Indonesia (musik pop), keroncong maupun *ndangdut*. Dalam pengakuannya, beberapa informasi tentang seni tersebut, sebagian telah terpenuhi oleh media massa lokal cetak. Melalui media itulah, ia juga mengerti dan menyadari betapa kayanya Indonesia dengan aneka ragam kesenian daerah. Menurutnya, ini penting untuk menumbuhkan rasa kesadaran berbangsa untuk menjunjung tinggi azas persatuan dan kesatuan '*Bhinneka Tunggal Ika*'.

Lalu ketika ditanyakan tentang bagaimana pengaruh media massa terhadap mobilitas penduduk, ia kelihatan kesulitan mencari jawabnya. Dalam pengamatannya, dinamika penduduk itu justru lebih disebabkan oleh faktor lain di luar media massa. Misalnya, pembangunan yang terlalu terkonsentrasi di kota-kota besar, jelas akan mengundang massa, terutama dari kalangan generasi muda untuk merasakan hiburan yang tak mungkin mereka peroleh di desanya.

Sehubungan dengan itu maka tak terlalu salah kalau diasumsikan bahwa betapa pun media massa lokal cetak khususnya punya pengaruh yang sungguh-sungguh tidak kecil nilainya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat atau khalayak pembacanya. Berbagai pengaruh tersebut terlihat pada

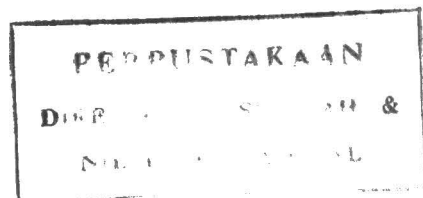
banyak aspek kehidupan, baik yang menguntungkan maupun yang merugikan, antara lain: pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), matapencaharian, kesenian, dan mobilitas penduduk.

Begitulah, di kalangan Bapak, Ibu, dan generasi muda mengakui dan merasakan sifat ambivalensi yang melekat pada kubu media massa lokal cetak khususnya. Di pihak media, kendala tersebut memang dilematis sifatnya karena segmen khalayak begitu bervariasi dilihat dari latar belakang sosio-demografisnya. Tentu saja, implikasinya sangat tergantung atau berpulang pada masing-masing khalayak pembaca dalam menyikapinya. Idealnya memang yang baik dan bermanfaat dipakai, sementara yang jelas-jelas merugikan mesti dibuang jauh-jauh, begitu!

Fenomena pergeseran sosial, budaya, dan ekonomi dalam tatanan masyarakat itu secara eksplisit tampak jelas, misalnya saja kecenderungan perubahan bentuk masyarakat *paguyuban* ke arah *patembayan* (individualistis-egoistis). Hal ini tampak dari dinamika yang tinggi pada kebutuhan primer dan sekunder. Dalam hal berbusana, dulu pakai-pakaian minim, malu sendiri. Sekarang, berhubung masyarakat juga permisif maka buat pemakai dianggap soal yang biasa-biasa saja.

E. PROFIL MEDIA

Sebagaimana telah dicantumkan pada subordinat terakhir pada bab III, profil media dalam konteks ini lebih dikondisikan sebagai tambahan informasi untuk melengkapi berbagai data temuan yang diperoleh di lapangan yang dilakukan di tiga tempat secara terpisah yang notabene berbeda karakteristik sosio-demografisnya: *urban* (perkotaan), *suburban* (daerah pinggiran kota atau periferi), dan *rural* (pelosok pedesaan). Dengan demikian, kecenderungannya bukan untuk tujuan *cross-checking* semata-mata, tetapi lebih dimaksudkan untuk memperluas cakrawala pandang sehingga pada gilirannya nanti pembaca lebih mampu memahami apakah terdapat titik temu antara pihak media massa sebagai *agent of change* dengan khalayak pembaca media massa lokal cetak khususnya. Persoalan menjadi serius kalau pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa cetak tersebut tidak atau kurang dapat diterima oleh masyarakat (khalayak pengguna) karena satu dan lain hal sehingga maksud dan tujuan semula jelas tak kesampaian atau tak mampu menggapai sasaran secara baik.



Ada pun media massa lokal cetak yang hendak disampaikan di sini, antara lain: SKH. Bemas (edisi bahasa Indonesia), SKM. Kandha Rahardja (edisi bahasa Jawa) yang merupakan realisasi dari program KMD dan dua majalah berbahasa Jawa, yakni Mekar Sari yang tergabung dalam KR-Group serta majalah Djaka Lodang. Beberapa hal yang hendak diungkapkan di sini, antara lain: riwayat singkat media yang bersangkutan, misi dan visi, pedoman penerbitan, pola distribusi, klasifikasi rubrik, artikel (rubrik) yang paling populer, paket kesenian daerah, bahasa yang digunakan, model yang dipakai, efektivitas, macam kendala serta solusinya, dan upaya pengembangan kebudayaan daerah.

1. Berita Nasional

Sekitar 49 tahun yang lalu, setelah Ibukota Negara Republik Indonesia pindah dari Jakarta, tepatnya pada tanggal 4 Januari 1946, di Yogyakarta banyak bermunculan penerbit surat kabar dan majalah, antara lain : Nasional, Kedaulatan Rakyat, Suara Ummat, Suara Ibukota, Suara Rakyat, Buruh, Massa Revolusioner.

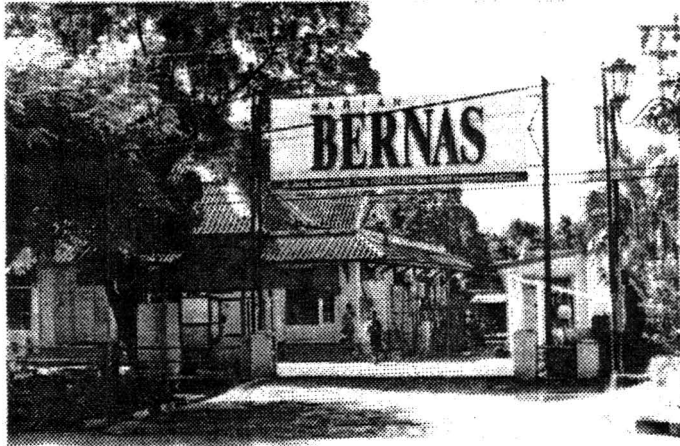


Foto 24. Kantor Harian BERNAS Yogyakarta.

Berikut ini informasi dari R. Subadhi selaku wakil Redaksi Bemas. Pada mulanya, surat kabar harian umum Nasional didirikan oleh Mr. Soemanang tanggal 15 November 1946 dengan BP Nasional yang beralamat di jalan Tanjung 21 Yogyakarta. Mottonya, perjuangan pers di tanah air harus sejalan dengan

perjuangan nasional. Keduanya harus dilakukan dengan penuh rasa cinta, keberanian, pengabdian dan keuletan. Adapun tokoh-tokoh yang duduk dalam dewan redaksi Harian Umum Nasional pada waktu itu, antara lain : Mashoed Hardjokoesoemo, Bob Maemun, Drs. Marbangoen, Moh. Soepardi, Darsjad Rahman, dan RM. Soetio yang kemudian didaulat memangku jabatan pimpinan redaksi.

Perlu diketahui bahwa Mr. Soemanang adalah seorang tokoh pergerakan dan wartawan yang banyak makan asam garamnya perjuangan. Selain sebagai salah seorang pendiri kantor Berita Antara bersama dengan Adam Malik, Sipatuhar, dan Pandu Kartawiguna, beliau juga pernah menjadi wartawan dan pimpinan redaksi Pemandangan dan pimpinan umum Asia Raya. Sewaktu Pusat Tenaga Rakyat (Putra) didirikan, dan kebetulan Bung Karno memang memerlukan tenaga juru penerang maka Soemanang diminta untuk memegang jabatan tersebut. Dalam kapasitasnya sebagai bagian penerangan kantor besar Putra tersebut, dia lalu mengadakan kontak dengan orang-orang di Jawa Shimbun Kai, diantaranya dengan Mashoed Hardjokoesoemo.

Setelah Proklamasi 17 Agustus 1945 dikumandangkan ke segenap penjuru dunia, Soemanang dan Mashoed Hardjokoesoemo bertekad menerbitkan surat kabar harian, bahkan kertas dan tinta pun telah dipersiapkannya, termasuk usaha pengadaan percetakannya, terutama di daerah Yogyakarta. Di kota yang di kemudian hari dipakai sebagai pusat pemerintahan tersebut, diterbitkanlah suara kabar Nasional dan mingguan *Revue Politik*. Baru setelah penyerahan kedaulatan, selain ada Nasional yang terbit di Yogyakarta, di Semarang juga terbit Utusan Nasional yang berumur relatif singkat karena dirongrong oleh kaum buruh yang tergabung dalam SBPI (SOBSI) yang *anderbouw* PKI.

Pada masa awal kemerdekaan yang juga dikenal sebagai jaman revolusi, surat kabar terbit dengan jumlah halaman yang sungguh tidak menentu, bisa dua atau empat halaman saja. Tidak jarang terjadi, manakala persediaan kertas kebetulan saja habis, Nasional terbit dengan menggunakan kertas merang. Perlu diketahui bahwa saat itu ada pula koran yang menggunakan kertas payung.

Memang, idealisme dan semangat perjuangan seirama dengan perkembangan cita-cita bangsa Indonesia memperoleh prioritas utama sehingga mampu menjiwai semangat, cara kerja, dan pengorbanan pada diri pengasuhnya. Peranan surat kabar sebagai pembentuk opini politik dan penggerak rakyat dalam memenangkan perjuangan menegakkan kemerdekaan sungguh besar sekali.

Demikianlah, sebagai surat kabar harian umum, sejak awal berdirinya, Nasional memang lebih mengutamakan kepentingan nasional, sekalipun pendirinya justru seorang nasionalis anggota Partai Nasional Indonesia (PNI), namun ada pula wartawannya yang menjadi atau berafiliasi dengan partai lainnya. Misalnya, H. Ahmad Basumi dan Bahtiar Ilyas, Ki Hadjar Dewantara yang terbukti banyak menulis artikel di Nasional, baik mengenai soal politik, kebudayaan, maupun seputar bidang kesenian. Tulisan-tulisan Ki Hadjar Dewantara yang pernah dimuat di harian Nasional itu, tepatnya sekitar tahun 1958-1961 telah terhimpun secara rapi dalam buku Pendidikan dan Kebudayaan yang notabene merupakan kumpulan karangan yang kemudian diterbitkan oleh Majelis Luhur Taman Siswa.

Memang, sekitar tahun 1958-1961 itu, khususnya pada rubrik ruang budaya, banyak seniman dan budayawan yang menyumbangkan tulisan-tulisannya, antara lain : Koesnadi, Abas Ali Basyah, Soedarmadi, Soebagya, Sastrowardjo, Wisnu Wardana, Budi Darma, M. Tahar, Soemargono, Soewargono. Tidak ketinggalan pula sederetan tokoh pendidikan yang ikut menyemarakkan harian Nasional lewat berbagai artikel, di antaranya Soetedjo Brodjonagoro dan Prof. Dr. N. Dwidjarkoro.

Dengan adanya kebijaksanaan Menteri Penerangan lewat Surat Keputusan Menteri tertanggal 26 Maret 1965 No. 29/SK/M/65, yang kemudian disempurnakan melalui Surat Keputusan No. 112/SK/M/1965 tahun 1965, yang menyatakan bahwa setiap penerbitan harus berafiliasi (memperoleh dukungan) dari partai politik atau organisasi massa anggota front nasional atau panca tunggal maka surat kabar harian Nasional berafiliasi dengan PNI. Nama surat kabar Nasional, akhirnya berganti menjadi Suluh Indonesia (Sulindo) edisi Yogyakarta, kemudian sejak 1 Juni 1966, berganti dengan nama baru, yakni Suluh Marhaen. Tragedi nasional, peristiwa berdarah pengkhianatan G-30-S PKI yang terkutuk dan didahului dengan gegap-gempitanya kompetisi manipolis antara tiga kubu politik yang beraliran nasionalisme-agama-komunis mempunyai akibat yang luas dalam perikehidupan politik di negeri kita.

Surat kabar harian nasional yang telah berganti nama Suluh Marhaen edisi Yogyakarta mendapat ujian yang amat berat. Dampak perubahan politik yang sedemikian besar dirasakan oleh seluruh rakyat juga menimpa surat kabar ini. Ada satu hal yang perlu dicatat dan menjadi sebuah kesan mendalam yang sungguh membanggakan bagi pengasuh dan pengelola penerbitan ini, yaitu Suluh Marhaen edisi Yogyakarta nyata-nyata tidak pernah ikut menyiarkan pembentukan dan susunan Dewan Revolusi. Pimpinan redaksi dan seluruh

staf redaksi menolak tegas untuk memuat pengumuman Dewan Revolusi yang dipaksakan oleh militer pengikut G-30-S PKI yang mendatangi kantor redaksi di Jalan Tanjung 21 ini. Terus-terang, pimpinan redaksi memutuskan untuk tidak terbit saja. Dalam suasana jatuh- bangun menghadapi kendala di bidang bisnis surat kabar, sejak berdirinya harian Nasional tanggal 15 November 1946, yang kemudian berganti nama Sulindo dan akhirnya menjadi Suluh Marhaen edisi Yogyakarta, hanya sehari itu saja terpaksa tidak dapat terbit.

Dalam perkembangan selanjutnya, dengan adanya SK No 01/PER/MENPEN/ 1969 yang mencabut segala macam ketentuan mengenai perusahaan pers, termasuk mengenai ketentuan afiliasi dengan partai politik maka Suluh Marhaen edisi Yogyakarta berganti nama menjadi Berita Nasional atau Harian Umum Bernas.

Dalam usianya yang ke-44 ini, Bernas memasuki babak-babak baru. Jika pada awalnya usaha pengelolaan surat kabar ini hanya di landasi cita-cita semata maka sekarang direlevansikan dengan realita, yaitu mengutamakan segi manajemen bisnis. Tentu saja, cita-cita mendidik masyarakat bangsa kita berwawasan nasional masih menjadi tujuan utama. Semangat dan perjuangan untuk membangun berdasarkan pada Pancasila tetap tidak berubah. Sudah barang tentu karena dilandasi kesadaran bahwa Bernas merupakan lembaga masyarakat maka perilaku, cara berjuangnya selaras dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya bangsa Indonesia.

Perjalanan hidup Bernas yang saat kelahirannya bernama Nasional, ternyata cukup panjang. Dengan manajemen baru yang sejak 13 Agustus 1990 bekerjasama dengan Kompas-Gramedia, Bernas mengalami pembaharuan di sana-sini sehingga mencapai banyak kemajuan. Dengan tidak meninggalkan idealisme sebagai dasar dan kekuatan untuk tumbuh dan berkembang, disadari bahwa penerbitan pers akan dapat bertahan dan berkembang jika dikelola secara profesional dan sebagai layaknya suatu industri. Surat kabar tumbuh sebagai produk budaya manusia maka pers sebagai lembaga masyarakat mempunyai fungsi memberikan informasi dan mencerdaskan peri kehidupan bangsa sehingga media massa memiliki peran pembaharuan dan kontrol sosial. Sebagai bagian dari masyarakat yang sedang membangun, Bernas terpenggil untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dengan menumbuh-kembangkan demokrasi.

Ada pun misi dan visi pokok pers ini adalah membangun berdasarkan Pancasila yang merupakan azas tunggal. Saat ini pun, bentuk penerbitannya berupa koran harian dengan jumlah oplag kurang lebih 35.000 eksemplar.

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang bersifat komunikatif sebagaimana layaknya bahasa jurnalistik. Kontinuitas terbit setiap hari, dan setiap 7 hari ditambah terbitan eksemplar. Mengenai pola-pola penyebarannya, di samping agen-agen Bemas yang memang menjadi andalannya, juga melalui langganan perseorangan, langganan masal melalui instansi pemerintah, dan pembeli eceran.

Sampai saat ini, harian Bemas telah beredar di desa, kecamatan, kabupaten, ibukota propinsi, dan di luar propinsi DIY, seperti wilayah Jawa Tengah, antara lain: Pati, Grobogan, Purwokerto, dan Cilacap. Ada pun cara penyajiannya berbentuk tulisan artikel penyuluhan, berita, dan gambar-gambar foto yang diolah secara jurnalistik.

Macam rubriknya, antara lain: berita pendek, repotase, dan berbagai kegiatan di daerah. Khusus untuk penerbitan hari Minggu memuat cerita pendek, puisi yang berasal dari generasi muda. Sedang untuk hari Senin memuat berbagai hasil wawancara dengan para budayawan, ilmuwan, dan beberapa tokoh masyarakat.

Saat ini, kendala yang dihadapi lebih dikarenakan tenaga wartawan yang ada umumnya merupakan generasi muda sehingga kadangkala kesulitan dalam merepotase masalah-masalah kebudayaan. Di harian Bemas, hanya ada dua tenaga saja yang mampu diandalkan untuk aktivitas semacam itu. Untuk itu, perlu adanya kerjasama dengan instansi terkait, terutama berhubungan dengan bahan penulisannya.

2. *Kandha Rahardja (KMD)*

Perlu dikemukakan bahwa *Kandha Rahardja* merupakan salah satu bentuk realisasi program nasional Koran Masuk Desa (KMD) berdiri pada tahun 1979 yang terbit dalam edisi khusus. Makna nama tersebut berkaitan dengan tujuan agar berita-berita yang dimuat bermanfaat (*rahardja*) bagi masyarakat pedesaan khususnya. *Kandha* berarti berita atau penerangan, dan *rahardja* berarti ketenteraman (kemakmuran). Dengan kata awal K dan R untuk mengingatkan bahwa koran ini berada di bawah naungan Kedaulatan Rakyat. Berikut ini serangkaian wawancara dengan Sarwono Soeprapto (wartawan).

Pada awal penerbitannya, *Kandha Rahardja* tidak merupakan koran yang mandiri, namun masih menjadi satu dengan Kedaulatan Rakyat, disisipkan pada

edisi Minggu. Kira-kita tahun 1977, semua pelanggan KR memperoleh Kandha Rahardja seminggu sekali satu halaman penuh. Ada pun pendanaannya semua berasal dari pemerintah, waktu itu ada sebanyak 3500 eksemplar dengan harga a Rp 45,00. Ini wajar kalau diingat koran tersebut memang merupakan pesanan pemerintah.

Menurut cerita dari Bapak Suwariyun, tahun 1979, pemerintah meminta kepada KR untuk mencetak KMD dengan bahasa Jawa. Mengapa demikian? karena KMD itu dinilai sangat urgen dari berbagai pertimbangan, antara lain: (a) pemerintah melihat kekurangan penerbitan pers berbahasa Jawa yang masuk ke daerah pedesaan; (b) pada saat itu memang televisi belum ada, jadi hanya media radio saja; (c) jumlah radio pun masih sangat sedikit; dan (d) petani di pedesaan kurang mendapat informasi yang relevan.

Harapan pemerintah, dengan memasukkan koran ini ke daerah pedesaan maka masyarakat yang mayoritas kaum tani itu akan dapat mengembangkan pertaniannya lewat serangkaian informasi yang dibaca dari koran tersebut. Oleh karenanya, koran ini hanya berisikan masalah seputar pertanian, pengairan, dan rumah tangga petani untuk memenuhi khalayak pembaca petani khususnya.

Kandha Rahardja yang semula merupakan pesanan pemerintah, demikian juga pendanaannya berasal dari pemerintah, mulai tahun 1989 sudah mandiri dalam pengertian lepas dari pemerintah. Mengingat keberadaannya di bawah naungan KR, maka otomatis menjadi tanggung jawab sepenuhnya mengenai kelangsungannya.

Menurut pengamatan KR, koran Kandha Rahardja ini amat bermanfaat bagi masyarakat desa, khususnya petani. Hal ini terbukti banyaknya klompencapir (kelompok pendengar, pembaca dan pemirsa) yang selalu setia berlangganan. Kita tahu bahwa anggota klompencapir tersebut adalah termasuk petani-petani yang boleh dibilang relatif maju.

Mengenai misi dan visi pokoknya adalah membantu pemerintah menyampaikan pesan-pesan pembangunan. Selain itu, juga berupaya menumbuhkan semangat keswadayaan dan kemandirian masyarakat dalam membangun diri dan lingkungannya. Juga turut berperan dalam melestarikan dan mengembangkan kebudayaan daerah dalam rangka memperkokoh mantapnya kebudayaan nasional. Ada pun bentuk penerbitannya berupa surat kabar mingguan semacam tabloit dengan jumlah halaman sebanyak delapan per edisi penerbitan. Bahasa yang digunakan adalah bahasa daerah *Jawa*

mengingat sasaran khalayaknya adalah orang desa yang sehari-harinya menggunakan bahasa Jawa dalam berkomunikasi.

Kontinyuitas penerbitan seminggu sekali, tepatnya tiap hari Jumat sesuai dengan tradisi Jawa yang sampai saat ini masih menganggap hari tersebut penting dan relatif sakral sifatnya. Pola peredarannya melalui agen milik KR Group, via pos, instansi pemerintah (kelurahan dan kecamatan). Ada pun perannya adalah sebagai penyalur dan penyampai informasi yang berkaitan dengan pemberitaan dalam KMD Kandha Rahardja tersebut. Sedang untuk data peredarannya (sirkulasi), berdasarkan catatan terakhir tanggal 15 Oktober 1996, akan dipaparkan dalam bentuk tabel berikut.

TABEL IV.1
SIRKULASI KMD KANDHA RAHARDJA

Nomor	Lokasi Sirkulasi	Frekuensi
01	Kabupaten Sleman	1885
02	Kabupaten Kulonprogo	1044
03	Kabupaten Bantul	1543
04	Kabupaten Gunungkidul	1256
05	Kotamadya Yogyakarta	205
06	Beberapa daerah di luar Propinsi DIY	67
	Jumlah	6000

Sumber: Data Primer, 1996

Mengenai bagaimana cara penyajiannya, KMD Kandha Rahardja yang setiap kali terbit memuat sebanyak delapan halaman ini berisikan berbagai berita dan informasi bagi khalayak pembacanya yang amat bervariasi. Tentu saja strategi tersebut bertujuan untuk memenuhi selera segmen khalayak pengguna yang berasal dari berbagai kalangan atau strata sosial yang beraneka ragam. Keterangan selengkapnya dapat diikuti pada tabel berikut ini.

TABEL IV.2
CARA PENYAJIAN BERITA KANDHA RAHARDJA

Nomor	Halaman	Materi (substansi)
01	Satu	Berita daerah, berita nasional yang berkaitan dengan kebijaksanaan pembangunan, keberhasilan program, dan informasi lainnya.
02	Dua	Artikel penuh warna tentang pertanian dan berita-berita singkat.
03	Tiga	Foto atau gambar, tulisan tokoh, berita-berita singkat.
04	Empat	Cerita bersambung.
05	Lima	Serangkaian cerita pendek, cerita bergambar.
06	Enam	Macapat (puisi).
07	Tujuh	Cerita bergambar dan pemberitahuan.
08	Delapan	Lain-lain informasi penting.

Sumber: data primer, 1996.

Perlu diketahui bahwa KMD Kandha Rahardja ini merupakan salah satu koran yang meliput berita yang berkaitan dengan kepentingan dan kondisi serta situasi daerah pedesaan. Ada pun rubrik yang disajikan, kurang-lebih 95 persen berkaitan dengan kebudayaan daerah. Berikut ini akan dikemukakan tentang macam rubrik, persentase, dan penonjolannya.

TABEL IV.3
MACAM RUBRIK KANDHA RAHARDJA DAN PENONJOLANNYA

Nomor	Macam Rubrik	Persentase	Penonjolannya
01	Penerangan	30	Berita daerah, informasi tentang kebijakan pemerintah Ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan masalah pertanian dan peternakan Peternakan, pertanian, dan penyampaian pesan dari pemerintah.
02	Pendidikan	15	
03	Bimbingan	15	
04	Hiburan :		
	- cerita pendek	5	
	- cerita bergambar	5	
05	- cerita tentang pahlawan setempat	10	Penonjolannya berkaitan dengan kebudayaan daerah melalui pesan-pesan yang ada dalam cerita tersebut.
	- cerita pahlawan nasional	5	
	- cerita rakyat	10	
	Perikanan	5	
	Jumlah	100	-

Sumber : data primer, 1996.

Hampir semua rubrik yang disajikan ini merupakan kebudayaan daerah, terutama dalam edisi yang terbit seminggu sekali. Alasan mengadakan rubrik kebudayaan daerah tersebut, antara lain: (a) untuk ikut melestarikan dan mengembangkan berbagai macam cabang kebudayaan daerah; (b) memberikan hiburan kepada masyarakat; dan (c) menampung ekspresi seni budaya daerah.

Berbagai macam hambatan yang dihadapi selama ini, antara lain: (a) keterbatasan SDM, baik kualitatif maupun kuantitatif, khususnya yang berkaitan dengan kebudayaan daerah, jadi mengenai perangkat lunaknya *software*; (b)

keterbatasan halaman dan perangkat keras atau *hardware*, dan (c) harganya relatif murah. Untuk itu, ada banyak cara yang bisa ditempuh guna mengatasinya, antara lain: (a) mendayagunakan tenaga yang ada seoptimal mungkin; (b) meminta bantuan penulis lepas untuk menjadi kontributor tetap; (c) menjalin hubungan dengan kelompok pecinta, peminat, dan pengembang budaya; (d) karena keterbatasan halaman maka sajian berita melalui seleksi ketat dan dibuat sepadat mungkin, namun diusahakan tetap mengenai sarasannya; dan (e) mengingat harganya relatif murah sehingga banyak para agen yang merasa rugi maka harus segera dicarikan jalan keluarnya.

Sehubungan dengan upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, ada beberapa saran atau alternatif untuk solusinya, antara lain: (a) memperbanyak sajian yang berisikan aktivitas kebudayaan (kesenian) daerah; (b) perlu dipertahankan penulisan yang berupa roman sejarah, cerita bersambung, cerita pendek, dan tembang macapat; dan (c) perlu pula disajikan tulisan ataupun kutipan (teks) dengan huruf Jawa.

3. Mekar Sari

Beberapa hal yang perlu diungkap di sini merupakan serangkaian wawancara dengan dua orang tokoh yang berada di balik media massa cetak lokal tersebut: Suwariyun (pimpinan redaksi) dan Soetopo (wartawan). Dikisahnya bahwa Majalah Basa Jawa Mekar Sari itu lahir pada tanggal 1 Maret 1957 di Yogyakarta. Pada terbitan pertama, di sampul bagian luar tertulis 'Mekar Sari Kalawarti Dwikala Basa Jawa' tertanggal 1 Maret 1957 No 1 tahun I dengan gambar kembang teratai warna putih berlatar belakang hitam. Keterangan gambar pada halaman dalam gambar kulit depan tertulis kembang teratai simbuling kebudayaan-kesenian-kasantosaning budi-sih panembah. Masih pada halaman yang sama juga dituliskan Mekar Sari Dwikala Basa Jawa terbit tiap tanggal 1 dan 15. Kata Dwikala berasal dari kata '*Dwi*' artinya dua dan '*kala*' berarti waktu. Jadi, *Dwikala* punya maksud (makna) terbit dua kali sebulan.



Foto 25. Kantor KR-Group. Tempat Dimana Kalawarti Mekar Sari Bernaung.

Dwikala Basa Jawa Mekar Sari diterbitkan oleh direksi NV (BP) KR (anggota SPS) Yogyakarta. Pimpinan redaksi Soebekti dengan staf pembantu yang terdiri dari: M. Wonohito, Darmosoegito, sastrohardjono, DR. Tjokroatmodjo, Soedardjo, Tjokrowisworo, Any Asmara, Ny. Brotopranoto, dan S. Probohardjono. Sedang juru gambar adalah Sukamto dan Ahmad. Redaksi punya dua alamat: Tugu 42 Yogyakarta Telp. 901 dan Jalan Slamet Riyadi 188 Surakarta Telp. 288.

Ada pun tentang misi dan visi pokoknya adalah enteng tetapi berisi. Selain itu, Mekar Sari juga bertujuan untuk melestarikan budaya Jawa dengan visi memberikan suguhan-suguhan dan gambaran untuk memudahkan dalam mempelajari bentuk kebudayaan Jawa lewat tulisan-tulisan dan artikel dalam setiap edisinya. Bentuk penerbitannya berupa majalah. Saat ini jumlah oplagnya mencapai kurang lebih 9000 eksemplar. Sedang bahasa yang digunakan adalah bahasa *Jawa ngoko* yang sifatnya komunikatif, berisikan tulisan populer, mudah dimengerti, tidak bertele-tele.

Kontinuitas terbit setiap Minggu sekali pada hari Jumat, namun beredar di lapangan lima hari sebelum hari H-nya. Pola-pola peredarannya, di samping agen-agen KR sebagai andalannya, juga langganan perseorangan, langganan masal melalui instansi pemerintah serta pembeli eceran yang dilakukan melalui divisi pemasaran.

Sampai saat ini, majalah Mekar Sari beredar di desa (kecamatan) 3700 eksemplar setiap kali terbit, kabupaten 2600 eks, ibukota propinsi 1800 eks, dan luar propinsi DIY (Jateng dan Jatim) sebanyak 900 eksemplar/terbit. Ada pun cara-cara penyajiannya berbentuk tulisan artikel penyuluhan berita dan gambar (foto) yang diolah dan disesuaikan dengan ragam jurnalistik. Macam rubriknya, antara lain: seni budaya, *padhalangan*, tokoh wayang tingalan kuno, basa sastra, *oncek-oncek*, dan *sinau basa Jawa (aksara Jawa)*. Kebudayaan daerah setiap terbit pasti ada sehingga porsinya dalam setahun mencapai 52 kali.

Kendala yang dihadapi karena beberapa tenaga wartawan Mekar Sari kebanyakan dari generasi muda maka kesulitan pada pengetahuan dan *kawruh Jawa* itu sendiri. Sebagai acuan atau referensi penulisan, mesti banyak belajar dari nara sumber yang dianggap mampu dari segala aspek budaya Jawa itu sendiri. Mengenai perangkat kerasnya tak terlalu bermasalah karena sudah memanfaatkan sarana komputer.

Dalam kaitannya dengan upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, ada banyak saran yang bisa di tempuh. Yang pertama adalah pentingnya menjalin kerjasama antara nara sumber dengan media massa cetak kaitannya dengan bahan-bahan penulisan. Berbagai penelitian tentang masih tumbuh suburnya kebudayaan daerah di suatu tempat perlu digali dan dikembangkan melalui penulisan di media massa cetak. Paling efektif apabila digalang kerjasama dengan instansi terkait seperti Balai Kajian Jarahnitra khususnya dalam kontribusi tentang berbagai temuan kebudayaan daerah untuk kemudian disebar-luaskan media massa dengan aturan main yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

4. Djaka Lodang

Beberapa keterangan yang hendak dirangkum dalam konteks ini berasal dari wawancara dengan tiga orang yang berkecimpung di majalah Djaka Lodang ini: FX. Subroto (wartawan), Drs. Zubaedi (koordinator pemasaran), dan Drs. Warno (bagian sirkulasi). Dikemukakan bahwa Kalawarti Mardika Basa

Jawa Djaka Lodang yang beralamat di Jalan Patehan Tengah No. 35 Yogyakarta terbit pertama kali pada tanggal 1 Juni 1971 dengan SIT Deppen

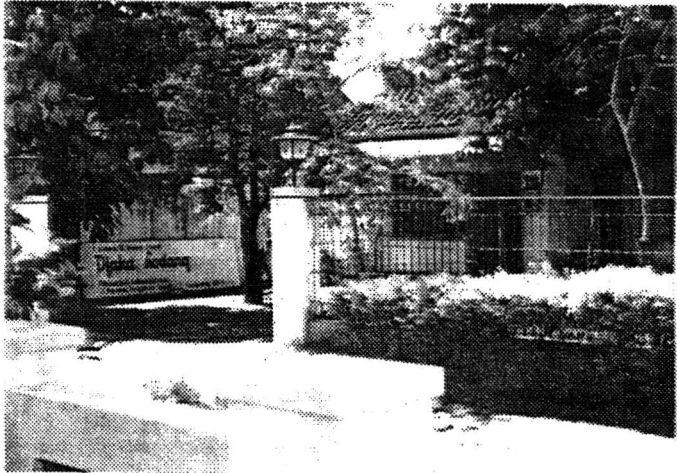


Foto 26. Kantor Kalawarti Basa Jawa Djaka Lodang Di Yogyakarta

Nomor 01136/SK/DIR/PP/SIT/1971 dikelola oleh Yayasan Kartika Sakti. Oleh karena tidak sesuai dengan peraturan pemerintah saat itu, yakni sebuah media massa tidak dibenarkan jika dikelola oleh suatu yayasan maka mulai tahun 1986, majalah ini dikelola oleh PT. Djaka Lodang Pers.

Pada awal penerbitannya, sampai kurang lebih 1 tahun berkantor di Kompleks THR Yogyakarta dengan pemimpin redaksi Drs. Abdullah Purwodarsono. Pada tahun kedua, kantornya pindah ke Jalan Patehan Tengah No 35 seataap dengan percetakannya, yakni Percetakan Muria Baru Offset. Mulai tahun 1980 terbit 52 halaman dan ditambah dengan 18 halaman KMD (Koran Masuk Desa): Sebenarnya majalah ini berdiri karena keinginan melestarikan budaya Jawa, bukan karena diilhami oleh hal-hal lain para karyawannya pada waktu mula-mula berdiri sebagian dari Kembang Brayan harian berbahasa Jawa yang berkantor di Taman Garuda, tepatnya di antara kios-kios di sebelah utara Hotel Garuda. Nama Djaka Lodang diambil dari buku karangan pujangga besar R. Ng. Ranggawarsita. Majalah ini sekarang terbit dengan surat ijin usaha penerbitan pers (SIUUP) SK Menpen No 109/SL/ Menpen/SIUUP/C.1/1986 tertanggal 22 Maret 1986.

Misi dari majalah Djaka Lodang ini adalah melestarikan budaya bangsa dan bisnis. Kedua misi tersebut harus dijalankan secara seimbang sebab jika dititikberatkan pada salah satu saja maka besar kemungkinan akan terputus di tengah jalan. Sebagai contoh, melestarikan budaya bangsa saja tanpa memikirkan aspek bisnisnya adalah majalah bahasa Jawa Kunthi milik Ibu Tien Soeharto. Modalnya memang cukup, tetapi aspek bisnisnya kurang sehingga produksinya kurang laku karena hanya sebatas pelestarian budaya saja tanpa mengingat bagaimana taktik memperoleh pemasarannya.

Contoh lain yang hanya berorientasi pada bisnis semata adalah majalah Kumandang pimpinan Susilomurti. Ini bisa terjadi karena punya *backing* pengusaha sehingga logis kalau akhirnya lebih *profit oriented*. Majalah ini hanya mampu bertahan sekitar 4 tahun saja lalu mati. Tentu lain ceritanya kalau bisnis tersebut dicoba dipadukan dengan upaya pelestarian budaya bangsa (Jawa), biasanya strategi semacam relatif lebih awet. Mungkin keuntungan yang diperolehnya kecil, tetapi ada kepuasan tersendiri dengan mengemban misi pelestarian budaya Jawa.

Kalau hanya berorientasi pada bisnis semata, biasanya pemilik modal menjadi tidak telaten. Mengapa begitu? satu hal yang pasti, penerbit majalah berbahasa Jawa hanya mendatangkan keuntungan yang minim sekali kalau dibandingkan dengan bisnis media berbahasa Indonesia lainnya karena khalayak penggunanya jauh lebih besar jumlahnya. Majalah Djaka Lodang memiliki motto kerja '*Ngesti budi rahayu, ngungkap mekaring jagat anyar,*' artinya berusaha mencapai budi pekerti yang baik demi keselamatan semua pihak, namun dengan tidak melepaskan diri dari konteks kemajuan jaman. Kalau dari brosur yang ada, ternyata misi dari majalah tersebut ingin mengembangkan dan melestarikan kebudayaan nasional, khususnya sastra, bahasa, dan kebudayaan Jawa. Kecuali itu, juga bertujuan membantu pemerintah mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Selain penerbitan majalah Djaka Lodang, juga mengeluarkan penerbitan bentuk lainnya, yakni majalah anak-anak bernama Putra Kita berbahasa Indonesia, tetapi saat ini baru berhenti. Majalah ini terbit dua Minggu sekali dengan jumlah halaman 36 lembar, bentuknya sama dengan Djaka Lodang, demikian juga besarnya. Djaka Lodang terdiri dari 52 halaman pokok, dan di tengahnya disisipkan KMD (Koran Masuk Desa) sebanyak 18 halaman yang notabene merupakan proyek Deppen RI untuk penerangan terhadap masyarakat. Ada pun maksud KMD agar masyarakat desa mampu membaca.

Mengenai pedoman isinya ditetapkan oleh pemerintah yang banyak berisikan tentang penyuluhan dari pemerintah. Perlu diketahui, majalah Djaka Lodang terbit pertama kali tanggal 1 Juni 1971 dengan SIT Deppen No 01136/SK/DIR/PP/ SIT/1971 yang dikelola oleh Yayasan Kartika Sakti berbentuk tabloit 8 halaman. Baru satu tahun kemudian berubah bentuk menjadi koran biasa (format besar) setebal 4 halaman. Bentuk penerbitan koran biasa ini juga hanya berjalan satu tahun dan kembali lagi ke tabloit sampai tahun 1978 berubah ke majalah mingguan sampai dengan sekarang.

Bahasa yang digunakan dalam penerbitan majalah Djaka Lodang ini adalah bahasa Jawa ngoko. Secara rutin majalah ini terbit setiap Minggu, tepatnya jatuh pada hari Sabtu. Ada pun mengenai jumlah oplagnya sekitar 15 eksemplar, termasuk eceran dan pemberian cuma-cuma. Untuk dibaca secara lebih cepat, berikut ini akan diketengahkan tabel tentang rekapitulasi distribusinya.

TABEL IV.4
REKAPITULASI DISTRIBUSI DJAKA LODANG

No	Wilayah	Jatah	Kons	NP	GTS	Kirim
01	Kotamadya Yogyakarta	4285	643	48	4	4980
02	Kabupaten Sleman	3474	521	23	2	4020
03	Kabupaten Bantul	3272	491	39	2	3804
04	Kabupaten Kulon Progo	1287	193	12	2	1494
05	Kabupaten Gunung Kidul	1413	212	8	1	1634
	Jumlah	13731	2060	130	11	15932

Sumber: Data Primer, 1996

Cara penyajiannya disesuaikan dengan selera masyarakat. Diharapkan sebuah keluarga akan bisa menikmatinya karena memang isi majalah tersebut dibuat aneka rupa rubriknya. Jadi, bisa untuk bacaan anak-anak, remaja, dan orang tua. Sebagai contoh, rubrik '*Jagading Lelembut*' meski anak-anak muda jaman sekarang sudah tidak akrab dengan yang berbau tahayul, tetapi nyatanya banyak yang suka juga membacanya. Terus-terang saja, upaya perubahan pada majalah tersebut juga dikarenakan menuruti permintaan pangsa pasar (pembaca) dengan pertimbangan nantinya bisa dijilidkan oleh khalayak pembaca maupun

untuk arsip berita. Selain itu, memang berita yang dimuat dalam majalah tersebut tidak mudah basi karena beredarnya sudah satu Minggu atau bahkan lebih sejak mulai dicetak karena memang dikondisikan bukan sebagai berita aktual yang harus diinformasikan kepada segmen khalayak pada saat itu juga. Sementara itu, mengenai rubriknya bisa dilihat pada keterangan informan berikut ini.

Ada berbagai macam rubrik yang disampaikan oleh majalah Djaka Lodang ini, antara lain: berita, laporan (*reportase*), artikel, hiburan dengan perbandingan masing-masing 10 persen, 10 persen, 40 persen, dan 40 persen untuk hiburan.

Ada pun artikel-artikelnya terdiri dari: *pedhalangan*, *kasepuhan*, pengetahuan, kewanitaan, dongeng untuk anak-anak, *jagading lembut*, cerita bersambung, cerita cekak, pengalaman, dan agama. Khusus untuk artikel keagamaan diberikan jatah dua kali untuk Islam, Kristen dan Katolik masing-masing 1 kali. Sementara itu, untuk agama Hindu dan Budha belum disediakan porsi yang mengingat penganutnya relatif kecil persentasenya sehingga diperkirakan segmen khalayaknya pun minim sekali. Ada pun rubrik yang selama ini paling banyak diminati oleh khalayak pengguna adalah *jagadhing lembut*, cerita bersambung, cerita cekak, dan pengalamanku. Diakuinya sejauh ini majalah Djaka Lodang memang tidak secara khusus menyediakan kolom untuk memuat rubrik atau artikel tentang kebudayaan daerah.

Kendala yang dihadapi selama ini sebenarnya tidak ada, baik mengenai perangkat keras dan perangkat lunaknya, seperti penyediaan kertas juga lancar-lancar saja meski juga pernah tersendat, tetapi toh tetap memperoleh subsidi dari pemerintah (pengadaan kertas koran).

Mengenai subsidi dari pemerintah, khususnya untuk realisasi program KMD (Koran Masuk Desa) bekerjasama dengan pihak Deppen ada sebanyak 18 lembar setiap kali terbit untuk memberi informasi atau penerangan kepada masyarakat pedesaan khususnya.

Tentang pengisian berita sudah ada pedoman tertentu dari pemerintah, yakni banyak memuat mengenai penyuluhan informasi berita seputar pedesaan diselingi hiburan. Akan halnya pengadaan mesin cetak, Djaka Lodang mengikuti kemajuan jaman. Dahulu tatkala masih berbentuk tabloit dan koran biasa memang masih menggunakan mesin cetak *handset*, mesin cetak *offset* berukuran mini sehingga kembali ke bentuk tabloit lagi. Manakala sudah mampu membeli mesin

cetak offset berukuran besar, penerbitannya pun berubah wajah menjadi majalah mingguan. Keuntungan mesin cetak yang terakhir tersebut sangat banyak, antara lain: gambar dan huruf-hurufnya jauh lebih jelas, dan waktu pun relatif cepat.

Hanya saja mengenai sumber manusianya memang ada sedikit kerepotan, khususnya berkaitan dengan tenaga responden. Untung saja, sampai saat ini masih bisa ditutupi dan stok bahan dirasa cukup. Disadari bahwa ada baiknya merekrut tenaga wartawan muda, yang penting bersedia bekerja kontinyu sehingga persediaan bahan tulisan tidak tersendat-sendat sampai ke tangan pembaca. Untuk mengantisipasi hal itu, dalam sampul redaksi khususnya mengenai rubrik cerita bersambung harus ada persediaan paling kurang untuk edisi setahun. Persyaratan lainnya, wartawan tersebut harus mampu menguasai bahasa Jawa dengan baik karena rubrik yang dimuat dalam majalah ini menggunakan bahasa *Jawa ngoko*.

Mengenai tenaga lainnya, seperti bidang administrasi, pemasaran dan lainnya dirasa sudah cukup karena sampai saat ini secara keseluruhan karyawannya mencapai 38 orang: 29 karyawan laki-laki dan 9 perempuan. Latar belakang pendidikan mereka paling rendah setingkat SMTA dan ada beberapa di antaranya yang berpendidikan sarjana. Ada pun jam kerja dimulai pukul 08.00-16.00 WIB dengan masa istirahat selama 1 jam. Ada sedikit kelonggaran bagi karyawan di bidang redaksi, yaitu mereka tidak begitu terikat dengan jam kerja karena menyesuaikan dengan jenis tugas yang diperankannya.

Dalam kaitannya dengan upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, disadari bahwa sesungguhnya pers berbahasa Jawa itu memiliki prospek yang lebih cerah kalau dibandingkan dengan pers berbahasa Sunda misalnya. Dengan begitu, yang penting harus ditingkatkan kualitasnya, baik di bidang isi maupun teknik percetakannya. Mengenai isi perlu ditingkatkan minat generasi muda untuk semakin tertarik pada dunia sastra Jawa. Sesuai dengan program pemerintah, yakni membangun masyarakat atau manusia seutuhnya maka perlu masyarakat diajak berpartisipasi (peran serta) makanya ada baiknya di berikan informasi yang cukup, penjelasan, dan penerangan secara teratur tentang berbagai program pembangunan di segala bidang kehidupan.

Dalam rangka pemerataan informasi dan meningkatkan kecerdasan mesyarakat di daerah pedesaan maka perlu dibentuk kelompok pembaca koran masuk desa (KMD). Pembentukan kelompok ini merupakan usaha terpadu dalam membina serta menimbulkan minat baca di kalangan masyarakat pedesaan.

Dengan membaca diharapkan dapat menimbulkan dinamika dan meningkatkan ketrampilan dalam upaya memperbaiki taraf kehidupan. Kelompok pembaca melalui proses membaca dan diskusi mengenai berita atau artikel penyuluhan dapat menambah pengetahuan dan ketrampilannya. Sampai saat ini, majalah Djaka Lodang bekerja sama dengan Deppen DIY, Kantor Penerangan Kabupaten melalui Jupen-jupen di tingkat kecamatan terbukti telah berhasil membentuk sebanyak 52 kelompok baca yang tersebar di 4 kabupaten dan 1 kotamadya.

BAB V PENUTUP

Meskipun penelitian ini dilakukan secara terpisah di tiga tempat yang notabene berbeda karakteristik sosio-demografisnya: Kelurahan Warungboto (*urban*), Desa baturetno (*sub-urban*), dan Desa Karangtalun (*rural*), tetapi dalam analisis berikut (untuk beberapa aspek) cenderung dikondisikan dalam satu subbahasan dengan harapan kenampakan fenomena umum lebih signifikan, proporsional, dan mudah dipahami.

A. KESIMPULAN

1. *Jenis dan Bentuk Media Massa Lokal Dikaitkan Dengan Lapisan Khalayak Pemakainya.*

Dewasa ini, di ketiga lokasi penelitian boleh dikatakan telah terjangkau oleh berbagai jenis media massa, elektronik dan cetak, baik yang berskala nasional maupun lokal. Ada pun bentuk media massa yang kini telah dimanfaatkan oleh khalayak penggunaannya adalah radio, televisi, koran, dan majalah.

Secara umum dapat dikatakan bahwa segmen khalayak pendengar media radio berasal dari golongan menengah ke bawah, terutama lebih didominasi oleh strata sosial bawah. Apabila dilihat secara lebih mendalam, agaknya radio milik pemerintah RRI punya segmen khalayak dari kaum tua, sedang generasi mudanya agaknya lebih menyukai program dari radio-radio amatir yang cukup banyak jumlahnya di kota ini. Ada catatan penting di sini, khusus untuk radio amatir tersebut, selain berasal dari kawula muda (semua strata), juga punya penggemar sebagian kecil kaum tua yang banyak di antaranya *gandrung* terhadap siaran wayang kulit ataupun *kethoprak* yang hampir tiap malam bisa kita dengarkan dari gelombang radio swasta niaga secara bergantian.

Media massa elektronik lainnya, yakni televisi, kebanyakan khalayak pemirsanya berasal dari lapisan sosial menengah ke atas mengingat harga media *audio-visual* itu sampai saat ini masih terbilang mahal dibandingkan harga radio-radio transistor. Namun demikian, ada baiknya dilihat bagaimana kecenderungan khalayak terhadap televisi milik pemerintah TVRI Stasiun Yogyakarta (lokal) maupun televisi swasta (nasional). Kenyataannya, *pandemen*

TVRI merupakan golongan tua dan sebagian generasi muda (untuk paket tertentu saja), sedang televisi swasta punya struktur khalayak kawula muda dari hampir semua strata sosial.

Untuk media massa cetak, khususnya koran, pada umumnya konsumennya terbatas, yaitu golongan menengah ke atas. Apabila dilihat koran edisi bahasa Indonesia (lokal), ternyata khalayak pemakainya pun berasal dari golongan menengah ke atas yang biasanya memiliki bekal pendidikan relatif tinggi (melek huruf) dan mampu menjadi pelanggan tetap atau beli eceran. Namun, pada perkembangannya kini koran lokal tersebut telah menjadi bacaan umum, tua-muda, karena tersedianya beberapa papan umum yang ditemplei koran-koran lokal edisi bahasa Indonesia: Kedaulatan Rakyat, Yogya Post, atau Bernas. Untuk koran lokal edisi berbahasa Jawa, yakni KMD Kandha Rahardja, umumnya segmen khalayaknya terdiri dari golongan menengah dan sebagian kecil di antaranya dari lapisan bawah (generasi tua).

Bentuk media massa cetak lainnya, yakni majalah edisi berbahasa Indonesia (nasional), umumnya banyak dimanfaatkan oleh kalangan menengah ke atas, seperti PNS, guru (pendidik), ABRI, karyawan swasta, dan wiraswastawan. Ada pun struktur khalayak pembacanya umum, tua-muda, laki-perempuan. Sementara itu, majalah lokal berbahasa Jawa, ternyata lebih banyak dikonsumsi oleh lapisan sosial menengah dan sedikit di antaranya yang berasal dari lapisan atas atau bawah (generasi tua).

Sampai di sini, tak terlalu jauh menyimpang kalau dikatakan tidak ada perbedaan yang signifikan di ketiga lokasi sampel karena masing-masing memang telah terjangkau oleh berbagai jenis dan bentuk media massa nasional maupun lokal. Paling tidak, ini merupakan salah satu indikator bagaimana kehebatan akselerasi media massa yang terbukti mampu menembus batas-batas geografis. Jelas kelancaran arus komunikasi tersebut ditopang oleh sarana transportasi, termasuk pembangunan jalan-jalan dan jembatan hingga ke desa-desa pelosok.

Nuansa perbedaan yang ada mungkin tampak pada aspek sirkulasi media massa yang kurangimbang antara daerah pinggiran dan kota dengan daerah pedesaan di pihak lainnya. Sebenarnya, fenomena itu pun masih terbilang wajar mengingat penduduk di kota dan pinggiran (periferi) jauh lebih heterogen. Salah satu sebabnya adalah membajirnya anak-anak kos setiap tahunnya yang datang dari berbagai penjuru, terutama untuk menuntut ilmu di kota pelajar ini. Variasi lainnya, mungkin saja adalah banyaknya anggota masyarakat di daerah *urban* dan *sub-urban* yang bekerja sebagai PNS,

berpendidikan relatif tinggi, arus komunikasi dengan ibukota propinsi jauh lebih efektif sehingga mobilitasnya pun relatif lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk di daerah *rural*.

2. *Peran Media Massa Lokal Dalam Proses Sosialisasi Di Kalangan Khalayak Pemakainya*

Salah satu misi dari media massa adalah ikut melestarikan budaya daerah. Tampaknya sejauh ini telah diperankan secara signifikan, meski terdapat lubang di sana - sini yang memang perlu segera dibenahi. Sebagaimana diketahui partisipasi swasta dalam konteks ini amat vital, terlihat dari bermunculannya radio amatir di kota Yogyakarta. Patut disayangkan, mengapa kecenderungan tersebut tidak diikuti oleh media televisi yang hingga kini baru ada sebuah stasiun pemancar, yakni TVRI Stasiun Yogyakarta. Namun begitu, acara-acara yang disiarkan oleh media elektronik tersebut relatif bervariasi sehingga kemampuan menjangkau pangsa pasar atau bahkan menciptakan struktur (segmen) khalayak pengguna cukup efektif. Hanya saja, porsi atau frekuensi rubrik kebudayaan daerah khususnya memang masih perlu ditingkatkan.

Masyarakat di daerah *urban*, *sub-urban*, dan *rural* mengaku bahwa media massa minimal telah memberikan manfaat bagi mereka, baik berupa informasi, pendidikan, maupun hiburan. Siaran wayang kulit misalnya, selain bersifat menghibur khalayak, juga sarat dengan ajaran, moral, etika, dan filsafat dalam bentuk simbol-simbol yang notabene merupakan nilai-nilai budaya yang *adiluhung*. Jadi, tidak saja merupakan sekedar tontonan *ansich*, tetapi juga berfungsi sebagai tuntunan.

Siaran di bidang keagamaan juga senantiasa hadir setiap hari untuk mengingatkan agar kita selalu memupuk tenggang rasa, hidup rukun dengan sesama. Sikap toleran itu manakala diletakkan dalam konteks kebudayaan daerah yang beraneka ragam di persada Nusantara ini, jelas pada gilirannya nanti merupakan kontribusi yang signifikan terhadap tercapainya kebudayaan yang mantap, bukan sekedar retorika kosong. Beberapa paket produksi dari TVRI sebenarnya sudah mengarah ke sana, misalnya acara 'Negeri Tercinta Nusantara', 'Bhinneka Tunggal Ika', 'Cakrawala Budaya', dan 'Budaya Tradisional'. Tentu saja persoalannya kembali pada khalayak pengguna itu sendiri, bagaimana merespon *signal* atau stimulan dari media massa tersebut, proaktif atau tidak.

Meskipun secara umum media massa itu telah berperan, baik elektronik maupun cetak, khususnya berkaitan dengan upaya pewarisan nilai-nilai budaya (sosialisasi), tetapi masih yang banyak perlu dibenahi dan ditingkatkan peranannya. Disadari sepenuhnya bahwa memang ada banyak faktor kendala untuk mengarah ke sana, antara lain berkaitan dengan persoalan dana (anggaran), terbatasnya rubrik, dan mutu atau kualitas manajerial media massa cetak khususnya. Oleh sebab itu, perlu digalang kerjasama dengan berbagai pihak yang berkompeten atau terkait, seperti keluarga, sekolah, masyarakat, organisasi pemerintah atau swasta, dan peran aktif dari kubu media massa itu sendiri.

3. *Pengaruh Media Massa Lokal Terhadap Kehidupan Sosial Budaya, dan Ekonomi Khalayak Pemakainya.*

Sejalan dengan akselerasi teknologi informasi dan komunikasi yang begitu hebat dalam era globalisasi, keberadaan media massa elektronik dan cetak dewasa ini boleh dikata sudah merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam hidup kita. Jelas pengaruhnya pasti ada, baik dalam relasi sosial, kultural, maupun dalam tatanan ekonomi domestik khususnya. Temuan empirik memperlihatkan munculnya fenomena pergeseran beberapa aspek kehidupan, antara lain: pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), matapencaharian, kesenian, dan mobilitas penduduk. Ada beberapa kasus yang muncul di kalangan masyarakat berupa kecenderungan distorsi perilaku beberapa individu dalam bentuk mengedepankan sikap 'sok kuasa' atau 'sok jagoan'. Budaya pamer kekuasaan atau kekuatan tersebut sesungguhnya merupakan wacana hukum rimba di jaman *postmodern* ini. Demikianlah maka prinsip aturan mainnya: siapa kuat (berkuasa) dia yang menang, dan dia jualah letak kebenaran. Rupa-rupanya praktek semacam itu kian merebak di sekeliling kita.

Selain itu, gaya hidup kelewat modern pun mudah kita lihat di sana-sini, baik cara berbusana, asesoris, maupun potongan rambut yang *trendy* (*ngetren*), tetapi yang justru tampak *nyleneh* di mata generasi tua. Kini sulit dibedakan, mana laki dan mana perempuannya. Mereka sama-sama *gandrung* pada mode yang cenderung kebarat-baratan (*westernisasi*), pakaian aneh-aneh, tubuh penuh *tatto*, rambut *dikliwir*, asesoris nyentrik lainnya, seperti laki-laki pakai anting di telinga dan cuping di hidungnya. Ironisnya, masyarakat sendiri kini mulai kehilangan fungsi pengendalian sosial (*social control*), terkesan permisif sehingga secara tidak langsung telah ikut menyuburkan praktek pergaulan bebas di kalangan muda-mudi masa kini.

Tentu saja pengaruh positif dari media massa juga ada. Kini orang cenderung berpikir praktis, pragmatis, efisien, dan rasional (logis). Di sana-sini muncul kreativitas dan inovasi di banyak bidang. Meningkatkan wawasan khalayak untuk lebih berorientasi ke masa depan. Muncul produk inovatif di bidang iptek dan kreasi seni sehingga tampak ada warna-warna baru yang lebih sesuai dengan kepribadian Timur. Selain itu, berbagai informasi dari berbagai media massa secara langsung ataupun tidak juga ikut membidani berlomba-lombanya sebagian penduduk pedesaan berurbanisasi ke kota-kota besar, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Semarang.

Dengan demikian, pengaruh media massa lokal, baik elektronik maupun cetak terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi khalayak pemakainya boleh dikata cenderung bersifat ambivalen: positif tetapi tak sedikit pula telah mendatangkan sejumlah kerugian di sisi lain.

B. SARAN

Beberapa informan di daerah *urban* berpendapat bahwa sejauh ini media massa cukup berperan dalam upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah. Mungkin akan lebih baik hasilnya kalau dicari terobosan lain, seperti usaha memasukkan mata pelajaran kebudayaan daerah dalam kurikulum di sekolah. Bisa saja melalui peran serta pimpinan formal dan informal, termasuk PPL, PLKB, tokoh agama lewat Masjid atau Surau. Alternatif lainnya adalah dengan menggalakkan minat baca masyarakat (*reading habit*) terhadap buku, koran dan majalah edisi nasional maupun lokal.

Walau cukup berperan, demikian diungkapkan sejumlah informan di wilayah *sub-urban*, sebaiknya juga dibarengi dengan upaya-upaya lainnya, seperti penempelan koran pada papan-papan pengumuman, khususnya untuk memenuhi kebutuhan khalayak yang bukan pelanggan media cetak. Tentu saja peran radio mesti lebih ditingkatkan lagi mengingat masih banyak warga masyarakat yang sampai saat ini belum mampu baca tulis alias buta huruf.

Sementara itu, muncul pula beberapa saran dari khalayak di kawasan *rural*. Mereka punya asumsi tentang pentingnya menghidupkan kembali media tradisional, seperti kesenian *kethoprak*, wayang kulit, *jathilan*, dan aneka rupa permainan anak-anak. Ada pun cara yang bisa ditempuh adalah dengan mengadakan lomba bersama di tingkat daerah yang diprakarsai oleh pemda setempat bekerjasama dengan pihak swasta untuk konsumsi wisata, baik domestik maupun mancanegara. Pementasan secara masal dan kontinyu kesenian daerah yang spesifik tersebut tentunya akan membangkitkan rasa

cinta di hati generasi muda akan khasanah kesenian lokal atau semacam *local genius*.

Bentuk tradisional yang dirasa cukup efektif dalam proses sosialisasi (pewarisan nilai-nilai budaya) adalah dongeng rakyat, misalnya dongeng 'Kancil nyolong timun', Ada pesan moral di dalamnya yang menekankan nilai-nilai kejujuran, siapa salah pasti beroleh hukuman. Via dongeng-dongeng rakyat yang notabene merupakan bagian dari kebudayaan lisan di Indonesia, orang tua bisa berkomunikasi dengan anak sekaligus menanamkan nilai-nilai sosial yang diwarisi dari generasi pendahulunya.

Pertanyaannya sekarang, apakah media tradisional itu layak untuk menyampaikan pesan-pesan modern? Bagaimana pula kaitannya dengan peran media massa modern dalam upaya konservasi media tradisional tersebut? Apa pula strategi yang mesti ditempuh untuk memadukan atau mengakomodasikan antara media lama dengan yang baru itu?

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Adrianto, Ambar

- 1993 *Keluarga Petani Jawa Dalam Era Globalisasi Informasi: Studi Tentang Pergeseran Perilaku*. Yogyakarta: BKSNT Depdikbud.
- 1994 *Budaya Global Masyarakat Pinggiran Kota: Kasus Desa Condongcatur DIY*. Yogyakarta: BKSNT Depdikbud.
- 1996 *Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Relasi Sosial: Kasus Kecemen Di Pedesaan Jawa*. Yogyakarta: BKSNT Depdikbud.

Amunugama, Sarath

- 1982 "Broadcasting in Asia: a Sleeping Giant?" *Media Asia* 9.

Budhisantosa, S

- 1980 "Televisi dan Masyarakat Pedesaan." *Prisma*, No. 3 Tahun IX. Jakarta: LP3ES.
- 1981 "Initial Reaction to Television in Indonesian Villages." *Satellite Television in Indonesia*. Alfian (eds). Honolulu: East-West Centre.
- 1984 "Seni Pertunjukkan Rakyat Sebagai Media Pembangunan." *Komunika* 5.
- 1993 *Pengaruh Globalisasi Informasi Terhadap Sistem Nilai, struktur, dan Jaringan Sosial Masyarakat Pedesaan Di Indonesia*. Jakarta: Balitbang Deppen.

Departemen Penerangan Republik Indonesia

- 1983 *Meningkatkan Pemerataan Informasi Melalui Koran Masuk Desa*. Jakarta: Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika.

Hardjana, Andre

- 1996 *Media Massa dan Kebudayaan Daerah*. Jakarta: Dirjen Kebudayaan.

Jahi, Amri

1988 *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan Di Negara-negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia.

Jain, GP

1984 "Rural Pres." *Media Asia* 11

Jenkins, Janet

1982 "De Audiovisual Media Have Unique Teaching Capabilitas?" *Media Asia* 9.

Koentjaraningrat

1992 *Masalah-masalah Pembangunan*. Jakarta: LP3ES

Lazare, Benjamin V

1981 "Communication and Child (Family) Welfare." *Media Asia* 8

Lubis, Muchtar

1992 "Krisis Kepercayaan." *Budaya, Masyarakat, dan Manusia Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Maslog, Crispin C

1985 *Five Successful Asian Community Newspaper* Singapore: Asian Mass Communication Research and Information Centre.

Medis. Piyasama

1980 "Communication and Community Development." *Media Asia* 7.

Moses, Charles

1974 "Broadcasting in Asia and the Pasific: an Overview." *Media Asia* 1.

Moslem, Shima

1983 "Rural Press in Bangladesh." *Media Asia* 10.

Poepowardojo, Soerjanto

1993 "Teknologi Komunikasi Dalam pembangunan Sumber Daya Manusia." *Pembangunan Nasional Dalam Perspektif Budaya*. Jakarta: PT. Gramedia,

Pratikto, Riyono

1979 *Komunikasi Pembangunan*. Bandung: Bina Cipta

Rogers, Everett M

1981 "The Diffusion of Innovations in Public Organization." *Handbook on the Comparative Studi of Innovation*. Thomas J. labelle (eds). Los Angeles: UCLA Latin American Centre.

1985 *Komunikasi dan pembangunan*. Diterjemahkan oleh Dasmur Nurdin. Jakarta: LP3ES.

Schramm, Wilbur

1988 "Radio Sebagai Alat penyuluh Pertanian." *Peran Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Thorpe, Gold JE

1992 *Sosiologi Dunia Ketiga: Komunikasi dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Toffler, Alvin

1989 *Future Shock*. Jakarta: PT. Pantja Simpati

1992 *Powershift, Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21 st Century*. Jakarta: PT. Pantja Simpati.

1992 "Damassalization of Mass Media." *The Third Wave*. Jakarta: PT. Pantja Simpati.

DAFTAR INFORMAN

A. INFORMAN BIASA

1. *Kelurahan Warungboto*

Nama : RAMELAN
Umur : 36 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : ABRI
Alamat : Jl. Veteran 10 RT 37 RW 09, Warungboto, Umbulharjo,
Kotamadya, Yogyakarta

Nama : SURATDJIMIN
Umur : 40 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Staf Kelurahan
Alamat : Jl. Veteran

Nama : SUPARDI
Umur : 38 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Jl. Veteran

Nama : DANANG TANTYO H
Umur : 25 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas (PT)
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Warungboto, UH IV/1011

Nama : SUGENG LESTARI
Umur : 44 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Warungboto

Nama : IMAM SUBARCAH
Umur : 51 tahun
Jenis Kelamin : laki-laki
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Warungboto

Nama : SOLEKAH
Umur : 58 tahun
Jenis kelamin : laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Warungboto, RT 30 RW 07

Nama : AMBAR PUSPITA RATWININGSIH
Umur : 17 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Warungboto, RT 37 RW 09

Nama : SUMARSIYAH
Umur : 32 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : PNS
Alamat : Jl. Veteran 99, Warungboto

Nama : MUNAWIR
Umur : 61 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki

Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Warungboto, RT 30 RW 07

Nama : MUJIYONO
Umur : 46 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Warungboto, RT 37 RW 09

Nama : JOKO TRIYONO
Umur : 34 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas (PT)
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Jl. Veteran 99, Warungboto, RT 28-RW 09

Nama : ISMIYATI
Umur : 44 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Veteran 10, Warungboto, RT 37 RW 09,

Nama : INDRASTO WS
Umur : 21 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Veteran 130 Warungboto, RT 37 - RW 09

Nama : DIDIK SUPRIYANTO
Umur : 26 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Veteran 79 Warungboto, RT 28 - RW 07

Nama : SUPARTOMO
Umur : 50 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Petani
Alamat : Warungboto, RT 29 RW 07

Nama : RAHMINI
Umur : 42 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Warungboto, RT 30 - RW 07

Nama : SRI MULYANI
Umur : 40 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Warungboto, RT 22 - RW 05

Nama : NUSYIRWAN
Umur : 54 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Warungboto, RT 30 - RW 07

Nama : DWIDJOM
Umur : 43 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Warungboto, RT 22 - RW 05

Nama : PARTINI
Umur : 38 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Warungboto, RT 22 - RW 05

2. *Desa Baturetno*

Nama : SURAHNIN
Umur : 30 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SD (tidak tamat)
Pekerjaan : Penjual Jamu Gendongan
Alamat : Baturetno RT 04-RW 1, Banguntapan, Bantul

Nama : SUWARTI
Umur : 30 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Jualan Makanan
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : EKO PURWANTO
Umur : 18 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Baturetno, RT 04-RW 10

Nama : WARSITO
Umur : 41 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Petani
Alamat : Baturetno RT 03- RW 05

Nama : ISMANTARA
Umur : 17 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP

Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : SURADI
Umur : 39 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : TITIN ISTIQOMAH
Umur : 18 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : WADIMIN
Umur : 48 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : TUMINO RACHMAN
Umur : 54 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : ROCHANI
Umur : 35 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SD (tidak tamat)
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : NGATEMI
Umur : 44 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : SITI AMINAH
Umur : 27 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : Universitas (PT)
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : ISA ANSHORI
Umur : 31 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Akademi
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : BONDAN PRIHARTOMO
Umur : 18 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : YULI SUDARPO
Umur : 46 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Perangkat Desa
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : JASWADI
Umur : 50 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki

Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pensiunan
Alamat : Baturetno RT 05-RW 10

Nama : BUNAZIR
Umur : 57 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pensiunan
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : WIDODO
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : ACHID PURWANTO
Umur : 37 tahun
Jenis Kealmin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Wiraswasta (buka salon)
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : MARLINA DEWI KURNIATI
Umur : 17 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

Nama : SRIYANTI MUNDHI HASTUTI
Umur : 38 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : PNS
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10

3. *Desa Karangtalun*

Nama : SURADAL
Umur : 51 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD (tidak lulus)
Pekerjaan : Petani
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 14, Imogiri, Bantul

Nama : ATMOYADI
Umur : 70 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Tidak Sekolah
Pekerjaan : Dukun Bayi (mantan)
Alamat : Karangtalun TR 01-RW 02

Nama : MUKISROH
Umur : 33 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Tani dan Dagang
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 02

Nama : SUMARDJO
Umur : 45 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Tani
Alamat : Karangtalun RT 08-RW 17

Nama : SATINI
Umur : 39 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Tani
Alamat : Karangtalun RT 08-RW 17

Nama : ATUN W
Umur : 18 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 17

Nama : SUNARYO
Umur : 62 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Dagang
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 14

Nama : M. FIRMAN
Umur : 41 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD (tidak lulus)
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Karangtalun RT 04-RW 16

Nama : EKA
Umur : 18 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Karangtalun RT 01.RW 14

Nama : ISTIYANI
Umur : 19 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Karangtalun RT 04-RW 16

Nama : MA'RUF
Umur : 20 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki

Pendidikan : SD
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Karangtalun RT 04-RW 16

Nama : SUPARDIMAN
Umur : 54 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Tani
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 14

Nama : M. FAUZAN
Umur : 17 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Pelajar
Alamat : Karangtalun RT 04-RW 16

Nama : PRAWIROHARDJO
Umur : 51 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD (tidak tamat)
Pekerjaan : Tani
Alamat : Karangtalun RT 08-RW 17

Nama : WINARTO UTOMO
Umur : 54 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SD
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Karangtalun RT 01-RW 14

Nama : NURYANTO
Umur : 40 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Karangtalun RT 01 - RW 02

Nama : ASIH
Umur : 26 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Karangtalun RT 01 - RW 01

Nama : MARDJO
Umur : 59 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Tidak sekolah
Pekerjaan : Buruh
Alamat : Karangtalun RT 01 - RW 14

Nama : ATMODIKROMO
Umur : 63 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : Tidak sekolah
Pekerjaan : Tani
Alamat : Karangtalun RT 01 - RW 02

Nama : RISTANTO
Umur : 28 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTP
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Karangtalun RT 01 - RW 02

B. INFORMAN PANGKAL

1. Tokoh-tokoh Masyarakat

Nama : WIDODO S.
Umur : 39 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Staf Kelurahan Warungboto
Alamat : Gambiran, Warungboto, Umbulharjo, Kotamadya
Yogyakarta

Nama : Dra. ISHARTIWI, MPd.
Umur : 36 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : PT (S2)
Pekerjaan : PNS (Dosen PTN)
Alamat : Warungboto RT 37-RW 09, Umbulharjo, Kotamadya
Yogyakarta

Nama : J. ISMIHARDJO
Umur : 50 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Kades Baturetno
Alamat : Mantup, Baturetno, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta

Nama : YOHAN
Umur : 45 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Akademi (D3)
Pekerjaan : PNS dan Ketua Klompencapir Desa Baturetno
Alamat : Baturetno RT 04-RW 10 Banguntapan, Bantul,
Yogyakarta

Nama : S. PARDIMAN
Umur : 53 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Wiraswasta dan Pimpinan Informal Desa Karangtalun
Alamat : Karangtalun, Imogiri, Bantul, Yogyakarta

Nama : DAHLAN
Umur : 49 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Kades Karangtalun
Alamat : Karangtalun, Imogiri, Bantul, Yogyakarta

2. *Orang-orang Di Balik Media Massa*

Nama : Drs. SARWORO SOEPRAPTO
Umur : 35 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas (S1)
Pekerjaan : Wartawan KMD. Kandha Rahardja
Alamat : Perum. Jongkang Baru, Gg. Tawes, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta

Nama : ANTONIUS YOSEPH SUTOPO
Umur : 53 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Kepala Studio RB-FM
Alamat : Jl. Bali F 121, Perumnas Nogotirto II, Gamping, Sleman, Yogyakarta

Nama : SRI HERMANI
Umur : 46 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan TVRI Stasiun Yogyakarta
Alamat : Kompleks TVRI Jl. Magelang, Yogyakarta

Nama : PUTUT WIDAYANTO
Umur : 50 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan TVRI Stasiun Yogyakarta
Alamat : Kompleks TVRI Jl. Magelang, Yogyakarta

Nama : FX. SUBROTO
Umur : 51 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Redaktur (Wartawan) Djoko Lodang

Alamat : Jl. Timur F 181, Nogotirto II Gamping, Sleman, Yogyakarta

Nama : Drs. ZUBAEDI
Umur : 35 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas (S1)
Pekerjaan : Koordinator Pemasaran Djoko Lodang
Alamat : Jl. Soga 51, Celeban, Yogyakarta

Nama : Drs. WARNO
Umur : 35 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Universitas (S1)
Pekerjaan : Karyawan Bagian Sirkulasi Djoko Lodang
Alamat : Gendeng, GK IV/943, RT 83-RW 10 Baciro, Yogyakarta

Nama : SRI MURYANTI
Umur : 34 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMEA
Pekerjaan : Karyawan RRI Nusantara II Yogyakarta (Sie. Adat dan Budaya)
Alamat : Gamelan, Sendangtirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta

Nama : BAMBANG NURYANTO
Umur : 44 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Karyawan RRI Nusantara II Yogyakarta (Sie. Adat dan Budaya)
Alamat : Patangpuluhan, WB III/255 Yogyakarta

Nama : SUWARIYUN
Umur : 62 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA

Pekerjaan : Pimpinan Redaksi SKH Kedaulatan Rakyat (KR)
Alamat : Jl. Pramuka UH V/122 Yogyakarta

Nama : SOETOPO
Umur : 44 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : SMTA
Pekerjaan : Wartawan Mekarsari (KR-Group)
Alamat : Gamplong IV RT 03-Rw 08 Sumberrahayu, Moyudan,
Sleman, Yogyakarta

Nama : SUPRIYOKO
Umur : 35 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Sarjana Muda Fak. Ekonomi UII
Pekerjaan : Kabag. Siaran MBS
Alamat : Jl. Veteran 54 Yogyakarta

Nama : TON MARTONO
Umur : 52 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pendidikan : Sarjana Muda
Pekerjaan : Kabid. Penyelenggaraan Siaran RRI Nusantara II
Yogyakarta
Alamat : Gatak, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta

**DAFTAR PERTANYAAN
PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI PEMBINAAN DAN
PENGEMBANGAN KEBUDAYAAN DAERAH**

A. IDENTITAS INFORMAN BIASA

- 01. Nama lengkap :
- 02. Usia :
- 03. Jenis kelamin :
- 04. Status perkawinan :
- Pedukuhan/RT-RW :
- Kelurahan/Desa :
- Kecamatan :
- Kabupaten :
- Propinsi :

B. SOSIAL EKONOMI

- 01. Agama/Kepercayaan
 - Islam 1
 - Katolik 2
 - Protestan 3
 - Hindu 4
 - Budha 5
 - Kepercayaan Kepada Tuhan YME 6
- 02. Latar belakang pendidikan
 - Tidak sekolah 1
 - SD 2
 - SMTP 3
 - SMTA 4

Akademi (PT)	5
Lainnya (kursus, pelatihan) sebutkan	
.....	
.....	

03. Jenis mata pencaharian

Pegawai Negeri Sipil	1
ABRI	2
Karyawan swasta	3
Pensiunan	4
Mahasiswa (pelajar)	5
Pedagang	6
Petani	7
Buruh (tani/bangunan/industri)	8
Lainnya, sebutkan	
.....	
.....	

04. Apakah Bapak/Ibu/Saudara mempunyai sarana komunikasi sebagai berikut?

Radio	1
Tape recorder	2
Televisi	3
Video	4
Antena parabola	5
Telepon	6
Lainnya, sebutkan	
.....	
.....	

05. Apakah di desa setempat terdapat organisasi sosial klompencapir?

Ya 1

Tidak 2

(Kalau Ya). Apakah Bapak/Ibu/Saudara terlibat di dalamnya?

Ya 1

Tidak 2

(Jika Ya). Faktor-faktor apakah yang mendorong untuk mengikuti kegiatan semacam itu?

.....

.....

C. MEDIA MASSA

01. Selama ini apakah Bapak/Ibu/Saudara mengenal berbagai media massa nasional yang menjangkau masyarakat setempat?

Elektronik 1

Cetak 2

(Jika Elektronik). Bentuk medianya apa, sebutkan pula namanya (misal RRI)

.....

.....

(Kalau Cetak). Sebutkan bentuk dan juga nama medianya sekaligus (misal KOMPAS, BERNAS)

.....

.....

02. Selain media massa nasional, apakah Bapak/Ibu/Saudara juga mengenal berbagai media massa lokal yang menjangkau masyarakat setempat?

Ya 1

Tidak 2

(Kalau Ya). Tolong sebutkan bentuk jenis media massa lokal tersebut.

Elektronik 1

Cetak 2

(Jika Elektronik). Sebutkan bentuk medianya

Radio 1

Televisi 2

Mohon dilanjutkan jawabannya dengan mengemukakan nama media tersebut (a) Radio

.....

(b) Televisi

.....

Untuk masing-masing bentuk media tersebut, mohon disebutkan khalayak penggunanya

.....

(Kalau Cetak). Sebutkan bentuknya (misal koran) sekalian nama medianya

.....

Lalu, khalayak penggunanya itu berasal dari kalangan sosial mana saja? sebutkan

.....

03. Jenis media massa lokal apa yang paling digemari di desa setempat sampai dengan saat ini?

Elektronik 1

Cetak 2

Mengapa demikian (uraikan)

.....

Bagi Bapak/Ibu/Saudara, yang mana yang dianggap paling favorit?

Elektronik 1

Cetak 2

Kenapa begitu?
.....
.....

04. Saat pertama kalinya Bapak/Ibu/Saudara menikmati media massa lokal elektronik, bentuknya apa?

Radio 1

Televisi 2

Kira-kira tahun berapa?
.....

Siapakah pemilik sarana komunikasi tersebut?

Sendiri 1

Tetangga 2

Lainnya
.....

(Jika Milik Sendiri). Apa yang mendorong Bapak/Ibu/ Saudara untuk memilikinya?
.....
.....

05. Kapan waktunya Bapak/Ibu/Saudara biasa menyaksikan program TVRI stasiun Yogyakarta?

Pagi 1

Siang 2

Sore 3

Malam hari 4

Tidak tentu 5

Mohon penjelasan atas jawaban tersebut
.....
.....

Jadi, dalam 1 Minggu, kira-kira berapa kali Bapak/ Ibu/Saudara

menonton tayangan TVRI tersebut?

.....

06. Sehubungan dengan hal itu, program apa saja yang paling sering disimak oleh Bapak/Ibu/Saudara selama ini ?

.....

07. Khusus untuk program budaya daerah, waktu penayangannya hari apa saja?

.....

Berapa lama (jam) siarannya?

.....

Pukul berapa dimulai dan kapan berakhirnya?

.....

08. Apa isi pesan yang disampaikan?

.....

09. Biasanya penggemarnya berasal dari kalangan apa?

.....

10. Dalam anggapan Bapak/Ibu/Saudara, apakah pesan yang disampaikan media tersebut bermanfaat khususnya bagi kepentingan pewarisan nilai-nilai tradisional, seperti sopan-santun, etika?

Ya 1

Tidak 2

Mohon penjelasan singkat atas jawabannya

.....

11. Apa pula pengaruhnya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi? Pola pikir
-
-
- Tatanan nilai (norma)
-
-
- Gaya hidup
-
-
- Perilaku
-
-
- Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek)
-
-
- Mata pencaharian
-
-
- Kesenian
-
-
- Mobilitas penduduk
-
-
12. Sering kali Bapak/Ibu/Saudara mendengarkan radio pada saat apa?
- Pagi 1
- Siang 2
- Sore 3
- Malam hari 4
- Tidak mesti 5

Mohon dijelaskan alasannya

.....

Kira-kira kebiasaan tersebut berlangsung berapa kali dalam satu Minggu?

.....

13. Rubrik (siaran) apa saja yang hingga kini relatif sering didengarkan oleh Bapak/Ibu/Saudara? RRI

.....

Radio swasta (amatir)

.....

14. Khusus untuk kebudayaan daerah, hari apa saja disiarkan? RRI

.....

Amatir

.....

15. Berapa lama masa siarannya kebudayaan daerah itu?

RRI

.....

Amatir

.....

16. Apa saja pesan-pesan yang disampaikan? RRI

.....

Amatir

17. Biasanya pemirsanya (pendengar) berasal dari kalangan sosial apa saja? RRI

Amatir

18. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah pesan-pesan tersebut bermanfaat, khususnya bagi pewarisan nilai-nilai tradisional?

Ya 1

Tidak 2

Sebutkan alasannya

19. Apa kira-kira pengaruhnya terhadap pengaruhnya sosial, budaya, dan ekonomi? Pola pikir

Tatanan nilai (norma)

Gaya hidup

Perilaku

Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek)

.....
.....

Mata pencaharian

.....
.....

Kesenian

.....
.....

Mobilitas penduduk

.....
.....

20. Apakah Bapak/Ibu/Saudara selama ini telah memanfaatkan media massa lokal cetak?

Ya 1

Tidak 2

(Jika YA). Pada tahun berapa itu berlangsung? Koran

.....
.....

Majalah

.....
.....

(Kalau Milik Sendiri). Bagaimana cara mendapatkannya?

Berlangganan tetap 1

Eceran 2

Terangkan mengapa Bapak/Ibu/Saudara memilih salah satu cara tersebut

.....
.....

21. Kapan saatnya Bapak/Ibu/Saudara membaca media cetak tersebut?
 Koran

 Majalah

22. Kira-kira ada berapa kali dalam setiap Minggu? Koran

 Majalah

23. Rubrik apa saja yang sering disimak? Koran

 Majalah

24. Khusus untuk informasi kebudayaan daerah, biasa dimuat pada hari
 (edisi) apa saja? Koran

 Majalah

 Khalayaknya berasal dari mana saja? Koran

 Majalah

25. Apakah rubrik yang dimuat tersebut bermanfaat bagi pewarisan nilai-
 nilai tradisional?
 Ya 1
 Tidak 2
 Tolong sebut alasannya

26. Kira-kira apa pengaruhnya terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi? Pola pikir
-
-
- Tatanan nilai (norma)
-
-
- Gaya hidup
-
-
- Perilaku
-
-
- Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek)
-
-
- Mata pencaharian
-
-
- Kesenian
-
-
- Mobilitas penduduk
-
-

D. TAMBAHAN INFORMASI

01. Selain mengenai media elektronik dan cetak sebagai mana tadi telah ditanyakan, apakah Bapak/Ibu/Saudara juga memperoleh informasi, khususnya tentang kebudayaan daerah tersebut dari lain-lain sumber?

Ya 1

Tidak 2

(Kalau Ya). Mohon sebutkan dari mana sumber informasinya

Organisasi klompencapir 1

Pimpinan formal 2

Pimpinan informal 3

P P L 4

P L K B 5

Lainnya (sebutkan)

.....

.....

02. Menurut Bapak/Ibu/Saudara, untuk kepentingan pewarisan nilai-nilai budaya daerah, apakah dianggap sudah terpenuhi dengan memanfaatkan media massa lokal, baik cetak maupun elektronik?

Ya 1

Tidak 2

(Jika Tidak). Saran-saran apa yang Bapak/Ibu/Saudara anggap efektif untuk menunjang upaya tersebut?

.....

.....

03. Secara keseluruhan, bagaimanakah tanggapan Bapak/Ibu/ Saudara tentang peranan media massa lokal, baik cetak maupun elektronik terhadap pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah?

Sangat berperan 1

Berperan 2

Cukup 3

Kurang 4

Tak berperan sama sekali 5

(Jika KURANG-TAK BERPERAN). Berarti ada faktor-faktor tertentu yang menjadi penyebabnya. Berikan uraian secukupnya

.....
.....
.....
Bagaimana cara mengatasinya?
.....
.....

A. IDENTITAS INFORMAL PANGKAL

- 01. Nama lengkap :
- 02. Usia :
- 03. Jenis kelamin :
- 04. Status perkawinan :
- 05. Pendidikan :
- 06. Pekerjaan :
- 07. Alamat :

B. MEDIA MASSA CETAK

- 01. Riwayat singkat media massa cetak
- 02. Apa misi dan visi pokoknya?
- 03. Bentuk-bentuk penerbitannya
- 04. Jumlah oplagnya
- 05. Bahasa yang digunakan
- 06. Kontinuitas penerbitan
- 07. Pola-pola peredarannya. Bagaimana peran agen dan para pengecer dalam kaitan tersebut?
- 08. Data peredaran
- 09. Cara-cara penyajiannya
- 10. Macam rubriknya. Penonjolannya pada hal apa? Apa pula alasannya? Khusus untuk rubrik kebudayaan daerah, berapa kali dimuat dalam satu tahun?

11. Kendala apa saja yang dihadapi selama ini baik perangkat lunak maupun perangkat kerasnya?. Termasuk di dalamnya kondisi SDM. Lalu bagaimana cara mengatasi persoalan tersebut?
12. Sehubungan dengan misi dan visi media cetak tersebut, khususnya dalam upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, apa saran-saran yang paling efektif?

C. MEDIA MASSA ELEKTRONIK

01. Sejarah singkat media massa lokal elektronik tersebut
02. Apa misi dan visi yang diembannya?
03. Berapa lama tayang (durasi) dalam satu hari?
04. Pedoman siaran atas dasar SK Menpen nomor berapa?
05. Jangkauan siaran
06. Bagaimana pula tentang materi atau paket tayangan dalam satu Minggu (persentasenya)?
07. Siaran apa saja yang paling populer dalam skala waktu satu tahun?
08. Khusus untuk paket kesenian daerah, berapa frekuensi penayangannya dalam satu tahun? Setiap kali disiarkan memakan waktu berapa lama? Di antara sekian banyak kesenian tersebut, manakah yang paling banyak digemari publik?
09. Apa bahasa yang digunakan?
10. Bagaimana cara atau model penayangannya?
11. Seberapa jauh efektivitas mengenai media massa lokal elektronik tersebut?
12. Kendala-kendala yang muncul apa saja? Lalu bagaimana upaya pengendaliannya selama ini?
13. Resep apa yang perlu dalam upaya pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah?

