

# **PENGARUH KOMUNIKASI DAN MANAJEMEN HUBUNGAN KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG BANDA ACEH**

**Yohandes Rabiqy**

Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Email: yohandesrabiqy@utu.ac.id

## **Abstract**

*The purpose of this study was to measure the influence of communication and employee relationship management on the performance of employees of PT. Bank Syariah Mandiri Banda Aceh Branch. This study uses a survey approach, while the nature of this study is the description and type of research is quantitative descriptive. Samples were 30 employees at PT. Bank Syariah Mandiri Banda Aceh Branch. Methods of data collection in this study using a questionnaire. The questionnaire in this study by providing or spreading a list of questions to respondents, the results of research that has met the test of validity, reliability test and classical assumption is processed to produce the following regression equation,  $Y = 0.042 X_1 + X_2 0837 + e$ . The results of multiple linear regression model to get that second variable is the communication and management of employee relations has a positive influence on employee performance PT. Bank Syariah Mandiri Banda Aceh Branch. The coefficient of determination ( $R^2$ ) were obtained at 0.712. This means that 71.2% of employee performance can be explained by communication and employee relationship management, employee performance while 28.8% described other variables besides these two variables.*

**Keywords:** *Influence, Communication, and Management,*

## **1. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Komunikasi merupakan aktivitas yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Di dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. John Dewey (Rivers, 2003:33) pernah mengatakan bahwa komunikasi adalah hal yang paling penting dan menakjubkan. Menurut pandangannya, manusia bertahan berkata dan komunikasi, serta terus berkembang berkat komunikasi. Melalui komunikasi manusia dapat saling berinteraksi atau berhubungan dengan manusia lain dalam kehidupannya. Mereka dapat menggunakan berbagai media komunikasi yang ada, baik yang konvensional maupun yang elektronik sebagai sarana penyampaian pesan-pesan.

Dewasa ini, komunikasi dalam dunia kerja khususnya industri perbankan merupakan suatu hal yang sangat penting yang turut mempengaruhi kemajuan perusahaan. Setiap karyawan di dunia perbankan, memiliki kebutuhan dan keinginan informasi untuk mengetahui tugas-tugasnya dan mengerti seluruh tujuan dan strategi perusahaan. Keterbukaan dan kejujuran kebijakan komunikasi harus dibangun oleh pimpinan dan harus diterima oleh setiap bawahan. Komunikasi dari manajemen harus jujur dan dibangun berdasarkan kepercayaan untuk membangun semangat kinerja karyawan, produktivitas kinerja karyawan, dan kemajuan perusahaan. Komunikasi merupakan hal mendasar yang melekat pada diri manusia dan memiliki

peranan penting dalam kehidupan manusia. Hal tersebut muncul seiring dengan besarnya manfaat komunikasi yang diperoleh manusia.

Konteks pemberdayaan sumber daya manusia agar menghasilkan kinerja karyawan yang superior diperlukan adanya manajemen hubungan karyawan yang diatur dan dilaksanakan dengan baik. Proses rekrutmen, seleksi, pendidikan dan pelatihan yang akan diikuti oleh calon karyawan bertujuan agar industri perbankan bisa memilih sumber daya manusia yang benar-benar siap dan mampu untuk melakukan berbagai macam kegiatan operasional perbankan. Diharapkan divisi sumber daya manusia pada industri perbankan dapat menjaga motivasi, kinerja, hubungan antar karyawan dan iklim organisasi yang baik dan kondusif agar tujuan-tujuan, baik tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang perusahaan dapat tercapai. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan terhambatnya pencapaian tujuan adalah adanya konflik internal antar karyawan. Mulai dari tingkat individu, kelompok, sampai unit. Mulai dari derajat dan lingkup konflik yang kecil sampai yang besar. Yang relatif kecil seperti masalah adu mulut tentang pribadi antarkaryawan, sampai yang relatif besar seperti perbedaan pandangan tentang strategi bisnis antara *top level manager* dengan *middle level manager* ataupun *lower level manager*.

Untuk mencegah semakin meningkatnya konflik di kalangan karyawan yang dapat mengakibatkan berbagai dampak negatif bagi perbankan seperti penurunan kinerja karyawan yang pada akhirnya akan menurunkan pula kinerja perbankan, maka industri perbankan dapat mengoptimalkan manajemen hubungan karyawan, dimana manajemen hubungan karyawan merupakan suatu "*action oriented*", yaitu suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan. Pada industri perbankan, manajemen hubungan karyawan dirasakan sangat penting oleh para manajer, karena manajemen hubungan karyawan dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*miscommunication*) dan salah interpretasi (*misinterpretation*) yang terjadi antara manajer beserta para karyawan.

Manajemen hubungan karyawan (*employee relation*) merupakan hubungan kerja sama antara semua pihak yang berada dalam proses operasional di industri perbankan. Penerapan manajemen hubungan karyawan merupakan pewujudan dan pengakuan atas hak dan kewajiban karyawan sebagai partner pengusaha yang menjamin kelangsungan dan keberhasilan perusahaan. Semua pihak, baik manajemen, karyawan dan pemerintah pada dasarnya mempunyai kepentingan atas keberhasilan dan kelangsungan perusahaan. Sering terdapat pandangan yang kurang tepat seolah-olah hanya pengusaha dan pemilik modal yang mempunyai kepentingan atas perusahaan. Perusahaan merupakan sumber penghasilan, tantangan, kesempatan dan harga diri bagi pengusaha. Demikian pula bagi karyawan, perusahaan juga merupakan sumber penghasilan dan kesempatan untuk mengembangkan diri.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memilih judul "Pengaruh Komunikasi dan Manajemen Hubungan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh".

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas Maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh manajemen hubungan karyawan terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.

### **Tujuan Penelitian**

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh
2. Mengetahui bagaimana pengaruh manajemen hubungan karyawan terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Meulaboh.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti, sehingga penelenti mengetahui apa-apa saja variabel dan indikator dari pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan
2. Bagi Perusahaan, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaaat bagi perusahaan, baik sebagai bahan pertimbangan ataupun sebagai evaluasi atas kinerja karyawan dan komunikasi antar karyawan.

### **Kerangka Penelitian**

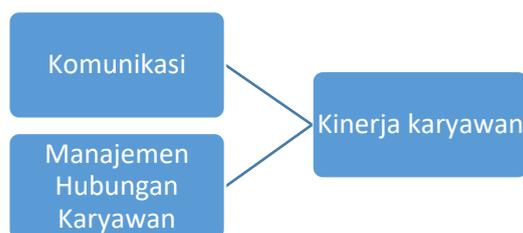
Komunikasi sangat berfungsi dalam kegiatan berorganisasi yaitu untuk menghubungkan antara sesama karyawan, baik itu pimpinan terhadap staf, maupun staf sesama staf lainnya, yang akan berujung pada pencapaian kinerja karyawan yang berkualitas. Hubungan komunikasi yang baik dapat mendorong dan memberikan tanggung jawab dalam tugas-tugas mereka.

Keberhasilan komunikasi dalam sebuah bisnis penting bagi pencapaian sasaran atau tujuan bisnis, salah satunya adalah dalam hal meningkatkan produktivitas kinerja karyawan. Kinerja adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara, 2002:22).

Terciptanya hubungan antar karyawan yang baik dapat meningkatkan semangat kerja para karyawan, karena komunikasi antar karyawan berjalan dengan semestinya dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan. Pendekatan manajemen sumber daya manusia berusaha memperluas keterlibatan para karyawan dan mengambil pendekatan yang lebih partisipatif terhadap manajemen lewat peningkatan komunikasi, fleksibilitas dan agenda yang ada

*Performance* atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses (Nurlaila, 2010:71). Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah produktivitas, baik individu yang bersangkutan maupun organisasinya. Kinerja dipengaruhi oleh factor personal/individual, faktor kepemimpinan, factor tim, factor sistem, factor kontekstual/situasional (Sjafridan Aida, 2007:155-156). Jika disorot lebih dekat mengenai kepemimpinan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja, dapat dikatakan bahwa seorang manajer harus dapat menjalin komunikasi yang baik dengan karyawannya. Hubungan komunikasi yang terjalin, baik antara manajer yang satu dengan manajer yang lain, antara manajer dengan karyawan, atau antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lain, merupakan salah satu kunci penting. Dengan kata lain, komunikasi berpotensi besar dalam memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan.

Dengan demikian dapat digambarkan dalam kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas penulis mencoba mengemukakan hipotesis sebagai berikut :  
 “ komunikasi dan manajemen hubungan karyawan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh”.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Bentuk Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan secara umum menggunakan metode statistik (Prasetyo dan Miftahuljannah, 2007:143). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang karakteristik dari suatu keadaan atau objek penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis data kuantitatif serta pengujian statistik (2007:263).

Adapun sifat dari penelitian ini adalah penjelasan (explanatory) yang berkaitan dengan kedudukan satu variabel serta hubungannya dengan variabel yang lain. (Sugiyono, 2005:83).

### **Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Kantor PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 6, Banda Aceh, Aceh.. Penelitian dimulai pada bulan Mei 2016 sampai dengan bulan Oktober tahun 2016.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan Kantor PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang berjumlah 30 orang. Metode penentuan sampel digunakan dengan metode sensus.

### **Jenis Dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket/kuesioner yang sudah melewati tahap pengujian valliditas dan reliabilitas bagi responden penelitian, sedangkan pengumpulan data sekunder di lakukan dengan metode wawancara observasi dan studi kepustakaan dan studi dokumentasi untuk mendukung data primer.

## Teknik Analisis Data

Model analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda. Tujuan dari teknik analisis regresi linier berganda adalah untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variable terikat (Erlina, 2011). Untuk menguji hipotesis, digunakan Model Regresi Linier Berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

$b_0$  = Konstanta

$X_1$  = Komunikasi

$X_2$  = Manajemen Hubungan Karyawan

e = error

Teknik yang dilakukan dalam menyimpulkan hasil penelitian akan menggunakan SPSS

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk dapat melakukan analisis regresi berganda. Pengujian tersebut dilakukan untuk menghindari atau mengurangi bias atas hasil penelitian yang diperoleh. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (Erlina, 2011).

### 2. Uji Hipotesis

- a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk menentukan apakah model regresi cukup baik digunakan, maka ditetapkan melalui koefisien determinasi. Nilai *adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model regresi (Ghozali, 2006).
- b. Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- c. Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat.

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### HASIL UJI ASUMSI KLASIK

#### a. HASIL UJI NORMALITAS

Uji untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal dilakukan dengan pengujian Kolmogorov-Smirnov test. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Hipotesis One – Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.22480817
Most Extreme Differences	Absolute	.166
	Positive	.121
	Negative	-.166
Kolmogorov-Smirnov Z		1.287
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Sumber : data diolah 2016

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov test* sebesar 0,689 dan *asympt. Sig (2-tailed)* sebesar 0,073 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka model regresi hipotesis tersebut memenuhi asumsi normalitas.

## 1. Uji Multikolinieritas

Uji untuk menginformasikan terjadinya hubungan antara variabel-variabel bebas dan hubungan yang terjadi cukup besar, hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Table 2. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.829	4.499		
X1	.42	.083	.980	1.021
X2	2.837	.067	.980	1.021

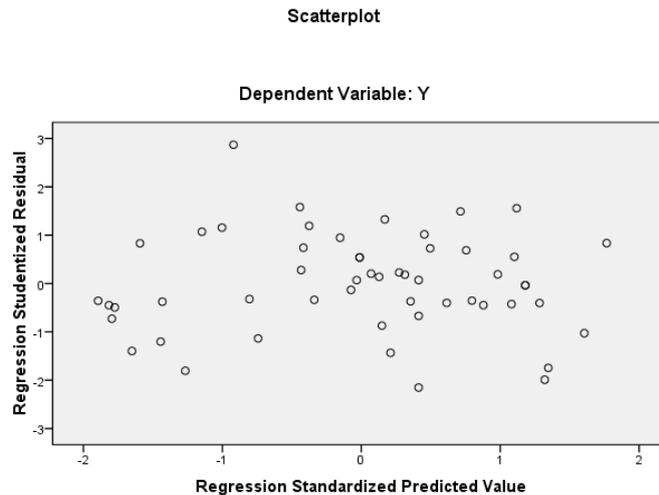
a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan pada table 2 diketahui bahwa nilai VIF untuk variable bebas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ). Dengan demikian persamaan regresi hipotesis pertama terbebas dari asumsi multikolinieritas.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain, hasil pengujian dapat dilihat pada Gambar table berikutini:



Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis menyatakan bahwa komunikasi, dan manajemen hubungan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Bank Panin Dubai Syariah. Berdasarkan pada Tabel 3 berikut ini, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian adalah:

$$\hat{Y} = 0.42 X1 + 2.837 X2 + e$$

Table 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	11.829	4.499	
X1	.42	.083	.042
X2	2.837	.067	.837

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah 2016

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diperoleh hasil yaitu nilai konstanta sebesar 11.829 artinya jika nilai kinerja dan manajemen hubungan karyawan adalah nol maka kinerja karyawan bernilai 11.829, konstanta bernilai positif artinya kinerja karyawan mengalami peningkatan. Koefisien regresi variabel X1 (komunikasi) sebesar 0,42 ,artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan variabel X1 (komunikasi) mengalami kenaikan 100% (1 kali) maka kinerja karyawan mengalami kenaikan sebesar 0.42.

Koefisien regresi variabel X2 (manajemen hubungan kerja) sebesar 2.837, artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan variabel X2 (manajemen hubungan kerja) mengalami kenaikan sebesar 100% (1 kali) maka kinerja karyawan mengalami kenaikan 2.837.

### 1. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas komunikasi dan manajemen hubungan karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 <sup>a</sup>	.712	.702	3.28090

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Diolah 2016

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,712. Hal ini menunjukkan bahwa 71.2% variabel komunikasi dan manajemen hubungan kerja (X) menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel kinerja karyawan (Y) PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, sedangkan 28.8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti seperti kompensasi, perencanaan karir, kompetensi sumber daya manusia.

### 2. Uji Serempak (Uji F)

Hasil pengujian hipotesis pertama secara serempak dapat dilihat pada Tabel 5

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1514.619	2	757.310	70.354	.000 <sup>a</sup>
	Residual	613.564	27	10.764		
	Total	2128.183	29			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah 2016

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh bahwa nilai Fhitung (70.354) lebih besar dibandingkan dengan nilai Ftabel (4.00), dan sig.  $\alpha$  (.000a) lebih kecil dari alpha 5% (0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian secara serempak komunikasi dan manajemen hubungan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. Ini memberi arti bahwa komunikasi dan manajemen hubungan karyawan mempengaruhi dan menentukan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.

Artinya, PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh harus memperhatikan efektivitas proses komunikasi baik antara sesama karyawan maupun antara karyawan dengan atasan dan bawahan, juga program manajemen hubungan karyawan harus dilaksanakan dengan baik agar peningkatan kinerja karyawan dapat dicapai oleh perusahaan.

### 3. Uji Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	11.829	4.499	2.630	.011
X1	.42	.083	5.589	.000
X2	2.837	.067	11.643	.000

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai t hitung untuk variable komunikasi (0.42) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,995), atau nilai sig. t untuk variable gaya hidup (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Ini berarti variable komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trijaya (2012) yang mengemukakan kompensasi, pelatihan, dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini didukung oleh teori Robbins (2013) yang mengemukakan bahwa Komunikasi membantu perkembangan motivasi dengan menjelaskan kepada karyawan apa yang harus dilakukan, bagaimana mereka bekerja baik dan apa yang dikerjakan untuk memperbaiki kinerja jika di bawah standar. Beberapa penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa adanya hubungan positif secara langsung antara komunikasi dan kinerja karyawan.
2. Nilai t hitung untuk variable manajemen hubungan karyawan (2,837) lebih besar dibandingkan nilai t tabel (1,995), atau nilai sig.t untuk variable manajemen hubungan karyawan (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Ini berarti variabel manajemen hubungan kerja berpengaruh positif dan signifikan dan lebih dominan dibandingkan variabel lain secara parsial terhadap kinerja karyawan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2010) yang menyatakan bahwa manajemen hubungan karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Melalui Manajemen Hubungan Antar Karyawan, hubungan antar karyawan dapat dibangun lebih dalam, dan karyawan dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik. Melalui peningkatan hubungan antar karyawan, peningkatan kinerja karyawan akan lebih optimal yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Manajemen hubungan antar karyawan adalah adanya suatu interaksi, bukan sekedar relasi atau hubungan yang pasif, melainkan suatu aktivitas yang merupakan 'action oriented' untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan. Hubungan antar karyawan menurut (Rivai, 2008) meliputi upaya untuk meningkatkan kualitas kehidupan kerja (quality of work life) yang lebih baik, bagaimana manajemen dan departemen sumber daya manusia mempengaruhi kualitas kehidupan kerja, bagaimana peran departemen sumber daya manusia dalam berkomunikasi dan mengkaji kemungkinan adanya perbedaan antara disiplin preventif dan disiplin korektif.

#### D. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini sertasesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari uji regresi menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu komunikasi dan manajemen hubungan karyawan, memiliki nilai positif. Artinya, semakin baik perusahaan memperhatikan variabel komunikasi dan manajemen hubungan karyawan

- makakerja karyawan pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh juga akan semakin tinggi.
2. Variabel manajemen hubungan karyawan berpengaruh paling besar, yaitu sebesar 2,837 terhadap kinerja karyawan, diikuti variabel komunikasi sebesar 0,42.
  3. Hasil uji F, secara simultan kedua variabel independen yaitu komunikasi dan manajemen hubungan karyawan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja karyawan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.
  4. Uji koefisien determinasi sebesar 0,712 menunjukkan bahwa variabel kinerja karyawan dapat dijelaskan 71,2% oleh variabel komunikasi dan manajemen hubungan karyawan. Sedangkan sisanya 28,8% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

## **Saran**

Saran Untuk Perusahaan:

1. Variabel komunikasi sebagai variabel pertama yang mempengaruhi kinerja karyawan. Diharapkan perusahaan dapat terus mempertahankan komunikasi di dalam perusahaan, memperbaiki serta memperbaharui sistem dan media komunikasi seiring dengan kebutuhan perusahaan dan perkembangan zaman.
2. Variabel manajemen hubungan karyawan sebagai variabel kedua yang mempengaruhi kinerja karyawan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi . 2007. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Bacal, Robert . 2001. Performance Management. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Becker, Brian E, Mark A Huselid, Dave Ulrich .2009. The HR Score Card. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Cooper, Donald R, Pamela Schlinder . 2006. Metode Riset Bisnis. Media Global Edukasi, Jakarta.
- Dessler, Gary, Agus Dharma. 2005. Manajemen Personalia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Edwin, Mustafa, Hardius Usman. 2007. Proses Penelitian Kuantitatif . Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Erlina. 2008. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. USU Press. Medan.
- Ghozali, Imam . 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gomes, Faustino Cardoso. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. Andi Offset. Yogyakarta.
- Grensing-Pophal, Lin. 2008. Human Resource Book. Prenada. Jakarta.
- Hariandja, Marioshot Tua Effendi. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan pertama. Gramedia Widia Sarana. Jakarta.

- Hasibuan, Malayu SP . 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ivancevich, John, Robert Konopaske, Michael T Matteson . 2006. Perilaku Organisasi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotter,JP, J.L Heskett.2000.Corporate Culture And Performance. Free Press. New York.
- Kountur, Ronny. 2007. Metode Penelitian Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis. Penerbit PPM. Jakarta.
- Mangkunegara .2000. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Penerbit Rosdakarya. Bandung.
- Martoyo, Susilo .2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. BPFE. Jakarta.
- Mathis, Robert, John H Jackson .2006. Manajemen Sumber Daya Manusia.Salemba Empat : Jakarta.
- Moeheriono . 2009. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi . Ghalia Indonesia Bogor.
- Noe, Raymond A. 2002 . Employee Training & Development. Mc Graw Hill. New York.
- Ranupandojo,Hedjrachman dan Suad Husnan.2002.Manajemen Personalialia. Edisi 4 Penerbit BPFE. Yogyakarta.

# ANALISIS MEKANISME IZIN PEMASANGAN REKLAME DIKANTOR PELAYANAN PERIZINAN TERPADU KOTA MEULABOH

**Alimas Jonsa  
Khairul Azwar**

Program Studi Ilmu Administrasi, Universitas Teuku Umar

Email: alimasjonsa@gmail.com

## **Abstract**

*The purpose of this research is to know the licensing mechanism to install billboards, to know what constraints faced by the Office of Integrated Licensing Service (KPPT) in licensing to install billboard and to know the strategy of supervision on the implementation of advertisement by KPPT in West Aceh regency. The method used in this research is descriptive research method with qualitative approach. Selection of informants in this study carried out by purposive sampling method is a technique of sampling data sources with certain considerations. The informants in this study were Head of Program and Information (KPPT), Petitioner of License (Public), Regional Financial Management and Wealth Official (Additional Informant) and Satpol PP (Additional Informant) with total of informant ie 7 people who made sample in this research . Based on the results of research indicate that the service procedure at KPPT when viewed from the aspect of simplicity, clarity and certainty of requirements as well as details of retribution fee (Tax), legal certainty, responsibility, completeness of facilities and infrastructure and ease of access. Obstacles faced by the KPPT, among others, due to the large number of people who take care of the billboard permit and the society did not complete the requirements requested so that the process of issuing the permit to establish a billboard become obstructed. Strategy of supervision on the implementation of advertisements is to follow up unlicensed billboards.*

**Keywords:** *Analicys, Installation Permit Mechanism Billboards, KPPT.*

## **1. PENDAHULUAN**

Implementasi kebijakan dalam otonomi daerah, pemerintah telah menetapkan beberapa kebijakan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat didaerah, diantaranya adalah kebijakan meningkatkan pelayanan masyarakat di bidang perizinan. Seperti dinyatakan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah, pada pasal 47 bahwa untuk meningkatkan dan keterpaduan palayanan masyarakat dibidang perizinan yang bersifat lintas sektor, Gubernur, Bupati, atapun Walikota dapat membentuk unit pelayanan terpadu (dengan sebutan Badan atau Kantor), yang merupakan gabungan unsur-unsur perangkat daerah yang menyelenggarakan fungsi pelayanan perizinan.

Sebagai implementasi dari peraturan pemerintah tersebut kemudian ditetapkan Peraturan Mendagri Nomor 20 Tahun 2008 tentang Pedoman Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelayanan Perizinan Terpadu di Daerah, dimana pada pasal 4 disebutkan bahwa Badan atau Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu mempunyai tugas melaksanakan koordinasi dan menyelenggarakan pelayanan administrasi dibidang perizinan secara terpadu dengan prinsip koordinasi, integrasi, sinkronisasi, simplikasi, keamanan dan kepastian. Fungsi Badan atau Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu adalah penyelenggaraan pelayanan administrasi perizinan.

Perizinan (*vergunning*) merupakan suatu persetujuan dari penguasa berdasarkan Undang-Undang atau Peraturan Pemerintah dalam keadaan tertentu atau perbuatan hukum administrasi

Negara bersegi satu yang mengaplikasikan peraturan dalam hal konkrit berdasarkan persyaratan dan prosedur sebagaimana ditetapkan oleh ketentuan peraturan Perundang-Undangan, sedangkan mekanisme perizinan merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk memberikan penjelasan seputar sistem mekanisme didalam perizinan (Adrian Sutedi, 2010, hal. 168).

Pemberian pelayanan prima oleh aparat pemerintah kepada masyarakat merupakan suatu keharusan dan tidak bisa ditawar lagi, karena hal ini merupakan esensi bagian dari tugas pokok dan fungsi pemerintahan dalam menjalankan tugas-tugas pemerintahan dalam pemberian pelayanan prima kepada masyarakat harus tetap dilaksanakan (Napitupulu, 2006 hal. 130). Penyediaan pelayanan perizinan, petugas birokrasi sering kali memberikan prosedur yang sangat rumit dan cenderung beteletele, jika mekanisme yang rumit terus berjalan, otomatis membuat masyarakat menjadi malas dan apatis dalam mengurus perizinan. Maka pemerintah perlu mencari solusi untuk mengatasi masalah-masalah tersebut.

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pernah menjamin bahwa pelayanan pengurusan izin-izin usaha tidak akan sulit. Apabila ada oknum yang mempersulit dalam pengurusan izin-izin usaha tersebut, maka masyarakat boleh mengirim surat keluhan ke PO BOX 10000 (Goenawan, 2008 hal. 4).

Berdasarkan hasil studi *International Finance Cooperation* (IFC) Bank Dunia pada tahun 2006, peringkat Indonesia menurun dari 131 pada tahun 2005 menjadi 135 pada tahun 2006, jika dibandingkan dengan negara lain di ASIA, untuk memulai pengurusan perizinan suatu usaha di berbagai instansi pusat dan daerah membutuhkan 12 prosedur yang harus dilalui dengan waktu dibutuhkan selama 97 hari, biaya yang diperlukan sebesar US\$ 1.110. Perbandingan di negara lain seperti Malaysia 9 prosedur dan waktu dibutuhkan 30 hari serta biaya yang diperlukan sebesar US\$ 997. Vietnam dengan 11 prosedur, waktu yang dibutuhkan 50 hari dan biaya yang diperlukan US\$ 276. ([http://www.perizinan.info/fom\\_index.php.com/29-12-2009/](http://www.perizinan.info/fom_index.php.com/29-12-2009/) 20.33 WIB).

Perizinan merupakan salah satu aspek penting dalam pelayanan publik. Kendatipun tidak dibutuhkan setiap hari tetapi sangat berperan penting bagi kehidupan kita, namun banyak yang tidak dapat kita lakukan karena izin adalah bukti penting secara hukum (Khayatudin, 2012:h.103). Salah satu yang membutuhkan perizinan yaitu mendirikan papan reklame. Dalam Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 81 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pajak Reklame yaitu benda, alat, perbuatan atau media yang membentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, didengar, dirasakan dan atau diminati oleh umum.

Jenis reklame dibedakan atas dua jenis yaitu reklame tetap terbatas dan reklame insidental. Reklame tetap terbatas merupakan reklame yang mendapatkan izin tertulis untuk menyelenggarakan reklame yang berlaku selama satu tahun, sedangkan reklame insidental yaitu reklame yang mendapatkan izin tertulis untuk menyelenggarakan reklame yang berlaku kurang dari satu tahun.

Reklame/iklan dan promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem dan sosial masyarakat modern. Dewasa ini reklame/iklan sudah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen produk dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan reklame/iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya (Masli Ali, 2005:hal.7).

Berbagai bentuk usaha, mulai dari usaha eceran, hingga perusahaan multinasional mengandalkan reklame/iklan dan promosi untuk menjunjung pemasaran produk dan jasa mereka kepada masyarakat. Pada sistem ekonomi yang berlandaskan pada pasar, konsumen semakin mengandalkan reklame/iklan dan bentuk promosi lainnya untuk mendapatkan informasi yang akan mereka gunakan untuk membuat suatu keputusan, apakah akan membeli suatu produk dan jasa atau tidak. Semakin meningkat pengeluaran (belanja) reklame/iklan yang dilakukan

perusahaan, maka semakin meningkat pula kuantitas pemasaran dari produk dan jasa tersebut. Hal ini membuktikan bahwa iklan/reklame dan promosi lainnya dalam memasarkan suatu produk cukup signifikan dalam mendukung pemasaran produk tersebut kepada masyarakat (Rusmanto, 2010:hal.7).

Reklame memiliki potensi yang cukup besar di kota Meulaboh sebagai penyumbang kas pemerintah daerah maupun sebagai dampak negatif yang ditimbulkan. Reklame digunakan karena memiliki potensi positif untuk menyampaikan dan menginformasikan produk-produk bagi pengguna jalan. Dengan banyak reklame di kota Meulaboh maka berbanding lurus dengan ancaman yang timbul di kota Meulaboh maupun kerusakan keindahan kota Meulaboh dengan banyak reklame. Banyaknya tiang-tiang raksasa yang dapat merugikan material maupun nyawa seseorang. Oleh karena itu diperlukan mekanisme dalam memberi perizinan untuk mendirikan reklame.

Pengurusan izin telah terdesentralisasi kepada Pemerintah Daerah, sehingga hambatan dan persoalan akan dirasakan oleh masing-masing Pemerintah Daerah. Lamanya pengurusan izin, rumitnya prosedur perizinan, mahal biaya yang harus dipikul oleh pemohon izin, dan berbagai persoalan lain, termasuk setelah surat izin terbit yang sering dirasakan oleh masyarakat. Ada berbagai macam bentuk izin yakni pengurusan mendirikan tempat hiburan, izin mendirikan Rumah Makan, izin produksi makanan dan minuman, izin membuka warnet dan wartel serta izin pemasangan iklan atau Reklame atau spanduk. (Sri, Pudyatmoko. 2009:hal. 58).

Seiring dengan kemajuan pembangunan dan perkembangan dunia bisnis di Kabupaten Aceh Barat kondisi reklame, baliho, maupun spanduk-spanduk iklan khususnya pemasangan spanduk atau baliho untuk Pemilihan Pemimpin Daerah sedang ramai didirikan di jalan raya, karena secara tidak langsung reklame adalah media penting dan efektif untuk memperkenalkan, menawarkan dan mempromosikan hasil suatu produk atau barangnya kepada masyarakat luas, tetapi dewasa ini keberadaan papan-papan reklame, baliho, maupun spanduk-spanduk iklan di Kota Meulaboh semakin banyak dan menumpuk keberadaannya tanpa memperhatikan tata letak sehingga sangat mengganggu kenyamanan masyarakat atau pengguna jalan. Reklame di Kota Meulaboh yang ada saat ini sudah seperti tanaman yang tiangnya menancap di setiap tanah dan bangunan ditepi jalan. Keberadaannya tak teratur seolah semua orang bebas memasang reklame sesuka hati. Berkembangnya pembangunan khususnya papan reklame, baliho, spanduk-spanduk iklan tentu saja harus ada kendali dari pemerintah daerah salah satunya adalah dengan menerbitkan izin. Keluhan pengguna jalan dalam keindahan jalan sangat dirasakan sebagian masyarakat. Dari berbagai analisa yang muncul, dapat diketahui bahwa pengelolaan reklame di kota Meulaboh masih perlu dikaji kembali. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **a. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan proses, prinsip dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dalam penelitian ini mendeskripsikan data dalam bentuk laporan dan uraian mengenai mekanisme izin pemasangan reklame di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

Denzin dan Lincoln (2009 hal. 38), menyatakan menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Hasil akhir dari penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan informasi-informasi yang bermakna atau bahkan menghasilkan ilmu baru sebagai rekomendasi untuk meningkatkan taraf hidup manusia.

## **b. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus bagaimana mekanisme izin pemasangan reklame di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat, apakah sudah sesuai dengan prosedur atau tidak dan apasaja kendala yang dihadapi oleh pihak penyelenggara dalam memberikan izin pemasangan reklame.

## **c. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan pada tempat lokasi atau lokasi penelitian yang di cirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat, dan kegiatan yang dapat di observasi (Nasution, 2003: hal. 43).

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat di pilihnya lokasi Tempat Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) karena kantor tersebutlah yang mengeluarkan izin mendirikan reklame khususnya tentang mekanisme perizinan reklame di Kabupaten Aceh Barat.

## **d. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### ➤ **Sumber data**

Menurut Sudrajat, (2005:h.115) sumber data adalah subjek dari penelitian yang dimaksud. Adapun sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah

**Data Primer** yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek yang akan diteliti (responden). Pengumpulan data primer dengan menggunakan instrument penelitian, yaitu wawancara atau *interview guided* (Bagong Suyanto dan Satinah, 2008:h.55). Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penelitian langsung di lapangan yang bersumber pada penelitian wawancara dan observasi. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan pengurus KPPT (Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu). Sedangkan observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi lokasi penelitian.

**Data Sekunder** adalah data yang diperoleh oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder merupakan data yang didapat dari studi kepustakaan, dokumen, koran, internet yang berkaitan dengan kajian penelitian yang diteliti oleh penulis (Bungin. 2008:h.122).

### ➤ **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu melalui, wawancara mendalam (*in depth interview*), dokumentasi dan observasi (pengamatan). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

**Observasi** adalah melakukan pengamatan dan pencatatan suatu objek, secara sistematis yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesuai atau berulang kali (Sukandarrumidi, 2002:h.35). Dalam observasi melibatkan dua komponen, yaitu pelaku observasi (disebut sebagai *observer*), dan objek yang di observasi (disebut sebagai *observee*).

**Wawancara** Menurut Soehartono, (2008:h.67) wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*). Teknik wawancara dapat digunakan pada responden yang buta huruf atau tidak terbiasa membaca dan menulis, termasuk anak-anak. Wawancara dapat dilakukan dengan telepon.

**Dokumentasi** Menurut Soehartono, (2008:h.70) studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam, tidak hanya dokumen resmi. Dokumen dapat dibedakan menjadi

dokumen primer, jika dokumen ini ditulis oleh orang yang langsung mengalami suatu peristiwa, dan dokumen sekunder, jika peristiwa dilaporkan kepada orang lain yang selanjutnya ditulis oleh orang lain.

Dokumen dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus (*case record*) dalam pekerjaan sosial, dan dokumen lainnya. Akan tetapi, perlu di ingat bahwa dokumen-dokumen ini di tulis tidak untuk tujuan penelitian sehingga penggunaannya memerlukan kecermatan penelitian. Adapun dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen tertulis seperti Undang-undang, perkapdan lain-lain dan dokumen foto-foto kegiatan penelitian.

#### e. Informan Penelitian

Informan merupakan sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian, yang bertujuan untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi, suatu reduksi terhadap jumlah objek penelitian (Mardalis, 2003 hal. 56).

Dalam melakukan teknik pengambilan informan penulis menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013, hal. 218-219).

Maksudnya penelitian menentukan sendiri informan yang akan diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi informan yang diambil tidak secara acak, tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti yaitu mereka yang dianggap mengerti dan memahami masalah yang sedang penulis teliti. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.1 Informan Penelitian**

No	Informan (Sampel)	Jumlah Informan
1.	Kasie Program dan Informasi (KPPT)	1
2.	Pemohon Izin (Masyarakat)	4
3.	Dinas Pengelolaan Keuangan dan Kekayaan Daerah (Informan Tambahan)	1
4.	Satpol PP (Informan Tambahan)	1
<b>Total Informan</b>		<b>7</b>

**Sumber: Data Primer yang diolah 2016**

Berdasarkan tabel 3.1 diatas bahwa informan terdiri Penelitian ini terdiri dari Kasi Program dan informasi(KPPT), Pemohon Izin (Masyarakat), Kabid Pendapatan Daerah (DPKKD) dalam Pemungutan Pajak Reklamedan Satpol PP dalam penertiban reklame yang telah habis masa waktu perizinannya atau yang tidak memiliki izin (reklame liar) dengan total keseluruhan informan yaitu 7 orang yang di jadikan sampel dalam penelitian ini.

### 3. PEMBAHASAN

#### a. Sejarah Singkat Berdirinya Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT).

KPPT Kabupaten Aceh Barat dibentuk pertama kali dengan Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 12 Tahun 2007 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kantor Perizinan Terpadu Satu Pintu, dan mulai operasionalnya pada tanggal 01 Nopember 2007, kemudian Istilah KPTSP diubah menjadi KPPT melalui Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 4 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Qanun Kabupaten Aceh Barat No. 4 Tahun 2013

tentang Perubahan Atas Qanun Kabupaten. Aceh Barat No. 11 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat.

#### **b. Deskripsi Profil Informan Penelitian**

Berdasarkan hasil observasi dilapangan maka total keseluruhan informan yaitu 10 orang, dimana subyek dalam penelitian ini adalah Kasie Program dan informasi KPPT, Kabid Pendapatan Daerah (DPKKD), Satpol PP dan Pemohon Izin (Masyarakat) Kabupaten Aceh Barat. Peneliti melakukan wawancara dengan subyek penelitian yang telah dijadikan sampel yang dianggap mewakili populasi. Populasi yang di jadikan sampel dari penelitian ini yaitu satu orang Kasie Program dan informasi KPPT, satu orang Kabid Pendapatan Daerah, satu orang Satpol PP, tujuh orang Pemohon Izin (Masyarakat).

#### **c. Hasil Penelitian**

Data yang akan penulis sajikan mengenai izin pemasangan reklame dan pelayanan perizinan terpadu (KPPT) adalah data primer dan data sekunder. Kemudian akan penulis analisis dan interpretasikan secara deskriptif kualitatif. Adapun data yang akan disajikan dalam penulisan ini yaitu penyajian data hasil wawancara dari informan kunci (*key informan*) yaitu Kasi Program dan informasi KPPT, Kabid Pendapatan Daerah (DPKKD), masyarakat yang mengurus izin mendirikan reklame sebanyak empat orang, serta informan tambahan yaitu satpol pp yang bertugas mengontrol atau mengendalikan apabila ada masyarakat yang tidak mempunyai izin dalam mendirikan papan reklame. Dan berikut hasil wawancara yang penulis sajikan dalam bentuk uraian-uraian dan penjelasan-penjelasan sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh informan yang bersangkutan.

#### **d. Hasil Wawancara dengan Kasie Program dan informasi KPPT**

##### **➤ Kesederhanaan**

Untuk mengetahui apakah prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dan dapat dilaksanakan secara mudah, cepat, tepat, dan lancar maka pertama sekali penulis melakukan wawancara dengan Kasi Program dan informasi KPPT tentang mekanisme izin pemasangan reklame di kantor pelayanan perizinan terpadu Kabupaten Aceh Barat.

Hasil penelitian mengenai mekanisme izin pemasangan reklam di Kabupaten Aceh Barat. Berikut hasil wawancaranya dengan Kasi Program dan informasi KPPT Kabupaten Aceh Barat Bapak Teuku Armia, SH beserta dengan pertanyaannya:

Bagaimanakah prosedur atau mekanisem pengurusan izin pemasangan reklame yang selama ini diberikan oleh pihak Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) kepada masyarakat (Pemohon Izin)?

“Prosedur dalam pengurusan izin pemasangan reklame sama halnya dengan permohonan izin mendirikan usaha lainnya. Pemohon harus mengajukan permohonan kepada Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT). Formulir permohonan itu berupa formulir permohonan mendirikan reklame yang sudah disiapkan oleh petugas kami. Lalu apabila semua persyaratan telah dilengkapi oleh si pemohon seperti pembayaran pajak reklame dari kantor DPKKD, maka penerbitan izin dapat selesai dalam waktu 5 hari.”

Apakah dengan adanya prosedur tersebut, pemberian Izin Pendirian reklame menjadi lebih mudah, cepat, dan lancar?

“Ya, tentu saja. Sebelumnya pengurusan izin Reklame ataupun izin lainnya di bawah naungan Dinas Kantor Perizinan Terpadu Satu Pintu, Namun sejak keluarnya Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 4 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja

Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat Istilah KPTSP diubah menjadi KPPT. Kemudian sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Qanun Kabupaten Aceh Barat No. 4 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Qanun Kabupaten Aceh Barat No. 11 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat untuk mempermudah proses perizinan melalui satu pintu dengan menyederhanakan prosedur perizinan tersebut sehingga proses perizinan tidak berbelit-belit.

#### ➤ **Kejelasan dan Kepastian**

Untuk mengetahui kejelasan dan kepastian pelayanan Izin mendirikan Reklame yang menyangkut persyaratan pengurusan izin, rincian biaya/tarif pelayanan serta tata cara pelayanan, maka peneliti bertanya kepada Bapak Teuku Armia, SH dengan pertanyaan:

- Apa-apa saja persyaratan teknis dan administrasi dalam pengurusan Izin Pemasangan Reklame?

“Pertama-tama mengisi formulir permohonan izin reklame yang telah di sediakan oleh petugas kami dengan persyaratan antara lain fotocopy KTP pemohon izin, fotocopy bukti pajak reklame, izin pemilik tanah dalam mendirikan reklame, foto merk reklame berwarna dengan ukuran foto 5R dan map folio sebanyak 1 buah.

- Berapa biaya yang dikenakan untuk mengurus izin mendirikan reklame?

“Untuk biaya mengurus izin mendirikan reklame kami tidak memungutnya kami hanya mengeluarkan surat izin apabila persyaratan-persyaratan sudah dilengkapi oleh si pemohon, untuk masalah biaya mendirikan reklame biasanya hanya di kenakan biaya pajak itupun tergantung besar kecilnya ataupun banyaknya reklame yang akan di pasang apabila tanda bukti pembayaran pajak di kator DPKKD sudah ada dan persyaratan yang lain sudah lengkap maka kami akan mengeluarkan surat izinya dalam waktu kurang lebih 5 hari kerja.

#### ➤ **Kepastian Waktu**

Untuk mengetahui apakah pemrosesan permohonan izin dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan, peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Teuku Armia, SH dengan pertanyaan:

- Berapa hari lamanya pengurusan Izin Pemasangan Reklame?

“Apabila si pemohon telah melengkapi segala persyaratan dalam pengurusan pendirian izin reklame tersebut dan fotocopy bukti pajak reklame maka pengurusan penerbitan izin pendirian reklame dapat selesai dalam waktu 5 hari. Namun karena banyaknya masyarakat yang mengurus izin mengakibatkan pekerjaan kita semakin bertambah sehingga bisa saja memakan waktu lebih dari lima hari.

- Apakah kepastian waktu penyelesaian pelayanan telah diinformasikan dengan jelas?

“Ya tentu saja pada saat si pemohon ingin mengurus permohonan izin mendirikan reklame tersebut kita telah sampaikan bahwa pengurusan izin mendirikan reklame dapat selesai dalam waktu 5 hari jika semua persyaratan telah dilengkapi dan tidak ada kendalaapapun. Namun jika memang tidak bisa selesai dalam waktu yang telah ditentukan maka kita beritahukan juga kepada si pemohon supaya tidak terjadi kesalahpahaman.”

### ➤ **Kepastian Hukum**

Untuk mengetahui apakah persyaratan, pemrosesan, dalam pembiayaan telah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan apakah dokumen perizinan tersebut telah memberikan jaminan legalitas usaha dan rasa aman bagi pemegangnya, peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Teuku Armia, SH dengan pertanyaan:

Apakah persyaratan maupun pemrosesan dalam pengurusan izin mendirikan reklame telah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan?

“Ya tentu saja bahwa segala persyaratan maupun pemrosesan dalam sesuai dengan Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 81 Tahun 2014 tentang tata cara pelaksanaan pajak reklame”.

Apakah pemberian Izin Pemasangan Reklame disertai dengan dokumen perizinan/tanda bukti yang sah secara hukum dan apakah dokumen perizinan/tanda bukti tersebut telah memberikan jaminan legalitas bagi si pemohon Izin Pemasangan Reklame?

“Ya, karena dokumen perizinan/tanda bukti yang sah secara hukum sangat penting sekali karena dengan adanya dokumen perizinan/tanda bukti tersebut tentu saja telah memberikan jaminan legalitas terhadap si pemohon dan dengan tanda bukti resmi tersebut juga sebagai bukti dalam pengurusan reklame yang dapat digunakan oleh si pemohon untuk ditunjukkan kepada petugas sewaktu-waktu jika diperlukan karena dokumen perizinan berfungsi sebagai jaminan kepastian hukum sehingga reklame yang di didirikan oleh si pemohon tidak di copot oleh satpol PP secara paksa sebelum masa waktu berlakunya telah habis.”

### ➤ **Tanggung Jawab**

Untuk mengetahui siapakah petugas/unit kerja pelayanan yang bertanggung jawab dalam penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan, maupun yang bertanggung jawab memberikan rekomendasi apakah izin yang dimohon dapat disetujui atau tidak maka peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Teuku Armia, SH dengan pertanyaan:

- Sejuhu ini apakah ada masyarakat yang mengajukan keluhan/komplain dalam mengurus izin mendirikan reklame?

“Memang ada masyarakat yang mengeluh, misalnya tentang pengurusan izin mendirikan reklame yang memakan waktu lebih dari 5 hari. Namun biasanya lamanya pengurusan izin mendirikan reklame tersebut diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan dari masyarakat tentang persyaratan pengurusan izin mendirikan reklame, dan karena banyaknya masyarakat yang mengurus izin apalagi kita tidak hanya menerbitkan izin bagi mendirikan reklame saja tetapi juga izin-izin lain sehingga para pemohon harus bersabar karena jika memang sesuai dengan waktunya maka izin tersebut pasti akan diterbitkan.”

- Siapa pihak/unit kerja yang bertanggung jawab jika ada pemohon Izin Pemasangan Reklame yang mengajukan komplain/keluhan dan bagaimana penyelesaian terhadap komplain/keluhan tersebut?

“Petugas/unit kerja yang secara khusus bertanggung jawab itu tidak ada, si pemohon cukup datang ke instansi terkait (Dinas Pekerjaan Umum ataupun Kantor KPPT pada

bagian kasi pengaduan).

- Bagaimana penyelesaian terhadap keluhan/komplain tersebut?

“Misalnya jika ada si pemohon yang mengeluh penyelesaian pengurusan izin reklame terlalu lama, kita cari tahu apa penyebabnya. Kita mencari solusi yang terbaik dan memberikan saran-saran maupun petunjuk kepada si pemohon agar mendapatkan informasi mengenai prosedur/tata cara maupun persyaratan dalam pengurusan mendirikan izin reklame.”

- Sumber media/informasi apa yang bisa dicapai masyarakat untuk mengetahui bagaimana proses pengurusan Izin Pemasangan Reklame?

“Sumber informasi yang bisa digunakan oleh masyarakat dapat melalui website [kppt.acehbaratkab.go.id/](http://kppt.acehbaratkab.go.id/), sambungan telepon maupun fax atau mendatangi kantor KPPT ke bagian informasi dan pendaftaran.

- Apa tindakan yang dilakukan terhadap pemasangan reklame yang belum mendapat izin dan siapa saja pihak-pihak yang terkait dalam rangka penyelenggaraan tugas-tugas yang menyangkut dengan perizinan?

“Setiap pemasangan reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis dari pihak KPPT apabila ada pihak masyarakat yang mendirikan reklame tidak memiliki izin maka kami pihak KPPT akan menyurati pimpinan satpol PP agar mencopot secara paksa reklame yang tidak memiliki izin tersebut. Pihak yang terkait dalam penyelenggaraan izin tentunya pihak Dinas Pekerjaan Umum, pihak KPPT, DPKKD dan satpol PP yang bertugas mengawasi reklame yang tidak memiliki izin”.

- Apakah ada kendala-kendala yang dihadapi oleh pihak KPPT dalam memberikan pelayanan pengurusan izin reklame maupun izin lainnya?

“Sejauh ini kendala yang dihadapi yaitu waktu penyelesaian pengurusan izin reklame kadangkala tidak selesai tepat waktu karena banyaknya masyarakat yang mengurus izin, tidak hanya izin reklame dan saja yang harus kita proses namun juga izin-izin lain seperti izin mendirikan usaha, IMB dan izin lainnya sehingga harus kita proses satu per satu dan kendala yang ada juga berasal dari masyarakat misalnya ada persyaratan yang kurang lengkap, sehingga memakan waktu lebih lama untuk menerbitkan izin mendirikan reklame. Oleh karena itu kita memandang perlu dilakukan pembinaan kepada masyarakat secara rutin namun hal ini belum dapat kita lakukan”.

#### **e. Hasil Wawancara dengan Kabid Pendapatan Daerah (DPKKD)**

Kemudian sebagai informasi tambahan maka peneliti melakukan wawancara dengan Kabid Pendapatan Daerah (DPKKD) tentang Pembayaran Pajak dalam Pemasangan Reklame yaitu Bapak Muhdarsyah dengan pertanyaan:

- Bagaimana mekanisme pembayaran pajak pemasangan reklame apakah sudah telah diinformasikan secara jelas kepada masyarakat?

“Ya, pembayaran pajak pemasangan reklame sudah telah diinformasikan secara jelas kepada masyarakat atau si pemohon. Didalam pengurusan pajak reklame si pemohon akan mendapatkan arahan, penjelasan dan juga perkiraan biaya Pajak Reklame atau

Billboardnya dari staf kami, kemudian si pemohon akan diberikan Tabel Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR). Dalam Tabel NJOPR inilah maka si pemohon mengetahui semua gambaran skala penilaian jenis reklame, NSPR dalam ukuran/hari dan lokasi penempatan reklamennya.

- Apakah selama ini pihak DPKKD memberikan informasi kepada masyarakat tentang alur pelayanan pembayaran pajak dalam mendirikan papan reklame?

“Ya, sebagai lembaga pelayanan masyarakat yang setiap hari berhungan dengan masyarakat tentu harusnya banyak menyediakan informasi tentang pelayanan kepada masyarakat terutama tentang alur pelayanan pembayaran pajak dalam mendirikan reklame. Informasi tersebut kami sampaikan melalui selebaran yang kami bagikan keseluruh masyarakat dan poster yang kami tempelkan di dinding ruang pelayanan, selain itu masyarakat juga dapat mengakses *website* kami [dpkkd.acehbaratkab.go.id](http://dpkkd.acehbaratkab.go.id), guna mendapatkan informasi tentang bagaimana mekanisme alur pembayaran pajak mendirikan reklame.

- Kapan biaya/tarif pengurusan pajak pemasangan reklame dibayarkan oleh si pemohon?

“Pembayaran retribusi dilakukan selambat-lambatnya 15 hari kerja setelah surat pemberitahuan diterima oleh si pemohon atau sebelum pemasangan reklame”.

- Apakah tarif pembayaran pajak reklame telah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku?

”Ya tentu saja karena dasar atau petunjuk dalam menentukan tarif/biaya pengurusan pajak reklame tersebut berdasarkan Peraturan Bupati Aceh Barat No. 81 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pelaksanaan Pajak Reklame”.

- Siapakah unit kerja yang bertanggung jawab menerima biaya/tarif pajak reklame dalam pengurusan izin mendirikan reklame?

“Yang bertanggung jawab menerima biaya/tarif pajak dalam pengurusan Izin reklame tersebut yaitu unit pengelola keuangan DPKKD”.

- Apakah setiap pungutan tarif pajak reklame yang ditarik ditandai dengan tanda bukti resmi sesuai dengan jumlah yang dibayarkan?

“Ya, tentu saja setiap pungutan yang ditarik ditandai dengan tanda bukti resmi sebagai bukti dalam pengurusan izin mendirikan reklame tersebut dan dapat digunakan oleh si pemohon untuk ditunjukkan kepada petugas sewaktu-waktu jika diperlukan.”

- Apa sanksi dari pihak Dinas Pengelolaan Keuangan dan Kekayaan Daerah apabila ada masyarakat yang tidak membayar pajak dari pemasangan Reklame?

“Jika dalam waktu 30 hari itu tidak juga dilunasi maka akan dikenakan sanksi administratif berupa denda sebesar 2 persen dari pajak yang akan dibayarkan oleh si pemohon dalam pemasangan reklame”.

- Sumber media/informasi apa yang bisa dicapai masyarakat untuk mengetahui bagaimana proses pembayaran pajak pemasangan reklame?

“Sumber informasi yang bisa digunakan oleh masyarakat dapat melalui *website* kami [dpkkd.acehbaratkab.go.id](http://dpkkd.acehbaratkab.go.id) sambungan telepon atau mendatangi kantor DPPKD ke bagian kasi pajak daerah.

#### **f. Hasil Wawancara Dengan Satpol PP**

Kemudian sebagai informan tambahan peneliti juga melakukan wawancara kepada Danru Satpol PP Bapak Is. Fahanyang bertugas mengendalikan reklame yang tidak mempunyai izin ataupun yang sudah jatuh tempo pemasangannya dengan pertanyaan sebagai berikut:

- Apa peran satpol pp dalam dalam mekanisme perizinan mendirikan papan reklame?

“Peran kami hanyalah menertibkan reklame yang tidak mempunyai izin atau reklame liar yang terpasang di sepanjang jalan, itupun harus ada surat perintah terlebih dahulu dari pihak kppt baru kami bertindak untuk mencopot papan reklame tersebut.”

- Bagaimana pihak satpol pp dalam mengendalikan papan reklame yang tidak mempunyai izin yang terpasang sepanjang jalan?

“Seperti yang kami katakan tadi kami harus mendapatkan surat perintah terlebih dahulu dari pihak kppt baru kami melakukan survei ke lapangan dan mencopot reklame yang tidak mempunyai izin untuk diamankan ke kantor sebagai barang bukti, apabila pemiliknya datang untuk mengambil papan reklame tersebut mereka harus menunjukkan bukti fisik yang resmi dalam izin mendirikan reklame.”

- Apa sanksi yang diberikan bagi pemilik papan reklame yang tidak mempunyai izin?

“Kalau sanksi bagi pelanggar tidak ada, namun mereka harus melengkapi dokumen-dokumen resmi serta persyaratan administrasi dalam mendirikan papan reklame seperti pembayaran pajak dalam mendirikan papan reklame serta dokumen-dokumen izin yang di keluarkan dari pihak kppt.”

#### **g. Hasil Wawancara Dengan Masyarakat**

Kemudian sebagai informan tambahan peneliti juga melakukan wawancara kepada masyarakat yang telah mengurus izin mendirikan reklame sebanyak empat orang dengan pertanyaan serta hasil wawancaranya sebagai berikut:

- Apakah anda telah memahami bagaimana prosedur pengurusan izin dalam mendirikan papan reklame?

“Ya, ketika hendak mengurus perizinan mendirikan reklame saya cukup memahami bagaimana prosedurnya karena pihak KPPT sendiri telah menjelaskan kepada saya tata cara dalam pengurusan perizinan mendirikan reklame apalagi tidak hanya sekali ini saja saya mengurus izin, sebelumnya saya juga pernah mengurus izin untuk mendirikan reklame (Wawancara Ibrahim, hari Rabu, 03 Januari 2017, pukul 08.40 WIB di KPPT).”

Hal senada juga disampaikan oleh informan lainnya melalui petikan wawancara berikut:

“Sebelum saya datang ke kantor kppt saya memang tidak tahu bagaimana prosedur dalam mengurus mendirikan reklame. Setelah saya datang kesana dan mendengar penjelasan

dari petugas yang bersangkutan baru saya paham.(Wawancara Azhar, hari Rabu, 03 Januari 2017, pukul 09.00 WIB di KPPT).”

Pendapat serupa juga disampaikan oleh informan lainnya yang selama ini menerima pelayanan dari kantor kppt berikut hasil kutipan wawancaranya:

“Mula-mula saya tidak paham bagaimana cara mengurus izin mendirikan reklame. Jadi ketika saya ingin mengurus izin maka barulah petugas bersangkutan menjelaskan bagaimana prosedur dalam mengurus izin mendirikan reklame (Wawancara Adi, hari Rabu, 03 Januari 2017, pukul 09.00 WIB di KPPT).”

Sama halnya dengan pendapat informan lainnya berikut hasil kutipan wawancaranya:

“Mulanya saya memang tidak mengerti bagaimana prosedur dalam mengurus izin mendirikan reklame sebelum diberitahukan oleh petugas setempat. Setelah diberitahukan barulah saya mengerti. Sebelumnya saya tidak tahu sama sekali (Wawancara Budi Ramadhan, hari Rabu, 03 Januari 2017, pukul 09.00 WIB di KPPT).”

#### **4. PENUTUP**

Bedasarkan hasil penelitian, Mekanisme Izin Pemasangan Reklame Di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Aceh Barat dapat di simpulkan sebagai berikut:

##### **a. Prosedur pelayanan pada KPPT.**

Prosedur Pelayanan KPPT bila dilihat dari segi kesederhanaan, sudah dapat dikatakan efektif, karena prosuder pelayanan tidak berbelit-belit sesuai dengan tujuan pelayanan terpadu satu pintu. Si pemohon cukup melengkapi formulir permohonan izin mendirikan reklame dengan melengkapi persyaratan yang ada kemudian selebihnya akan diproses oleh pihak KPPT. Selain dilihat dari segi kesederhanaan, prosedur pelayanan juga di lihat dari segi kejelasan dan kepastian persyaratan maupun rincian biaya retribusi (Pajak), kepastian hukum, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana serta kemudahan akses. Namun bila dilihat dari segi waktu belum dapat dikatakan efektif karena penyelesaian izin mendirikan reklame tersebut memakan waktu lebih dari 6 hari kerja atau tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya penyederhanaan prosedur maka akan mewujudkan suatu sistem pelayanan yang praktis dan cepat sehingga kualitas pelayanan akan meningkat dan masyarakat puas dengan pelayanan yang didapatkan.

##### **b. Kendala-Kendala yang dihadapi oleh pihak KPPT**

Kendala- kendala yang dihadapi oleh pihak KPPT antara lain akibat banyaknya masyarakat yang mengurus izin mendirikan reklame mengakibatkan penyelesaian izin mendirikan reklame tidak dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Kendala yang juga dihadapi oleh pihak KPPT yaitu apabila masyarakat yang hendak mengurus izin tidak melengkapi persyaratan yang diminta sehingga proses penerbitan izin mendikan reklame menjadi terhambat dalam pemasangan reklame.

##### **c. Strategi Pengawasan KPPT.**

Strategi Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame yaitu dengan menindak lanjuti reklame yang tidak mempunyai izin atau reklame liar yang terpasang di sepanjang jalan untuk di copot dan diamankan kekantor sebagai barang bukti, apabila pemiliknya datang untuk mengambil papan reklame tersebut mereka harus menunjukkan bukti fisik yang resmi dalam izin mendirikan reklame.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, 2010. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2008. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Denzin K. Norman dan Lincoln S. Yvonna. 2009. *Hand Book Of Qualitative Research*. New Delhi: Sage Publications.
- Dounload, Minggu 22 Oktober 2017 [http://www.perizinan.info/fom\\_index.php](http://www.perizinan.info/fom_index.php) .com/29-12-2009/ 20.33 WIB.
- Goenawan, Kian. 2008. *Izin Beres Bisnis Sukses*. Yogyakarta: Pustaka Grahatama.
- Khayatudin, 2012, *Pengantar Mengenal Hukum Perizinan*, Uniska Press, Kediri.
- Mardalis. 2003. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Profosal*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Masli Ali, 2005, *Reka Reklame*, Galangpress, Jakarta.
- Napitupulu, Paimin.2006. *Pelayanan Publik dan Customer Statisfiction*. Bandung: Alumni.
- Nasution. 2003. *Metode Research*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Rusmanto Gunawan, 2010.*Promosi Melalui Media Iklan Televisi dan Efektivitasnya*, Rajawali Press.
- Soehartono,2008. *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Mandiri Prima.
- Sri. Pudyatmoko, Y. 2009. *Perizinan Problem dan Upaya Pembinaan*, Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sudrajat, 2005, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2002 *.Metode Penelitian untuk Pemula* .Universitas Gadjah Mada.Yogyakarta
- Peraturan dan Undang-undang**
- Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 Tentang Pelayanan Perizinan
- Peraturan Mendagri Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Implementasi Pajak Reklame.
- Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 81 Tahun 2014, Tentang Pelaksanaan Pajak Reklame.
- Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 12 Tahun 2007 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kantor Perizinan Terpadu Satu Pintu.

Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat .

Qanun Kabupaten Aceh Barat No. 4 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Qanun Kabupaten. Aceh Barat No. 11 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Aceh Barat.

# REVIEW OF JURIDIS POLLUTING GOOD NAME THROUGH INTERNET MEDIA

**Nila Trisna**

Program Studi Ilmu Hukum  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar

nilatrisna76@gmail.com

## **Abstrak**

*Information technology plays an important role, both in the present and in the future. In the current era of globalization, the highly developed technology is internet technology. The development of the internet in Indonesia is very rapidly. However, these developments turned out to also have a negative impact. One of the misuse of the internet is the libel that someone does against the other party Things or circumstances communicated or published through the internet can be said to be defamatory or defamatory if things or circumstances that are not true for the victim, whether it is damaging the reputation or that bring material losses for the victims. Publication or communication about the other person may be defamatory or defamatory, whether done with explicit words or writings or with a hidden form but containing connotations damage the reputation of a person or a Company. The Government of Indonesia has established and enacted legal rules governing Information and Electronic Transactions in a form of legislation, namely Law no. 11 of 2008 on Information and Electronic Transactions, as a form of providing legal protection for victims in criminal defamation. This study aims to examine and know about the form of criminal defamation through the internet media viewed from the perspective of law and to know the regulatory system against criminal defamation through the internet media in terms of legal aspects. This study uses the normative juridical method, which is the approach done by examining the legislation relevant to the problem under study or looking from the normative legal aspects. Technique of data collection is done by Research of Library (Library Research), that is by studying book and literature relevant with writing.*

**Keywords:** *juridical review, defamation, internet media.*

## **1. PENDAHULUAN**

Dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, telah ditegaskan bahwa negara Indonesia adalah Negara yang berdasarkan atas hukum. Hal ini berarti bahwa Indonesia menjunjung tinggi hukum yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Hukum tersebut harus ditegakkan demi terciptanya tujuan dan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dirumuskan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 alenia ke-empat yaitu membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Untuk mencapai tujuan dan cita-cita bangsa, teknologi informasi memegang peranan yang penting, baik di masa kini maupun masa yang akan datang. Teknologi informasi diyakini membawa keuntungan dan kepentingan yang besar bagi negara. Di era globalisasi saat ini

teknologi yang sangat berkembang adalah teknologi internet. Pengembangan dan penggunaan perangkat teknis yang dapat membantu semua bentuk aktivitas manusia dalam bidang hiburan, pendidikan, perdagangan, pemerintahan dan komunikasi, itu merupakan hal yang wajar. Kemajuan teknologi informasi sekarang dan kemungkinan di masa yang akan datang tidak lepas dari dorongan yang dilakukan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan teknologi komputer, sedangkan teknologi komputer dan telekomunikasi didorong oleh teknologi mikro elektronika, material, dan perangkat lunak. Perpaduan teknologi komunikasi dan komputer melahirkan internet yang menjadi tulang punggung teknologi informasi.

Perkembangan teknologi sudah semakin modern, hal ini di dukung oleh perkembangan teknologi seperti komputer, laptop, Handphone dan lain sebagainya. Komputer merupakan salah satu penyebab munculnya perubahan sosial pada masyarakat, yaitu mengubah perilakunya dalam berinteraksi dengan manusia lainnya, yang terus menjalar kebagian lain dari sisi kehidupan manusia, sehingga muncul adanya norma baru, nilai-nilai baru, dan sebagainya. Saat ini Penyebaran informasi melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah media sosial. Media sosial itu sendiri adalah sebuah media online yang digunakan untuk berpartisipasi dan berkontribusi secara terbuka sebagai sarana pergaulan di dunia maya.

Perkembangan internet di Indonesia memang seperti tidak terduga sebelumnya. Beberapa tahun yang lalu, internet hanya dikenal oleh sebagian kecil orang yang mempunyai minat di bidang komputer. Namun, dalam tahun-tahun terakhir ini penggunaan jasa internet meningkat secara sangat pesat, meski ada pendapat yang menyatakan bahwa kebanyakan penggunaan internet di Indonesia baru sebatas untuk hiburan dan percobaan. Pemanfaatan atau penyalahgunaan teknologi bukan hanya merupakan sebuah bentuk utama aktifitas manusia tetapi juga merupakan cara beraktifitas dalam bidang apapun. Sejak diakuinya pernyataan bahwa aktifitas manusia dalam berbagai bentuknya yang telah menyebabkan kemunculan dan aplikasi hukum atau pembuatan beberapa standar untuk mengatur aktifitas tersebut, nampak jelas bahwa teknologi juga harus dibuka agar dapat diatur oleh hukum.

Pemerintah Indonesia dalam rangka memberikan perlindungan kepada setiap Warga Negara, telah membuat dan menetapkan peraturan hukum yang mengatur tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam suatu bentuk peraturan perundangundangan, yaitu Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Salah satu penyalahgunaan internet adalah pencemaran nama baik yang dilakukan oleh beberapa orang atau oknum yang tidak bertanggungjawab. Penyerangan nama baik adalah menyampaikan ucapan (kata atau rangkaian perkataan/kalimat) dengan cara menuduhkan melakukan perbuatan tertentu, dan yang ditujukan pada kehormatan dan nama baik orang yang dapat mengakibatkan rasa harga diri atau martabat orang itu dicemarkan, dipermalukan atau direndahkan seseorang terhadap pihak lain. Hal atau keadaan yang dikomunikasikan atau dipublikasikan lewat internet dapat dikatakan merupakan penghinaan atau pencemaran nama baik bila hal atau keadaan itu adalah tidak benar bagi pihak yang menjadi korban, baik itu merupakan itu yang merusak reputasi ataupun yang membawa kerugian material bagi pihak korban. Publikasi atau komunikasi tentang diri pihak lain dapat dikatakan pencemaran nama baik atau penghinaan, baik dilakukan dengan kata-kata atau tulisan yang terangterangan maupun dengan bentuk yang tersembunyi namun mengandung konotasi merusak reputasi seseorang atau suatu badan.

Berdasarkan Pasal 310 ayat (1) KUHP, penghinaan yang dapat dipidana harus dilakukan dengan cara ” menuduh seseorang telah melakukan yang tertentu ”, dengan maksud tuduhan tersebut akan tersiar (diketahui orang banyak). Perbuatan yang dituduhkan tidak perlu suatu perbuatan yang boleh dihukum seperti mencuri, menggelapkan, berzina dan sebagainya. Perbuatan tersebut cukup perbuatan biasa, yang sudah tentu merupakan perbuatan yang memalukan, misalnya menuduh bahwa seseorang telah berselingkuh. Dalam hal ini bukan perbuatan yang boleh dihukum, akan tetapi cukup memalukan bagi yang berkepentingan apabila

diumumkan. Tuduhan tersebut harus dilakukan dengan lisan, apabila dilakukan dengan tulisan (surat) atau gambar, maka penghinaan itu dinamakan “menista/ menghina dengan surat (secara tertulis)”, dan dapat dikenakan Pasal 310 ayat (2) KUHP dipandang sebagai penghinaan atau penistaan terhadap seseorang. Penghinaan itu harus dilakukan dengan cara menuduh seseorang telah melakukan perbuatan yang tertentu dengan maksud tuduhan itu akan tersiar. Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal 27 ayat (3) pencemaran nama baik dilakukan dengan cara mendistribusikan dan atau mentransmisikan. Dapat diketahui bahwa terdapat kekaburan norma pada kalimat “mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya Informasi elektronik” terlalu umum, sehingga tidak membedakan antara mana komunikasi yang bersifat publik dan mana komunikasi yang bersifat privat.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara meneliti peraturan perundang-undangan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti atau melihat dari aspek hukum normatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu dengan mempelajari buku dan literature yang relevan dengan penulisan. Dalam penelitian ini jenis-jenis data dan bahan hukum yang digunakan, adalah:

- Bahan Hukum Primer  
Bahan Hukum Primer terdiri dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.
- Bahan Hukum Sekunder  
Bahan Hukum Sekunder terdiri dari buku-buku, surat kabar, majalah, jurnal, artikel.
- Bahan Hukum Tersier  
Bahan Hukum Tersier terdiri dari kamus hukum dan politik.

## 3. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Pengertian tentang tindak pidana

Istilah tindak pidana adalah berasal dari istilah yang dikenal dalam hukum pidana Belanda yaitu “*Strafbaar feit*”. Istilah ini terdapat dalam *Wetboek van Strafrecht* Belanda, tetapi tidak ada penjelasan resmi mengenai apa yang dimaksud dengan “*Strafbaar feit*”. Oleh karena itu, para ahli hukum berusaha untuk memberikan arti dan isi dari istilah itu (Adami Chazawi, 2002:67). Menurut Simons dalam bukunya Moeljatno, “*Strafbaar feit* adalah kelakuan (*handeling*) yang diancam dengan pidana, yang bersifat melawan hukum yang berhubungan dengan kesalahan dan dilakukan oleh orang yang mampu bertanggung jawab”. (Moeljatno, 1993:56).

Sedangkan Van Hamel dalam bukunya Moeljatno berpendapat “*Strafbaar feit* adalah kelakuan orang (*menselijke gedraging*) yang dirumuskan dalam wet yang bersifat melawan hukum, yang patut dipidana (*strafwaardig*) dan dilakukan dengan kesalahan” (Moeljatno, 1993:56). Hazewinkel-Suringa dalam bukunya Lamintang mengartikan:

*Strafbaar feit* sebagai “suatu perilaku manusia yang pada suatu saat tertentu telah ditolak dalam sesuatu pergaulan hidup tertentu dan dianggap sebagai perilaku yang harus ditiadakan oleh hukum pidana dengan menggunakan sarana-sarana yang bersifat memaksa yang terdapat di dalamnya”.

Pompe dalam bukunya Lamintang menyebutkan bahwa: *Strafbaar feit* secara teoritis

dapat dirumuskan sebagai suatu pelanggaran norma (gangguan terhadap tata tertib hukum) yang dengan sengaja maupun tidak sengaja telah dilakukan oleh seorang pelaku, dimana penjatuhan hukuman terhadap pelaku tersebut adalah perlu demi terpeliharanya tertib hukum dan terjaminnya kepentingan umum (Lamintang, 1997: 181-182). Dari pengertian tindak pidana di atas, Lamintang menjabarkan dua unsur, yaitu unsur-unsur subyektif dan unsur-unsur obyektif sebagai berikut (Lamintang, 1997: 193-194):

Unsur-unsur subyektif adalah unsur-unsur yang melekat pada diri si pelaku, dan termasuk kedalamnya yaitu segala sesuatu yang terkandung di dalam hatinya. Yang termasuk unsur-unsur subyektif antara lain:

- 1) kesengajaan atau ketidak sengajaan (*dolus* atau *culpa*);
- 2) maksud atau *voornemen* pada suatu percobaan atau *poging*;
- 3) macam-macam maksud atau *oogmerk* seperti yang terdapat misalnya di dalam kejahatan-kejahatan pencurian, penipuan, pemerasan, pemalsuan dan lain-lain;
- 4) merencanakan terlebih dahulu atau *voorbedachte raad* seperti misalnya yang terdapat di dalam kejahatan pembunuhan menurut Pasal 340 KUHP;
- 5) perasaan takut atau *vrees* seperti antara lain yang terdapat di dalam rumusan tindak pidana menurut Pasal 308 KUHP;

Sedangkan yang dimaksud dengan unsur-unsur obyektif adalah unsur-unsur yang ada hubungannya dengan keadaan-keadaan, yaitu di dalam keadaan-keadaan mana tindakan-tindakan dari si pelaku itu harus dilakukan. Yang termasuk unsur-unsur obyektif antara lain:

- 1) sifat melanggar hukum atau *wederrechtelijkheid*;
- 2) kualitas dari si pelaku;
- 3) kausalitas, yaitu hubungan antara pelaku dengan tindakan sebagai penyebab dengan sesuatu kenyataan sebagai akibat.

## **B. Jenis-jenis Tindak Pidana**

Tindak pidana dapat dibedakan atas dasar-dasar tertentu, antara lain (Adami Chazawi, 2002: 117-133):

- 1) Menurut sistem KUHP, dibedakan antara kejahatan dan pelanggaran.

Dasar pembedaan antara kejahatan dan pelanggaran adalah bahwa jenis pelanggaran itu lebih ringan daripada kejahatan. Hal ini dapat diketahui dari ancaman pidana pada pelanggaran tidak ada yang diancam dengan pidana penjara, tetapi berupa pidana kurungan dan denda. Sedangkan kejahatan lebih didominasi dengan ancaman pidana penjara.

- 2) Menurut cara merumuskannya, dibedakan antara tindak pidana formil dan tindak pidana materiil.

Tindak pidana formil adalah tindak pidana yang dirumuskan sedemikian rupa, sehingga memberikan arti bahwa inti larangan yang dirumuskan itu adalah melakukan suatu perbuatan tertentu. Perumusan tindak pidana formil tidak memperhatikan dan atau tidak memerlukan timbulnya suatu akibat tertentu dari perbuatan sebagai syarat penyelesaian tindak pidana, melainkan semata-mata pada perbuatannya. Sebaliknya, pada rumusan tindak pidana materiil, inti larangan adalah pada menimbulkan akibat yang dilarang itulah yang dipertanggungjawabkan dan dipidana.

- 3) Menurut bentuk kesalahannya, dibedakan antara tindak pidana sengaja (*doleus delicten*) dan tindak pidana kealpaan (*culpose delicten*).

Tindak pidana sengaja yaitu tindak pidana yang dalam rumusannya dilakukan dengan kesengajaan atau mengandung unsur kesengajaan. Sedangkan tindak pidana kealpaan adalah tindak pidana yang dalam rumusannya mengandung unsur *culpa*.

- 4) Menurut macam perbuatannya, dibedakan antara tindak pidana aktif/positif (*delicta cimmisionis*) dan tindak pidana pasif/negative (*delic omissionis*).

Tindak pidana aktif adalah tindak pidana yang perbuatannya berupa perbuatan aktif (positif). Perbuatan aktif adalah perbuatan yang untuk mewujudkannya disyaratkan adanya gerakan dari anggota tubuh orang yang berbuat. Dengan berbuat aktif orang melanggar larangan. Berbeda dengan tindak pidana pasif, dalam tindak pidana pasif, ada suatu kondisi dan atau keadaan tertentu yang mewajibkan seseorang dibebani kewajiban hukum untuk berbuat tertentu, maka ia telah melanggar kewajiban hukumnya tadi. Di sini dia telah melakukan tindak pidana pasif.

5) Menurut saat dan jangka waktu terjadinya, dibedakan antara tindak pidana terjadi seketika dan tindak pidana terjadi dalam waktu yang lama.

Tindak pidana terjadi seketika maksudnya adalah tindak pidana yang dirumuskan sedemikian rupa, sehingga untuk terwujudnya atau terjadinya dalam waktu seketika, misalnya: pencurian, jika perbuatan mengambilnya selesai, maka tindak pidana itu menjadi selesai secara sempurna. Sebaliknya ada tindak pidana yang dirumuskan sedemikian rupa, sehingga terjadinya tindak pidana berlangsung lama, yakni setelah perbuatan dilakukan, tindak pidana itu masih berlangsung terus, misalnya: perampasan kebebasan yang berlangsung lama dan akan berhenti setelah korban dilepaskan/dibebaskan.

6) Menurut sumbernya, dibedakan antara tindak pidana umum dan tindak pidana khusus.

Tindak pidana umum adalah semua tindak pidana yang dimuat dalam KUHP sebagai kodifikasi hukum pidana materiil (Buku II dan Buku III KUHP). Sedangkan tindak pidana khusus adalah semua tindak pidana yang terdapat diluar kodifikasi tersebut.

7) Dilihat dari subyek hukumnya, dibedakan antara tindak pidana *communis* dan tindak pidana *propria*.

Pada umumnya, tindak pidana itu dibentuk dan dirumuskan untuk berlaku pada semua orang. Akan tetapi ada perbuatan-perbuatan yang tidak patut tertentu yang khusus hanya dapat dilakukan oleh orang yang berkualitas tertentu saja, misalnya pegawai negeri (pada kejahatan jabatan).

8) Menurut perlu tidaknya pengaduan dalam hal penuntutan, dibedakan antara tindak pidana biasa dan tindak pidana aduan.

Tindak pidana biasa adalah tindak pidana yang untuk dilakukannya penuntutan pidana terhadap pembuatnya tidak disyaratkan adanya pengaduan dari yang berhak. Sedangkan tindak pidana aduan adalah tindak pidana yang untuk didapatnya dilakukan penuntutan pidana disyaratkan untuk terlebih dulu adanya pengaduan dari yang berhak mengajukan pengaduan, yaitu korban atau wakilnya dalam perkara perdata (Pasal 72 KUHP) atau keluarga tertentu dalam hal-hal tertentu (Pasal 73 KUHP) atau orang yang diberi kuasa khusus untuk pengaduan oleh orang yang berhak.

9) Menurut berat ringannya pidana yang diancamkan, dibedakan antara tindak pidana bentuk pokok, tindak pidana yang diperberat, dan tindak pidana yang diperingan.

Tindak pidana dalam bentuk pokok dirumuskan secara lengkap, artinya semua unsur-unsurnya dicantumkan dalam rumusan, misalnya: pencurian (Pasal 362 KUHP); pembunuhan (Pasal 338 KUHP); pemalsuan surat (Pasal 363 KUHP), karena disebutkan secara lengkap unsur-unsurnya maka pada rumusan bentuk pokok terkandung pengertian yuridis dari tindak pidana tersebut. Sedangkan pada bentuk yang diperberat atau diperingan tidak mengulang kembali unsur-unsur pokok itu, melainkan sekedar menyebut kualifikasi bentuk pokoknya atau pasal bentuk pokoknya, kemudian disebutkan atau ditambahkan unsur yang bersifat memberatkan atau meringankan secara tegas dalam rumusan. Karena ada faktor pemberat dan peringannya maka ancaman pidana terhadap bentuk yang diperberat dan diperingan itu menjadi lebih berat atau lebih ringan dari pada bentuk pokoknya.

10) Berdasarkan kepentingan hukum yang dilindungi, maka tindak pidana tidak terbatas macamnya tergantung dari kepentingan hukum yang harus dilindungi serta berkembang

mengikuti perkembangan dan kemajuan manusia seperti tindak pidana terhadap nyawa dan tubuh, terhadap harta benda, tindak pidana pemalsuan, tindak pidana terhadap nama baik, terhadap kesucilaan dan lain sebagainya.

11) Dari sudut berapa kali perbuatan untuk menjadi suatu larangan, dibedakan antara tindak pidana tunggal dan tindak pidana berangkai.

Tindak pidana tunggal adalah tindak pidana yang dirumuskan sedemikian rupa, sehingga untuk dipandang selesainya tindak pidana dan dapat dipidananya pelaku cukup dilakukan satu kali perbuatan saja. Sedangkan yang dimaksud dengan tindak pidana berangkai adalah tindak pidana yang dirumuskan sedemikian rupa sehingga dipandang selesai dan dapat dipidananya pembuat disyaratkan dilakukan secara berulang. Misalnya: Pasal 481 KUHP, dimana perbuatan membeli, menukar, menerima gadai, menyimpan atau menyembunyikan barang yang diperoleh dari kejahatan itu dilakukan sebagai kebiasaan (dilakukan secara berulang, setidaknya dua kali perbuatan).

### C. Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik

R. Soesilo menerangkan apa yang dimaksud dengan “menghina”, yaitu “menyerang kehormatan dan nama baik seseorang”. Yang diserang biasanya merasa “malu”. “Kehormatan” yang diserang disini hanya mengenai kehormatan tentang “nama baik”, bukan “kehormatan” dalam lapangan seksuil. Menurut R. Soesilo, penghinaan dalam KUHP ada 6 macam yaitu :

- 1) Menista secara lisan (“*smaad*”);
- 2) Menista dengan surat/tertulis (“*smaadschrift*”);
- 3) Memfitnah (“*laster*”);
- 4) Fitnah dengan perbuatan (“*lasterlijke verdachtmaking*”)

Ketentuan-ketentuan tentang penghinaan yang terdapat dalam Bab XVI, Buku II KUHP masih relevan. Penghinaan atau *defamation* secara harfiah diartikan sebagai sebuah tindakan yang merugikan nama baik dan kehormatan seseorang.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Menurut KUH Pidana

Dalam KUHP pencemaran nama baik diistilahkan sebagai penghinaan/ penistaan terhadap seseorang, terdapat dalam Bab XVI, Buku II KUHP khususnya pada Pasal 310 ayat (1) dan (2), Pasal 311 ayat (1) dan Pasal 318 ayat (1) KUHP yang menyebutkan :

#### 1) Pasal 310 KUHP

(1) Barangsiapa sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang, dengan menuduh sesuatu hal, yang maksudnya terang supaya diketahui oleh umum, diancam, karena pencemaran, dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau denda paling banyak tiga ratus rupiah

(3) Jika hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambaran yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, maka yang bersalah, karena pencemaran tertulis, diancam pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau denda paling banyak tiga ratus rupiah.

a. Unsur-unsur dari pasal 310 ayat (1) tersebut yaitu :

1. Barang siapa;  
Yaitu selain difafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum
2. Sengaja;  
Yaitu melakukan perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang diancam hukuman.
3. Merusak kehormatan atau nama baik seseorang;  
Yaitu melakukan perbuatan yang dapat merendahkan harga diri, status seseorang serta harkat

dan martabat seseorang.

4. Menuduh;

Yaitu memberikan suatu pernyataan yang belum jelas kebenarannya yang dapat menimbulkan suatu prasangka buruk terhadap orang lain.

5) Melakukan suatu perbuatan dengan maksud yang nyata;

Yaitu perbuatan yang dilakukan tersebut dilakukan atas kesadaran dan mempunyai suatu maksud dan tujuan yang ingin dicapai.

b. Unsur-unsur pasal 310 ayat (2) tersebut adalah :

1) Barang siapa;

Yaitu ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum.

2) Sengaja;

Yaitu melakukan perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang diancam hukuman.

3) Merusak kehormatan atau nama baik seseorang;

Yaitu melakukan perbuatan yang dapat merendahkan harga diri, status seseorang serta harkat dan martabat seseorang.

4) Menuduh;

Yaitu memberikan suatu pernyataan yang belum jelas kebenarannya yang dapat menimbulkan suatu prasangka buruk terhadap orang lain.

5) Melakukan suatu perbuatan dengan maksud yang nyata;

Yaitu perbuatan yang dilakukan tersebut dilakukan atas kesadaran dan mempunyai suatu maksud dan tujuan yang ingin dicapai.

6) Dilakukan dengan tulisan atau gambar;

Yaitu dilakukan dengan cara tidak secara langsung bertatap muka dengan orang lain melainkan dilakukan dengan bentuk tulisan atau gambar.

7) Dipertunjukkan pada umum atau ditempelkan;

Yaitu tuduhan tersebut tidak ditujukan secara langsung terhadap orang lain melainkan ditempelkan di tempat-tempat umum dengan tujuan semua orang dapat mengetahuinya.

2. Pasal 311 ayat (1) KUHP

”Jika yang melakukan kejahatan pencemaran atau pencemaran tertulis, dalam hal dibolehkan untuk membuktikan bahwa apa yang dituduhkan itu benar, tidak membuktikannya dan tuduhan dilakukan bertentangan dengan apa yang diketahui, maka dia diancam karena melakukan fitnah, dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.

Unsur-unsur dari Pasal tersebut yaitu :

1. Barang siapa;

Yaitu ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum.

2. Melakukan kejahatan menista atau menista dengan tulisan;

Yaitu melakukan suatu pencemaran nama baik kepada seseorang baik secara langsung (bertatap muka) maupun secara tertulis.

3. Diizinkan untuk membuktikan;

Yaitu bahwa seseorang yang telah memberikan berita bohong tersebut diberikan kesempatan untuk membuktikan bahwa ucapannya tersebut memang benar-benar sesuai fakta yang sebenarnya.

3. Pasal 318 ayat (1) KUHP

”Barang siapa dengan sesuatu perbuatan sengaja menimbulkan secara palsu persangkaan terhadap seseorang bahwa dia melakukan perbuatan pidana, diancam, karena menimbulkan persangkaan palsu, dengan pidana penjara paling lama empat tahun”. Unsur-unsur dari pasal tersebut yaitu :

1) Barang siapa;

Yaitu ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum.

- 2) Sengaja;  
Yaitu melakukan perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang diancam hukuman.
- 3) Melakukan suatu perbuatan;  
Yaitu melakukan suatu perbuatan yang terdapat dalam aturan perundang-undangan dan mempunyai sanksi hukum bagi yang melanggarnya.
- 4) Menyebabkan orang lain dengan palsu tersangka melakukan sesuatu perbuatan yang dapat dihukum;

### **Pencemaran Nama Baik Menurut UU No. 11/ 2008**

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdiri dari XIII bab dan 54 Pasal.

#### **a. Ketentuan Umum**

- Terdapat dalam Pasal 1

- 1) Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *elektronik data interchange(EDI)*, surat elektronik, telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.
- 2) Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.
- 3) Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, dikirimkan, diteruskan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui komputer atau sistem elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.
- 4) Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik.

#### **b. Asas dan Tujuan**

##### 1) Asas

Dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, terdapat dalam Bab II Pasal 3, yang terdiri dari :

- a) Asas Kepastian Hukum  
Berarti landasan hukum bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapat pengakuan hukum di dalam maupun di luar pengadilan.
- b) Asas Manfaat  
Berarti asas dari pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diupayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidup manusia.
- c) Asas Kehati-hatian  
Berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun pihak lain dal pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d) Asas Itikad Baik  
Berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum

mengakibatkan kerugian pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.

- e) Asas Kebebasan Memilih Teknologi atau Netrak Teknologi Berarti asas pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tidak terfokus pada penggunaan teknologi tertentu sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang.

## 2) Tujuan

Dalam Pasal 4 UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk :

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c) Meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d) Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan dibidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

## 2) Pengaturan Pencemaran Nama Baik

Pengaturan pencemaran nama baik di dalam UU ITE mempunyai keistimewaan apabila dibandingkan dengan pengaturan yang terdapat dalam KUHP. Di dalam UU ITE setiap perbuatan yang melanggar hukum sanksinya tidak langsung terdapat dalam pasal yang sama melainkan terdapat dalam pasal yang berlainan, hal ini tentu berbeda dengan KUHP di mana setiap perbuatan yang melanggar hukum pasti sanksinya melekat dalam pasal yang sama.

Pengaturan pencemaran nama baik dalam UU No.11 Tahun 2008 terdapat dalam Bab VII tentang perbuatan yang dilarang yaitu Pasal 27 ayat (3), Pasal 28 ayat (1) dan Pasal 36. Pasal 27 ayat (3) berbunyi ” Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”.

- Unsur-unsur dari pasal tersebut yaitu :

- 1) Setiap orang;
- 2) Dengan sengaja dan tanpa hak;
- 3) Mendistribusikan, dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik;
- 4) Memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik seseorang atau badan hukum.

Pengertian setiap orang di sini, ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum. Pengertian dengan sengaja dan tanpa hak dapat ditafsirkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang melalaikan yang diancam hukuman. Adapun perbuatan yang dianggap mengandung sifat ketidakadilan dan berdasarkan sifatnya, yang patut dilarang dan diancam dengan hukuman oleh undang-undang adalah mendistribusikan, dan/atau membuat dapat diakses informasi elektronik, dan/atau dokumen elektronik, yang dapat mengganggu sifat ketidakadilan tersebut.

Perbuatan di atas dapat mengandung unsur delik penuh bilamana delik yang timbul merupakan delik yang dianggap sepenuhnya terlaksana dengan dilakukannya suatu perbuatan yang dilarang. Dengan demikian delik ini termasuk delik formil atau delik dengan perumusan formil yaitu pencemaran nama baik. Dalam pasal ini tidak perlu dibuktikan akibat dari pencemaran nama baik, yang penting bahwa secara formil, informasi elektronik dan dokumen elektronik telah mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh undang-undang.

Sedangkan sanksi pidananya terdapat dalam Bab XI tentang ketentuan pidana dalam

Pasal 45 ayat (1) yang berbunyi "Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pasal 28 ayat (1) berbunyi "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang menyebabkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik".

- Unsur-unsur dari pasal tersebut yaitu :

- 1) Setiap orang;
- 2) Sengaja dan tanpa hak;
- 3) Menyebarkan berita bohong dan menyesatkan;
- 4) Mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Pengertian setiap orang di sini, ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum. Pengertian dengan sengaja dan tanpa hak dapat ditafsirkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang melalaikan yang diancam hukuman. Pengertian berita bohong dan menyesatkan dapat kita tafsirkan dengan kata membujuk sebagai alat melakukan penipuan (Pasal 378 KUHP), yaitu karangan perkataan bohong di mana satu kata bohong tidak cukup.

Di sini harus dipakai banyak kata-kata bohong yang tersusun sedemikian rupa, sehingga kebohongan yang satu dapat ditutup dengan kebohongan yang lain, sehingga keseluruhannya merupakan cerita sesuatu yang seakan-akan benar, akan tetapi menyesatkan. Adapun perbuatan yang dianggap mengandung sifat ketidakadilan dan berdasarkan sifatnya, yang patut dilarang dan diancam dengan hukuman oleh undang-undang adalah mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Sedangkan sanksi pidananya terdapat dalam Bab XI tentang ketentuan pidana dalam Pasal 45 ayat (2) yang berbunyi "Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Pasal 36 berbunyi "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 34 yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain".

Unsur-unsur dari pasal tersebut yaitu :

- 1) Setiap orang;
- 2) Dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum;
- 3) Melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai Pasal 34;
- 4) Mengakibatkan kerugian bagi orang lain.

Pengertian setiap orang di sini, ditafsirkan sebagai individu sebagai subjek hukum. Pengertian dengan sengaja dan tanpa hak dapat ditafsirkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang dan tindakan yang melalaikan yang diancam hukuman. Adapun perbuatan yang dilarang oleh undang-undang (*wederrechtelijk*) adalah melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai Pasal 34 dan mengakibatkan kerugian bagi orang lain.

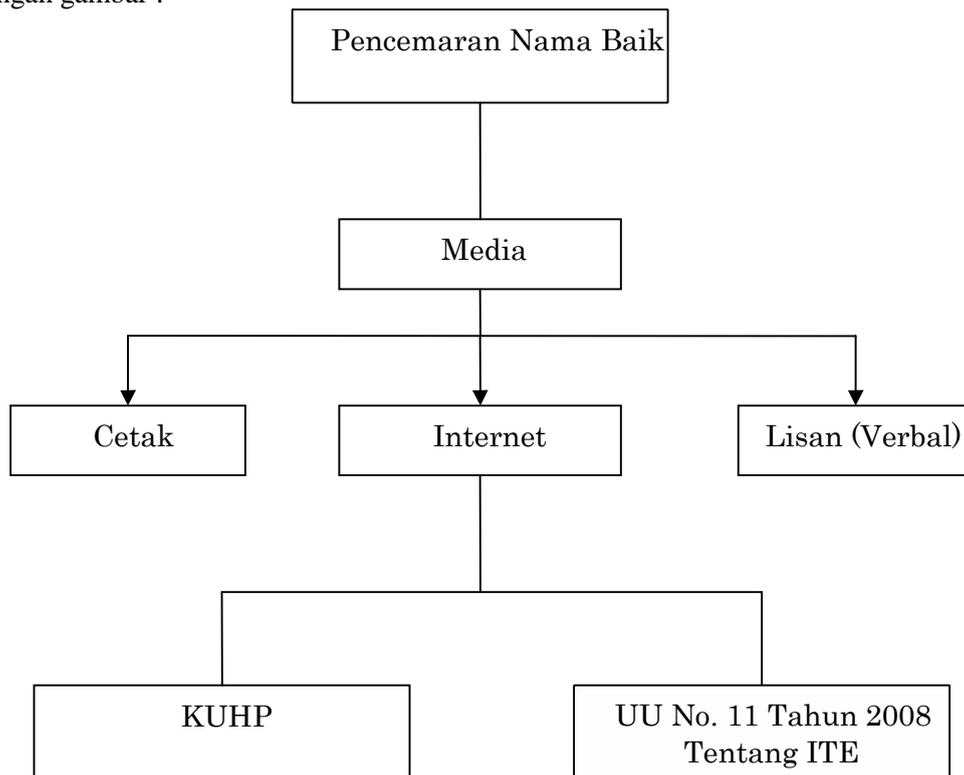
Delik yang dimaksud dengan Pasal 36 adalah delik materiil atau delik perumusan materiil, yaitu delik yang baru dianggap terlaksana penuh dengan timbulnya akibat yang dilarang. Dengan demikian akibat dari perbuatan yang dilarang undang-undang sebagaimana dimaksud di atas, yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain harus dibuktikan.

Sedangkan sanksi pidananya terdapat dalam Bab XI tentang ketentuan pidana dalam Pasal 51 ayat (2), Pasal 52 ayat (3) dan Pasal 52 ayat (4). Pasal 51 ayat (2) berbunyi "Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah)". Pasal 52 ayat (3) berbunyi "Dalam hal perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 sampai Pasal 37 ditujukan terhadap komputer dan/atau Sistem Elektronik serta Informasi

Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik milik Pemerintah dan/atau badan strategis termasuk dan tidak terbatas pada lembaga pertahanan, bank sentral, perbankan, keuangan, lembaga internasional, otoritas penerbangan diancam dengan pidana maksimal ancaman pidana pokok masing-masing pasal ditambah dua pertiga”. Pasal 52 ayat (4) berbunyi ”Dalam hal tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 37 dilakukan oleh korporasi dipidana dengan pidana pokok ditambah dua pertiga”.

Kerangka pemikiran

Keterangan gambar :



**Bagan I. Kerangka Pemikiran**

**- Penjelasan Bagan**

Pencemaran nama baik dapat dilakukan melalui diberbagai media, antara lain media elektronik (internet), media cetak dan secara langsung (verbal). Namun dalam penerapan sanksi yang akan diberikan terhadap tindak pidana pencemaran nama baik melalui media internet dapat ditinjau dari 2 (dua) perspektif , yaitu sistem pengaturan hukum tindak pidana pencemaran nama baik melalui media internet ditinjau dari perpektif hukum pidana, yaitu menurut KUHP dan menurut perspektif Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## 5. KESIMPULAN

- Bentuk Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Melalui Media Internet Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana adalah sebagai berikut :
- Menista secara lisan (*smaad*) Pasal 310 ayat (1) KUHP;
- Menista dengan surat/tertulis (*smaadschrift*) Pasal 310 ayat (2) KUHP;
- Memfitnah (*laster*) Pasal 311 ayat (1) KUHP;
- Fitnah dengan perbuatan (*lasterlijke verdachtmaking*) Pasal 318 KUHP
- Penistaan terhadap orang yang sudah meninggal. Pasal 320 ayat (1) dan 321 ayat (1) KUHP;
- Mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Pasal 27 ayat (3) UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE
- Menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang menyebabkan kerugian konsumen dalam Transaksi elektronik. Pasal 28 ayat (1) UU
- Melawan hukum melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 34 UU No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Pasal 36 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE
- Bentuk Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Melalui Media Internet Ditinjau Dari Perspektif UU ITE adalah sebagai berikut :
- Bentuk tindak pidana pencemaran nama baik yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE, sanksi pidananya terdapat dalam Bab XI tentang ketentuan pidana, dalam Pasal 51 ayat (2), Pasal 52 ayat (3) dan Pasal 52 ayat (4).

## REFERENSI

- Adami Chazawi. 2009, *Hukum Pidana Positif Penghinaan*, ITS Press, Surabaya.
- Adami Chazawi. 2002. *Pelajaran Hukum Pidana*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Agus Raharjo. 2002. *CYBERCRIME Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Asril Sitompul. 2001. *Hukum Internet*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Dikdik M. Arif mansyur & Elisatris Gultom, 2005, *CYBER LAW Aspek Hukum Teknologi Informasi*, PT. Refika Aditama, Bandung, h.3
- Lexy J. Meleong. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdikarya
- Moeljatno. 1993. *Asas-asas Hukum Pidana*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muladi dan Barda Nawawi Arief. 1998. *Teori-Teori dan Kebijakan Pidana*. Bandung: Alumni.
- P.A.F. Lamintang. 1997. *Dasar-dasar Hukum Pidana Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

# ANALISIS FRAMING DALAM PEMBERITAAN MEDIA

Muzakkir

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Teuku Umar  
Email: muzakkir@utu.ac.id

## Abstract

*Framing analysis is the latest version of the discourse analysis approach, especially for analyzing media texts. Framing analysis as a method of media content analysis, classified as a new version. It evolved in unison with the views of the constructors. This paradigm has its own position and outlook towards the media. News in the view of social construction, is not an event or fact in a real sense. Here reality is not just simply taken for granted as news. It is a product of interaction between journalists and facts. In the process of internalization of journalists hit by reality. Reality is observed by journalists and absorbed in the consciousness of journalists. In the process of externalization, journalists throw themselves into meaningful reality. Conceptions of facts are expressed to see reality. The result of the news is the product of the process of interaction and dialectics. There are two aspects to framing that, First; pick facts, second; write down facts.*

**Keywords:** *Framing Analysis, Newspaper Frame, Impact of News*

## 1. PENDAHULUAN

Analisis framing merupakan pendekatan untuk melihat bagaimana realitas ‘dibingkai’ dan dipublikasikan oleh media. Bagaimana media mengembangkan kasus tertentu atas realitas. Artinya, peristiwa yang sama dapat dikonstruksikan secara berbeda dengan menggunakan frame (bingkai) yang berbeda oleh media.

Ada dua aspek dalam framing yang, Pertama; memilih fakta, kedua; menuliskan fakta. Dalam memilih fakta terkandung dua kemungkinan, apa yang dipilih (bagian berita), apa yang dibuang (bagian mana yang tidak diberitakan). Ini sangat tergantung media bagaimana melihat sisi menarik berita.

Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (story telling) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. (Eriyanto; 2009). Setiap waktu kita dapat melihat dan membaca bagaimana suatu peristiwa yang sama tapi diberitakan secara berbeda oleh media. Contoh, peristiwa yang sama dapat diberi bingkai yang berbeda, kisah nyata berikut ini, pada 1 September 1983, pesawat pembom milik Soviet menembak jatuh pesawat penumpang Korea 007, yang mengakibatkan tewasnya 269 penumpang termasuk awak pesawat. Selang lima tahun kemudian, tepatnya 3 Juli 1988, pesawat penjelajah Amerika, *Vincenes*, menembak jatuh pesawat penumpang Iran 655 yang melintasi diatas Teluk, dan mengakibatkan tewasnya 290 penumpang termasuk awak pesawat.

Kedua peristiwa tersebut diatas sama, hanya yang berbeda pelakunya; yang pertama Soviet dan yang kedua Amerika. Ternyata peristiwa yang sama tersebut dikonstruksi secara berbeda dalam pemberitaan surat kabar Amerika. Peristiwa tertembaknya pesawat penumpang Korea oleh Soviet digambarkan sebagai *suatu pembunuhan atau serangan udara*. Liputan pers memakai banyak label dan kata-kata yang mengutuk peristiwa itu sebagai pembunuhan. Kekejaman Soviet diulas dengan liputan yang bertubi-tubi. Akan tetapi, sawaktu memberitakan

jatuhnya pesawat sipil Iran akibat ditembak pesawat Amerika, liputan Pers Amerika mempunyai gambaran yang berbeda. Penembakan itu tidak digambarkan sebagai pembunuhan, tetapi disebut *kecelakaan dalam sebuah tragedy*. (Alex Sobur; 2009)

Pendapat lain, analisis framing merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkap rahasia dibalik perbedaan bahkan pertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Dengan demikian realitas sosial dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentuk dan makna tertentu. Melalui analisis framing akan dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, siapa lawan siapa, mana kawan mana lawan, mana patron dan mana klien, siapa diuntungkan dan siapa dirugikan, siapa menindas dan siapa tertindas, dan seterusnya. Kondisi seperti ini sangat mungkin diperoleh karena analisis framing merupakan suatu seni, kreativitas yang memiliki kebebasan dalam menafsirkan realitas dengan menggunakan teori dan metodologi tertentu.

## **2. METODE PENELITIAN**

Tulisan ini memakai metode penelitian analisis teks media dengan menggunakan analisis framing, untuk mengetahui media dalam pembikaaian suatu peristiwa baik melalui berita, opini maupun wawancara yang (Eriyanto; 2009). Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada, dan mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek yang berlaku.

Selain itu, penulisan ini juga menggunakan *discourse analysis* (analisis wacana). Analisis wacana berkenaan dengan isi pesan komunikasi. Melalui metode ini, berupaya memberikan gambaran tentang informasi/peristiwa dengan melakukan analisis terhadap berita-berita yang dipublikasikan melalui media.

Metode *discourse analysis* adalah suatu kajian atau telaah mengenai aneka bahasa yang digunakan secara alamiah. (Alex Sobur; 2009). Dalam pendekatan analisis wacana, kata dan kalimat yang jernih berarti kata dan kalimat yang tidak tersembunyi di balik pemuatan berita. Analisis wacana salah satu alternatif dari analisis isi. Kata alternatif digunakan untuk menunjukkan bahwa analisis wacana dapat melengkap dan menutupi kelemahan dari analisis isi.

Analisis wacana berkenaan dengan isi pesan komunikasi, yang sebagian diantaranya berita-berita yang termuat di surat kabar. Perkembangan analisis wacana saat ini diarahkan sebagai analisis kritis. Bahasa yang digunakan oleh penguasa atau pemerintah untuk mengatur dan mengendalikan warganya, misalnya menjadi contoh analisis wacana kritis.

Dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana itu dapat dikemukakan:

- a. Analisis wacana membahas kaidah-kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat (rule of use)
- b. Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks, dan situasi.
- c. Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik.
- d. Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa (what is said from what is done)
- e. Analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (functional use of language). (Alex Sobur; 2009)

Untuk mendukung penelitian ini perlu dikuatkan dengan data-data yang dapat diperoleh melalui:

### **Kajian Pustaka**

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh bahan-bahan yang memungkinkan untuk dipahami dan dikaji terutama yang berkaitan dengan masalah-masalah yang bersifat teoritis. Cara yang dilakukan dengan membaca, mengkaji dan menelaah tulisan-tulisan melalui referensi yang ada seperti pemberitaan pada surat kabar, dan majalah yang ada relevansinya

dengan persoalan framing. Disamping itu, juga dilakukan observasi untuk mendapatkan data yang benar dan akurat, dengan informan penelitian sebagai sumber informasi.

### **Versi Analisis**

Analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali dikemukakan Beterson tahun 1955. Pada mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Untuk selanjutnya pengertian *framing* berkembang yaitu diterjemahkan untuk menggambarkan proses penSeleksian aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi.

Analisis *framing* sebagai suatu metode analisis isi media, tergolong versi baru. Ia berkembang berbarengan dengan pandangan kaum konstruksionisme. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media. Konsep mengenai konstruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman, yang banyak menulis karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial dan realitas. Berita dalam pandangan konstruksi sosial, bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Disini realitas bukan hanya dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Dalam proses internalisasi wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut.

## **3. PEMBAHASAN**

### ***Frame* Pemberitaan**

Media merupakan motor penggerak secara aktif yang dapat mengarahkan opini masyarakat (opini publik), bahkan dapat berupa pemberian nilai atas fakta. Bagi media, berita merupakan bingkai (*frame*) yang membatasi pemahaman pembaca. Melalui serangkaian paragraf di setiap berita, media menyampaikan pesan kepada publik. “Berita adalah jendela dunia”. Melalui berita, kita mengetahui apa yang terjadi. Dalam berita, jendela itu yang kita sebut sebagai *frame* (bingkai)”.

*Frame* adalah sebuah prinsip dimana pengalaman dan realitas yang kompleks tersebut diorganisasi secara subyektif. Lewat *frame* itu, orang melihat realitas dengan pandangan tertentu dan melihat sebagai sesuatu yang bermakna dan beraturan. *Frame* media mengorganisasikan realitas kehidupan sehari-hari dan akan ditransformasikan ke dalam sebuah cerita. Analisis *framing*, kerennanya meneliti cara-cara individu mengorganisasikan pengalamannya sehingga memungkinkan seseorang mengidentifikasi dan memahami peristiwa-peristiwa, memaknai aktivitas-aktivitas kehidupan yang tengah berjalan.

*Framing* itu pada akhirnya menentukan bagaimana realitas itu hadir di hadapan pembaca. Sebuah peristiwa dapat dilihat dari kecamatan yang berbeda, dan dengan demikian menghasilkan *frame* yang berbeda pula. Media, karenanya harus dilihat sebagai tempat dimana setiap kelompok yang berkepentingan terhadap suatu isu menampilkan bingkainya masing-masing, misalnya; terkait isu (masalah) penerapan dan penegakan syari’at Islam di Aceh.

Media dan kontruksi realitas wacana media adalah sumber utama pengetahuan, perilaku dan ideologi baik bagi kelompok elit maupun warga negara biasa. Sebagian besar informasi yang berkembang bersumber dari publikasi media massa. Sangat sedikit yang bersumber dari penga

laman dan perbincangan. Sejarah mencatat dan menunjukkan perkembangan informasi media massa yang sedemikian cepat telah mempengaruhi kehidupan manusia secara signifikan. Media massa juga bisa membantu manusia merumuskan peran mereka dalam kehidupan bermasyarakat. Media massa bahkan mampu mengubah konsep manusia tentang kesenangan dan kehidupan.

Begitu banyak dan cepatnya informasi yang diantarkan media massa kepada manusia, sehingga manusia merasa harus mendefinisikan kepentingan politik, ekonomi, sosial dan budaya mereka dalam waktu singkat. Media massa memiliki peran untuk menonjolkan apa yang hendak ditampilkan. Sebagai media tentunya tidak akan terlepas dari apa yang hendak dibangun oleh redaksi, pada era transformasi dan globalisasi saat ini seakan-akan umat manusia dihadapkan pada rasa keingintahuan yang tinggi akan sesuatu, misalnya dunia metafisika, informatika, termasuk di dalamnya informasi yang menginformasikan berbagai aktifitas dari seorang selebritis sebagai figure entertainment.

Menurut Ibnu Hamad, untuk membentuk opini publik, media massa pada umumnya melakukan tiga kegiatan sekaligus. Pertama, menggunakan simbol-simbol politik (language of politic). Kedua, melaksanakan strategi pengemasan pesan (language strategies). Ketiga, melakukan fungsi agenda media (agenda setting function)

### **Dampak Pemberitaan**

Sebagai pembaca koran, kita seringkali dibuat bingung – kenapa peristiwa yang satu diberitakan, sementara peristiwa yang lain tidak diberitakan. Kenapa kalau ada dua peristiwa yang sama, pada hari yang sama, media lebih sering memberitakan peristiwa yang satu dan melupakan peristiwa yang lain. Kenapa dalam konflik di Aceh, sisi kekejaman yang banyak diliput dan ditekankan oleh media, sementara sisi tuntutan warga Aceh hilang dalam pemberitaan.

Pada sisi lain, sering ditemukan bagaimana persasaan seseorang keluarga, apakah anak, isteri, yang orangtuanya/suaminya dituduh oleh media telah melakukan tindak asusila atau kriminal, sementara dia belum terbukti bersalah, atau bahkan tidak bersalah sama sekali. Disadari atau tidak, tindakan seperti ini, media telah “terjebak” dan ikut dalam memberitakan tindakan-tindakan massa dan menulisnya dengan cara menghakimi pula.

Jika diamati secara serius, kita disuguhkan dengan pemberitaan Syari’at Islam yang sering menempatkan masyarakat pada posisi pelaku pelanggaran, dan masyarakat adalah pihak yang paling mudah untuk disalahkan. Kondisi ini, mirip dengan pemberitaan ketika terjadi darurat militer. Selama darurat militer, media cenderung memuat berita-berita tanpa *cover both sides*, dan hampir tak ada verifikasi atau cek and ricek. Dalam suasana darurat militer, ruang gerak media dibatasi. Pemberitaan dipantau ketat oleh pemilik otoritas, sehingga media hilang independensinya sebagai alat kontrol.

Sebagai contoh, Surat Kabar *Kompas* dalam pemberitaan darurat militer, ia tampak menonjolkan argument, opini-opini militarism, dan citra yang baik dari keberhasilan pengepungan terhadap GAM. Hal ini bersangkutan tentunya dengan hipotesa *Kompas* yang menganggap bahwa status Darurat Militer bagi Aceh merupakan kebijakan yang tepat dikarenakan kondisi dan situasi Aceh tidak dapat dikendalikan kecuali dengan cara-cara yang tegas dan tangkas yaitu cara-cara militerisme.(Yunidar; 2009).

Kenapa *Kompas* dan *Republika* melakukan pemberitaan yang berbeda-beda, ini ternyata karena frame mereka yang berbeda-beda pula. Baik *Kompas* maupun *Republika* memiliki pandangan yang lain (beda) terhadap alasan dan proses dilaksanakannya operasi Darurat Militer di Aceh. *Kompas* memiliki pandangan terhadap alasan pemberlakuan status Darurat Militer di Aceh, sebagai upaya pemerintah Indonesia yang tepat dengan pertimbangan kondisi konflik Aceh, dimana GAM telah berani menentang dan mencoreng kewibawaan dan kewenangan pemerintah RI. Melalui elemen tematiknya, pandangan *Kompas* tampak jelas berpihak pada pemerintah RI dan Penguasa Darurat Militer.

Judul-judul pemberitaan Kompas hampir seluruhnya merupakan penggambaran serta memuat *normalisasi, koherensi fungsional* dari proses pelaksanaan dan kemudian hasil pelaksanaan operasi Darurat Militer, khususnya penghancuran terhadap basis-basis GAM. Kompas tidak memberi porsi yang sama dan seimbang terhadap semua pihak. Komunikator yang kerap dimunculkan selalu dari pihak militer dan sedikit sekali dari pihak GAM maupun masyarakat setempat, meskipun ada satu atau dua orang saja dimunculkan sebagai maksud untuk menggemas berita, sehingga seolah-olah itu merupakan realitas yang riil dan dapat dipertanggungjawab terhadap khalayak ramai. (Yunidar; 2009).

Contoh berita Kompas berikut ini dalam *lead*-nya:

#### **Evaluasi 4 Bulan Operasi Terpadu, GAM Sudah Lemah**

**JAKARTA, KOMPAS** – Panglima TNI Jenderal Endriartono Sutarto mengatakan, setelah empat bulan operasi pemulihan keamanan di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, kemampuan Gerakan Aceh Merdeka sudah jauh menurun. Karena itu, untuk dua bulan ke depan prioritas operasi terpadu akan ditujukan pada operasi kemanusiaan, pemantapan jalannya pemerintahan dan penegakan hukum. (Kompas, 11 November 2003)

Berbeda dengan Kompas, surat kabar Republika memiliki pandangan lain tentang alasan diberlakukannya Operasi Darurat Militer di Aceh. Pandangan Republika tampak jelas lewat skema berita, dimana dari sisi tematiknya, jelas Republika tidak setuju dengan diberlakukannya status Darurat Militer. Dalam teks beritanya terdapat banyak pesan bagi pemerintah Indonesia bahwa kekarasan dan cara-cara militerisme bukanlah cara terbaik Aceh, melainkan hal tersebut adalah cara-cara pemerintah lama (Soeharto) yang terbukti hanya membuat rakyat Aceh bertambah menderita.

Republika menggunakan jurnalisme damai dalam tematiknya, pemberitaannya tentang korban-korban operasi Darurat Militer, kemudian juga upaya-upaya untuk memberikan porsi yang seimbang terhadap setiap narasumber dan memberitakan fakta yang sudah ada dilapangan (sudah terbentuk) dengan penggambaran apa adanya, tidak berusaha untuk menonjolkan kutipan yang satu dengan kutipan yang lainnya. selanjutnya Republika juga berusaha agar pihaknya tidak terjebak untuk masuk dalam konflik, sehingga dimanfaatkan oleh salah satu pihak.

Contoh berita Republika berikut ini dalam *lead*-nya:

#### **“TNI Jangan Abaikan Unsur Kemanusiaan”**

**JAKARTA** – TNI dan Polri diminta tetap bersikap hati-hati dalam melaksanakan Operasi Darurat Militer di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD). Hal itu mengingat trauma masyarakat terhadap (DOM) terhadap kekuatan militer saat pelaksanaan DOM di Serambi Mekkah masih sangat dalam.

Kompas dan Republika memilih pandangan dan frame yang berbeda dalam melihat masalah dan operasi Darurat Militer di Bumi Cut Nyak Dhien. Melalui skema dan konsep framing dalam teks berita, menyimpulkan jenis pemberitaan Kompas adalah jurnalisme perang. Sementara Republika melakukan jurnalisme damai. (Catatan Murizal Hamzah dalam buku Analisis Framing, Yunidar; 2009)

Sisi berikutnya adalah dampak dari pemberitaan memang dahsyat sekali. Ketika Serambi Indonesia, misalnya memberitakan tentang klaim aliran sesat, yang menjadi sasaran kekerasan masyarakat bukan kepada media, akan tetapi kepada kelompok yang dituduhkan membawa aliran sesat itu. Seperti aliran Millata Abraham yang pernah mencuat di Banda Aceh, dan Bireuen, yang sangat gencar dan pernah diberitakan. Peran pemberitaan Harian Serambi Indonesia yang

mendapat dukungan langsung dari elemen-elemen masyarakat, dapat diamati pada berita berikut ini:

## Ormas Islam Apresiasi Polisi

**BANDA ACEH** - Sejumlah organisasi massa (ormas) Islam mengapresiasi polisi atas keberhasilan menangkap seorang pendeta bersama tiga stafnya di Kota Juang Bireuen yang dilaporkan telah melakukan pembaptisan sejumlah warga Aceh (pemeluk Islam). Dekan Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry, Banda Aceh, Dr Syamsul Rijal MAg menyatakan, "memengaruhi orang yang telah beragama untuk memeluk sesuatu agama lain adalah perbuatan tercela dan termasuk sebagai perilaku penistaan agama."

Ketua Ikatan Dai Indonesia (IKADI) Aceh, Dr Muhammad Yasir Yusuf MA dalam siaran

pers yang diterima *Serambi*, Jumat (21/6) menyatakan dukungannya terhadap kinerja polisi di Bireuen yang bergerak cepat menangkap pembaptis. Yasir mengajak seluruh ulama, ustaz, dan para tokoh untuk berperan lebih baik dalam menjaga akidah umat Islam di Aceh dari gerakan-gerakan yang merusak warga.

Hal senada disampaikan Ketua Umum Pengurus Besar Insyafuddin Aceh, Tgk H Daud Hasbi. Tgk Daud mengimbau seluruh ulama serius memikirkan persoalan yang

“Meme-  
nga-  
ruhi orang  
yang telah  
beragama  
untuk  
memeluk sesuatu agama lain yang  
dianutnya adalah perbuatan tercela.”



-- SYAMSUL RIJAL, Dekan Fakultas Ushuluddin

■ ke halaman 11

Berita Harian Serambi Indonesia, terbit 22 Juni 2013, hal. 1.

Disatu sisi berita “Ormas Islam Apresiasi Polisi” yang dimuat Harian Serambi Indonesia ini telah memperlihatkan sikap dan tindakan nyata ikut mendukung pemberlakuan Syari’at Islam di Aceh, dengan menunjukkan dukungan positif melalui perannya memberitakan dukungan terhadap penegakan Syari’at Islam dan berkomitmen teguh menjaga aqidah umat. Dukungan itu antara lain datang dari ilmuwan, Prof. Dr. Syamsul Rijal, M. Ag serta dari berbagai elemen masyarakat lainnya.

Namun, disisi lain, dalam berita tersebut Harian Serambi Indonesia, tidak memberi kesempatan bicara kepada si pendeta sebagai pelaku pembaptis warga Aceh, maupun kepada sejumlah warga Aceh yang dilaporkan telah dibaptis. nama-nama mereka yang jadi korban itu, ditulis secara inisial saja, agar terhindar dari amukan massa. Itu perlu dilakukan untuk pembuktian. Kepada warga Aceh yang telah dibaptis itu, ingin didengar suara mereka atau pengakuannya sehingga mereka dengan mudah bisa beralih keyakinan.

Pemberitaan di atas merupakan salah satu bentuk – yang dengan menggunakan ‘pisau’ analisis framing – media Harian Serambi Indonesia telah berpihak kepada sumber berita selaku penyampai informasi, tidak berusaha menampilkan fakta secara apa adanya. Namun, diberi bingkai (frame) dengan menghasilkan makna yang spesifik, tidak mempertimbangkan prinsip-prinsip jurnalisme warga, sebagaimana yang diungkapkan oleh “Bill Kovach dan Tom Rosentiel; kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran, loyalitas pertama jurnalisme kepada warga. Dukungan lainnya terhadap pemberitaan juga terlihat dalam berita berikut ini:

### Bersinergi Menegakkan Syari’at Islam

**ANGGOTA DPRK** - Banda Aceh, H Iskandar Mahmud SH mengatakan, pelaksanaan Syari’at Islam tidak cukup sekedar patrol petugas Wilayahul Hisbah (WH) dengan menangkap mudamudi bukan muhrim yang berduaan di tempat sepi. Esensi penerapan Syari’at Islam, menurut Ketua Fraksi Daulat Aceh Independen ini, mewujudkan pendidikan yang berkualitas tinggi bagi rakyat. Sebab, kualitas pendidikan merupakan variable penentu berhasil atau tidaknya penerapan Syari’at Islam di Kota Banda Aceh. “Untuk maksud tersebut, Dinas Pendidikan harus bersinergi dengan Dinas Syari’at Islam guna melahirkan suatu formula penegakan Syari’at Islam secara komprehensif, tidak parsial”. (Berita Harian Serambi Indonesia, terbit 13 Mai 2013, hal 5)

Terkait dengan berita yang dikemas dalam rubrik parlementaria diatas itu, Harian Serambi Indonesia telah melakukan kerjasama dengan wakil rakyat di DPRK Banda Aceh. Tanpa ada kerjasama, berita-berita dari lembaga perwakilan masyarakat tersebut tidak mungkin terekspos dengan baik, sehingga apapun yang dilakukan oleh dewan setempat dalam

menyuarakan dan memperjuangkan aspirasi masyarakat, tidak akan dapat diketahui oleh masyarakat luas. Oleh karenanya, usaha-usaha Serambi Indonesia juga perlu mendapat apresiasi positif dari semua pihak.

Pendapat dan saran anggota DPRK Banda Aceh tersebut diatas, merupakan dukungan dan sebuah harapan yang murni dalam mendukung penerapan Syari'at Islam di Aceh. Walaupun yang menyampaikan saran dan pendapat itu berprofesi sebagai wakil rakyat. Namun, jika dilihat dari ungkapan dan pemikiran Iskandar Mahmud itu, memang suatu keharusan melakukan kritikan yang konstruktif terutama kepada petugas WH. Karena kenyataan di lapangan selama ini, hanya Satpol PP dan WH yang dikedepankan untuk menangkap warga yang tidak menggunakan pakaian muslimah. Tindakan seperti itu jelas tidak akan membawa perubahan perilaku bagi warga yang melanggar Syari'at Islam. Ada benarnya, apa yang dikatakan Iskandar Mahmud tersebut, bahwa penegakan Syari'at Islam itu harus diutamakan pembinaan budi pekerti dan akhlak yang mulia di sekolah-sekolah mulai pada tingkat TK sampai SMU, melalui mata pelajaran yang permanen di sekolah.

Berita seperti ini, dalam proses framing – sebagaimana kata David Snow adalah upaya-upaya strategis secara sadar oleh kelompok-kelompok orang untuk membentuk pemahaman bersama dan mendorong aksi kolektif. “Membentuk pemahaman bersama dan mendorong aksi kolektif” – seperti anjuran wakil rakyat tersebut, “Dinas Pendidikan harus bersinergi dengan Dinas Syari'at Islam guna melahirkan suatu formula penegakan Syari'at Islam secara komprehensif dan secara kaffah”. Kata Iskandar Mahmud dalam berita Harian Serambi Indonesia, terbit 13 Mai 2013, hal. 5.

### **Landasan Framing dari Perspektif:**

#### **Komunikasi**

Analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Oleh karena itu, berita menjadi manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang legitimate, objektif, alamiah, wajar, dan tak terelakkan.

#### **Sosiologi**

Secara sosiologis, konsep frame analysis ialah memelihara kelangsungan kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi, dan menginterpretasi secara aktif pengalaman-pengalaman hidup kita untuk dapat memahaminya. Skemata interpretasi itu disebut frames, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan, mengidentifikasikan, dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi.

#### **Psikologi**

Framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik, sehingga elemen-elemen tertentu suatu isu memperoleh alokasi sumber kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, elemen-elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

### **Konsep Analisis Framing**

Konsep tentang framing atau frame sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Dalam praktiknya, analisis framing juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologis, politis, atau kultural yang melingkupinya.

Frame adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan

menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Berdasarkan konsepnya, Gamson mendefinisikan framing dalam dua pendekatan yaitu: Pendekatan kultural dalam level kultural, frame pertama-tama dapat dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstitutif yang tersebar dalam konstruksi wacana. Dan pendekatan psikologis dalam level individual, individu selalu bertindak atau mengambil keputusan secara sadar, rasional, dan intensional. Individu selalu menyertakan pengalaman hidup, wawasan sosial, dan kecenderungan psikologisnya dalam menginterpretasi pesan yang ia terima.

Menurut Gitlin, Frame sebagai seleksi, penegasan, dan eksklusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep tersebut dengan proses memproduksi berita. Konsepsi framing dari para konstruksionis dalam literatur sosiologi ini memperkuat asumsi mengenai proses kognitif individual—penstrukturan representasi kognitif dan teori proses pengendalian informasi—dalam psikologi.

Sedang Entman menyebut, framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya. Di balik semua itu, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita. Framing memiliki implikasi penting bagi komunikasi politik. Sebab framing memainkan peran utama dalam mendesak kekuasaan politik, dan frame dalam teks berita sungguh merupakan kekuasaan yang tercetak—ia menunjukkan identitas para aktor atau interest yang berkompetisi untuk mendominasi teks.

Konsep framing menurut Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap the power of a communication text. Framing analysis dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas kesadaran manusia yang didesak oleh transfer informasi dari sebuah lokasi, seperti pidato, ucapan/ungkapan, news report, atau novel. Framing, secara esensial meliputi penseleksian dan penonjolan. Membuat frame adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehinggamempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, dana atau merekomendasikan penanganannya.

Lalu oleh G.J. Aditjondro juga memberi definisi framing sebagai metode penyajian realitas dimana kebenaran, tentang suatu kejadian, tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. Proses framing merupakan bagian tak terpisahkan dari proses penyuntingan yang melibatkan semua pekerja di bagian keredaksian media cetak. Proses framing menjadikan media massa sebagai arena dimana informasi tentang masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya didukung pembaca.

Secara umum terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media massa, khususnya oleh komunikator massa, tatkala melakukan konstruksi realitas politik yang berujung pada pembentukan makna atau citra mengenai sebuah kekuatan politik, yaitu:

a. Dalam hal pilihan kata (simbol) politik. Dalam komunikasi politik, para komunikator bertukar citra-citra atau makna-makna melalui lambang. Mereka saling menginterpretasikan pesan-pesan (simbol-simbol) politik yang diterimanya.

b. Dalam melakukan pembingkai (framing) peristiwa politik. Untuk kepentingan pemberitaan, komunikator massa seringkali hanya menyoroti hal-hal yang “penting” (mempunyai nilai berita) dari sebuah peristiwa politik. Ditambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan (menarik keuntungan atau pihak mana yang diuntungkan) dengan berita tersebut.

c. Menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa politik. Justru hanya jika media massa memberi tempat pada sebuah peristiwa politik, maka peristiwa akan memperoleh perhatian dari masyarakat. Semakin besar tempat yang diberikan semakin besar pula perhatian yang diberikan oleh khalayak. Pada konteks ini media massa memiliki fungsi agenda setter sebagaimana yang dikenal dengan teori Agenda Setting.

Perangkat framing dalam pendekatan ini dapat dibagi dalam empat struktur besar, yaitu:

1. Struktur sintaksis merupakan penyusunan fakta atau peristiwa dalam teks berita yang berupa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa, disusun dalam bentuk susunan umum berita. Perangkat framing adalah skema berita, dan unit yang diamati adalah headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup. Struktur sintaksis dapat memberikan petunjuk yang berguna untuk wartawan dalam memaknai peristiwa dan hendak ke mana berita itu akan diarahkan (Nugroho, 1999: 31).
2. Struktur skrip merupakan pengisahan fakta dalam teks berita. Struktur ini melihat strategi dan cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Perangkat framing adalah kelengkapan berita dan unit yang diamati melalui 5W+1H. Untuk itu, unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting, namun jika salah satu unsur kelengkapan berita yang dimiliki wartawan tidak dimunculkan maka akan memperlihatkan penekanan atau penonjolan dan penyamaran terhadap fakta yang ada.
3. Struktur tematik merupakan penulisan fakta atau menuangkan pandangan dalam teks berita terhadap suatu peristiwa berdasarkan proposisi, kalimat atau hubungan kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Perangkat framing dari struktur tematik ini terdiri dari detail, maksud, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat, dan hubungan kalimat. Struktur tematik sebenarnya merupakan alat analisis untuk melihat bagaimana fakta ditulis, kalimat yang dipakai, serta menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan.
4. Struktur retorik merupakan penekanan fakta dalam teks berita. Perangkat framing yang digunakan adalah leksikon, grafis, metafora, penandaan dengan unit analisis kata, idiom, gambar, foto, dan grafik. Disamping itu unsur leksikon menunjukkan pilihan kata dalam suatu kalimat tertentu. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar.

### **Perbedaan karakteristik analisis framing dengan analisis wacana kritis:**

#### **Analisis Framing:**

Pusat perhatian analisis framing lebih kepada pembentukan pesan teks. Dalam hal ini melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyampaikannya kepada khalayak pembaca. Konstruksi makna cenderung bersifat simbolis, laten dan pervasif. Teks berita mengandung sejumlah perangkat retorik yang akan berinteraksi dengan memori khalayak dalam proses konstruksi makna. Tujuannya menangkap bentuk konstruksi media terhadap realitas yang disajikan sebagai berita. Kajiannya mengkaji masalah sintaksis, semantik, skrip, tematik, retorik, skema, detail, nominalisasi antarkalimat, kata ganti leksikon, grafis, metafor, pengandaian, dsb.

#### **Analisis Wacana Kritis:**

Sedangkan analisis wacana kritis lebih menekankan pada pemaknaan teks yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti. Setiap teks dimaknai secara berbeda dan ditafsirkan secara beragam. Berpretensi memfokuskan pada pesan latent (tersembunyi). Makna

suatu pesan tidak bisa hanya ditafsirkan sebagai apa yang tampak dalam teks, namun harus dianalisis dari makna yang tersembunyi. Bukan hanya kata, atau aspek isi lainnya yang dikodekan, tetapi struktur wacana yang kompleks pun dapat dianalisis pada berbagai tingkatan deskripsi. Bahkan makna kalimat dan relasi koheren antarkalimat pun dipelajari.

Tidak berpretensi melakukan generalisasi dengan beberapa asumsi. Karena setiap peristiwa pada dasarnya selalu bersifat unik, karena itu tidak dapat diperlakukan prosedur yang sama yang diterapkan untuk isu dan kasus yang berbeda. Tujuannya menggali bagaimana “pemakaian bahasa” dalam tuturan atau tulisan sebagai bentuk praktek sosial, termasuk di dalamnya praktek kekuasaan. Kajiannya mengkaji wacana, ideologi, representasi, struktur, kognisi sosial, teks, konteks, dsb.

### Teknik Analisis Framing



Secara teknis, tidak mungkin bagi seorang jurnalis untuk mem-framing seluruh bagian berita. Artinya, hanya bagian dari kejadian-kejadian penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek framing jurnalis. Namun, bagian-bagian kejadian penting ini sendiri merupakan salah satu aspek yang sangat ingin diketahui khalayak. Aspek lainnya adalah peristiwa atau ide yang diberitakan. Framing dalam berita dilakukan dengan empat cara yaitu: Identifikasi masalah (problem identification), Peristiwa dilihat sebagai apa dan dengan nilai positif atau negatif apa. Identifikasi penyebab masalah (causal interpretation), Siapa yang dianggap penyebab masalah.

Sekurangnya, ada tiga bagian berita yang bisa menjadi objek framing seorang wartawan, yaitu, judul berita, fokus berita dan penutup berita. Judul berita di-framing dengan menggunakan teknik empati yaitu menciptakan “pribadi khayal” dalam diri khalayak, sementara khalayak dianggarkan menempatkan diri mereka seperti korban kekerasan atau keluarga dari korban kekerasan, sehingga mereka bisa merasakan kepedihan yang luar biasa. Fokus berita di-framing dengan menggunakan teknik asosiasi, yaitu menggabungkan kebijakan aktual dengan fokus berita. Kebijakan yang dimaksud adalah penghormatan terhadap perempuan. Untuk itu, wartawan perlu mengetahui secara persis kondisi riil pencegahan kekerasan terhadap perempuan. Penutup berita di-framing dengan menggunakan teknik packing, yaitu menjadikan khalayak tidak berdaya untuk menolak ajakan yang dikandung berita. Sebab mereka tidak berdaya sama sekali untuk membantah kebenaran yang direkonstruksikan berita.

Menonjolkan Aspek Tertentu-Mengaburkan Aspek Lain. Framing umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan sering disebut sebagai fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya, ada aspek lainnya yang

tidak mendapatkan perhatian yang memadai. Menampilkan Sisi Tertentu-Melupakan Sisi Lain. Dengan menampilkan aspek tertentu dalam suatu berita menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami realitas tidak mendapatkan liputan yang memadai dalam berita.

Menampilkan Aktor Tertentu-Menyembunyikan Aktor lain. Berita seringkali juga memfokuskan pemberitaan pada aktor tertentu. Ini tentu saja tidak salah. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjado tersembunyi.

Mobilisasi Massa. Framing atau isu umumnya banyak dipakai dalam literatur gerakan sosial. Dalam suatu gerakan sosial, ada strategi bagaimana supaya khalayak mempunyai pandangan yang sama atas suatu isu. Itu seringkali ditandai dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama, dan pahlawan bersama. Hanya dengan itu, khalayak bisa digerakkan dan dimobilisasi. Semua itu membutuhkan frame bagaimana isu dikemas, bagaimana peristiwa dipahami, dan bagaimana pula kejadian dimaknai dan didefinisikan.

Menggiring halayak pada ingatan tertentu. Individu mengetahui peristiwa sosial dari pemberitaan media. Karenanya, perhatian khalayak, bagaimana orang mengkonstruksi realitas sebagian besar berasal dari apa yang diberitakan oleh media. Media merupakan tempat dimana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial terjadi di sekitar mereka, Karena itu, bagaimana media membingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut. Dengan kata lain, frame yang disajikan oleh media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan peristiwa. Membayangkan efek framing pada individu semacam ini, bukan berarti mengandalkan individu adalah makhluk yang menafsirkan realitas politik adalah makhluk yang pasif. Sebaliknya, ia adalah entitas yang aktif menafsirkan realitas politik. Pemahaman mereka atas realitas polititik terbentuk dari apa yang disajikan oleh media dengan pemahaman dan predisposisi mereka atas suatu realitas. Hubungan transaksi antara teks dan personal ini melahirkan pemahaman tertentu atas suatu realitas.

### **Model Analisis Framing.**

Mengoperasionalisasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing yaitu, sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Frame merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita—kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu—ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Model analisis framing menurut Robert N Entman adalah untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang dianggap penting atau ditonjolkan oleh pembuat teks. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek- aspek tertentu dari realitas atau isu. Dalam prakteknya framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Serta menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana, misalnya isu ditempatkan pada headline depan, pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, dan pemakaian label tertentu dan lain sebagainya. Perangkat framing dapat digambarkan sebagai berikut: Seleksi isu. Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan?

## - **William A. Gamson dan Andre Modigliani**

Didasarkan pada pendekatan konstruksionis yang melihat representasi media—berita dan artikel, terdiri atas package interaktif yang mengandung makna tertentu. Di dalam package ini terdapat dua struktur, yaitu core frame dan condensing symbols. Struktur pertama merupakan pusat organisasi elemen-elemen ide yang membantu komunikator untuk menunjukkan substansi isu yang tengah dibicarakan. Sedangkan struktur yang kedua mengandung dua substruktur, yaitu framing devices dan reasoning devices. Frame merupakan inti sebuah unit besar wacana publik yang disebut package. Framing analysis yang dikembangkan Gamson dan Modigliani memahami wacana media sebagai satu gugusan perspektif interpretasi (interpretatif package) saat mengkonstruksi dan memberi makna suatu isu.

Pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik (framing devices dan reasoning devices) sebagai dasar digunakannya perspektif. Simbol dalam wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain. Struktur framing devices yang mencakup metaphors, exemplars, catchphrases, depictions, dan visual images menekankan aspek bagaimana “melihat” suatu isu.

Kata Metaphors, cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana. Metafora berperan ganda; pertama, sebagai perangkat diskursif, dan ekspresi piranti mental; kedua, berasosiasi dengan asumsi atau penilaian, serta memaksa teks membuat sense tertentu. Menurut Exemplars, mengemas fakta tertentu secara mendalam agar satu sisi memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

Versi Catchphrases, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pemikiran atau semangat tertentu. Dalam teks berita, catchphrases mewujud dalam bentuk jargon, slogan, atau semboyan. Berbeda dengan Depictions, menggambarkan fakta dengan memakai istilah, kata, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. Depictions dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.

Sedangkan Visual Images, pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk menekspresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta pemakaian warna. Visual images bersifat sangat natural, sangat mewakili realitas yang membuat erat muatan ideologi pesan dengan khalayak.

## **Kesalahan dan Rubrikasi**

Seringkali terjadi kategori yang dipakai dalam mendefinisikan peristiwa itu salah atau menipu khalayak. Peristiwa dibungkus dengan kategori tertentu menyebabkan khalayak tidak bisa menerima informasi sebenarnya. Peristiwa tertentu yang dikategorisasikan dan dibingkai dengan cara tertentu, mempengaruhi bagaimana peristiwa dipahami.

Merupakan salah satu aspek kategorisasi yang penting dalam pemberitaan. Bagaimana suatu peristiwa di kategorisasikan dalam rubrik- rubrik tertentu. Rubrikasi harus dipahami sebagai bagian dari bagaimana fakta diklasifikasikan dalam kategori tertentu. Pendefinisian suatu realitas sosial, secara sederhana dalam strategi pemberitaan dan proses pembuatan berita, dapat dilihat dari bagaimana peristiwa dan fakta di tempatkan dalam rubrik tertentu. Rubrikasi menentukan bagaimana peristiwa dan fenomena harus dijelaskan. Rubrikasi ini bisa jadi miskategorisasi-peristiwa yang seharusnya dikategorisasikan dalam satu kasus, tetapi karena masuk dalam rubrik tertentu akhirnya dikategorisasikan dalam rubrik tertentu. Klasifikasi menentukan dan

memengaruhi emosi khalayak ketika memandang atau melihat suatu peristiwa. Bagaimana publik mempersepsi realitas dengan bantuan kategori atau klasifikasi yang telah dibuat.

Dalam pandangan Edelman, kategorisasi berhubungan dengan ideologi. Bagaimana realitas diklasifikasikan dan dikategorisasikan, diantaranya ditandai dengan bagaimana kategorisasi tersebut dilakukan. Kategorisasi bukan representasi dari realitas. Pada dasarnya kategorisasi merupakan kreasi kembali yang penting agar tampak wajar dan rasional, yaitu dengan pemakaian kata-kata tertentu yang mempengaruhi bagaimana realitas atau seseorang dicitrakan atau pada akhirnya membentuk pendapat umum mengenai suatu peristiwa atau masalah. Pemakaian bahasa tertentu memperkuat pandangan prasangka, dan kebencian tertentu.

Penonjolan aspek tertentu dari isu. Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan pada khalayak. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan definisi, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Secara lebih jelas dapat digambarkan sebagai berikut:

Model-model framing di atas mempunyai kesamaan, yaitu secara umum membahas mengenai bagaimana media membentuk konstruksi atas realitas, menyajikannya dan menampilkan kepada khalayak. Model-model tersebut mempunyai beragam cara dan pendekatan. Mengutip Jisuk Woo, paling tidak ada tiga kategori dasar elemen framing. Pertama, level makrostruktural. Level ini dapat dilihat sebagai pembingkai dalam tingkat wacana. Kedua, level mikrostruktural. Elemen ini memusatkan perhatian pada bagian atau sisi mana dari peristiwa tersebut ditonjolkan dan bagian mana yang dilupakan/dikecilkan. Ketiga, elemen retorik. Elemen ini memusatkan perhatian pada bagaimana fakta ditekankan. Perbandingan di antara model-model tersebut diantaranya; model Entman dan Edelman, tidak merinci secara detail elemen retorik. Meskipun dalam tingkatan analisisnya mereka menunjukkan bagaimana kata, kalimat atau gambar dapat dianalisis sebagai bagian integral memahami frame, tetapi mereka tidak mengajukan gambaran detail mengenai elemen retorik tersebut. Model mereka terutama bergerak pada level bagaimana peristiwa dipahami dan bagaimana pemilihan fakta yang dilakukan oleh media.

## 5. KESIMPULAN

Pemberitaan di Surat Kabar Harian Serambi, Kompas dan Republika dalam menggemas berita berbeda-beda. Kompas dan Republika memilih pandangan dan frame yang berbeda dalam melihat masalah dan Operasi Darurat Militer (DOM) di Bumi Cut Nyak Dhien. Melalui skema dan konsep framing dalam teks berita, menyimpulkan jenis pemberitaan Kompas adalah jurnalisme perang. Sementara Republika melakukan jurnalisme damai.

Media merupakan tempat dimana khalayak memperoleh informasi mengenai realitas politik dan sosial terjadi di sekitar mereka, Karena itu, bagaimana media membingkai realitas tertentu berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tersebut. Dengan kata lain, frame yang disajikan oleh media ketika memaknai realitas mempengaruhi bagaimana khalayak menafsirkan peristiwa.

Selama operasi darurat militer, media cenderung memuat berita-berita tanpa *cover both sides*, dan hampir tak ada verifikasi atau cek and ricek. Dalam suasana darurat militer, ruang gerak media dibatasi. Pemberitaan dipantau ketat oleh pemilik otoritas, sehingga media hilang independensinya sebagai alat kontrol.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex Sobur. 2009. *Analisis Teks Media, suatu pengantar Analisis wacana, Semiotik dan Analisis Framing*, Cet. Ke-5, Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Bil Kovach dan Tom Rosentiel. 2003. *Elemen-elemen Jurnalisme*, Cet. Ke-2. Institut Studi Arus Informasi. Jakarta.
- Eriyanto. 2009. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Cet. Ke-6, LKiS, Yogyakarta.
- Eriyanto, 2009. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Cet. Ke-7. LKiS. Yogyakarta.
- Suf Kasman. 2004. *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*, Cet. Ke-1. Teraju Khazanah Keilmuan. Jakarta.
- Yunidar. 2009. *Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Kompas dan Republikan Selama Darurat Militer Di Aceh*, Cet. Ke-1. Ar-Rijal Institute. Banda Aceh.

# PESAN SEMIOTIKA DI BUNGKUS ROKOK DAN PENGARUHNYA PADA PEROKOK AKTIF

Anhar Fazri  
Zainal Abidin

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Teuku Umar

Email: faj\_del06@yahoo.com

## Abstract

*This article discusses the existing semiotic messages on cigarette packs and the impact on active smoking, with research taking place in the Village of Alue Tho Seunagan District of Nagan Raya. The goal is to get the extent of the effectiveness or the effect of the semiotic messages and the number of public awareness to reduce the level of smoking addiction. In writing this article using descriptive quantitative research method is a method that discusses the current state based on data and research analysis. The data collection technique used observation and questionnaires to the respondent sample collection techniques using random sampling (random selection) is the whole object of the total population sampled 30 people ie 10% of the total population of 300 people, special people active smokers. These results can be seen the impact of the influence of semiotics messages through images on every cigarette packaging 60% affected from the entire informant, and 40% are not affected. The conclusion of the affected would have to consider the effect or stop smoking, then that is not affected by the effects do not exist. The effect influence the attitudes, behaviors and actions. It signifies the process of delivering the message conveyed properly. From the results of the most active smokers get the effect will be to change attitudes and views on smoking.*

**Keywords:** Messages, Semiotic and Cigarette Packs.

## 1. PENDAHULUAN

Artikel ini membahas tentang pesan semiotika yang ada pada kemasan rokok dan pengaruhnya terhadap perokok aktif, dengan mengambil tempat penelitian di Gampong Alue Tho Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. Untuk melihat sejauhmana efektifitas pengaruh yang ditimbulkan akibat pesan yang disampaikan melalui bungkus rokok tersebut. Rokok adalah silinder kertas yang berisi Daun-daun Tembakau yang telah dicacah.

Tingkat kecanduan rokok semakin meningkat khususnya di Aceh bukan hanya pada kalangan dewasa, namun jugaterjadi pada remaja dan anak-anak sekolah mencoba menghisap rokok, sehingga mereka akan menjadi perokok aktif, dan menyebabkan ketergantungan terhadap zat nikotin tersebut. Meskipun mereka tahu pada kemasan rokok terdapat gambar peringatan disertai penyakit yang ditimbulkan akibat merokok, namun kesadaran bahaya merokok tersebut tidak membuat para perokok memutuskan untuk berhenti merokok. Faktor kecanduan nikotin pun turut mempengaruhi terganggunya rasionalitas para perokok tersebut.

Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara untuk dihisap asapnya lewat mulut pada ujung lainnya. penghisapan asap rokok yang biasa dilakukan oleh pecandu

rokok, perokok aktif adalah orang yang menghisap asap rokoknya sendiri.<sup>1</sup> Rokok sangat berbahaya bagi kesehatan bagi perokok maupun orang disekitarnya. Menurut hasil penelitian oleh King's College London merokok bisa “membusukkan” otak dengan merusak memori, kemampuan belajar dan daya nalar. Subjek penelitian dilakukan terhadap 8.800 orang dengan rentan usia berkisar 50 tahun keatas yang mengalami tekanan darah tinggi dan kelebihan berat badan.<sup>2</sup>

Untuk itu pemerintah mengeluarkan peraturan pada tanggal 10 Maret 2003, pemerintah mengeluarkan PP No.19/2003 tentang pengamanan rokok bagi kesehatan yang didalamnya tercantum peraturan-peraturan yang harus dipatuhi oleh produsen rokok. Pada bagian ketiga tentang keterangan pada label tercantum indikator-indikator apa saja yang harus dipenuhi untuk membuat label peringatan bahaya merokok sehingga legal untuk dipasarkan.<sup>3</sup>

Pada kemasan rokok sekarang ini menampilkan gambar yang merupakan pesan yang disampaikan lewat pesan semiotika, yaitu penyampaian pesan tersebut disampaikan dengan kode dan tanda yang memiliki makna untuk disampaikan. Tujuannya agar masyarakat memahami bahaya yang diakibatkan dari zat nikotin yang terdapat pada rokok yang akan menimbulkan berbagai macam penyakit dan membahayakan kesehatan tubuh.

Semiotika komunikasi memfokuskan pada teori tentang produksi tanda yang salah satunya diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan terhadap hal yang dibicarakan serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.<sup>4</sup>

Semua peringatan bergambar dianggap lebih efektif dari peringatan teks secara tertulis di pesan terkait dan variabel dampak terkait, termasuk niat untuk berhenti atau tidak mulai merokok di kalangan masyarakat. Sedangkan gambar peringatan kesehatan pada kemasan juga tetap tidak mempengaruhi konsumen rokok untuk berhenti merokok, para konsumen rokok ini beranggapan bahwasannya merokok itu tidak akan mengalami sakit seperti dalam halnya pada gambar kemasan yang ada di tiap-tiap bungkus rokok

Upaya untuk menyadarkan para perokok untuk meninggalkan kebiasaan merokok memang tidaklah mudah. Banyak yang telah dilakukan, mulai dari kampanye bahaya rokok bagi kesehatan hingga penerapan aturan tentang pencantuman peringatan tertulis dikemasan. Meskipun banyak sekali dampak yang membahayakan bagi pecandu rokok akan tetapi para pecandu rokok tidak jera, padahal pada kemasan rokok sudah disebutkan bahwa merokok dapat menimbulkan berbagai macam penyakit bahkan dapat menyebabkan kematian.

## 2. LANDASAN TEORITIS

### Pengertian Pesan Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani yang berarti tanda. Dalam pandangan Piliang, penjelajahan semiotika sebagai metode kajian kedalam berbagai cabang keilmuan ini yang dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain, bahasa dijadikan model dalam berbagai wacana sosial. Berdasarkan pandangan semiotika bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat dipandang sebagai tanda. Hal ini dapat dimungkinkan karena

---

<sup>1</sup> Sutiono Supinto, *Cegah Dini Kanker dan Tumor*, (Jakarta: Sunda Kelapa Pustaka, 2008), h. 16.

<sup>2</sup> Jaya Muhammad, *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok*, (Jakarta: Rizma', 2009), h. 89

<sup>3</sup> Pp\_No.\_19\_Th\_2003. <http://www.litbang.depkes.go.id>. Diakses 5 Februari 2017.

<sup>4</sup> Bambang Mudjiyanto, *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotic*, (Makassar: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 2013), h. 56

luasnya pengertian tanda itu sendiri.<sup>5</sup>

Para ahli yang terkemuka dalam ilmu semiotika ada dua yaitu Ferdinand De Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Latar belakang Saussure adalah linguistik, sedangkan Peirce filsafat. Pendapat Saussure yang dikutip oleh Hidayat, semiotika adalah anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, dibelakangnya harus ada sistem pembedaan dan onvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda, disana ada sistem.<sup>6</sup>

Menurut Pierce semiotika merupakan tanda yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu ke sesuatu yang lain, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui interpretant yang mengacu pada pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda. Artinya tanda baru dapat berfungsi jika tanda dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground* yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat.<sup>7</sup>

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Ia mampu menggantikan sesuatu yang lain yang dapat difikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa, kemudian dikembangkan pula dalam bidang seni rupa dan desain komunikasi visual.

Tanda dalam kehidupan manusia bisa tanda gerak atau isyarat; lambaian tangan yang bisa diartikan memanggil atau anggukan kepala dapat diterjemahkan setuju. Kita hidup dan bermain dalam tanda bunyi, seperti tiupan peluit, terompet, genderang, suara manusia, atau dering telepon juga tanda tulsan, diantaranya huruf dan angka. Bisa juga tanda gambar berbentuk rambu lalu lintas, dan masih banyak lain ragamnya yang dapat memuat makna tertentu.<sup>8</sup>

#### Pesan Semiotika Pada Perokok

Komunikasi terjadi dengan perantaraan tanda-tanda, dengan demikian sebagian teori komunikasi berasal dari semiotika. Teori komunikasi menaruh perhatian pada kondisi penyampaian signifikasi, yaitu pada saluran komunikasi. Berkat saluran komunikasi inilah pesan dapat tersampaikan.

Pesan semiotika yang disampaikan kepada perokok melalui tanda-tanda yang memiliki makna tertentu. Pesan yang disampaikan tersebut berupa gambar yang ditempelkan pada setiap kemasan rokok.

Media verbal gambar merupakan media yang paling cepat untuk menanamkan pemahaman. Informasi bergambar lebih disukai dibandingkan dengan informasi tertulis karena menatap gambar jauh lebih mudah dan sederhana. Gambar berdiri sendiri, memiliki subjek yang mudah dipahami dan merupakan “simbol” yang jelas dan mudah dikenal.<sup>9</sup>

Indonesia mulai menerapkan peraturan ini sejak 24 Juni 2014. Diterapkan lima jenis gambar yang menempati 30%-40% kemasan rokok. Tiap satu bungkus rokok dimuat satu buah gambar. Gambar tersebut terdiri dari gambar kanker mulut, merokok dapat membunuhmu, kanker tenggorokan, bahaya merokok di dekat anak-anak dan kanker paru. Kelima gambar

---

<sup>5</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:Jalasutra, 2008), h. 11

<sup>6</sup> Sumbo Tinarbuko, *Memahami Tanda, Kode, Dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*, (Bandung:ITB Bandung, 1998), h. 87.

<sup>7</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 41.

<sup>8</sup> Winfried Noth, *Handbook Of Semiotic*, dikutip oleh SumboTinarbuko (Indianapolis: Indiana University Press, 1995), h. 44

<sup>9</sup> Rachmat supriyono, *Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta:Balai Pustaka, 2010), h. 131

tersebut yaitu:



Gambar yang disampaikan lewat pesan semiotika.

### **Pengaruh Pesan Semiotika Kepada Perokok**

Peringatan bahaya merokok telah diungkapkan pemerintah bersama warga masyarakat yang anti terhadap kegiatan merokok. Tapi dari himbauan itu tak ditanggapi secara serius oleh para perokok tersebut, mereka beranggapan bahwa peringatan itu hanya sebuah saran yang tak penting. Karena pemerintah hanya memberikan himbauan saja tanpa ada tindakan lebih lanjut mengenai aturan bagi perokok. Seperti yang dilakukan pemerintah saat ini telah memberlakukan disetiap kemasan rokok dibubuhi sebuah gambar peringatan bahaya merokok.

Gambar-gambar tersebut tampak sangat mengerikan, langkah ini diambil untuk menggantikan peringatan bahaya merokok yang terdahulu yang berupa tulisan. Sebaiknya pemerintah memberikan peraturan bagi perokok dengan memberikan sanksi yang tegas yang berupa denda maupun hukuman. Atau pemerintah memberikan solusi bagi perokok untuk mengurangi konsumsi rokok dengan melalui pengobatan bagi pecandu rokok berat.

Suatu desain kemasan yang menarik dibangun dari elemen visual dan elemen struktural yang didesain sedemikian rupa untuk menimbulkan suatu respon positif pada konsumennya.<sup>10</sup> Elemen visual adalah bagian kemasan yang menarik perhatian konsumen pada saat melihat seperti warna kemasan, bentuk kemasan, dan desain grafis seperti ukuran, gambar dan slogan pada label kemasan. Sedangkan elemen struktural adalah bahan atau material yang digunakan pada kemasan.

Dalam psikologi, persepsi visual adalah kemampuan manusia untuk menginterpretasikan informasi yang ditangkap oleh mata. Hasil dari persepsi ini disebut sebagai penglihatan (*eyesight, sight atau vision*). Unsur- unsur ragam psikologi dalam penglihatan secara umum terangkum dalam sistem visual. Sistem visual pada manusia memungkinkan untuk beradaptasi dengan informasi dari lingkungannya. Masalah utama dari persepsi visual ini tidak semata-mata apa yang dilihat manusia melalui retina. Namun lebih pada bagaimana menjelaskan persepsi dari apa yang benar-benar manusia lihat.<sup>11</sup>

Tujuan dari persepsi visual adalah untuk mengidentifikasi variasi pengalaman untuk memperoleh respon terhadap lingkungan terbangun melalui media stimulasi fotografi. Sistem visual pada manusia memungkinkan seseorang menyerap informasi dari lingkungannya. Dengan demikian, dari penjelasan mengenai persepsi visual tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh dari gambar yang dilihat seseorang terhadap aspek psikologinya.

Dampak pengaruh yang ditimbulkan dari pesan semiotika melalui gambar yaitu:

#### **1. Ketakutan**

Ketakutan adalah bagian emosional dari pesan. Ketakutan yang dirasakanyaitu adanya rasa takut yang ditimbulkan setelah melihat pesan yangditampilkan pada gambar. Pesan yang berisikan penyakit atau ancamanakan lebih menimbulkan rasa takut yang semakin besar

---

<sup>10</sup> Sandra Krasovec, *Desain Kemasan:Perencanaan Produk Yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*, Terjemahan Bob Sabran, (Jakarta:Erlangga, 2006), h. 81.

<sup>11</sup> <sup>29</sup>Rahmat jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2003), h.56.

dampaknya kepadapembacanya.

## 2. Ancaman

Ancaman mengacu pada keparahan yang dirasakan dari pesan (*Perceived Severity*) misalnya merokok dapat menyebabkan penyakit kanker mulut, dan persepsi kerentanan dari pesan (*Perceived Susceptibility*) misalnya, saya atau perokok lainnya dapat terkena penyakit kanker mulut.

## 3. Keberhasilan yang dirasakan

Keberhasilan yang dirasakan terdiri dari keberhasilan tanggapan misalnya, dengan tidak berada di dekat orang yang sedang merokok seseorang akan terhindar dari penyakit akibat asap merokok; dan keberhasilan sendiri misalnya, saya yakin bahwa saya bisa tidak merokok atau tidak berada dekat dengan orang yang sedang merokok agar terhindar dari penyakit akibat asap rokok.<sup>12</sup>

Kampanye antirokok dengan menggunakan peringatan kesehatan bergambar memiliki dampak positif yang besar. Penelitian di beberapa negara menunjukkan bahwa peringatan kesehatan bergambar lebih diperhatikan daripada hanya teks/tertulis, lebih efektif untuk pendidikan bagi perokok tentang resiko kesehatan akibat merokok dan untuk meningkatkan pengetahuan perokok tentang resiko kesehatan akibat merokok serta adanya pengaruh terhadap sikap untuk tidak merokok.

Pengaruh yang dapat ditimbulkan pesan semiotika pada kemasan rokok melalui:

### 1. Gambar

Gambar merupakan sebuah representasi spasial dari fenomena obyek, adegan, atau lainnya. Dalam aspek ini, pemilihan gambar yang menakuti mengenai bahaya yang ditimbulkan dari rokok sangat berpengaruh terhadap pesan yang disampaikan pada kemasan rokok.<sup>13</sup>

Di mana terdapat 5 jenis gambar berwarna dan tulisan yang harus digunakan untuk kemasan rokok sesuai dengan Permenkes No 28 Tahun 2013, yaitu:

- a. Gambar Kanker Mulut
- b. Gambar orang merokok dengan asap yang membentuk tengkorak.
- c. Gambar kanker tenggorokan
- d. Gambar orang merokok dengan anak di dekatnya
- e. Gambar paru-paru yang menghitam karena kanker dan tulisan

### 2. Pesan

Pesan adalah sebuah informasi tertulis yang memiliki tujuan tertentu. Setiap gambar pada kemasan rokok tersebut disertai pula tulisan sebagai berikut:

- a. “Merokok Sebabkan Kanker Mulut”
- b. “Merokok Membunuh Mu”
- c. “Merokok Sebabkan Kanker Tenggorokan”
- d. “Merokok Dekat Anak Berbahaya Bagi Mereka”
- e. “Merokok Sebabkan Kanker Paru-Paru Dan Bronkitis Kronis”

### 3. Warna

Pesan semiotika dari gambar dapat juga mempengaruhi perokok ditinjau dari aspek kognitif. Menurut Mann dalam buku Syaifudin bahwa “ aspek kognitif mencakup faktor pengetahuan, persepsi dan kepercayaan ”.<sup>14</sup> Maka pengetahuan perokok yang didapat dari melihat gambar pada kemasan rokok mengenai penyakit-penyakit yang disebabkan oleh rokok menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi sikap perokok terhadap rokok.

<sup>12</sup> Ernest Caldwell, *Berhenti Merokok*, (Yogyakarta:Pustaka Seluler, 2009), h. 83

<sup>13</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 244

<sup>14</sup> Syaifudin, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung:PT Rosdakarya, 1996), h. 82.

Indikator lainnya yaitu dari persepsi yang didapat perokok setelah melihat gambar pada kemasan rokok.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah- masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ilmiah penelitian dilaksanakan berdasarkan teori-teori, prinsip-prinsip, serta asumsi-asumsi dasar ilmu pengetahuan dengan menggunakan penalaran deduktif serta prosedur dan teknik sistematis.<sup>15</sup>

#### Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti gunakan adalah Gampong Alue Tho Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. Alasan penulis membuat penelitian di Gampong tersebut dikarenakan banyak masyarakat disana hampir semua kaum laki-laki sebagai perokok aktif.

Adapun subjek penelitian adalah masyarakat Gampong Alue Tho sebagai perokok aktif untuk menjadi objek penelitian.

#### Populasi dan Sampel

##### a. Populasi

Menurut Nawawi Populasi adalah “keseluruhan subyek yang terdiri dari manusia dan benda-benda, hewan tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber”. Berdasarkan batasan tadi, maka dapat ditetapkan bahwa populasi penelitian ini, di khususkan pada masyarakat perokok yang dijadikan populasi adalah seluruh masyarakat perokok aktif yang ada di Gampong Alue Tho yaitu 300 orang.

##### b. Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan 10% sampel dari jumlah populasi yaitu, 30 orang yang mewakili dari jumlah populasi 300 orang perokok aktif di Gampong Alue Tho Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.

#### Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif, yaitu:

##### 1. Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan.

##### 2. Angket (*questionnaire*)

“Dalam hal ini penulis menggunakan angket sebagai alat untuk mendapatkan informasi dan angket yang diedarkan dalam penelitian ini adalah angket tertutup.

##### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

#### Teknik Analisis Data

---

<sup>15</sup> Bungin B. *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta :Prenada Media Group 2007), h.201

Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif, artinya setiap data yang terhimpun dan tersusun secara sistematis, untuk kemudian dipelajari dan dianalisa secara deskriptif.<sup>16</sup>

Setelah data dikumpulkan selanjutnya penulis melakukan analisis data mulai dengan mengadakan penyelesaian dan kemudian didistribusikan kedalam sub-sub bab, kemudian diolah dan dianalisis secara kuantitatif. Semua data yang terkumpulkan melalui angket ditabulasikan dalam bentuk tabel dan tafsiran presentase secara sederhana sebagaimana rumus berikut dari Nana Sudjana

$$1. P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan: P : Harga presentase dicari  
 f : Frekuensi yang muncul  
 n : Jumlah sampel

#### 4. HASIL PENELITIAN

##### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Adapun penelitian di lakukan pada gampong Alue Tho yang terdapat pada Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.<sup>17</sup> Gampong Alue Tho terdiri dari empat dusun yaitu dusun Alue Bakti, dusun Ujong Bale, dusun Ule Umeung, dan dusun Dayah. Semua Gampong yang berbatasan dengan Gampong Alue Tho berada dalam Gampong Alue Tho Kecamatan Seunagan dan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.<sup>18</sup>

##### Demografi

Demografi berdasarkan jumlah penduduk secara umum dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 4.1 jumlah penduduk

No	Dusun	Jumlah KK	Jumlah Jiwa		Total Jiwa
			L	P	
1	Alue Bakti	109	185	177	362
2	Ujong Bale	65	120	128	248
3	Ule Umeung	24	45	42	87
4	Dayah	51	85	84	169
<b>Jumlah</b>		<b>249</b>	<b>435</b>	<b>431</b>	<b>866</b>

Jumlah jiwa laki-laki dari tabel diatas 435 orang, kemunculan angka perokok aktif di gampong alue tho mulai dari anak-anak remaja (18 tahun), dewasa(20-30 tahun) hingga yang sudah berumur 50 tahun ke atas yaitu 300 orang dan perokok aktif.

##### Pemahaman Makna Pesan Semiotika

Media gambar atau visual mampu mengkomunikasikan pesan dengan cepat dan berkesan. Sebuah gambar bila dapat memilikinya bisa memiliki nilai yang sama dengan ribuan kata , juga secara individual mampu memikat perhatian. Visualisasi adalah cara atau sarana yang paling tepat untuk membuat sesuatu yang abstrak menjadi jelas. Penampilan secara visual selalu mampu untuk menarik emosi pembaca dan dapat memutuskan suatu problema untuk

<sup>16</sup> Tukiran Taniredjadan Hidayati Mustafidah,,*Penelitian Kuantitatif...*h. 41-45

<sup>17</sup> Dokumen Kantor Geuchik Gampong Alue Tho Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya

<sup>18</sup> Dokumen Sejarah Gampong Alue Tho

kemudian mengkhayalkan pada kejadian yang sebenarnya. Informasi bergambar lebih disukai dibandingkan dengan informasi tertulis karena menatap gambar jauh lebih mudah dan sederhana.

Gambar-gambar pada kemasan rokok memiliki makna yang signifikan. Dengan kemunculan gambar diharapkan mampu mempengaruhi para perokok untuk berhenti merokok sebagai wujud peduli terhadap kesehatan dirinya sendiri. Gambar-gambar tersebut tampak sangat mengerikan, langkah ini diambil untuk menggantikan peringatan bahaya merokok yang terdahulu yang berupa tulisan. Sebaiknya pemerintah memberikan peraturan bagi perokok dengan memberikansanksi yang tegas yang berupa denda maupun hukuman. Atau pemerintah memberikan solusi bagi perokok untuk mengurangi konsumsi rokok dengan melalui pengobatan bagi pecandu rokok berat.

Label gambar yang tercantum pada setiap kemasan rokok sangat jelas karena ditempatkan bagian depan atas dan belakang atas. Meskipun gambar tersebut sangat jelas walaupun tidak diperhatikan namun ada sebagian perokok tidak memperhatikan gambar tersebut disebabkan para perokok hanya mengambil batang rokok yang tersedia dalam kemasan.

Setelah memperhatikan gambar pada setiap kemasan tentu ada rasa yang ditimbulkan saat pertama kali melihat gambar itu, tentu para perokok merasa takut bahkan khawatir dengan label peringatan yang begitu mengerikan, seperti gambar kanker mulut, menampilkan mulut yang telah bengkak kemudian gambar jantung yang hitam akibat bahaya zat nikotin yang terkandung pada setiap batang. Untuk melihat bagaimana perasaan ketika pertama sekali melihat gambar yang mengerikan pada kemasan rokok, oleh masyarakat perokok aktif di Gampong Alue Tho dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Pemahaman label yang jelas akan ada sesuatu hal yang akan ditangkap oleh pikiran yang akan mempengaruhi sudut pandang seseorang. Pesan yang disampaikan lewat gambar pada setiap kemasan rokok sebagai peringatan bahwa merokok itu dapat mengganggu kesehatan dan dapat menimbulkan berbagai macam penyakit seperti kanker otak, paru-paru dan lain sebagainya. Namun para perokok terkadang hanya menganggap sebuah gambar hanya sebatas bentuk peringatan saja. Padahal bukan hanya sebagai peringatan saja tetapi bisa merusak kesehatan apabila terus menerus menghisap rokok. Disisi lain ada juga masyarakat perokok menganggap gambar tersebut hanya sebatas gambar yang tidak memiliki makna yang terkandung didalamnya. Berikut ini adalah presentase yang telah peneliti telah lakukan terhadap para perokok dalam tabel dibawah ini:

Dari keseluruhan gambar semuanya berbentuk peringatan, tergantung masyarakat yang memahami makna tersebut. Namun adakala perokok menganggap hanya sebatas gambar yang tidak memiliki makna apapun.

### **Pandangan Islam Tentang Rokok**

Istilah rokok sudah dikenal dan membudaya diberbagai belahan dunia islam. Sejak itulah sekarang hukum rokok gencar dibahas oleh para ulama diberbagai negeri, baik secara kolektif maupun pribadi. Perbedaan pendapat diantara mereka mengenai hukum rokok tidak dapat dihindari dan berakhir kontroversi. Sebagian diantara mereka memfatwakan mubah alias boleh, sebagian berfatwa makruh, sedangkan lainnya lebih memfatwakan haram.

Namun dalam hal ini keempat mazhab yaitu Syafi'i, Maliki, Hambali dan Hanafi dari ulama yang terkemuka yang mengikuti setiap mazhab mengharamkan mengenai rokok. salah satunya Abu Zaid dari mazhab Maliki mengatakan sesungguhnya yang menjadi sandaran tanpa ada yang menyelisihi, yang menjadi rujukan untuk kebaikan agama dan dunia, serta wajib diserukan keseluruh penjuru negeri islam bahwa rokok haram digunakan, karena mayoritas ilmuwan menyatakan bahwa rokok mengakibatkan kemalasan dan kelemahan, dan rokok

mempunyai segi kesamaan dengan khamar dalam hal memabukkan.<sup>19</sup>

Akan tetapi persoalan akan lain ketika merokok itu dihukumi haram, akan muncul pro dari pihak tertentu dan muncul pula kontra serta penolakan dari pihak- pihak yang tidak sepaham. Dalam tinjauan fiqh terdapat beberapa pendapat dengan berbagai argumen yang bertolak belakang. Pada dasarnya terdapat nash yang menjadi patokan umum, yakni larangan melakukan segala sesuatu yang dapat membawa kerusakan, kemudaratatan atau kemafsadatan sebagaimana termaktub didalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

*Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri kedalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.*

Dari ayat tersebut ulama sepakat mengenai segala sesuatu yang membawa mudarat adalah haram. Akan tetapi yang menjadi persoalan adalah apakah merokok itu membawa mudarat atau tidak, dan terdapat manfaat atau tidak. Dalam hal ini terdeteksi persepsi yang berbeda dalam meneliti dan mencermati substansi rokok dari kemaslahatan dan kemafsadatan. Jika semua sepakat bahwa merokok tidak membawa mudarat maka semua akan sepakat dengan hukum mubah atau makruh, demikian juga apabila semua sepakat bahwa merokok membawa mudarat besar, maka akan sepakat pula dengan hukum haram.

Beberapa pendapat itu serta argumennya dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam hukum:

1. Hukum mubah atau boleh karena rokok dipandang tidak membawa mudarat, secara tegas dapat dinyatakan bahwa hakikat rokok bukanlah benda yang memabukkan.
2. Hukum makruh karena rokok membawa mudarat relatif kecil yang tidak signifikan untuk dijadikan dasar hukum haram.
3. Hukum haram karena rokok secara mutlak banyak dipandang membawa banyak mudarat. Berdasarkan informasi mengenai hasil penelitian medis bahwa rokok dapat menyebabkan berbagai penyakit dalam seperti kanker, paru-paru dan lainnya setelah sekian lama membiasakannya.

Ketiga hukum tersebut dapat berlaku secara general, dalam arti mubah, makruh dan haram itu bagi siapapun orangnya. Namun bisa jadi tiga macam hukum tersebut berlaku secara personal, dengan pengertian setiap orang akan terkena hukum yang berbeda sesuai dengan apa yang diakibatkannya, baik terkait kondisi personnya atau kuantitas yang dikonsumsinya.

### **Pengaruh Pesan Semiotika Melalui Gambar Terhadap Perokok**

Sesuai peraturan menteri kesehatan republik indonesia nomor 28 tahun 2013, setidaknya ada lima gambar yang dicantumkan dibagian wajah kemasan rokok. Kelima gambar tersebut wajib itu bertema merokok menyebabkan kanker mulut, merokok membunuhmu, merokok sebabkan kanker tenggorokan, merokok dekat anak berbahaya bagi mereka, serta merokok sebabkan kanker paru-paru dan kronis dan bronkitis.

Dari gambar tersebut para perokok akan beranggapan bahwa merokok dapat menimbulkan berbagai macam penyakit yang berbahaya. Setelah melihat gambar pada kemasan rokok tersebut, perokok akan percaya bahwa rokok dapat menimbulkan penyakit seperti padayang terdapat pada gambar kemasan rokok dan memiliki pengaruh, namun ada juga perokok yang tidak terpengaruh.

Dalam proses komunikasi, ada tiga unsur yang sangat penting untuk terjadinya sebuah komunikasi, yaitu komunikator pesan dan komunikan. Dianggap komunikator yang baik apabila

---

<sup>19</sup> <http://HukumMerokokMenurutMazhab>, *Islam kompas.com*, diakses 23 Februari 2017

pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat tersalurkan dengan baik, dan komunikan memahami maksud dari pesan tersebut. Begitu juga dalam penyampaian pesan gambar pada kemasan rokok yang memiliki makna peringatan dan merusak kesehatan.

Meskipun pesan gambar tersebut sangat mudah dipahami namun ada juga sebagian masyarakat yang kurang memahami makna pesan tersebut. Namun ada juga respon yang kurang memahami dari makna gambar tersebut, dari penelitian yang telah peneliti lakukan yang kurang memahami ini adalah kalangan orang tua yang tidak begitu mengenal penyakit kronis.

Apabila sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikan, tentu saja akan mendapatkan efek yang akan mengubah persepsi seseorang. Begitu juga dalam hal pesan gambar pada kemasan rokok, jika para perokok memahami maksud dari pesan itu dan mengerti terhadap bahaya yang ditimbulkan dari rokok tersebut tentu akan mengubah pandangan mengenai rokok. Dalam hal ini para perokok akan mempertimbangkan untuk menghisap rokok.

Pemberhentian bisa dilakukan oleh para perokok setelah mempertimbangkan hal-hal yang buruk yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Melalui pesan semiotika pada isi gambar sangat mudah dipahami dengan menampilkan berbagai macam penyakit. Upaya pemerintah membuat setiap kemasan rokok dibubuhi gambar peringatan, diharapkan mampu menyadarkan masyarakat untuk mengurangi bahkan berhenti merokok.

Kecanduan terhadap zat nikotin ini sudah menjadi kebiasaan yang susah untuk ditinggalkan, meskipun demikian rasa ingin mengurangi adalah hal yang tepat dilakukan. Adanya rasa ingin mengurangi tidak menutup kemungkinan suatu saat akan berhenti merokok. Dalam hal ini masih ada masyarakat yang tidak mau berhenti merokok walaupun sudah ada peringatan, mereka hanya menganggap itu semua tidak benar kenyataannya sudah bertahun-tahun merokok tetapi tidak terkena penyakit kronis tersebut. Tanpa mereka sadari gejala penyakit awal sudah dirasakan seperti batuk-batuk, penyakit jantung atau hal-hal lainnya.

Penyakit-penyakit kronis yang ditampilkan pada kemasan rokok begitu sangat mengerikan, tetapi para perokok masih berfikir itu semua tidak akan terjadi, dan walaupun itu terjadi sudah menjadi resiko mereka sebagai pecandu, berikut ini pertanyaan mengenai pesan dari gambar sesuai dengan efek yang dirasakan setelah mengkonsumsi rokok, dan hasilnya pada tabel dibawah ini:

### **Efek Dari Pesan Gambar Di Kemasan Rokok**

Dalam proses komunikasi pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas maka akan menimbulkan efek yang dirasakan oleh komunikan. Pengaruh ialah perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima pesan sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh tersebut bisa mencakup banyak hal, tergantung dari komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan.

Komunikasi bersifat efektif apabila pesan tersebut menimbulkan efek, efek tersebut berupa perhatian yang selanjutnya menjadi berupa tata kelakuan atau tingkah laku, sesuai dengan pesan yang disampaikan. Begitu juga dalam pesan gambar pada kemasan rokok yang akan menimbulkan efek terhadap para perokok jika pesannya dipahami dengan jelas. Berikut ini beberapa pertanyaan yang telah dilakukan penelitian terhadap para perokok, yang mengenai efek yang dirasakan baik dari segi tingkah laku, ataupun perhatian.

Upaya pemerintah telah melakukan berbagai macam cara agar masyarakat menumbuhkan kesadaran agar berhenti merokok, mulai dari pemasangan spanduk-spanduk, poster, himbauan hingga memasang gambar mengerikan pada kemasan rokok. Tanpa ada dukungan dari masyarakat semua ini tidak akan berhasil. Berikut ini mengenai kesetujuan masyarakat terhadap gambar yang dipasangkan pada kemasan rokok sebagai upaya untuk mengurangi dan menyadarkan perokok terhadap bahaya zat nikotin yang terdapat dalam batang rokok.

Upaya dalam penanggulangan untuk berhenti merokok telah dilakukan berbagai cara diharapkan menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap efek yang akan ditimbulkan. Walaupun hasilnya belum maksimal tingkat kepedulian pemerintah terhadap masyarakat telah banyak dilakukan.

## 5. PENUTUP

Rokok adalah silinder kertas yang berisi daun tembakau yang didalamnya telah dicampur zat nikotin apabila dihisap akan merusak kesehatan. Namun dalam hal ini tingkat kecanduan terhadap rokok semakin meningkat pada kalangan masyarakat sekarang ini. Upaya pemerintah dalam penanggulangan telah dilakukan berbagai cara mulai dari peringatan tulisan hingga ditampilkan gambar-gambar pada setiap kemasan.

Gambar tersebut menjelaskan berbagai penyakit yang diderita yang bertema merokok menyebabkan kanker mulut, merokok membunuhmu, merokok sebabkan kanker tenggorokan, bahaya merokok didekat anak-anak, serta menyebabkan penyakit kronis dan bronkitis. Pemaknaan pesan lewat gambar lebih efektif dipahami dibandingkan dengan kata-kata lewat tulisan. Melalui pesan semiotika yang disampaikan lewat gambar, diharapkan masyarakat terpengaruh untuk mengurangi, dan menumbuhkan kesadaran agar berhenti merokok demi kesehatan. Dan memahami bahwa zat nikotin yang terus dihisap akan menimbulkan berbagai macam penyakit yang menyebabkan kematian. Meskipun pemaknaan gambar dapat dipahami, merupakan hal yang wajar jika ada masyarakat yang terpengaruh dari gambar tersebut. Namun ada juga masyarakat yang tidak terpengaruh dari apa yang disampaikan pesan gambar, karena menganggap hanya sebatas menakuti saja

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group. Caldwell, Ernest. Jakarta.
- Caldwell, Ernest. 2009. *Berhenti Merokok*: Pustaka Seluler, 2009. Yogyakarta.
- Krasovec, Sandra. 2006. *Desain Kemasan: Perencanaan Produk Yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*, Terjemahan Bob Sabran, Erlangga. Jakarta.
- Mudjiyanto, Bambang. 2013. *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotic*, Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika. Makassar.
- Muhammad, Jaya. 2009 *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok*, Rizma'. Jakarta.
- Noth, Winfriend. 1995. *Handbook Of Semiotic*, dikutip oleh Sumbo Tinarbuko, Indiana University Press. Indianapolis.
- Rakhmat, Jalaludin 1994. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Syaifudin. 1996. *Komunikasi Persuasif*, Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Subur, Alex, 1998. *Semiotika Komunikasi*, Rosda. Jakarta.
- Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*, Balai Pustaka. Yogyakarta.
- Syaifudin. 1996. *Komunikasi Persuasif*, Remaja Rosdakarya. Bandung.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Memahami Tanda, Kode, Dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*, Bandung: ITB Bandung, 1998. dan, *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra. Yogyakarta.

Tukiram, dan dkk, 2010. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Alfabeta. Bandung.

Website Pp\_No.\_19\_Th\_2003. <http://www.litbang.depkes.go.id>.

# PEMBERITAAN MEDIA ASING MENGENAI HUKUM CAMBUK GAY DI ACEH

**Reni Juliani**

Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Teuku Umar Meulaboh  
Email : renijuliani@utu.ac.id

## **Abstract**

*This study aims to analyze why there are pro and cons of foreign media in the news of the whipping of gay couples in Aceh. The method used in this research is qualitative method. The subjects of this research are some sources of news from media. Data collection techniques were conducted with library research and documentation. The results obtained after conducting library research and documentation are two issues that make the media pro and cons against the news of this case. The first is the issue of caning and human right law, and the second is the gay issue of minorities. Pro-gay and anti-Islam stigma are built on the issue of human right violstions and caning punishmant that considered other forms of torture in various reports.*

**Keywords:** *News, Foreign Media, Caning Law, and Gay.*

## **1. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Penerapan Syari'at Islam di wilayah Aceh merupakan cita-cita rakyat Aceh sejak dahulu. Penerapan ini telah melalui proses panjang yang diajukan untuk pembentukkannya mulai dari pemerintahan Soekarno. Penerapan Syari'at Islam tersebut baru diaminkan pada masa SBY. Penerapan Syari'at Islam di Aceh juga merupakan salah satu perjanjian dalam MoU Helsinki. Di dalam Nota Kesepahaman antara Pemerintahan Republik Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka menjelaskan bahwa Qanun Aceh akan disusun kembali untuk Aceh dengan menghormati tradisi sejarah dan adat istiadat rakyat Aceh serta mencerminkan kebutuhan hukum terkini Aceh. Hal tersebut menegaskan bahwa Aceh berhak menyusun Qanun sesuai keadaan dan kondisi Aceh.

Penerapan Syari'at Islam di Aceh telah berlangsung selama beberapa tahun. Namun hal ini tidak menjadikan semua masyarakat dan elemen-elemen di dalam masyarakat menyetujui segala kebijakan pemerintah tersebut. Penerapan Syari'at Islam masih memicu pro dan kontra dari berbagai kalangan. Terlebih lagi dengan hukuman yang didera terdakwa pelanggar syari'ah seperti hukum cambuk. Hukum cambuk masih dianggap bentuk pelanggaran HAM oleh sebagian kalangan. Pihak yang kurang setuju dengan ditetapkannya hukum cambuk sebagai sebuah hukuman syari'ah menganggap bahwa hukuman cambuk tidak manusiawi dan melanggar hak-hak sebagai manusia.

Pro dan Kontra hukuman cambuk semakin memanas saat dilaksanakannya hukum cambuk terhadap pasangan gay yang melakukan pelanggaran Syari'at Islam. Pasangan Gay ini dicambuk pada tanggal 23 mei 2017 lalu dan menjadi isu hangat yang diangkat oleh berbagai media baik media lokal maupun media asing. Ada dua isu yang menjadi focus dalam kasus ini yaitu isu hukum cambuk dan pasangan gay.

Pasangan gay yang diadili oleh Mahkamah Syari'ah tersebut dikenakan Pasal 63 ayat 1 Qanun Nomor 6 Tahun 2014 tentang Hukum Jinayat yang berbunyi "Setiap orang yang dengan sengaja melakukan *Jarimah Liwath* (zina homoseksual) diancam dengan 'Uqubat Ta'zir (cambuk) paling banyak 100 (seratus) kali cambuk atau denda paling banyak 1.000 (seribu) gram emas murni atau penjara paling lama 100 (seratus) bulan." Pasal tersebut menjelaskan bahwa hukuman yang diterima adalah 100 kali cambuk. Akan tetapi pasangan gay yang melakukan tindakan asusila tersebut hanya didera hukuman 85 kali cambukan.

Selain di Aceh, Negara Bagian Kelantan, Malaysia, juga telah mengatur tentang larangan *liwath* (homoseksual) dalam pengertian sodomi, baik yang dilakukan antar-laki-laki dengan perempuan lain yang bukan istrinya. Pasal 16 dan Pasal 17 *The Hudud Bill of Kelantan*, Menentukan (Djubaedah, 2010:273-274):

*"Liwat is an offence consisting of carnal intercourse between a male and another male or between a male and a female other than his wife, performed against the order of nature. That is the anus."*

(Liwat adalah kejahatan melakukan hubungan badan (pesertubuh) antara sesama laki-laki atau antara laki-laki dengan perempuan lain yang bukan istrinya, dilakukan berlawanan dengan yang seharusnya, yaitu melalui anus [dubur]).

*"Whoever commits liwat shall be punished with the same punishment prescribed for zina,"*

(Barang siapa melakukan liwat akan dijatuhi hukuman sebagaimana hukuman yang ditentukan atas zina).

Kasus pencambukan pasangan gay ini merupakan kasus pertama setelah ditetapkannya Qanun Jinayat di tahun 2015. Hal ini menjadi penyebab mengapa media asing sangat menyoroti kasus ini. Salah satu media asing yang meliput pelaksanaan hukuman tersebut adalah BBC. BBC bahkan membuat video wawancara pendapat LGBT (lesbian, gay, biseksual, dan transgender) di Aceh. Video BBC tersebut seakan menegaskan bahwa pasangan gay merupakan korban dan penerapan syariat Islam di Aceh dinilai tidak relevan.

Fenomena di atas merupakan konteks penelitian ini, sekaligus menjadi alasan mengapa penelitian ini harus dibuat. Penelitian ini berjudul "Pemberitaan Media Asing Mengenai Hukum Cambuk Gay Di Aceh"

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan yang menjadi alasan Utama yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah mengapa terjadi pro dan kontra media asing dalam pemberitaan hukum cambuk pasangan gay di Aceh? Oleh sebab itu yang menjadi tujuan umum dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis mengapa terjadi pro dan kontra media asing dalam pemberitaan hukum cambuk pasangan gay di Aceh.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi media khususnya media asing yang ingin memberitakan suatu isu yang sensitif dan menjadikan masukan bagi pemerintah dalam menegakkan hukum yang sudah sepatutnya dipatuhi oleh seluruh masyarakat. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai telah ditetapkan dan dijalankan sebuah hukum yang mengatur tentang Jarimah Liwath (zina yang dilakukan kaum Gay) di Aceh.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### **Sejarah Syari'at Islam di Aceh**

Sebelum *Masehi*, Aceh banyak dilalu oleh pedangang-pedangang dari berbagai negara.

Dikarenakan letak wilayahnya yang strategis, Aceh menjadi pusat perdagangan Asia Tenggara. Pedagang Timur Tengah sebelum melanjutkan perjalanannya ke Cina, singgah di Aceh terlebih dahulu (Djalil, 2010:181). Hal inilah yang menjadi asal mula masuknya Islam ke wilayah Aceh. Dajlil (2010:181) menjelaskan bahwa:

*“Abad VI. Abad ini abad kelahiran Islam, pada abad inilah Aceh menjadi wilayah pertama di Nusantara ini menerima Islam, para sejarawan pada umumnya menyebutkan bahwa masuknya melalui daerah Peurlak/Pase. Abad XII. Setelah melalui proses sejarah yang panjang, Aceh menjelma menjadi sebuah kerajaan Islam, yang kemudian berkembang menjadi sebuah kerajaan yang maju. Abad XIV. Perkembangan kerajaan Aceh ditandai dengan dikenalnya Aceh sebagai daerah pusat perkembangan Islam ke seluruh wilayah Asia Tenggara.”*

Ketika Aceh menang dalam perang melawan Portugis dan mengusir mereka dari tanah Aceh. Kerajaan Aceh mulai berdiri dengan dikukuhkannya Sultan Alaidin Ali Mughaiyat Syah sebagai Sultan pertama Kerajaan Aceh Darussalam dengan ibukota negara Banda Aceh. Dalam bukunya yang berjudul “Aceh dalam Perang Mempertahankan Proklamasi Kemerdekaan 1945-1949 dan Peranan Teuku Hamid Azwar Sebagai Pejuang,” Jakobi (2004:17) juga menyebutkan bahwa:

“Berdirinya Kerajaan Islam Besar pada masa tersebut sekaligus mendudukkan Aceh Darussalam menjadi salah satu Kerajaan Islam Besar yang masuk dalam deretan “Lima Besar Islam”. Pada masanya, Lima Besar Islam ini menjalin kerja sama ekonomi, politik, militer, dan kebudayaan. Lima Besar Kerajaan Islam tersebut adalah:

- a. Kerajaan Islam Turki Usmaniyah yang berpusat di Istanbul.
- b. Kerajaan Islam Maroko di Afrika Utara.
- c. Kerajaan Islam Isfahan di Timur Tengah.
- d. Kerajaan Islam Agra di Anak Benua India.
- e. Kerajaan Aceh Darussalam di Asia Tenggara.”

Setelah diplokanirkan kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, masyarakat Aceh ingin wilayahnya dibentuk peraturan yang bersumber dari agama Islam. pembentukan peraturan mengenai Syari’at Islam tidak sepenuhnya diaminkan oleh pemerintah. Walaupun pada saat itu izin mengenai pembentukan Mahkamah Syari’ah telah diberikan oleh Gubernur Sumatera Utara melalui surat kawat No.189 Tanggal 13 Januari 1947, namun peraturan yang diizinkan hanya berupa peraturan mengenai peratura-peraturan dalam bidang kekeluargaan seperti perkara nafkah, perkawinan, perceraian, harta bersama, warisan, hak pengampunan anak dan sebagainya (Amal dan Panggabean, 2004:20).

Walaupun Mahkamah Syari’ah telah terbentuk namun keberadaannya kembali dikaburkan oleh pemerintah pada Tahun 1950. Seperti yang dijelaskan oleh Amal dan Panggabean (2004:20) bahwa Mahkamah Syari’ah dan semua pengadilan swapraja disatukan dalam satu payung Pengadilan Negeri. Hal ini terjadi setelah dikeluarkannya UU Darurat No.1 Tahun 1950. Dikarenakan semangat dan impian besar masyarakat Aceh untuk membentuk wilayah yang berasaskan Islam, Pemerintah di daerah Aceh dan seluruh lini masyarakat mendesak pemerintah untuk memberikan status Mahkamah Syari’at yang jelas dan pasti. Desakan tersebut tidak pernah berhenti dan terus diperjuangkan oleh masyarakat Aceh sehingga akhirnya pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.29 Tahun 1957 mengenai pembentukan pengadilan agama di seluruh Aceh, termasuk susunan dan kewenangannya. Namu Pemerintah kembali membuat masyarakat Aceh kecewa. Peraturan yang dikeluarkannya tidak serta merta menjadikan hakim-hakim Pengadilan Agama bisa leluasa dalam memberikan putusannya. Keputusan-keputusan mereka dibatasi. Mereka hanya diberi wewenang dalam putusan bidang

kekeluargaan dan warisan, dan hal tersebut baru bisa dijalankan setelah Pengadilan Agama mengaminkannya.

Pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan pemerintah mengenai pembentukan Mahkamah Syari'ah. Seperti yang telah dijelaskan di atas. Pembentukan peraturan mengenai Syari'at Islam mulai dari Undang-undang Darurat sampai Peraturan Pemerintah telah ditetapkan. Namun kebijakan pemerintah tersebut terkesan tidak sepenuh hati. Peraturan yang dikeluarkan pemerintah tidak menyentuh seluruh peraturan yang ingin ditegakkan oleh masyarakat.

Pada masa Gubernur Tgk. Daud Beureueh, Pemerintah memberikan harapan yang sangat besar kepada Gubernur dan masyarakat Aceh mengenai Syari'at Islam. Soekarno berjanji untuk mengizinkan Aceh sebagai wilayah yang memberlakukan Syari'at Islam. Namun janji tersebut dilanggar. Seperti yang diceritakan Abubakar (2002: 26) bahwa:

*“Soekarno berulang kali berjanji akan memberikan keluasaan kepada Aceh untuk memberlakukan Syari'at Islam. Tetapi janji tersebut hanya berbentuk lisan, tidak memiliki kekuatan hukum kuat padahal Tgk. Daud Beureueh meminta agar janji itu dituliskan, namun Soekarno menjawab sambil berlinang air mata berkata ‘Apakah Kakanda Daud Beureueh tidak mempercayai saya lagi?’ Mendengar ungkapan Soekarno, hati Daud Beureueh melunak dan tidak laki menuntuk janji tertulis.*

Pada Tahun 1959, Pemerintah Pusat mengeluarkan Keputusan untuk menyelesaikan “Peristiwa Aceh” tersebut. Keputusan tersebut adalah Keputusan Perdana Menteri Republik Indonesia Nomor I/Missi Tahun 1959 dimana keputusan tersebut memberikan Aceh gelar Daerah Istimewa. Keistimewaan tersebut berupa bidang agama, pendidikan dan adat (Zamzani, 1970: 322). Sedangkan izin pelaksanaan Syari'at Islam baru diberikan pada masa reformasi. Dedi Sumardi M.Ag (Bantasyam dan Siddiq, 2009:41) menjelaskan bahwa pelaksanaan Syari'at Islam ini sesuai dengan UU No.44 Tahun 1999 tentang Keistimewaan Aceh. Selain berasaskan UU No.44 Tahun 1999, izin pelaksanaan Syari'at Islam juga berdasarkan UU No.18 Tahun 2001. Prof. Dr. Syahrizal Abbas (Bantasyam dan Siddiq, 2009:63) menjelaskan mengenai pelaksanaan Syari'at Islam di Aceh bahwa:

*“Pelaksanaan Syari'at Islam di Aceh yang dibawa oleh kedua undang-undang yaitu UU No.44 Tahun 1999 dan UU No.11 Tahun 2006, membawa semangat formulasi ajaran Islam melalui aturan formal negara yaitu Qanun Aceh. Melalui Qanun inilah berbagai aturan Syari'at Islam dapat ditegakkan dalam kehidupan bermasyarakat dan berbangsa di Aceh. Persoalan yang muncul adalah bagaimana merumuskan materi Qanun yang kuat secara filosofis dan tidak kering dari semangat sosiologis dari ketentuan Syari'at.”*

Sedangkan Qanun Jinayat sendiri baru disahkan pada tahun 2014. Qanun Jinayat No. 6 Tahun 2014 tentang Hukum Jinayat ini mulai berlaku pada Tanggal 23 Oktober 2015, setahun setelah disahkannya. Hukum Jinayat ini merupakan hukum pidana yang memuat ketentuan hukuman cambuk dan rajam. Juga menegaskan pada tindakan yang melanggar Syari'at seperti zina, *maisir*, dan banyak lagi termasuk *liwath* (homoseksual). Dalam Qanun Jinayat No.6 tahun 2014 Pasal 63 menyebutkan perihal *liwath* yang berbunyi sebagai berikut:

1. Setiap Orang yang dengan sengaja melakukan Jarimah Liwath diancam dengan ‘Uqubat Ta'zir paling banyak 100 (seratus) kali cambuk atau denda paling banyak 1.000 (seribu) gram emas murni atau penjara paling lama 100 (seratus) bulan.
2. Setiap Orang yang mengulangi perbuatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diancam dengan ‘Uqubat Ta'zir cambuk 100 (seratus) kali dan dapat ditambah dengan denda

paling banyak 120 (seratus dua puluh) gram emas murni dan/atau penjara paling lama 12 (dua belas) bulan

3. Setiap Orang yang melakukan Liwath dengan anak, selain diancam dengan ‘Uqubat Ta’zir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat ditambah dengan cambuk paling banyak 100 (seratus) kali atau denda paling banyak 1.000 (seribu) gram emas murni atau penjara paling lama 100 (seratus) bulan.

### Media dan Peranananya

McQuail (1987:3) mengemukakan sejumlah peran yang dimainkan media massa selama ini, yaitu:

1. Industri pencipta lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi.
2. Sumber kekuatan-alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.
3. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.
4. Wahana pengembangan kebudayaan-tatacara, mode, gaya hidup, dan norma.
5. Sumber dominan bukan saja bagi pencipta citra individu, tetapi juga bagi kelompok, dan masyarakat.

Sebuah Film yang merupakan salah satu seri dari film James Bond yang berjudul “Tomorrow Never Dies” ini menceritakan tentang bahaya apabila media berhasil memonopoli “kebenaran”, selain itu media bisa membuat konspirasi besar di dalam pemberitaannya sehingga media mampu mempengaruhi dan mengendalikan publik. Apabila hal ini terjadi, dunia sepenuhnya akan ada di tangan media. Rizki (Hasyim, dkk, 2013:125) menjelaskan:

*“Digambarkan di awal film bagaimana Carver-Raja Media Dunia yang mampu menjatuhkan pemerintahan dengan sebuah berita-sedang dalam perayaan atas peluncuran satelit barunya dalam jaringan Grup Media Carver. Satelit ini tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan medianya saja, tapi juga menjadi salah satu alat perang yang digunakan untuk memanipulasi informasi termasuk informasi militer negara-negara dunia. Di akhir pidatonya saat peluncuran satelit yang akan mampu menjangkau seluruh umat manusia di muka bumi ini-kecuali Cina yang menolak menyiarkannya-dia berjanji untuk memberikan berita tanpa ketakutan dan tendensi, berjuang untuk kebaikan dunia, melawan ketidakadilan, ketidakpedulian, memerangi ketidakmanusiaan. Tapi apa dinyana, Carver bukan orang yang jujur dan menepati kata-katanya. Dia juga adalah seorang penjahat yang baru saja membuat aksi kekacauan di Laut Cina Selatan yang memantik konfrontasi pihak Inggris dan Cina. Carver memiliki koran, majalah, buku, film, TV, radio, online, dan dengan kekuasaannya dia mampu meletupkan sebuah isu sehingga menjadi ‘besar’ dengan sokongan medianya”*

Peranan media sangat besar bagi kehidupan dunia. Oleh sebab itu sudah selayaknya dan sepatutnya media harus menjadi sumber kepercayaan masyarakat mengenai informasi sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih baik lagi sehingga masyarakat dapat berkaca pada media. Media menjadi *watch dog* (anjing penjaga) bagi pemerintah dan masyarakat. Di Indonesia sendiri, begitu tinggi posisi media. Media dijadikan salah satu pilar demokrasi. Media merupakan pilar ke-empatnya. Dengan kata lain, demokrasi ada apabila ditegakkannya media atau pers. Syam (2016: 28) menyebutkan bahwa:

*“Disebabkan anjing penjaga mempunyai kekuatan untuk menggonggong apabila terdapat kesalahan, maka terkadang ada kecenderungan anjing penjaga di bawah*

*peliharaan para pemodal, atau kalau diinterpretasi ulang, anjing penjaga yang sudah dipelihara para majikan pemilik modal. Kalau hal ini dapat terjadi, maka sangat sulit untuk diharapkan dapat menjalankan fungsinya sebagai anjing pengawas yang selalu mengawasi terhadap para yang membuat kesalahan dalam masyarakat baik dalam aspek politik, ekonomi maupun sosial. Pers yang demikian, dalam berfungsi sebagai watch dog dalam kenyataan sudah diikat kakinya dan dijinakkan gonggongannya. Betapapun, anjing biasanya sangat paham dengan tuannya. Ia tak akan menggonggong apalagi menggigit tuannya, walaupun mungkin tuannya melakukan tindakan yang mencurigakan. Ia hanya menggonggong orang asing yang tidak begitu dikenalnya. Ini terjadi mengingat pers sudah terjadi tumpang tindih dalam kepemilikan. Pers sudah mulai dimiliki oleh penguasa yang juga sekaligus terjun sebagai politisi. Sebagian dari mereka sadar dengan kekuatan media yang dapat dimanfaatkan untuk meraih keuntungan politis. Dalam keadaan demikian, sangat sulit bisa diharapkan media massa dapat menjadi anjing penjaga yang galak terhadap kekuasaan.”*

### **Kronologi Kasus Pasangan Gay**

Dalam media berita online baranewsaceh.com, Iyan (2017) menjelaskan kronologis penggrebakan pasangan Gay di Aceh. Kasus ini bermula dari kecurigaan warga atas gerak gerik MT, pria asal Sumatera Utara dan MH, pria asal Jeunieb Kabupaten Bireun. Kecurigaan ini lebih kepada MT yang berperilaku seperti wanita (waria). Pada awalnya, warga tidak begitu curiga terhadap keduanya. Dikarenakan kerap bergonta-ganti pasangan dan selalu mengajak teman prianya bermalam, kecurigan masyarakat semakin menjadi sehingga diambil keputusan untuk melakukan penggerebakan ke rumah indekos di Dusun Silang Desa Rukoh, Darussalam, Kota Banda Aceh. Dari penggerebakan tersebut didapati kedua pria tersebut terlanjang dan beberapa barang bukti berhasil diamankan. Barang bukti tersebut antara lain:

1. My Baby ( Pelicin)
2. Celana dalam 2
3. Kondom Baru 3
- 4 Kondom yg sudah terpakai 1
- 5 Tisu 2 lbr
6. HP Xiaomi 1
- 7 Dompot 2

Selanjutnya kedua pelaku dan Barang bukti di serahkan ke Komandan Operasi Wilayahul Hisbah untuk diproses. Setelah MT dan MH mengaku bersalah dan dinilai terbukti melakukan perbuatan yang melanggar ketentuan Qanun Nomor 6 Tahun 2014 tentang Hukum Jinayat. Hakim memutuskan hukuman untuk pasangan Gay ini. Keduanya dijatuhi hukuman cambuk sebanyak 85 kali.

### **Pemberitaan Media Asing Terkait Hukum Cambuk Gay di Aceh**

#### **1. The Sun (Media Berita Inggris)**

Dalam pemberitaannya dengan judul *“caned for the crowd: two gay men whipped in front of large crowds taking selfies after being caught in bed together in indonesia,”* The Sun menyebutkan bahwa hukum cambuk merupakan *barbaric punishment*. The Sun memberikan penjelasan pada gambar yang diliputnya dengan kalimat *“Thousands filled the square to watch the barbaric punishment”* (Charlton, 2017).

## 2. Belfast Telegraph (Media Berita Inggris)

*Two men caned in Indonesia for gay sex* merupakan judul besar dari berita yang dipublikasikan oleh *Belfast Telegraph* ([belfasttelegraph.co.uk](http://belfasttelegraph.co.uk), 2017) yang membahas mengenai kejadian kasus pecambukan pasangan gay di Aceh. Di dalam pemberitaannya, media berita Inggris ini terkesan kontra terhadap keputusan Pemerintahan Provinsi Aceh yang mengadili kedua pasangan gay yang melanggar syari'at Islam dengan hukuman cambuk sebanyak 85 kali. *Belfast Telegraph* menyebutkan bahwa hukuman cambuk tersebut adalah sebuah bentuk penyiksaan abad pertengahan. Pernyataan tersebut berbunyi "The punishment was denounced by rights advocates as "medieval torture" and intensifies an anti-gay backlash in the world's most populous Muslim country."

## 3. Transkrip Video BBC (Media Berita Inggris)

Pada tanggal 23 Mei 2017, sebuah situs berita online [bbc.com](http://bbc.com) merilis video berjudul "*Pencambukan gay di Aceh berlangsung dalam sorakan*". Video berdurasi lebih dari 1 menit tersebut dibuat oleh Rebecca Henschke dan Oki Budhi, wartawan BBC Indonesia yang melihat secara langsung proses hukum cambuk pasangan gay di Banda Aceh. Berikut transkrip video (Henschke dan Budhi, 2017) yang beredar di media sosial:

*Mereka (pasangan gay) dipermalukan di depan publik dengan 82 kali cambukan karena didakwa melakukan hubungan sesama jenis. Mereka adalah gay pertama yang ditindak dengan hukum syariah di aceh. Lalu bagaimana kaum LGBT di Aceh menanggapinya?*

*Aktivis gay di Aceh : Tentu sangat takut karena itu bisa saja terjadi sama saya. Untungnya pasangan saya memang tidak di sini. Saya merasa tidak berdosa karena itu adalah urusan privasi saya. Dengan agama saya dan dengan Tuhan saya. Selama saya tidak menyakiti orang, tidak memaki-maki orang, tidak memfitnah orang, tidak mengambil hak orang, saya merasa itu semua tidak dosa.*

*Tapi Wali Kota Banda Aceh tegas mengusir LGBT.*

*Wali Kota Banda Aceh : Saya ingin menyelamatkan generasi ini. Kita bayangkan apabila dunia ini menjadi sesama jenis semua dan penyakit itu akan hadir, timbul dan sebagainya. Kita tidak membenci orangnya, yang tidak kita senangi adalah perbuatannya.*

Video tersebut sempat beredar di banyak media sosial sehingga menjadi pembicaraan khusus. Hal ini dikarenakan video ini memperlihatkan wawancara secara khusus kelompok LGBT di Aceh yang mengatakan keberatan dengan keputusan pemerintah Aceh untuk mencambuk pasangan gay yang ditangkap oleh Wilayatul Hisbah. Mereka menganggap hal tersebut merupakan upaya merenggut hak-hak mereka selaku manusia yang ingin diperlakukan sama seperti manusia lainnya.

Selain wawancara dengan kelompok LGBT Aceh, di akhir video singkat tersebut ada cuplikan sekilas wawancara Wali Kota Banda Aceh. Di dalam video tersebut Wali Kota menjelaskan kegelisahannya akan generasi muda berikutnya. Beliau menjelaskan bahwa beliau ingin menghindari generasi mudanya akan penyakit yang timbul karena hubungan sesama jenis.

Video BBC ini terkesan kontra terhadap keputusan pemerintah Aceh. Dilihat dari kata-kata yang digunakan seperti kata "mengusir" untuk menggambarkan bahwa Wali Kota Banda Aceh

membenci kaum Gay dan tidak ingin ada kaum Gay yang tinggal di wilayahnya. Padahal ditekankan oleh Wali Kota di semua wawancara yang dilakukannya bahwa beliau tidak membenci orangnya tapi perbuatannya.

### **Pro dan Kontra Media Asing terhadap Pemberitaan Hukum Cambuk Pasangan Gay di Aceh**

Dari hasil yang telah dipaparkan di atas dapat kita lihat bahwa yang menjadikan media asing pro dan kontra terhadap pemberitaan hukum cambuk pasangan gay di Aceh dikarenakan 2 isu sensitif yang berkaitan dengan kasus tersebut. Isu tersebut antara lain adalah:

#### **1. Hukum Cambuk dan HAM**

Alyasa' Abu Bakar (Yani, 2011: 181) penulis artikel "Syariat Islam jangan Bertentangan dengan HAM", Alyasa' menyatakan bahwa Ia setuju dengan hukuman cambuk, menurutnya "Semua hukuman adalah derita, yang menurut filosof Eropa, penderitaan paling berat adalah kehilangan kemerdekaan. Logikanya karena hak asasi paling dasar adalah kebebasan, maka hukuman cambuk yang diterapkan adalah yang lebih ringan dan yang agak jauh dari pelanggaran HAM."

Segala peraturan Syari'at Islam di Aceh telah disesuaikan dengan hukum Islam yang menjadi landasannya, hukum yang berlaku di Indonesia dan juga hukum Hak Asasi Manusia. Hal tersebut agar penerapan Syari'at Islam tidak bertentangan dengan Hukum-hukum lainnya yang ada di Indonesia (Yani, 2011:204). Yani (2011:204) juga menambahkan bahwa:

*"Bukan hanya di Aceh, penerapan hukum Jinayat dalam Islam didukung konsep HAM yang telah disahkan dalam Deklarasi Universal Hak-hak Asasi Manusia Menurut Islam (DIUHR) 1981 dan Deklarasi Kairo (CDHRI) 1990—yang menyatakan bahwa penerapan syariat Islam di dunia dapat disesuaikan dengan penafsiran fiqh berbagai mazhab yang ada dalam Islam menurut kondisi dan situasi umat Islam berada, (tak terkecuali di Aceh-Indonesia). Menurut Hukum Islam dan konsep HAM Islam, menghukum orang yang bersalah bukan bertujuan untuk menyiksa mereka secara tidak manusiawi dan merendahkan martabatnya. Namun merupakan balasan atas kesalahan yang ia lakukan, di samping merupakan salah satu cara taubat (permohonan ampunan/penyesalan dari dosanya), bila dilakukan dengan suka rela. Tujuan Hukum Islam adalah untuk mencegah kriminalitas—(kesalahan) yang sama—dilakukan oleh umat Islam yang lain."*

Prof. Syahrizal, staf pengajar IAIN Ar Raniry Banda Aceh (Bantasyam dan Siddiq, 2009: 140) menyatakan bahwa: "Terkait dengan urusan hak asasi manusia, penerapan hukum Islam di Aceh dipandang oleh sebagian kalangan di Aceh tidak melanggar HAM. Penerapan hukum Syari'at Islam bukan untuk menghukum orang, akan tetapi pada prinsipnya justru melindungi, menjaga keamanan dan ketertiban semua orang."

Seperti hasil wawancara Warsidi (2017), wartawan tempo.co dengan berbagai tokoh menjelaskan bahwa mereka sangat mendukung pelaksanaan hukum cambuk terhadap pasangan gay tersebut. Menurut mereka hukuman tersebut tidak melanggar HAM dan sudah sesuai dengan aturan-aturan di dalam qanun. Berikut kutipan wawancara mereka:

*"Kasus cambuk untuk gay adalah yang pertama kali di Aceh, sejak hukum cambuk diberlakukan pada 2003 silam. Hukum cambuk sendiri diatur dalam Qanun Hukum Jinayat, yang juga mengacu kepada Al Quran dan hadist. Masyarakat luar mungkin merasa asing, karena di luar tidak diatur tentang hukuman yang seperti ini. Kalau ada yang bilang melanggar HAM, saya mengajak semua pihak bisa saling*

menghargai proses [hukuman cambuk](#), karena yang dilakukan tersebut sesuai dengan aturan dalam hukum' Kata Yusnardi. Sementara itu, Tgk Abdul Gani Isa dari dari Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Kota Banda Aceh mengatakan bahwa 'hukuman cambuk berdasarkan azas pembelajaran yang terkandung dalam Qanun Aceh, persuasif dan mendidik semua orang. Tidak bertentangan dengan HAM. Hukuman juga dilaksanakan secara terbuka dan melalui proses pengadilan. Bahkan saat prosesi [hukuman cambuk](#) dilakukan, mereka didampingi jaksa dan tim medis, sesuai dengan aturan yang dibakukan dalam qanun. '''

Beda halnya bila kita membicarakan Konsep Hak Asasi Manusia (HAM) PBB yang memiliki perbedaan yang signifikan dengan aturan-aturan Jinayah. Walaupun mempunyai perbedaan yang besar, hadirnya HAM PBB memberikan peranan penting di dalam kehidupan manusia. Kesadaran akan hak-hak dasar seorang manusia meningkat. Manusia berhak bebas dari rasa takut, intimidasi dari pihak lain, penyiksaan dan segala bentuk hak yang merampas kemerdekaan seorang manusia (Yani, 2011:205)

## 2. Gay sebagai Kaum Minoritas

Gay merupakan kaum minoritas di Indonesia. Kaum ini termasuk dalam komunitas LGBT (*Lesbi, Gay, Biseks dan TransGender*). Akhir-akhir ini, isu LGBT merupakan isu yang tengah panas-panasnya. Berbagai pihak ada yang menolak dan ada juga pihak yang menjadi pembela. Banyak kalangan yang menolak berasal dari ormas Islam yang menuntuk agar tidak terulangnya dosa-dosa kaum nabi Luth di muka bumi ini. Sedangkan pembela kaum LBGT kebanyakan berasal dari aktivis-aktivis LBGT, HAM dan juga dari pemerintah negara-negara yang mendukung adanya komunitas ini. Nurdin (2016) menjelaskan bahwa:

*“Dalam kondisi minoritas, kaum gay memposisikan diri sebagai orang-orang yang dizalimi. Berharap perhatian dan dihargai. Kata mereka, keluarga dan masyarakat telah memperlakukan mereka tidak adil. Datanglah pembelaan dari aktivis HAM (Hak Asasi Manusia). Para aktivis kemanusiaan yang tidak mengenal fitrah manusia. Mereka membela siapa saja, kecuali umat Islam. Islam tetap konsisten, kebenaran tidak diukur oleh jumlah. Yang banyak bisa jadi benar, bisa pula berlaku zalim. Yang sedikit bisa saja berpegang teguh dengan kebenaran, dan belum tentu pula selalu benar. Kebenaran adalah apa yang sesuai dengan Alquran dan Sunnah Rasulullah.”*

Fitriana (2016) mengaitkan LGBT dan media. Ia menerangkan bahwa media massa sangat berperan dalam penyebaran isu-isu mengenai LGBT. Media mempunyai andil besar dalam pencitraan kaum minoritas ini. Media bahkan bisa mempengaruhi seseorang baik dari segi kognis, afeksi maupun konatifnya. Fitriana (2016) menjelaskan bahwa:

*“Media massa dapat membentuk pencitraan tertentu dari suatu peristiwa atau suatu kelompok dan dipahami sebagai kebenaran atau kesalahan yang umum dalam masyarakat. Simbol-simbol atau istilah yang terus menerus diulang menciptakan citra tersendiri tentang sesuatu di mata masyarakat. Pencitraan yang sudah begitu melekat dalam benak masyarakat ini kemudian berkembang menjadi stereotype atau biasa kita sebut sebagai judjing (lebeling). Pada mulanya media massa menggambarkan dan memberi stereotipe sehingga isu yang berkembang di masyarakat Indonesia dan dunia adalah mengenai kaum LGBT yang dianggap menyimpang dari norma, kenyataannya saat ini media massa tak lagi seperti itu, media massa justru mengekspos kaum-kaum tersebut dari sisi positif mereka. Kaum ini dipandang sebagai kaum yang "benar" bukan lagi menyimpang. Media tidak pernah memberitakan sisi negatife mereka*

*karena media tidak memiliki hak menjelekan atau mengeksploitasi kaum tertentu.*“

### 3. PENUTUP

Dari apa yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa, ada 2 isu yang menimbulkan pro dan kontra media dalam pemberitaan hukum cambuk pasangan gay di Aceh, yaitu: yang pertama adalah isu hukum cambuk dan ham, dan yang kedua adalah isu gay kaum minoritas.

Mengingat kasus pro dan kontra media dalam pemberitaan hukum cambuk pasangan gay di Aceh, Penulis ingin menegaskan bahwa peraturan tentang pelanggaran Syari'at Islam telah ada di Aceh. Pelaksanaan Syari'at Islam di Aceh berbeda dengan negara-negara lainnya. Hal ini dikarenakan peraturan yang dibuat disesuaikan dengan kondisi wilayah dan masyarakat setempat. Pro dan Kontra dalam pemberitaan media bisa saja terjadi. Namun dalam pemberitaan haruslah berimbang sehingga tidak terkesan berita yang dibuat hanya untuk kepentingan sebagian kalangan semata.

Setelah melakukan penelitian mengenai pemberitaan media asing mengenai kasus hukum cambuk pasangan gay, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Penulis mengharapkan pemerintah akan lebih terbuka lagi terhadap media khususnya media asing dan apabila terjadi perbedaan pendapat di dalam pemberitaan media, sudah sepatutnya Pemerintah mengklarifikasikan pemberitaan tersebut.
2. Penulis mengharapkan apabila memang ingin Syari'at ini dijalankan secara kaffah, maka ada baiknya pemerintah meneliti bagaimana Perjanjian Madinah yang telah disepakati Internasional itu dibuat sehingga Pemerintah Provinsi Aceh bisa mencontoh langkah-langkah yang dilakukan Pemerintah Madinah.
3. Penulis mengharapkan kepada kaum LGBT untuk menghormati hukum yang telah ada di Aceh. Karena penetapan Syari'at Islam merupakan impian masyarakat Aceh dari dulu. Oleh sebab itu dimana bumi dipijak, disitulah langit dijunjung.
4. Penulis juga menyarankan kepada masyarakat untuk tidak menghukum kaum LGBT secara massal, karena hukum dan *punishment* telah ada. Jadi selaku masyarakat bila menemui kesalahan da nada pelanggaran hukum untuk menghubungi pihak yang berwenang. Jangan main hakim sendiri.

### 4. DAFTAR RUJUKAN

- Abubakar, Al Yasa'. (2002). Pelaksanaan Syari'at Islam: Sejarah dan Prospek. Dalam Safwan Idris, dkk. *Syari'at Islam di Wilayah Syari'at: Pernak-pernik Islam di Nanggroe Aceh Darussalam*. Banda Aceh: Dinas Syari'at Islam NAD.
- Amal, Taufik Adnan dan Panggabean, Samsu Rizal. (2004). *Politik Syari'at Islam: Dari Indonesia hingga Nigeria*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Bantasyam, Saifuddin dan Siddiq, Muhammad (ed). (2009). *Aceh Madani dalam Wacana: Format Ideal Implementasi Syari'at Islam di Aceh*. Banda Aceh: Aceh Justice Resource Center (AJRC).
- Djalil, Basiq. (2010). *Peradilan Agama di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djubaedah, Neng. (2010). *Perzinaan: Dalam Peraturan Perundang-undangan di Indonesia*

*Ditinjau dari Hukum Islam.* Jakarta: Kencana

Hasyim, Ansari, dkk. (2013). *Wajah Syari'at Islam di Media.* Banda Aceh: Aliansi Jurnalis Independen.

Jakobi, A.K. (2004). *Aceh dalam Perang Mempertahankan Proklamasi Kemerdekaan 1945-1949 dan Peranan Teuku Hamid Azwar Sebagai Pejuang.* Jakarta: Grametika Pustaka Utama.

McQuail, McQuail. (1987). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa).* Jakarta: Erlangga.

Syam, Hamdani M. (2016). *Jurnalisme Damai: Memahami Pemberitaan di Daerah Konflik.* Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI)

Yani, Muhammad. (2011). *Pelaksanaan Hukum Jinayat di Aceh dalam Perspektif Hukum dan HAM: Studi Qanun Nomor 12, 13, dan 14 Tahun 2003.* Banten: Isdar Press.

### **Penelitian dan Perundang-undangan**

Qanun Aceh No. 6 tahun 2014 tentang Hukum Jinayah.

### **Website dan Berita**

Belfast Telegraph Digital: *Two Men Caned in Indonesia for Gay Sex.* Diakses Tanggal 05 Juni 2017, dari <http://www.belfasttelegraph.co.uk/news/world-news/two-men-caned-in-indonesia-for-gay-sex-35744936.html> edisi 23/05/2017

Charlton, Corey. (2017). *CANED FOR THE CROWD: Two gay men WHIPPED in front of large crowds taking selfies after being caught in bed together in Indonesia.* Diakses Tanggal 20 Juni 2017, dari <https://www.thesun.co.uk/news/3631226/indonesia-gay-men-whipped-crowds-caught-in-bed-together/>

Fitriana, Lia. (2016). *Ketika Kaum Minoritas Menjadi Sorotan Media Massa.* Diakses Tanggal 03 Juli 2017, dari [http://www.kompasiana.com/liafitriana/ketika-kaum-minoritas-menjadi-sorotan-media-massa\\_54f94f6da3331178178b4974](http://www.kompasiana.com/liafitriana/ketika-kaum-minoritas-menjadi-sorotan-media-massa_54f94f6da3331178178b4974)

Hadi, Nurfitri. (2016). *Pelajaran dari Kisah Nabi Luth Ketika Kaum Gay Mayoritas.* Diakses Tanggal 21 Juni 2017, dari <http://kisahmuslim.com/5428-pelajaran-dari-kisah-nabi-luth-ketika-kaum-gay-mayoritas.html>

Henschke, Rebecca dan Budho, Oki. (2017). *Pencambukan gay di Aceh berlangsung dalam sorakan.* Diakses Tanggal 03 Juni 2017, dari [www.bbc.com/indonesia/indonesia-40009560](http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-40009560)

Iyan. (2017). *Berhubungan Intim Sesama Jenis, Dua Pria Diamankan Warga Darussalam Banda Aceh.* Diakses Tanggal 22 Juni 2017, dari <http://baranewsaceh.co/2017/03/29/berhubungan-intim-sesama-jenis-dua-pria-diamankan-warga-darussalam-banda-aceh/>

Nurdin, Ihan (ed). (2016). *Pelajaran dari Kisan Nabi Luth Ketika Kaum Gay Mayoritas*. Diakses Tanggal 30 Juni 2017, dari <http://portalsatu.com/read/oase/pelajaran-dari-kisah-nabi-luth-ketika-kaum-gay-mayoritas-8700>

Warsidi, Adi. (2017). *Kepala Polisi Syariah Banda Aceh: Hukuman Cambuk Tak Langgar HAM*. Diakses Tanggal 5 Juni 2017, dari <https://nasional.tempo.co/read/news/2017/05/23/063878011/kepala-polisi-syariah-banda-aceh-hukuman-cambuk-tak-langgar-ham>

# STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK (KAMPANYE) YANG DILAKUKAN OLEH PASANGAN CALON DRS. H. T. IRFAN TB DAN TGK. YUSRI JELANG PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH TAHUN 2017 DI KABUPATEN ACEH JAYA

**Aminah**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Teuku Umar

aminahaneukpanga@gmail.com

## **Abstract**

*This research aims to explain about political Communication Strategy (the campaign) what is done by the success team and the couple Drs. H. T. Irfan TB and Tgk. Yusri so elected as about and proceeding from the in the district of Aceh Jaya 2017-2022 period. Data required in this study was obtained through literature and field research. The research literature is done by reading textbooks, legislation, and other reading materials related to this research. While the field research conducted by interviewing informants. The results of the study showed that there are various strategies that done by the candidate pair Drs. H. T. Irfan TB and Tgk. Yusri. Now the political communication strategies that applied namely (1) makes the program hands out scholarships the son of Aceh Jaya smartphone continued as the vision and mission for the period 2017-2022. (2) Running through the Aceh Party (3) Making the former GAM a successful team. (4) Establishment of successful sub-district and village level teams. (5) Good cooperation between party bearers and supporting parties. (6) Quality of products offered at the time of the campaign. (7) Vehicles used in the conduct of the political marketing through advertising and campaigns.*

**Keywords:** *Strategy, Political Communication and the Election*

## **A. Latar Belakang**

Komunikasi politik (*political communication*) merupakan komunikasi yang melibatkan aktor-aktor politik serta menyampaikan pesan-pesan politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Di Indonesia pada saat ini momen-momen politik begitu banyak terjadi yang melibatkan seluruh masyarakat untuk ikut berpartisipasi di dalamnya seperti pada pemilihan umum secara langsung anggota legislatif (Pileg), pemilihan langsung Presiden (Pilpres) dan pemilihan langsung kepala daerah (Pemilukada). (Aminah, 2016:175).

Pemilukada merupakan ajang pemilihan yang sering kali dijadikan sebagai pesta demokrasi rakyat yang juga selalu dinantikan oleh masyarakat di setiap daerah. Melalui adanya partisipasi masyarakat, diharapkan pemilukada ini dapat berjalan secara Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, jujur dan adil. Menjelang pemilukada di Kabupaten Aceh Jaya setiap pasangan calon yang sudah mendeklarasikan diri sebagai pasangan calon kepala daerah Kabupaten Aceh Jaya mulai menyusun rencana untuk melakukan kampanye agar dapat menjadi perhatian setiap masyarakat serta mendapatkan dukungan dari masyarakat Aceh Jaya dalam memimpin Aceh Jaya lima tahun ke depan.

Secara umum istilah kampanye adalah menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk seseorang agar mau dan mengikuti apa yang dikampanyekan. Leslie B.Snyder menyebutkan bahwa Kampanye merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada khalayak tertentu pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk

mencapai tujuan tertentu. Dalam hal pemilukada di Kabupaten Aceh Jaya setiap pasangan calon memiliki strategi-strategi yang dilakukan oleh masing-masing pasangan calon baik oleh Tim pemenangan maupun simpatisannya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan dukungan yang sebanyak-banyaknya dari masyarakat di wilayah Kabupaten Aceh Jaya. Pada Pemilukada yang serentak dilakukan di Kabupaten Aceh Jaya mendapatkan dua pasangan Calon Bupati (Cabup) dan Calon Wakil Bupati (Cawabup) yang memenuhi persyaratan untuk maju sebagai pasangan Calon. Adapun yang menjadi kandidat Cabup dan Cawabup kabupaten Aceh jaya (Aminah, 2017:113) adalah sebagai berikut:

1. Pasangan Drs. H. T. Irfan TB dan Tgk. Yusri.S (Yang diusung oleh Partai Aceh dan Partai Demokrat dan partai pendukung yaitu Gerindra, PKS, PDIP, PAN, Nasdem, PPP, Hanura, PKB dan Partai Bulan Bintang).
2. Ir. Junaidi (Yah Gam) dan Bustami Syarbini, S.T (Yang diusung oleh Partai Golkar, PNA, PDA, PKPI dan partai pendukung yaitu Partai Idaman).

Dari kedua pasangan Cabup dan Cawabup Kabupaten Aceh Jaya ini menarik untuk dikaji yaitu pasangan Drs. H. T. Irfan TB dan Tgk. Yusri. Hal ini disebabkan karena pasangan ini memiliki kemenangan yang mutlak pada saat pemilihan umum kepala daerah yang bertepatan pada tanggal 15 April 2017 yang lalu. Kajian ini lebih memfokuskan kepada Strategi kampanye apa yang di lakukan oleh Pasangan Drs. H. T. Irfan TB dan Tgk. Yusri sehingga terpilih sebagai Cabup dan Cawabup di Kabupaten Aceh Jaya periode 2017-2022?

## **B. Kerangka Teori**

Dalam kajian ini, penulis menggunakan teori-teori yang relevan dari berbagai literatur khususnya tentang Komunikasi, kampanye dan Kampanye dalam sistem komunikasi.

### **Komunikasi**

Istilah “komunikasi” (Bahasa Inggris “*communication*”) berasal dari bahasa Latin “*communicates*” atau “*communication*” atau “*cumunicare*” yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan (Riswandi, 2009: 1). Joseph A.Devito (1978) dalam bukunya “*Communicologi: An Introduction to The Study of Communication*” menjelaskan bahwa komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih dari kegiatan menyampaikan dan menerima pesan komunikasi yang terganggu keributan, dalam suatu konteks, bersama dengan beberapa efek yang timbul dari kesempatan arus balik (Lubis, 2005:10). Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lainnya. Sedangkan menurut Weaver Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya (Riswandi, 2009: 2).

Shannon dan Weaver (1949) bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Komunikasi tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Oleh karenanya, jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi (Cangara, 2007: 19-20).

## Kampanye

Pfau dan Parot (Venus, 2004:8) memberikan pengertian terkait Kampanye sebagai berikut: *“campaign is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified periode of time for the purpose of influencing a specified Audience”* (kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu dengan tujuan mempengaruhi masyarakat sebagai sasaran yang telah ditetapkan). Sementara menurut Kotler dan Roberto (1989) dalam Cangara (2009:284) kampanye adalah sebagai berikut: *“a campaign is an organized effort conducted by one group (the change agent) which intends to persuade others (the target adopters), to accept, modify, or abandon certain ideas, attitudes, practices and behavior”*. (Kampanye ialah sebuah upaya yang dikelola oleh satu kelompok, (agen perubahan) yang ditujukan untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu).

Berdasarkan definisi tersebut maka setiap aktifitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni: (1) Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, (2) Jumlah masyarakat sebagai sasaran yang besar, (3) Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan (4) Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi. Selain keempat hal tersebut, kampanye juga memiliki karakteristik lain, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye, sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan setiap saat.

## Kampanye Dalam Sistem Komunikasi

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya komponen atau unsur yang mendukung terjadinya komunikasi. Aristoteles, ahli filsafat Yunani Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebut bahwa suatu proses komunikasi cukup didukung oleh tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan (Cangara 2006:21). Awal tahun 1960-an David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “SMCR”, yakni: *Source, Message, Channel* dan *Receiver*. Kemudian Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur efek dan *feedback*. Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah penting dalam proses komunikasi.

Konsep komunikasi klasik menyebutkan bahwa terdapat 5 komponen dalam berkomunikasi yaitu sebagai berikut:

1. **Pengirim Pesan.** Pengirim pesan adalah individu yang mengirim pesan. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, atau lembaga.
2. **Pesan.** Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis maupun lisan. Pesan nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.
3. **Saluran atau Media.** Saluran atau media adalah jalan/alur yang dilalui pesan dari si pengirim kepada si penerima. Saluran yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan gelombang suara yang dapat kita lihat dan dengar. Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. **Penerima Pesan.** Penerima pesan adalah pihak yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Penerima bisa terdiri dari satu orang

atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

5. **Lingkungan.** Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Kampanye memiliki berbagai macam tujuan, tetapi subyeknya ada dua yakni isu dan lembaga/organisasi. Pada isu ada tiga bentuk yakni 1) pengenalan isu, 2) persaingan memperebutkan isu dan 3) pengingatan kembali terhadap suatu isu. Pengenalan terhadap isu digunakan untuk memperkenalkan dan memberitahukan kepada semua pihak secara informatif. Informasi ini diberikan untuk menarik perhatian, meyakinkan kepada masyarakat tentang pentingnya isu tersebut untuk di perhatikan, supaya tidak terjadi bencana di kemudian hari. Untuk itu, kampanye berbentuk pengingatan kembali terhadap suatu isu. Bagi isu yang masih relevan, maka kampanye dilakukan untuk memperkuat atau memantapkan lagi keberadaannya. Dalam melakukan kampanye, dengan sendirinya posisi lembaga atau organisasi yang mendukung menjadi ikut dikenal oleh masyarakat. Mereka menjadi mengetahui posisi lembaga tersebut dalam persoalan/ isu yang sedang dikampanyekan, apa saja yang telah dikerjakan dan sedang dilakukan oleh lembaga tersebut dan kemudian secara tidak langsung menilai kinerja lembaga tersebut. Jika dapat dimanfaatkan dengan baik, maka posisi isu dan lembaga akan semakin kuat. Hanya seringkali yang terjadi, isunya lenyap, lembaganya ikut lenyap. Dapat juga isunya lenyap, tetapi nama lembaganya yang lebih terkenal. Melihat banyaknya kasus tersebut, mengindikasikan pentingnya keberlanjutan pengelolaan manajemen lembaga sejalan dengan pengelolaan kampanye.

### C. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu studi kepustakaan dan ke lapangan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mencari berbagai referensi yang mendukung terhadap kasus yang diangkat. Sedangkan ke lapangan dengan observasi serta melihat, memantinformasi terkait strategi komunikasi politik (Kampanye) yang dilakukan oleh pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri Jelang Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2017 Di Kabupaten Aceh Jaya.

### D. Pembahasan dan Analisis

Menjelang pilukada, partai politik dan masing-masing pasangan calon mempersiapkan diri untuk merebut simpati publik dengan berbagai macam strategi. Sebuah strategi biasanya mengacu pada rencana yang menyeluruh dan mencakup serangkaian tindakan yang langsung diarahkan pada pencapaian tujuan. Dalam upaya pencapaian tujuan tersebut, sebuah tindakan perlu mencapai konsep dan strategi tertentu. Tanpa disertai dengan konsep dan strategi yang tepat, para elit politik atau pasangan calon tidak akan mampu meraih simpati pemilih agar memilih kandidat yang diusungnya.

Berbagai macam cara atau strategi yang dilakukan oleh pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri untuk mencari simpatisan serta dukungan dari berbagai kalangan masyarakat kabupaten Aceh Jaya yang akan menjadi para pemilih baik sebagai pemilih pemula maupun masyarakat yang sudah pernah melakukan pemilihan sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan cara menawarkan beberapa Visi dan misi serta pencitraan yang lainnya yang dibangun untuk mendapatkan kepercayaan yang penuh seluruh lapisan masyarakat kabupaten Aceh Jaya. Berikut merupakan langkah-langkah atau strategi-strategi komunikasi politik yang ditempuh oleh pasangan kandidat pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri, diantaranya yaitu:

## 1. Menjadikan Program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas Lanjutan Sebagai Visi dan Misi Untuk Periode 2017-2022

Pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri merupakan kandidat yang memiliki visi yang sama yang pernah dijalankan oleh pasangan *incumbent* sebelumnya yaitu Ir. Azhar Abdurrahman (periode 2006-2012 dan periode 2012-2017) yang memiliki basis *grass root* yang kuat dengan menjalankan program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas. Program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas diputuskan pada Juli 2008 dan dijalankan pada akhir 2010. Program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas adalah salah satu bentuk aplikasi kinerja pemerintah Aceh Jaya untuk mencerdaskan putra putri Aceh jaya dengan memberikan beasiswa kepada setiap pelajar mulai dari tingkat Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Tingkat Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Diploma/Sarjana (D1-D4/S1) Magister (S2) hingga pendidikan Doktor (S3).

Jumlah beasiswa yang diberikan berdasarkan tingkat pendidikan yang ditempuhnya. Berikut rinciannya:

1.	PAUD	: Rp. 350. 000/ Orang
2.	SD	: Rp. 500. 000/ Orang
3.	SMP	: Rp. 700. 000/ Orang
4.	SMA	: Rp. 1.000. 000/ Orang
5.	D1-S1	: Rp. 1.500. 000/ Orang
6.	S2-S3 dalam negeri	: Rp. 3.000. 000/ Orang
7.	S1 Luar Negeri	: Rp. 3.000. 000/ Orang
8.	S2-S3 Luar Negeri	: Rp. 5.000. 000/ Orang

Pemerintah kabupaten Aceh Jaya mengalokasikan dana sebanyak 10,500 Milyar setiap tahunnya untuk program beasiswa tersebut. Beasiswa ini bersumber dari dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Kabupaten (APBK) Aceh Jaya. Hal ini dilakukan oleh pemerintah kabupaten Aceh Jaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) Aceh Jaya melalui program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas. Hal ini diisukan sebagai kinerja politik Azhar Abdurrahman dan kadernya yang akan melanjutkan program tersebut adalah pasangan calon no urut I pada pemilukada Aceh Jaya yaitu pasangan Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri. Program pro rakyat tersebut dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat Aceh Jaya dan menjadi strategi politik untuk memperoleh kepercayaan (*trust*) dari masyarakat kabupaten Aceh Jaya. Program ini merupakan salah satu program yang ditawarkan Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri selain dari memperbaiki infrastruktur pemerintahan dengan pembangunan Aceh Jaya pasca konflik dan Tsunami Aceh yang telah memporak-porandakan Aceh Jaya.

Program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas tersebut disambut baik oleh seluruh masyarakat kabupaten Aceh Jaya. Ini merupakan salah satu senjata yang paling ampuh untuk menarik simpatisan serta dukungan dari masyarakat kabupaten Aceh Jaya. Program ini mendapat dukungan dari berbagai pihak baik ditingkat masyarakat desa, kecamatan, kabupaten, ditingkat di provinsi Aceh bahkan ditingkat nasional memberikan apresiasi kepada Bupati Aceh Jaya atas keberhasilannya dalam menjalankan programnya tersebut.

Pasangan calon urut 1 Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri sepakat untuk kembali menjadikan program Beasiswa anak Aceh Jaya Cerdas sebagai salah satu Visi dan Misinya kedepan dalam membangun Aceh Jaya kedepan. Karena menurutnya Aceh Jaya masih sangat sedikit akan SDM yang diharapkan untuk dapat memajukan Aceh Jaya kedepan. Dengan memberikan beasiswa ini, diharapkan siswa dan para pelajar dapat termotivasi untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Sehingga Aceh Jaya selain memiliki berbagai Sumber Daya Alam

(SDA) juga memiliki SDM yang dapat mengelola SDA yang ada di Aceh Jaya.

## **2. Mencalonkan Diri Melalui Partai Aceh**

Selain dengan menawarkan program-program unggulan seperti Beasiwa anak Aceh Jaya Cerdas, Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri juga merupakan kandidat yang diusung oleh Partai Aceh (PA) yang merupakan partai lokal pertama yang mendapatkan 36,4% kursi dari tahun 2006. Pasangan Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri ini dinilai memiliki hubungan baik dengan para Eks kombatan GAM sehingga mempengaruhi strategi politik yang dijalankan. Secara implisit bahwa pasar politik di Aceh Jaya pasca konflik dikuasai oleh pihak Eks GAM, sehingga membangun atau mendapat dukungan dari Eks GAM menjadi nilai tambah dalam melakukan pemasaran politik. Hal ini didukung oleh setting masyarakat post-konflik.

Masyarakat Aceh Jaya masih rentan dengan isu-isu konflik, nilai psikologis menjadi salah satu gambaran umum yang tidak dapat diajak untuk lebih terbuka dalam menentukan arah pemerintahan yang lebih rasional. Masyarakat Aceh Jaya masih dalam masa transisi untuk mencari jatidiri untuk bernegara. Disini, peran aktor politik menjadi pegangan bahkan referensi dalam menyuarakan aspirasi politik. Masyarakat Aceh Jaya mempercayai bahwa PA dapat menjaga perdamaian Aceh yang telah diperundingkan di Helsinki pada tahun 2005 silam. Hal ini tentu saja sangat menarik dukungan masyarakat yang sebahagian besar masyarakat Aceh jaya kehilangan harta benda serta keluarganya pasca konflik yang berkepanjangan di Aceh. Dengan melahirkan isu tersebut sebahagian masyarakat Aceh Jaya tentu tidak mau berpaling dari partai lokal yang satu ini. Mereka merasakan bahwa partai Aceh lah yang dapat menjaga perdamaian Aceh untuk kedepannya. Dan partai ini tentu harus mendapatkan dukungan dari masyarakat agar dapat bertahan di parlemen sehingga setiap pemilu dilakukan partai lokal yang ada di Aceh khususnya PA tidak akan hilang. Karena ini merupakan salah satu bentuk hasil dari perundingan antara RI dan GAM.

## **3. Menjadikan Eks GAM Sebagai Tim Sukses**

Keberadaan Eks GAM dalam proses penyelenggaraan pemilihan kepala daerah ini sangat mempengaruhi pasangan Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri dalam menentukan pemasaran politik. Tingkat pemasaran politik ini ditentukan bagaimana membangun komunikasi dengan Eks GAM yang ditemui dipasaran. Sehingga peran Eks GAM menjembatani kontestan untuk sampai pada masyarakat sebagai pemilih pada saat pilkada dilaksanakan. Selain itu, Sistem komunikasi politik merupakan proses mobilisasi yang dilakukan calon kandidat dalam membahasakan produk politik yang dipasarkan kepada masyarakat.

Hal penting yang perlu diperhatikan pada tahapan ini yaitu kesesuaian bahasa yang digunakan dengan tingkat pemahaman masyarakat pemilih. Untuk mengenali masyarakat pemilih, kontestan bisa melakukan pemetaan terhadap kelompok-kelompok masyarakat pemilih, agar memudahkan calon kandidat mengenali pintu masuk ke lingkungan masyarakat pemilih. Komunikasi politik yang dilakukan pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri, tidak keluar dari *background* yang diusung dan tuntutan dari platform partai pengusung pasangan calon ini. Sehingga kehadiran Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri merupakan harapan masyarakat Aceh Jaya untuk terus melakukan perubahan-perubahan Aceh Jaya ke arah yang lebih baik dan sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh pasangan calon ini.

Nilai kuasa Eks GAM memiliki kekhususan dalam sistem mobilisasi massa, tindak kekerasan menjadi senjata kekuasaan untuk mendapatkan hak pilih. Karena pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri memiliki hubungan baik dengan Eks GAM, sehingga Kemenangan yang diperoleh merupakan bentuk partisipan Eks GAM dan bentuk aspirasi masyarakat untuk menghindari lahir kembali konflik di Aceh khususnya Aceh Jaya. Masyarakat

Aceh Jaya mempercayai bahwa pasangan ini mampu untuk menata Aceh Jaya sesuai dengan apa yang dikampanyekan oleh kandidat pada saat kampanye untuk membawa Aceh Jaya bermartabat, Sejahtera dan benar-benar memperjuangkan aspirasi rakyat.

#### **4. Pembentukan Tim Sukses Tingkat Kecamatan dan Desa**

Pembentukan tim sukses dimulai dari pembentukan ketua sampai dengan kordinator lapangan tingkat desa dan kecamatan. Tugas dari tim sukses ini adalah untuk mensukseskan kandidat dalam memenangkan pemilukada. Keberadaan tim sukses sangat membantu dan menyukseskan pemilihan umum kepala daerah di kabupaten Aceh Jaya, karena tim sukses bekerja sama untuk membuat strategi dalam rangka menarik minat pemilih terhadap kandidat calon yang diusungnya untuk memenangkan pemilukada. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh salah satu Tim Sukses pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri, yaitu sebagai berikut:

“Pembentukan tim sukses dilakukan di tingkat kecamatan (pembentukan tim Sembilan). Penamaan tim Sembilan tersebut karena di kabupaten Aceh Jaya terdiri dari Sembilan kecamatan dan juga di tiap-tiap desa. Jika dalam satu desa penduduknya banyak, maka tim yang dibentuk lebih dari sepuluh orang bahkan sampai lima belas orang. Setiap tim yang sudah dibentuk menjalankan tugasnya masing-masing. Adapun tugas dari tim tersebut yaitu mendatangi rumah-rumah warga untuk mendata keluarga yang akan memilih. Jika keluarga tersebut belum ada pilihan untuk dipilihnya maka tim ini akan menyarankan keluarga tersebut untuk memilih pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri” (Ay, tim sukses pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri, wawancara, 26 Juli 2017).

Kesuksesan dalam pemilukada juga tidak lepas dari berbagi peran-peran yang dilakukan oleh tim sukses untuk mendapat dukungan dari kalangan masyarakat. Peran tim sukses adalah membentuk tim dan melakukan berbagai kegiatan dalam rangka menyukseskan pemilihan pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri dalam pemilukada. Tim sukses mengatur berbagai kegiatan-kegiatan dan tindakan-tindakan yang akan dilaksanakan. Tim juga wajib melaporkan kepada kandidat atas semua persoalan-persoalan yang dilaksanakan dalam kegiatan pemilukada. Tim sukses termasuk sebagai pelaksanaan pekerja dalam pemilukada dan juga penyampaian informasi kepada masyarakat atas keberhasilan Partai Aceh di kabupaten Aceh Jaya Sepuluh tahun silam pada saat Ir. Azhar Abdurrahman menjabat sebagai orang nomor satu di Aceh Jaya.

Dalam setiap tindakan untuk merealisasikan rencana menjadi hasil yang diharapkan, kandidat harus mengangkat orang-orang yang kreatif, proaktif, strategis, disiplin dan optimis di dalam sebuah tim sukses. Kecerdasan yang dimiliki pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri untuk membangun tim sukses yang efektif akan sangat membantunya dalam kesuksesan menjelang pemilukada. Pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri menetapkan tujuan utama tim sukses yaitu meraih dukungan dari berbagai kalangan. Pembentukan tim sukses yaitu orang-orang yang jujur, tidak menfitnah dan tidak menjelek-jelekkan tim sukses dari kandidat lain. Tim sukses ini berperan juga untuk mencari dukungan suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat.

#### **5. Kerja sama yang Baik Antar Partai Pengusung dan Partai Pendukung**

Strategi komunikasi politik pada dasarnya merupakan langkah-langkah dalam melakukan komunikasi politik yang berkaitan dengan pembuatan, penyebarluasan, penerimaan, dan dampak-dampak informasi dalam politik, baik melalui interaksi antar manusia maupun media massa. Mulai dari yang sederhana dan bermodal ala kadarnya, seperti penggalangan suara dengan menyebarkan brosur-brosur, kartu pasangan calon dan ada juga dalam bentuk sumbangan sosial. Apapun dan bagaimanapun cara yang ditempuh, esensi yang hendak dicapai adalah terjalinnya

komunikasi yang efektif dan efisien antara pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri dengan para pemilih. Kemampuan pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri dalam membaca dan memetakan karakteristik masing-masing masyarakat juga dibutuhkan.

Pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri tidak hanya mengedepankan komunikatif tetapi lebih dari itu, yakni mampu menonjolkan keunggulan dan menutupi kelemahannya. Strateginya disusun sedemikian rupa dengan mempertimbangkan berbagai variabel yang ada. Sehingga benar-benar sesuai dengan kondisi lingkungan dan mampu menyentuh hati masyarakat di Kabupaten Aceh Jaya. Pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri mengajak Tim yang telah dibentuk dari tiap-tiap desa untuk berdialog dengan masyarakat. Dalam dialognya tim sukses menjelaskan kepada masyarakat, jika terpilih pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri sebagai bupati maka apa saja langkah-langkah pembangunan yang dibutuhkan oleh masyarakat dan kemudian tim ini dapat menyampaikannya kepada pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri.

Dalam penerapan strategi-strategi tersebut kandidat tidak menggunakan media-media seperti televisi, radio dan koran. Pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri memang orang yang sudah dikenal oleh masyarakat. Jabatannya yang pernah menjabat sebagai Sekda kabupaten Aceh Jaya di periode sebelumnya juga membuatnya tidak asing lagi di mata masyarakat kabupaten Aceh Jaya. Hal yang sama juga pada calon wakilnya yaitu Tgk. Yusri yang pernah menjabat sebagai ketua Baitul Mal Aceh Jaya.

Pada pemilukada 15 April 2017, Pasangan Drs. H. T. Irfan TB dan Tgk. Yusri.S diusung oleh Partai Aceh dan Partai Demokrat dan dari partai pendukung yaitu Gerindra, PKS, PDIP, PAN, Nasdem, PPP, Hanura, PKB dan Partai Bulan Bintang. Adanya koalisi antar partai politik yang dibangun berdasarkan platform ideologi. Partai koalisi juga berperan dalam menyukseskan pemilukada. Peran dari partai-partai koalisi tersebut juga sangat membantu kesuksesan dalam memenangkan pemilukada oleh Pasangan Drs. H. T. Irfan TB dan Tgk. Yusri.S. hal ini seperti yang dijelaskan oleh YS, berikut adalah pernyataannya:

*“Pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri tidak bekerja sendiri untuk mencapai kemenangannya di pesta demokrasi kemarin. Pasangan ini melakukan berbagai hal untuk mencapai kemenangan seperti melakukan kerjasama dengan partai-partai yang mendukung atau sering disebut sebagai partai koalisi. Mereka ini bekerjasama untuk memenangkan pasangan Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri. Ada sekitar 11 partai yang mengusung dan mendukung pasangan kandidat ini” (YS, tim sukses pasangan kandidat Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri, wawancara, 27 Juli 2017).*

Partai-partai yang mengusung dan mendukung pasangan calon yang akan maju sebagai pemimpin memiliki perannya tersendiri untuk memenangkan pasangan calon yang diusung dan didukungkannya. Peran partai yaitu bekerja sama dengan tim sukses. Partai sebagai alat pendukung dan menjembatani kandidat dalam pelaksanaan pemilukada sama halnya seperti tim sukses. Bedanya, tim sebagai rangkuman yang tidak terpisahkan dari partai manapun, sedangkan partai khusus.

## **6. Kualitas Produk Yang Ditawarkan Pada Saat Kampanye**

Kualitas produk yang dibentuk dan ditawarkan merupakan salah satu nilai ukur terhadap keunggulan strategi dalam melakukan komunikasi politik (kampanye) yang dilakukan oleh pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri. Keunggulan produk politik dalam tatanan kontestasi perpolitikan kabupaten Aceh Jaya didominasi oleh kesesuaian produk politik dengan ideologi partai. Produk politik yang dibentuk tidak hanya berdasarkan penajakan pasar yang dilakukan pra desain produk, lebih kepada konsistensi ideologi pengusung dengan isu yang

ditawarkan.

Menjaga perdamaian Aceh merupakan wujud kesejahteraan masyarakat Aceh Jaya, terkait kesepakatan MoU Helsinki pasca tsunami Aceh. Masyarakat Aceh Jaya jera sebagai orang yang pernah terlibat konflik yang panjang di Aceh Jaya. Hak pilih yang diberikan pada pemilihan Bupati/wakil Bupati untuk periode 2017-2022 merupakan antisipasi untuk tidak lahir konflik Aceh kembali. Dengan berbagai “gelombang besar” yang ditemui masyarakat pra pemilihan, dilain sisi disebutkan “intimidasi” merupakan sebuah phobia terhadap kelompok-kelompok tertentu. Nilai demokrasi yang terdapat di Aceh Jaya memiliki warna tersendiri, pemahaman demokrasi melebur sesuai situasi wilayah tersebut.

Demokrasi sesungguhnya tidak berjalan di Aceh Jaya. Pembajakan demokrasi kembali dipertonton oleh para Eks GAM, kekuasaan yang dimiliki menjadi senjata untuk memobilisasi massa dalam bentuk kekerasan. Masyarakat dihipnotis untuk mengakui bahwa proses pemilihan tersebut berjalan dibawah system demokrasi, *keep silent* terhadap *black campaign* yang dilakukan oleh kelompok dominan, dilihat sebagai bentuk safety. Kekuatan partai lokal dapat menghapus ruang partisipasi politik melalui jalur perseorangan. Kemenangan, dengan program mengembalikan pemerintahan kabupaten Aceh Jaya sesuai dengan kandungan MoU dan penerapan UUPA secara keseluruhan merupakan kunci terhadap penguatan partai politik lokal terkait pasal 256 ayat 1, huruf d.

## **7. Kendaraan Yang Dipakai dalam Melakukan Marketing Politik**

Adapun kendaraan yang dipakai untuk melakukan marketing politik dari kandidat calon bupati/wakil pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri adalah sebagai berikut:

### **a. Iklan**

Iklan yang dipasarkan berupa gambar-gambar/foto-foto calon kandidat dan wakil kandidat pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri. Iklan ini dipasang ditempat-tempat yang dianggap strategis dan dilihat oleh banyak orang. Seperti di tempat pemasangan baliho. Gambar pasangan calon bupati/wakil bupati dicetak dalam berbagai ukuran. Mulai dari berbentuk kartu cart hingga poster yang besar yang dipasang setiap sudut jalan dan tempat-tempat yang diizinkan Kemite Independen Pemilihan (KIP) Aceh Jaya. Melalui iklan ini, kandidat calon bupati/wakil pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri juga diikutsertakan ditulis program-program apa yang akan dikerjakan setelah menjabat nantinya selama lima tahun masa jabatannya. Tentunya untuk memajukan Aceh Jaya yang lebih baik.

### **b. Kampanye**

Kampanye politik merupakan upaya yang terorganisir yang bertujuan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dan kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pada pemilihan umum. Baik pemilihan kepala daerah maupun pemilihan badan legislatif (DPRD)

Pesan dari kampanye yaitu menonjolkan ide bahwa sang kandidat atau calon ingin berbagi dengan pemilih. Dalam kampanye politik yang dijalankan oleh pasangan kandidat calon bupati/wakil pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri yaitu menyampaikan pesan-pesan dari beberapa poin berbicara tentang isu-isu kebijakan yang akan ditetapkannya kedepan. Poin-poin ini dirangkum dari ide utama dari kampanye dan sering diulang untuk menciptakan kesan abadi kepada pemilih. Kandidat calon bupati/wakil pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri akan selalu mencoba untuk membuat para kandidat atau calon lain menjadi "tanpa pesan" berkaitan dengan kebijakannya atau berusaha untuk pengalihan pada pembicaraan yang tidak berkaitan dengan poin kebijakan atau program.

## E. Penutup

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Politik (Kampanye) Yang Dilakukan Oleh Pasangan Calon Drs. H. T. Irfan Tb dan Tgk. Yusri Jelang Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2017 Di Kabupaten Aceh Jaya terdapat berbagai macam strategi diantaranya yaitu (1) Menjadikan program beasiswa anak aceh jaya cerdas lanjutan sebagai visi dan misi untuk periode 2017-2022. (2) Mencalonkan diri melalui Partai Aceh (3) Menjadikan eks GAM sebagai tim sukses. (4) Pembentukan tim sukses tingkat kecamatan dan desa. (5) Kerja sama yang baik antar partai pengusung dan partai pendukung. (6) Kualitas produk yang ditawarkan pada saat kampanye. (7) Kendaraan yang dipakai dalam melakukan marketing politik yaitu melalui iklan dan kampanye.

Dari berbagai macam strategi yang dilakukan oleh Tim sukses dan pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri membuktikan bahwa strategi yang digunakan oleh pasangan calon ini sangat tepat dan efektif. Hal ini terlihat dari kemenangan yang diraih oleh pasangan calon Drs. H. T. Irfan TB Dan Tgk. Yusri yang meraih suara terbanyak di berbagai kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Jaya.

### Daftar Pustaka:

- Aminah, 2016. Peran Media Dalam Komunikasi Politik Jelang Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2017 Di Kabupaten Aceh Barat. *Source, Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2 (3): 175
- Aminah, 2017. Peran Media Sosial “Facebook” Jelang Pemilihan Umum Kepala Daerah Tahun 2017 Di Kabupaten Aceh Jaya. *Source, Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3 (1): 113
- Antar, Venus. 2004. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekaatam Media. Bandung.
- Astrid S. Susanto. 1980. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bina Cipta. Bandung.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Lubis, 2005. *Pengantar Komunikasi Lintas budaya*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Shanon and weaver. 1945. *The Mathematical theory of Communication*. University of Illinois Press. Urbana.

# POSITIVISME LOGIS DALAM “LANGUAGE, TRUTH, AND LOGIC” KARYA ALFRED JULES AYER: SEBUAH PANDANGAN KRITIS

**Fiandy Mauliansyah**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP-Universitas Teuku Umar

Email: Fiandymauliansyah@gmail.com

## **Abstract**

*The essence of science in the body of logical positivism is based on the basis of the development of the exact sciences, so that the sciences developed are not always in line with the development of society. The objectivity that is concerned with the sciences is precisely molded in terms of the unfolding of the sciences, so it is absolute to use subjectivism which in principle will reflect its objectivity. Scientific truths are measured positivistically, in the true sense and the real must be concrete, logical, accurate and rewarding. The effect behind it is that the abstract and qualitative dimensions of life are neglected and apart from observation. No doubt if the criticism and correction of positivism waged because of its naturalistic and deterministik. Humans are seen only as dependent and not as independent variables.*

**Keywords:** Logical Positivism, Language, Truth, and Logic

## **Pendahuluan**

Kehadiran era modern saat ini ditandai dengan dinamisasi di berbagai aspek kehidupan manusia. Dari yang konkrit seperti, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan segala bentuknya, sampai pada yang abstrak seperti nilai-nilai normatif. Bidang ilmu pengetahuan cenderung diwarnai nilai-nilai positif, terbukti dengan penemuan teori-teori baru yang dirasakan lebih bermanfaat untuk mendukung upaya manusia dalam menguak tabir kemisterian alam. Sementara pada aspek normatif nilai-nilai yang ada dan sudah lama dipertahankan dalam masyarakat termasuk norma agama, perkembangannya lebih diwarnai oleh nilai-nilai negatif.

Kedua bentuk perubahan ini berkorelasi secara causalistik, dimana nilai-nilai negatif yang tampak pada perubahan normatif merupakan akibat dari hasil proses dinamisasi ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini menjadi dilematik ketika kehadiran ilmu pengetahuan dirasakan sangat dibutuhkan untuk lebih mempermudah mekanisme kehidupan manusia, sementara kehadirannya melahirkan dampak yang justru dapat merusak mekanisme itu sendiri. Hal ini melatarbelakangi munculnya berbagai paham (isme-isme) yang memiliki karakteristik pemikiran yang berbeda-beda. Diantaranya muncul suatu aliran yang menekankan pada kebenaran yang sifatnya positivistik.

Positivisme sekarang telah menjadi istilah umum untuk posisi filosofis yang menekankan aspek aspek faktual pengetahuan, khususnya pengetahuan ilmiah dan menolak nilai kognitif dari studi filosofis atau metafisis. Mereka menyatakan “salah” dan tidak bermakna semua konsep dan proposisi dari filsafat tradisional tentang “ada”, substansi, sebab akibat dan segala yang tidak dapat dipecahkan atau diverifikasi oleh pengetahuan yang berkaitan dengan suatu tingkat yang tinggi dari alam abstrak. Pemikiran positivisme ini memberikan dasar pijakan bagi paham filsafat analitik terutama kelompok Wina (viena circle), yang menamakan dirinya sebagai positivisme

logis.

Seluruh pandangan positivisme diangkat oleh positivisme logis, hanya perbedaannya positivisme logis lebih menekankan pada analisa bahasa dan prinsip verifikasi. Positivisme logis merupakan sebuah model epistemologi era kontemporer yang di dalam langkah-langkah progresinya menempuh jalan melalui observasi, eksperimentasi dan komparasi sebagaimana diterapkan dalam penelitian ilmu alam, juga memakai model penelitian dengan menggunakan presisi verifikasiabilitas, konfirmasi dan eksperimentasi dengan derajat optimal, dengan maksud agar sejauh mungkin dapat melakukan prediksi dengan derajat ketetapan yang optimal pula.

Kebenaran ilmiah diukur secara positivistik, dalam arti yang benar dan yang nyata haruslah konkret, logis, akurat dan memberi kemanfaatan. Akibat dibalik itu adalah bahwa dimensi-dimensi kehidupan yang abstrak dan kualitatif menjadi terabaikan dan terlepas dari pengamatan. Tak ayal kalau kritik dan koreksi terhadap positivisme dilancarkan karena sifatnya yang naturalistik dan deterministik. Manusia dipandang hanya sebagai dependent dan bukan sebagai independent variabel.

Positivisme merupakan perkembangan lanjut dari aliran empirisme. Seperti yang kita ketahui bahwa empirisme telah menjadi sumber filosofis bagi positivisme, terutama pada masalah pandangan objektif mereka terhadap ilmu pengetahuan. Empirisme yang didukung filsuf Inggris ini (Locke, Hume, Berkeley) meyakini bahwa realitas adalah segala sesuatu yang bisa dijangkau oleh indera. Lebih dari itu, seiring dengan perkembangan zaman, positivisme mengembangkan paham empiris ini lebih ekstrim lagi, yakni menyatakan bahwa puncak pengetahuan manusia adalah ilmu-ilmu positif atau sains yang berangkat dari fakta-fakta empiris.

Dalam perkembangannya, pada abad ke-20 M muncullah sebuah aliran filsafat ilmu pengetahuan yakni positivisme logis, dimana positivisme logis (neopositivisme) ini berkembang di Lingkungan Wina, Austria. Diantara tokoh positivisme logis yang akan penulis bahas pada paper ini adalah Alfred Jules Ayer. Penulis rasa perlu untuk mengemas pemikiran A.J Ayer dalam makalah ini karena beliaulah yang berperan besar dalam perkembangan positivisme logis. A.J. Ayer-lah yang memperkenalkan positivisme logis yang berkembang di Lingkungan Wina untuk dikenalkan di negara-negara lain yang berbahasa Inggris.

### **Historisitas Positivisme Logis**

Munculnya Neo-Positivisme atau Positivisme Logis, berhubungan erat dengan Lingkungan Wina, yakni suatu kelompok yang terdiri dari sarjana-sarjana Ilmu Pasti, Ilmu Alam, Ahli Matematika, Logika dan Sains. Gerakan filsafat ini dirintis oleh Moritz Schlick (1882-1936) pada tahun 1924 yang berpusat di Wina, suatu kota sekaligus sebagai pusat kelompok yang terkenal dengan nama Vienna Circle atau disebut dengan Mazhab Wina (Kring Wina). Anggotanya antara lain: Kurt Goedel, Hans Hahn, Karl Menger (ketiga-tiganya ahli matematika), Victor Craft seorang filofos, Rudolf Carnap seorang ahli matematika dan fisika serta beberapa mahasiswa antara lain: Friedrich Wismann Herbert Feigl (Bertens: 1983). Aliran ini sangat dipengaruhi oleh pemikiran Ludwig Wittgenstein, sekalipun Wittgenstein tidak ikut aktif dalam kelompok tersebut. Pendirian filosofis kelompok lingkungan Wina ini sangat diwarnai oleh ilmu-ilmu pengetahuan positif, terutama pemikiran Auguste Comte tentang kritiknya atas agama dan metafisika sebagai sumber kebenaran (Patterson; 1971) dan dipengaruhi pula oleh tradisi empirisme David Hume dan analisis logis Russell.

Verhaark menegaskan bahwa adanya pengaruh tiga arah dalam tubuh positivisme logis, yakni: pertama, dari empirisempirisme dan positivisme, terutama Hume, Mill dan Mach. Kedua, dari metodologi empiris yang dikembangkan oleh para ilmuwan semenjak abad ke-19, misalnya Helmholtz, Mach, Poincare, Einstein dan lain-lain. Ketiga, perkembangan logika simbolik yang dikembangkan terutama oleh Frege Whitehead, Russell dan Wittgenstein (Wittgenstein; 1997). Salah satu tujuan dari gerakan ini adalah ingin memperbaharui positivisme klasik Auguste Comte,

sekaligus memperbaiki kekurangan-kekurangannya. Dari sekian banyak pengikut aliran ini, Ayer dipandang paling memiliki momentum dalam menyatakan gagasannya. Lambat laun mengalami serangkaian modifikasi sebagai jalan menutupi kelemahan-kelemahan yang ada. Verifikasi sebagai kriteria keberartian, secara berturut-turut dimodifikasi ke dalam verifikasi prinsip, komfirmabilitas yang akhirnya desakan bahwa evidensi empiris harus memainkan suatu peranan yang berarti dalam penerimaan suatu pernyataan ilmiah.

Pada saat yang sama basis faktual diperluas, dari pencerapan dan kelaporan serta pengamatan ke bahasa empiris. Positivisme dewasa ini pembicaraannya berkenaan dengan 3 (tiga) komponen bahasa, yakni bahasa teoritis, bahasa observasional dan kaidah-kaidah korespondensi yang mengaitkan keduanya. Tekanan positivistik menggaris bawahi penegasannya bahwa hanya bahasa observasional yang menyatakan informasi faktual, sementara pernyataan-pernyataan dalam bahasa teoritis tidak mempunyai arti faktual sampai pernyataan-pernyataan itu diterjemahkan ke dalam bahasa observasional dengan kaidah-kaidah korespondensi. Ayer mencoba mengintrodusir pemikiran positivisme logis yang berkembang di lingkungan Wina dan mensintesakan dengan metode yang dipakai oleh Moore dan Russell. Kelihatannya Ayer memiliki corak tersendiri dalam menciptakan klarifikasi dan ketelitian dalam bidang filsafat. Ia juga meneruskan tradisi empiris Inggris terutama Hume dan titik tekannya pada analisis logis versi Bertrand Russell.

### **Corak Pemikiran Positivisme Ayer**

Alfred Jules Ayer (1910-...) sebagai salah seorang filsuf mengembangkan konsep filosofis positivisme logis secara lebih radikal. Ia pernah berkunjung pada Universitas di Wina dan kembalinya ke Inggris ia diangkat sebagai dosen di Oxford dan merupakan salah seorang profesor logika di Universitas tersebut. Bukunya *Language, Truth and Logic* merupakan salah satu karya yang sangat dikagumi oleh peminat filsafat Inggris pada abad ke-20. Pendirian yang dikemukakan dalam buku ini agak radikal. Tulisan kedua Ayer yang dapat dianggap penting adalah *The Problem of Knowledge* (1956), yang di dalamnya berisikan problem-problem yang menyangkut skeptisisme filosofis. Buah karyanya yang lain adalah: *The Foundation of Empirical Knowledge* (1940); *The Origins of Pragmatism* (1968); *Russell and Moore, The Analytical Heritage* (1971); *Russell* (1972); *Probability and Evidence* (1972); *The Central Problems of Philosophy* (1973) (Bertens; 1983). Sebenarnya pandangan Ayer dalam bukunya *Language, Truth and Logic*, bukan sesuatu yang baru dalam filsafat abad ke-20. Sebagian isinya sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Lingkungan Wina.

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa untuk beberapa waktu Ayer menetap di Wina. Tujuan kunjungannya justru ingin berkenalan secara langsung dengan pemikiran para anggota Lingkungan Wina dan melalui bukunya ia mengintrodusir cara berfikir positivisme logis di Inggris. Ajarannya disambut hangat dan dijadikan sebagai suatu pandangan filosofis yang penting. Pendekatan Ayer dianggap cocok dan sesuai dengan usaha yang telah dilakukan sebelumnya oleh Moore dan Russell untuk menciptakan kejelasan dan ketelitian di bidang filsafat. Positivisme logis Ayer sebenarnya merupakan percobaan untuk mengaitkan analisis logis Russell dan tradisi empiris Inggris, terutama Hume. Dan Ayer yakin bahwa apa yang dicarinya sudah dihasilkan dengan baik oleh Lingkungan Wina. Positivisme logis juga merupakan aliran yang membatasi pikiran pada segala hal yang dapat dibuktikan dengan pengamatan atau analisis definisi dan relasi antara istilah-istilah.

Menurut positivisme logis, filsafat ilmu murni mungkin hanya merupakan analisis logis tentang bahasa ilmu. Fungsi analisis ini di satu pihak mengurangi metafisika (filsafat dalam arti tradisional) dan di lain pihak meneliti struktur logis pengetahuan ilmiah dan bertujuan untuk menentukan isi konsep-konsep dan pernyataan ilmiah yang diferifikasi secara empiris. Sebagaimana dijelaskan bahwa kelompok lingkungan Wina di satu pihak menaruh antusiasme

besar bagi ilmu pengetahuan dan matematika, di lain pihak mengambil sikap negatif terhadap metafisika. Yang penting bagi mereka menentukan bermakna atau tidaknya suatu ungkapan dalam filsafat dan ilmu pengetahuan, tidak mempersoalkan benar tidaknya suatu ungkapan, sehingga pada gilirannya mereka ingin mewujudkan “bagaimana dapat ditentukan suatu norma yang jelas yang dapat membedakan ungkapan-ungkapan yang bermakna dari ungkapan yang tidak bermakna”. Untuk itulah kemudian mereka menentukan apa yang dikenal dengan “Prinsip Verifikasi”.

Corak pemikiran positivisme logis ini, kelihatannya bertujuan membatasi penyelidikannya dengan menghindari diskusi panjang yang mereka pandang tidak ada buahnya. Menurutny dengan metode baru yang diterapkan mereka, manusia akan terbebas dari perbincangan yang sia-sia, dimana keadaan ini telah diyakini para filsuf sejak berabad-abad, sehingga menghilangkan kekacauan-kekacauan dalam berfikir. Pemikiran-pemikiran filsafat pada zaman Yunani, dinilai oleh para aktivis positivisme logis ini telah memakan waktu lama dan telah banyak membuang-buang tenaga dengan mengesampingkan pembahasan ini dari kehidupan ini, sehingga manusia pada hakikatnya telah tertipu oleh jalan pikirannya sendiri.

Melalui tahap perkembangannya, positivisme logis memandang ahli filsafat dahulu menyelidiki tentang penyebab pertama, hakikat manusia, jiwa, keadilan dan lain-lain, kesemuanya tidak memberikan sumbangan yang berarti kepada manusia dalam memahami realitas kehidupan dan semua perbincangan tersebut tidak akan terlepas dari pembuktian inderawi. Pernyataan “Tuhan itu ada” atau “Tuhan itu tidak ada” tidak dapat dibuktikan secara empiris, maka omong kosong belaka, artinya tidak benar dan tidak pula dusta (Peursen; 1980).

Lebih lanjut, Ayer mengatakan bahwa theisme sangat kacau dan kalimat-kalimat tentang Tuhan tidak dapat diverifikasi (diuji kebenarannya) atau tidak dapat dikatakan salah (falsifikasi), maka berbicara tentang kepercayaan atau ketidakpercayaan, keyakinan atau ketidakpercayaan secara logis tidaklah mungkin. Atheisme dan Theisme sama-sama tidak dapat dipahami dan tidak bermakna. Tidak ada alasan untuk menyangkal atau meragukan konsep tentang “Tuhan” (Armstrong; 1993). Komentar lainnya dapat dikemukakan dalam ungkapan Wittgenstein tentang metode menentukan kebenaran dalam filsafat, yakni “hanya mengatakan apa yang bisa dikatakan, sehingga diam adalah pilihan yang tepat dalam menghadapi hal-hal yang tidak dapat dibicarakan. Salah satunya adalah persoalan metafisika, karena tanda-tanda proposisi tidak akan terbukti dalam pembicaraan tersebut” (Paterson; 1976).

Melalui analisis bahasa, ia mengungkapkan bahwa masalah-masalah filosofis hanya dapat terpecahkan apabila kata-kata yang digunakan tidak mengandung kekaburan arti (vagueness), kemagnagandaan (ambiguity) dan ketidakterangan (in explicitness). Menurut positivisme logis, pengetahuan adalah kesan yang dirangsang oleh obyek kepada indera kita dan pengetahuan termasuk kebenaran tidak lain adalah respon indera terhadap rangsangan dari obyek tersebut.

## 1. Prinsip Verifikasi

Sebagaimana kita ketahui bahwa konsep-konsep dasar dari pemikiran positivisme logis sangat diwarnai oleh logika, matematika serta ilmu pengetahuan alam yang bersifat positif dan empiris, maka sudah dapat dipastikan bahwa analisis logis tentang pernyataan-pernyataan ilmiah maupun pernyataan filsafat sangat ditentukan oleh metode ilmu pengetahuan positif dan empiris tersebut. Dalam pengertian inilah maka positivisme logis mengembangkan prinsip verifikasi.

Di dalam bukunya, Ayer merumuskan prinsip verifikasi sebagai berikut:

*“We say that a sentence is factually significant to any given person, if, and only if, he knows what observations would lead him, under certain conditions, to accept the proposition as being true, or reject it as being false. If, on the other hand the putative*

*proposition is of such a character that assumption whatsoever concerning the nature of his future experience, then, as far as he is concerned it is, if not a tautology, a mere pseudo-proposition. The sentence expressing it may be emotionally significant to him, but it is not literary significant” (Ayer, 1952 : 48).*

Berdasarkan pernyataan Ayer di atas dapat dijelaskan bahwa pada hakikatnya prinsip verifikasi bermaksud untuk menentukan bermakna atau tidaknya suatu ungkapan dan bukan untuk menentukan suatu kriteria kebenarannya. Sebuah ungkapan kadangkala dapat benar dan kadangkala dapat juga salah, namun ungkapan tersebut tetap bermakna. Suatu ungkapan itu bermakna menurut Ayer, bilamana ungkapan tersebut merupakan pernyataan observasi yang menyangkut dengan realitas inderawi. Dengan kata lain bermakna apabila dilakukan dengan observasi atau verifikasi. Oleh karena itu, dalam hal ini membutuhkan fakta atau data empiris (Stumpf; 1982).

Memverifikasi berarti menguji, membuktikan secara empiris. Setiap ilmu pengetahuan dan filsafat senantiasa memiliki suatu pernyataan-pernyataan baik berupa aksioma, teori dan lain-lain, dianggap memiliki makna apabila secara prinsip dapat diverifikasi berdasarkan pengalaman empiris. Prinsip verifikasi disini tidak mengharuskan menghasilkan suatu pernyataan yang mesti benar. Konsekuensinya setiap pernyataan atau proposisi yang secara prinsip tidak dapat diverifikasi maka pernyataan tersebut pada hakikatnya tidak bermakna.

Pernyataan-pernyataan metafisis menurut positivisme logis merupakan pernyataan yang tidak bermakna, karena pernyataan-pernyataan tersebut tidak dapat diverifikasi. Pernyataan seperti “realitas itu bersifat absolut” atau “realitas itu tidak absolut” kedua-duanya tidak mungkin diverifikasi, konsekuensi-konsekuensinya kedua-duanya merupakan pernyataan yang tidak bermakna. Pernyataan tersebut tidak memiliki kemungkinan untuk dilakukan pembuktian secara empiris. Dari pernyataan di atas memberi pemahaman, bahwa ungkapan-ungkapan metafisis baik yang membenarkan maupun yang menegasikan ungkapan tersebut, kesemuanya omong kosong, sebab tertutup kemungkinan untuk diverifikasi. Ini merupakan penolakan yang sangat radikal kaum positivisme logis terhadap metafisika.

Berbeda dengan tokoh-tokoh lingkungan Wina, Ayer menekankan dua bentuk verifikasi, yakni verifikasi dalam arti ketat (strong variable) dan verifikasi dalam arti lunak. Verifikasi dalam arti ketat memberi arti kebenaran suatu proposisi didukung oleh pengalaman secara meyakinkan. Sedangkan, verifikasi dalam arti lunak, suatu proposisi yang hanya mengandung kemungkinan bagi pengalaman atau pengalaman yang memungkinkan. Kaum positivisme logis menganggap bahwa sesuatu itu bermakna apabila dapat diuji kebenarannya. Pengujian ini dapat dilakukan dengan dua cara, yakni proposisi analitik (analisis logis) dan proposisi empirik.

Proposisi analitik, kebenaran atau ketidak benaran tidak didasarkan pada pengalaman, melainkan pada pengujian proposisi-proposisinya. Proposisi analitik yakni; pertama, proposisi yang benar melalui pembatasan, semata-mata berdasarkan susunan simbol-simbolnya, yang sering dijumpai dalam matematika. Kedua, proposisi yang tidak didasarkan pada pengalaman, melainkan pada “apriori” (pengetahuan yang diperoleh melalui refleksi logis). Ketiga, proposisi yang mengandung kepastian dan keniscayaan “tautologi” (suatu pernyataan yang secara logis mesti benar). Keempat, proposisi yang mengandung makna sejauh didasarkan pada penggunaan istilah yang pasti, maknanya terletak pada bahasa dan ungkapan verbal. Observasi empirik, proporsisi ini ini lebih mudah dipahami, karena ia dikaitkan langsung dengan pengalaman yang pasti atau yang mungkin. Menurut Ayer, “proporsisi empirik adalah seluruh hipotesa yang mengandung kemungkinan untuk disahkan atau ditolak (confirmed or discredited) dalam pengertian pengalaman yang sebenarnya” (Hudson; 1976).

Dapatlah dipahami bahwa proposisi empiris merupakan proposisi faktual yang harus dapat diverifikasi secara empiris, sedangkan proposisi analitik merupakan proposisi yang kebenarannya tidak memerlukan verifikasi secara empiris. Proposisi analitik meliputi proposisi

logika dan matematika yang memiliki kebenaran secara pasti (kebenaran bersifat tautologis), sehingga tidak memerlukan verifikasi pengalaman empiris. Sudah barang tentu Ayer harus mengakui adanya batas-batas yang berlaku untuk prinsip verifikasi, tidaklah suatu ungkapan bahasa itu diverifikasi secara langsung, dapat pula melalui suatu kesaksian seseorang yang dapat dipercaya. Dalam masalah ini Ayer menerima kebenaran atas kesaksian tersebut, kalau tidak demikian maka semua ungkapan bahasa pada masa lampau akan menjadi tidak bermakna. Ini memberi makna bahwa prinsip verifikasi mendapat tempat bagi fakta-fakta sejarah.

Verifikasi tidak harus dilakukan secara keseluruhan melainkan cukup sebagian saja dan kebanyakan dalam bidang ilmu-ilmu alam dan fisika. Kelihatannya Ayer lebih hati-hati dalam menentukan berbagai macam prinsip verifikasi dibandingkan dengan pemikir lingkungan Wina. Keyakinan terhadap prinsip verifikasi ini memiliki konsekuensi bahwa ungkapan-ungkapan metafisis adalah nirarti. Reaksi Ayer justru

lebih radikal dibandingkan dengan para tokoh lainnya. Ungkapan bahasa seperti “Tuhan adalah pencipta segala sesuatu termasuk alam semesta”, “setiap manusia harus berbuat baik terhadap sesamanya” dan ungkapan-ungkapan metafisis lainnya, pada hakikatnya sama sekali tidak mengungkapkan realitas empiris, sehingga menjadi tidak bermakna (tidak dapat diuji secara analisis logis dan tidak dapat pula dilakukan observasi untuk membuktikan validitas pernyataan tersebut). *“A statement which is not relevant to any experience.....has no factual content”*.

Walaupun reaksi terhadap metafisika telah dilakukan oleh Russell dan Moore, namun karena konsepnya yang sangat radikal maka filsafat Ayer dikenal juga dengan suatu radikalisme atas filsafat Bertrand Russell. Akibatnya pemikiran Ayer mendapat respon yang sangat besar dikalangan filsuf, baik yang bernada dukungan maupun yang bernada menentang (kaum teolog), dan silang pendapat ini juga terjadi di kalangan mereka sendiri.

## **2. Kritik Terhadap Metafisika**

Penolakan Ayer khususnya dan positivisme logis pada umumnya terhadap pengetahuan yang tak terungkap (metafisik), sekaligus menggambarkan konsekuensi-konsekuensi tugas filsafat menurut kacamata mereka. Ayer menggabungkan pandangan Moore – yang bertitik tolak dari penggunaan bahasa sehari-hari, dengan pandangan atomisme logis – yang didasarkan pada kerangka bahasa logika. Analisa bahasa sehari-hari dalam pandangan Moore, digunakannya untuk mencegah atau menelanjangi sejumlah pandangan metafisika (Charlesworth; 1959). Menurut pandangan Ayer konsekuensi utama yang ditimbulkan oleh prinsip verifikasi – baik variabel dalam arti yang ketat maupun yang lunak – dan proposisi analitik yang mengungkapkan batasan-batasan bahasa merupakan penghapusan terhadap metafisika. Proposisi metafisika yang berusaha mengungkapkan “substansi, eksistensi, keabadian jiwa” dan hal-hal abstrak lainnya, tidak bermakna sama sekali.

Proposisi seperti itu tidak dapat dianalisa bukan hanya karena tidak dapat diverifikasi secara empirik, tetapi juga disebabkan bentuk-bentuk peristiwa yang seperti itu tidak relevan untuk dinyatakan benar atau salahnya. Sepertinya penolakan kaum positivisme logis terhadap problem metafisis mencerminkan pergeseran problem kebenaran menjadi problem meaning. Ini menunjukkan bahwa kaum positivisme logis tidak ingin memperdebatkan masalah kebenaran, tetapi mereka lebih menekankan makna suatu ungkapan. Ungkapan-ungkapan tentang Tuhan tidak dimaksudkan untuk membuktikan ada atau tidaknya Tuhan, melainkan mereka menganalisa apakah pernyataan tentang Tuhan itu mengandung makna atau tidak. Berdasarkan hal tersebut, Ayer mengatakan bahwa tugas filsafat yang paling utama dan mendasar adalah menyingkap dan menghapuskan kekacauan metafisika yang dianggap sebagai parasit dalam pemikiran ilmiah dan juga dalam pemikiran sehari-hari. Kelihatannya prinsip filsafat dalam pandangan Ayer hanya bersifat kritik.

Kritik-kritik yang dilancarkan oleh filsafat itu memang bermanfaat untuk mengantarkan

kita ke gerbang pengetahuan ilmiah, namun bukan berarti filsafat merupakan “Super Sciences”, sebab tugas filsafat bukan menetapkan pengandaian- pengandaian bagi ilmu pengetahuan. Filsafat tidak bertugas positif sebagaimana ilmu pengetahuan empiris. Fungsi filsafat melulu bersifat kritik. Kritik-kritik tersebut diarahkan pada ungkapan-ungkapan metafisik dan segala bentuk penafsiran metafisik yang dapat menjerumuskan kepada pernyataan-pernyataan yang tidak bermakna.

Titik tolak Ayer dalam menghapuskan metafisika, disamping menggunakan prinsip verifikasi, juga didasarkan pada gagasan Russell tentang aturan-aturan tata bahasa terhadap keniscayaan-keniscayaan logik. Sebagai contoh Ayer menunjukkan kasus yang umum terjadi dalam bahasa Inggris, yakni disaat kita menggambarkan sesuatu melalui penggunaan bentuk tata bahasa dari subjek ke predikat, di situ kita cenderung menganggap bahwa keharusan untuk membuat suatu perbedaan logik antara sesuatu yang digambarkan itu sendiri dengan sifat-sifat pengertiannya.

Pernyataan-pernyataan metafisis menurut positivisme logis merupakan pernyataan yang tidak bermakna, karena pernyataan-pernyataan tersebut tidak dapat diverifikasi. Pernyataan seperti “realitas itu bersifat absolut” atau “realitas itu tidak absolut”; kedua-duanya tidak mungkin diverifikasi, konsekuensinya kedua-duanya merupakan pernyataan yang tidak bermakna. Pernyataan tersebut tidak memiliki kemungkinan untuk dilakukan pembuktian secara empiris. Dari pernyataan di atas memberi pemahaman, bahwa ungkapan-ungkapan metafisis baik yang membenarkan maupun yang menegasikan ungkapan tersebut, kesemuanya omong kosong, sebab tertutup kemungkinan untuk diverifikasi. Ini merupakan penolakan yang sangat radikal kaum positivisme logis terhadap metafisika.

Melalui jalan pikiran Ayer, kita dapat memahami dengan jelas apa sebenarnya tujuan utama yang diinginkannya bersama-sama tokoh-tokoh positivisme logis lainnya. Mereka membentuk kembali bahasa sehari-hari menjadi bahasa yang dibatasi penggunaannya. Melalui teknik analisa bahasa dirumuskan pembatasan-pembatasan yang bersifat operasional. Selain itu mereka mengarahkan filsafat sebagai pendamping ilmu pengetahuan, dalam artian tujuan analisa filsafat adalah mengantar kita ke arah pandangan positivistik mengenai dunia.

Filsafat harus berkembang ke arah logika ilmiah, yakni kegiatan yang memperlihatkan pertalian logis dari hipotesa-hipotesa dan pembatasan simbol-simbol yang terdapat di dalamnya. Dengan demikian jelaslah bahwa alasan utama penghapusan metafisika oleh kaum positivisme logis ini, bukan hanya ungkapan-ungkapan metafisis tidak dapat diverifikasikan secara empirik, bukan pula sekedar tidak dapat dikategorikan sebagai proposisi-proposisi analitik. Tetapi yang jauh lebih penting dari kedua hal ini adalah kaum positivisme logis ini menjadikan filsafat sebagai pendamping utama atau pengantar ke arah bidang ilmiah dalam rangka menyusun pandangan yang positivistik tentang dunia.

Untuk mencapai taraf ini menurut positivisme logis, syarat utamanya adalah menyingkirkan persoalan-persoalan semu (pseudo problems) yang ditimbulkan para ahli metafisika. Menurut Ayer, alasan menentang metafisika itu bukan lantaran sang ahli metafisika itu mencoba menggunakan pengertian dalam suatu bidang yang tidak dapat mendatangkan faedah apapun, melainkan lantaran sang ahli metafisika itu mengajukan kalimat-kalimat yang gagal atau tidak memenuhi syarat untuk dikatakan sebagai kalimat yang benar-benar mengandung makna secara harfiah.

Menjadi jelaslah kepada kita bahwa penolakan Ayer tentang metafisika khususnya dan positivisme logis pada umumnya, lebih didasarkan pada kriteria-kriteria logis yang tidak dimiliki ungkapan-ungkapan metafisika. Penerapan prinsip verifikasi untuk menguji apakah suatu pernyataan bermakna atau tidak, diterima sebagai suatu cara yang paling tepat dan akurat untuk menggambarkan data faktual dan menghapuskan metafisika dalam bidang filsafat.

## Evaluasi Kritis

Banyak hal yang dengan spontan menjadi keyakinan manusia dan tidak dapat dipertanggung-jawabkan, inilah yang disebut Hume sebagai kepercayaan- kepercayaan. Demikian juga alasan teologis yang menjelaskan tentang tujuan segala sesuatu diciptakan oleh sang pencipta, menghendaki adanya tujuan akhir. Semua itu tidaklah berarti bagi Hume. Pandangan para filsuf dan ilmuwan zaman pencerahan menunjukkan adanya pandangan dunia Barat cenderung berantakan manakala kemajuan-kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi tidak terbendung lagi.

Terlihat bahwa ada pemikiran yang mengubah *Personal God ke Impersonal God* karena pengaruh perkembangan ilmu pengetahuan. Ilmu seharusnya mendekatkan manusia dengan Tuhannya, bukannya menjauhkan dari-Nya. Maka dari itu perlu digaris-bawahi bahwa masalah ilmu yang *scientific knowledge*, kadang bersitegang dengan persoalan ketuhanan karena keduanya berbeda, perbedaannya tidaklah kontradiktif, tetapi berbeda secara konter. Jadi bagi penulis, *Personal God* merupakan pilihan, daripada *Impersonal God*, sehingga ilmu itu lebih mendekatkan manusia kepada penciptanya. Dunia filsafat menurut Russell, memang berada antara dua macam pengetahuan: teologi dan sains, dogma dan ilmu pengetahuan yang pasti. Berhubungan dengan teologi, filsafat cenderung melahirkan spekulasi, keragu-raguan dan sebaliknya, berhubungan dengan sains, filsafat menegaskan seruannya pada akal, human reason, bukan mengacu pada teks (dogma otoritas) (Russell; 1974). Hal ini menggambarkan perbedaan jelas antara periode modern dengan periode abad pertengahan, yaitu meningkatnya otoritas sains dan melemahnya otoritas gereja. Konsekuensinya sangat mempengaruhi pergeseran paradigma berpikir dan membentuk kecenderungan baru dalam pengembangan filsafat berikutnya. Penekanan pada pengalaman menunjukkan aspek empirisme yang kuat dalam tubuh positivisme logis. Oleh karena itu positivisme logis sering diidentikkan dengan empiris logis. Penolakan terhadap metafisika oleh kaum positivisme logis khususnya Ayer tidaklah berarti bahwa positivisme itu menolak atau mengingkari keberadaan dunia luar atau dunia yang transenden. Pernyataan mereka bahwa gambaran-gambaran bahasa metafisika itu nirarti bukan berarti pengingkaran secara mutlak. Hal ini dapat dilihat melalui ungkapan Moritz Shlick sebagai berikut:

*“Peningkaran tentang keberadaan dunia luar yang transenden itu berpengertian sama dengan suatu pernyataan metafisis tentang pengakuan keberadaan dunia luar yang transenden. Dengan demikian seorang empiris yang konsisten tidak mengingkari dunia transenden, tetapi menunjukkan bahwa pengingkaran maupun pengakuan kedua-duanya adalah nirarti” (Schlick; 1959).*

Jadi kaum positivisme logis atau empirisme logis tidak menyatakan bahwa apa yang dikatakan oleh kaum metafisis itu salah, akan tetapi apa yang digambarkan mereka tidak menyatakan sesuatu sama sekali. Positivisme logis tidak melawan metafisika, hanya mengatakan bahwa apa yang dikatakan oleh kaum metafisikus tidak dapat dipahami atau tidak menyatakan sesuatu apapun (Poerwowidagdo; 1999).

Menurut positivisme logis, filsafat tidak memiliki suatu wilayah ilmiah tersendiri yang terletak disamping wilayah-wilayah lain sebagai objek ilmu pengetahuan. Filsafat tidak bertugas menyoroti problema-problema ilmu pengetahuan, tetapi bertugas menganalisa ilmu pengetahuan ilmiah. Oleh karena itu filsafat tidak dapat diharapkan untuk memecahkan problema-problema ilmu pengetahuan ilmiah, banyak problema tradisional yang dibicarakan dalam filsafat sebenarnya hanya problema semu saja yang dinampakkan seolah-olah merupakan suatu problema yang amat penting, padahal penjelasan analitis menunjukkan kepalsuan. Atas dasar pemikiran tersebut, kaum positivisme logis menentukan sikap agar tidak terjadi kekacauan, maka analisis terhadap bahasa yang digunakan dalam ilmu pengetahuan dan filsafat merupakan langkah yang

paling tepat, sehingga pengetahuan ilmiah menemukan jati dirinya sebagai gerakan ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dewasa ini.

Metode analisa bahasa yang disampaikan Wittgenstein berhasil membentuk pola pemikiran baru dalam dunia filsafat. Dengan metode analisa bahasa, “tugas filsafat bukanlah membuat pernyataan tentang sesuatu yang khusus” (seperti yang dilakukan para filsuf sebelumnya), melainkan memecahkan persoalan yang timbul akibat ketidakpahaman terhadap bahasa logika (Charlesworth; 1978). Jadi dapat dikatakan bahwa analisa bahasa bersifat kritik terhadap bahasa yang dipergunakan dalam filsafat dan metode ini telah membawa angin segar ke dalam dunia filsafat terutama di Inggris, karena banyak orang menganggap bahasa filsafat terlalu berlebihan dalam mengungkapkan realitas. Begitu banyak ungkapan yang aneh-aneh dalam filsafat, (seperti eksistensi, substansi dan lain-lain), sehingga menimbulkan teka-teki yang membingungkan para pengikut pemikiran filsuf, bahkan mungkin membingungkan pemikiran para filsuf yang menyajikan istilah itu sendiri.

Para filsuf analitik yang mendasarkan pijakannya pada analisa bahasa, bermaksud membersihkan pemakaian bahasa dalam filsafat. Sebab mereka menganggap bahasa filsafat mengandung kekaburan arti (vagueness), bermakna ganda (ambiguity), ketidakterangan (inexplicitness) dan lain-lain. Oleh karena itu perlu disusun suatu kriteria logis yang dapat menentukan apakah suatu ungkapan mengandung makna (meaningfull) atau tidak (meaningless). Dengan demikian menurut Wittgenstein, kita terjebak dalam perangkap filsafat, yakni mencari jawaban terhadap suatu pernyataan yang sesungguhnya tidak dapat diajukan (Wittgenstein; 1983).

Meskipun sulit untuk menentukan corak pemikiran filsafat yang khas pada kurun waktu dewasa ini (abad 20/abad kontemporer), namun banyak ahli filsafat yang menganggap pemikiran filsafat yang bercorak “logosentris” lebih dominan daripada yang lain. Logosentris, artinya para filsuf kebanyakan melihat bahasa sebagai objek terpenting pemikiran mereka (Hamersma; 1986).

Komentar atau kritik yang dapat disampaikan atas penolakan kaum positivisme logis terhadap masalah ketuhanan adalah : **pertama**, mengenai status prinsip verifikasi itu sendiri merupakan problematik. Proposisi yang mengungkapkan bahwa “hanya pernyataan dan definisi yang dapat diverifikasi saja yang memiliki makna”, menimbulkan permasalahan. Pernyataan itu dianggap bermakna apabila dapat dilakukan analisis logis atau observasi empirik. Padahal pernyataan itu sendiri tidak teruji secara ilmiah dengan data inderawi. Apabila sebuah proposisi dijadikan sebagai suatu definisi, maka orang boleh saja menolak definisi yang ditawarkan dengan membuat definisi baru, menurut paradigma yang dianutnya.

Dalam hal ini kelihatannya kaum positivisme logis telah mereduksi makna suatu hal hanya terbatas pada; sesuatu diungkapkan sebagai suatu proposisi dan proposisi itu harus bisa diverifikasi atau difalsifikasi. Padahal dalam kenyataan banyak terdapat hal-hal yang diluar ketentuan itu. Pernyataan tentang keberadaan Tuhan misalnya, mengandung makna bagi para penganut kepercayaan terhadap adanya Tuhan, namun ketika kepercayaan seperti itu harus diungkap dalam bentuk proposisi serta harus dapat diuji secara empiris, maka pernyataan seperti itu dianggap tidak bermakna. **Kedua**, Kaum Positivisme Logis berlebihan dalam mengagungkan data inderawi. Pengalaman inderawi tidaklah sesederhana yang dibayangkan. Setiap observasi tidaklah terlepas dari “teori-laden”, artinya benar atau salah telah termuat dalam teori itu sendiri. Datum inderawi senantiasa tidak terlepas dari pertimbangan- pertimbangan rasional. Empiris dan rasio senantiasa bekerja sama dan saling melengkapi, bukannya saling meniadakan, sehingga pencapaian data inderawi murni tidaklah mungkin. Ini memberi arti bahwa pernyataan tentang Tuhan hendaknya tidak semata-mata dipahami dari data empiris murni, melainkan juga melibatkan peran rasio.

**Ketiga**, Positivisme Logis menolak seluruh pernyataan-pernyataan metafisika khususnya pernyataan tentang Tuhan, dan dianggap tidak bermakna, hal ini secara implisit terkandung suatu metafisika di dalam dirinya sendiri. Analisa bahasa juga sebenarnya memasuki wilayah metafisika baru yang harus menerima asumsi-asumsi ontologis secara tidak kritis. Beberapa

penganut positivisme logis memiliki metafisika fenomenalis, yang di dalamnya seluruh pernyataan direduksi kepada pernyataan empiris. Sadar atau tidak sadar ternyata mereka sepertinya menawarkan pandangan dunia baru dan tidak semata-mata sebagai alat netral untuk menganalisa bahasa.

Positivisme logis semata-mata melihat fakta-fakta yang terukur. Padahal, terdapat realitas yang tidak selamanya dapat diukur, yang justru merupakan hakikat fakta-fakta yang demikian itu. Implikasinya akan memunculkan cara pandang baru dalam model penelitian, yang merupakan hakikat perkembangan ilmu, yang kemudian menjadi pra-syarat mencapai obyektivitas. Perlu menekankan azas komformitas dalam penelitian dengan tidak mengesampingkan orisinalitas. Melalui azas ini, ilmuilmu dapat berkembang secara orisinal; dalam arti penemuan selanjutnya tidak semata-mata tiruan dari penemuan sebelumnya. Ungkapan terakhir yang mungkin dapat penulis katakan adalah bahwa konsep pemikiran positivisme logis apabila dihubungkan dengan persoalan teologi, dengan meminjam kata Louis Leahy adalah atheis.

Sebagai sistem, positivisme menelorkan empirisme dalam epistemologi, determinisme dalam moral dan agnotisme dalam metafisika serta atheisme dalam agama. Sebagai kelompok saintis, mereka bermaksud membuat suasana sintesa menyeluruh pengetahuan semata-mata pada taraf objek. Oleh karena itu saintis menjadi contoh utama dari mentalitas yang mencita-citakan suatu reduksi total dari realitas ke dalam kategori objek. Itulah sebabnya mengapa saintisme mengandung pengingkaran segala metafisika, sejauh metafisika menyatakan bahwa dalam kenyataan ditemukan data-data yang berbeda dari hubungan-hubungan ilmiah. Karena prasangka itu saintisme menjadi suatu atheisme (Leahy; 1994).

Thomas Kuhn, berhasil menunjukkan pada dunia bahwa ilmu npengetahuan tidak hanya semata-mata didukung oleh logis-objektif-ahistoris-matematis, tetapi juga oleh faktor subyektivitas kesejarahan, ekonomi, sosial, budaya, bahkan politik praktis manusia itu sendiri (Abdullah; 1996). Hakikat ilmu dalam tubuh positivisme logis bertitik tolak pada dasar perkembangan ilmu-ilmu eksakta, sehingga ilmu-ilmu yang dikembangkan tidak selamanya sejalan dengan perkembangan masyarakat. Obyektivitas yang menjadi pokok perhatian ilmu-ilmu, justru terketak pada segi tak terungkapnya ilmu-ilmu itu, sehingga mutlak menggunakan subyektivisme yang pada prinsipnya akan mencerminkan obyektivitasnya.

Memang nilai-nilai budaya seperti kebebasan, kejujuran, keadilan, kebenaran, dan lain-lain sebagainya yang kesemuanya itu berada dalam tataran filsafati merupakan hal yang begitu abstrak, namun persoalannya akan menjadi sangat konkret apabila pada suatu saat kita merasa kehilangan dan terasing dari nilai-nilai tersebut. Kreativitas, intelektualitas dan istilah-istilah lain dewasa ini termasuk dalam leksikon pembangunan seperti keunggulan kompetitif, siap pakai, link dan mach – kesemuanya itu merupakan strukturisasi dunia lahiriah – akan tetapi labil dan rapuh, serta mustahil akan dapat berfungsi sebagai infra struktur-institusional yang mantap dan mapan bagi gerak lajunya pembaharuan, apabila tidak diimbangi dengan strukturisasi dunia batin rohaniah.

Hal-hal seperti ini terlupakan oleh kaum positivisme logis. Masalah ketuhanan tidak lagi dipersoalkan ada atau tidak adanya Tuhan, melainkan pernyataan-pernyataan tentang Tuhan bermakna atau tidak. Ini berarti terjadi pergeseran kajian filosofis tentang hakikat segala sesuatu menjadi analisa kebahasaan. Memang di satu pihak gejala ini menyadarkan para filsuf agar tidak hanya mengkaji masalah-masalah abstrak dan menghindari mereka dari kerancuan penggunaan istilah atau kalimat. Tetapi dilain pihak perhatian di bidang kefilsafatan menjadi terabaikan, seperti persoalan ketuhanan (teologi), etika dan estetika. Penekanan utama adalah logika dan filsafat bahasa.

## **Penutup**

Titik tolak Ayer dalam menghapuskan metafisika, disamping menggunakan prinsip

verifikasi, juga didasarkan pada gagasan Russell tentang aturan-aturan tata bahasa terhadap keniscayaan-keniscayaan logik. Sebagai contoh Ayer menunjukkan kasus yang umum terjadi dalam bahasa Inggris, yakni disaat kita menggambarkan sesuatu melalui penggunaan bentuk tata bahasa dari subjek ke predikat, di situ kita cenderung menganggap bahwa keharusan untuk membuat suatu perbedaan logik antara sesuatu yang digambarkan itu sendiri dengan sifat-sifat pengertiannya.

Pernyataan–pernyataan metafisis menurut positivisme logis merupakan pernyataan yang tidak bermakna, karena pernyataan-pernyataan tersebut tidak dapat diverifikasi. Pernyataan seperti “realitas itu bersifat absolut” atau “realitas itu tidak absolut”; kedua-duanya tidak mungkin diverifikasi, konsekuensinya kedua-duanya merupakan pernyataan yang tidak bermakna. Pernyataan tersebut tidak memiliki kemungkinan untuk dilakukan pembuktian secara empiris. Dari pernyataan di atas memberi pemahaman, bahwa ungkapan-ungkapan metafisis baik yang membenarkan maupun yang menegasikan ungkapan tersebut, kesemuanya omong kosong, sebab tertutup kemungkinan untuk diverifikasi. Ini merupakan penolakan yang sangat radikal kaum positivisme logis terhadap metafisika.

Melalui jalan pikiran Ayer, kita dapat memahami dengan jelas apa sebenarnya tujuan utama yang diinginkan bersama-sama tokoh-tokoh positivisme logis lainnya. Mereka membentuk kembali bahasa sehari-hari menjadi bahasa yang dibatasi penggunaannya. Melalui teknik analisa bahasa dirumuskan pembatasan-pembatasan yang bersifat operasional. Selain itu mereka mengarahkan filsafat sebagai pendamping ilmu pengetahuan, dalam artian tujuan analisa filsafat adalah mengantar kita ke arah pandangan positivistik mengenai dunia.

Filsafat harus berkembang ke arah logika ilmiah, yakni kegiatan yang memperlihatkan pertalian logis dari hipotesa-hipotesa dan pembatasan simbol-simbol yang terdapat di dalamnya. Dengan demikian jelaslah bahwa alasan utama penghapusan metafisika oleh kaum positivisme logis ini, bukan hanya ungkapan-ungkapan metafisis tidak dapat diverifikasikan secara empirik, bukan pula sekedar tidak dapat dikategorikan sebagai proposisi-proposisi analitik. Tetapi yang jauh lebih penting dari kedua hal ini adalah kaum positivisme logis ini menjadikan filsafat sebagai pendamping utama atau pengantar ke arah bidang ilmiah dalam rangka menyusun pandangan yang positivistik tentang dunia.

Untuk mencapai taraf ini menurut positivisme logis, syarat utamanya adalah menyingkirkan persoalan-persoalan semu (pseudo problems) yang ditimbulkan para ahli metafisika. Menurut Ayer, alasan menentang metafisika itu bukan lantaran sang ahli metafisika itu mencoba menggunakan pengertian dalam suatu bidang yang tidak dapat mendatangkan faedah apapun, melainkan lantaran sang ahli metafisika itu mengajukan kalimat-kalimat yang gagal atau tidak memenuhi syarat untuk dikatakan sebagai kalimat yang benar-benar mengandung makna secara harfiah.

## Daftar Pustaka

- Amin Abdullah, M. 1996. *Studi Agama: Normativitas atau Historisitas*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Amstrong, Karen. 1993. *A History of God, The 4000-Year Quest of Judaism, Christianity and Islam*. Alfred A. Konpt. New York.
- Ayer, A., J. 1952. *Language, Truth and Logic*. Victor Gollancz Ltd. London.
- Ayer, A., J. 1984. *Problem and Knowledge*. Penguin Books. New York.
- Bertens K. 1983. *Filsafat Barat Abad XX, : Inggris-Jerman*. PT. Gramedia. Jakarta.

- Charlesworth, M.J. 1959. *Philosophy and Linguistic Analysis*. Duquesne University. Pittsburgh.
- Judowibowo-Poerwowidagdo, t.t. 1999. *Filsafat Bahasa*, Diktat Kuliah pada Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Patterson, Charles H. 1971. *Western Philosophy, Volume II: Since 1600*. Cliff's Notes Inc. Nebraska.
- Russell, B. 1974. *History of Western Philosophy*. George Allen & Unwin Paperback. London.
- Schlick, Moritz. 1959. *Positivism and Realism*, dalam Aj. Ayer, (ed.) *Logical Positivism*, The Free Press,
- Stumpf, Samuel Enoch. 1982. *Socrates to Sartre: A History of Philosophy*. McGraw-Hill Book Company. New York.
- Verhack, C., dan Haryono Imam. 1989. *Filsafat Ilmu Pengetahuan, Telaah Atas Cara Kerja Ilmu-Ilmu*. Gramedia. Jakarta.
- Wittgenstein, Ludwig. 1963. *Tractus Logica Philosophicus*. Routledge & Kegan Paul, Ltd. London.

# RELASI KEKUASAAN DALAM WACANA PENERAPAN *QANUN JINAYAT* DI ACEH

Putri Maulina

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teuku Umar

Email: Putrimaulina.lecturer@gmail.com

## Abstract

*Implementation of Islamic Sharia in Aceh not only involve to the Muslim society as the majority, but also non-Muslim minority society. One of the laws that applied in Aceh is Qanun Jinayat. Implementation of Qanun Jinayat as part of the Islamic law involving multiple parties in a relationship of power. In this case, the Aceh government and the mass media are the 'power' which determines the dominant discourse in the society. This qualitative study will describe how thus power manifested in such discourse of the media. Eventually, the result of study showed that the issue of enforcement of Qanun Jinayat takes the interests of the dominant ruler through the uses of language in the media*

**Keywords:** *Power Relations, Governmentality, Sharia Law, Qanun Jinayat*

## 1. PENDAHULUAN

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki masyarakat mayoritas muslim. Selain masyarakat Islam sebagai mayoritas, di Aceh juga terdapat masyarakat beragama minoritas seperti masyarakat Kristen, Hindu, dan Budha. Keberadaan masyarakat beragama minoritas di wilayah hukum syariat Islam seperti ini tentu saja menjadi tantangan bagi proses demokrasi di Aceh. Terlebih lagi jika berkaitan dengan penerapan syariat Islam, salah satunya seperti wacana pemberlakuan *Qanun Jinayat*.

Sebagai daerah yang memiliki otonomi khusus, Aceh memiliki kewenangan tersendiri dalam membuat kebijakan-kebijakan yang berbeda dari provinsi lainnya di Indonesia. Maka pada 27 September 2014 lalu Dewan Perwakilan Rakyat Aceh (DPRA) secara resmi mengesahkan Rancangan Undang-Undang *Qanun Jinayat* menjadi Undang-Undang *Qanun Jinayat* sebagai patokan penyelenggaraan hukum di Aceh. *Qanun Jinayat* adalah suatu hukum terhadap bentuk perbuatan kejahatan yang berkaitan dengan pembunuhan, perzinaan, menuduh zina, pencurian, mabuk, dan lain-lainnya yang berlandaskan pada syariat Islam. Adapun sanksi bagi para pelanggar hukum tersebut meliputi Qishash, Hadd, dan Ta'zir. Di Aceh hanya ada beberapa hukum Jinayat yang diberlakukan dan ditindaklanjuti dengan menggunakan hukum Hadd dan Ta'zir, yaitu *Qanun Jinayat* No.12 Tahun 2003 tentang Khamar, *Qanun Jinayat* No.13 Tahun 2003 tentang Maisir; dan *Qanun Jinayat* No.14 Tahun 2003 tentang Khalwat.

Media massa dalam hal ini memiliki kekuasaan untuk menyebarkan informasi dan membentuk opini publik terhadap suatu isu yang sedang berkembang di masyarakat. Abrar (2011: 90-92) menjelaskan bahwa media massa berperan besar dalam menjaga demokrasi dan pluralisme khususnya dalam menyediakan ruang untuk menyalurkan pendapat-pendapat masyarakat beragama minoritas di Aceh, juga menjaga keseimbangan pemberitaan untuk mencegah munculnya konflik. Media dalam hal ini memiliki kuasa untuk mengkonstruksi realita dan membangun persepsi khalayak mengenai wacana pengesahan *Qanun Jinayat* yang juga

diberlakukan terhadap masyarakat non-muslim. Sudut pandang yang digunakan media dalam memberitakan pihak-pihak minoritas memiliki pengaruh terhadap posisi mereka di tengah-tengah masyarakat mayoritas muslim di Aceh.

Proses pengesahan Rancangan Undang-Undang Jinayat menjadi Undang-Undang Hukum Jinayat pada 27 September 2014 menjadi polemik dan perdebatan dari berbagai kalangan baik di Aceh dan di luar Aceh, yaitu mengenai kelayakan beberapa pasal untuk ditetapkan sebagai perangkat hukum yang mengikat masyarakat Aceh. Salah satunya adalah mengenai keberadaan beberapa pasal yang juga diberlakukan kepada kalangan beragama minoritas selain Islam yang ada di Aceh. Seperti di dalam Pasal 5 huruf (b) “*Setiap orang beragama bukan Islam yang melakukan jarimah di Aceh bersama-sama dengan orang Islam dan memilih serta menundukkan diri secara sukarela pada Hukum Jinayat*”; dan (c) “*Setiap orang beragama bukan Islam yang melakukan perbuatan jarimah di Aceh yang tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) atau ketentuan pidana di luar KUHP, tetapi diatur dalam Qanun ini*”.

Media massa menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam mengusung isu penerapan *Qanun Jinayat* terhadap masyarakat Aceh secara keseluruhan. Oleh karena itu, media tidak bisa terbebas dari nilai-nilai dan ideologi di dalam pemberitaannya. Bagaimana kekuasaan dominan ditanamkan di dalam pemberitaan mengenai penerapan *Qanun Jinayat* tersebut tergantung pada pembingkaiannya yang dilakukan oleh media terhadap berita yang diproduksinya. Posisi masyarakat beragama di Aceh terkait dengan *Qanun Jinayat* tersebut, dapat dipengaruhi oleh kekuasaan yang ditanamkan oleh media.

## 2. KERANGKA TEORI

### Konstruksi Realitas di Media Massa

Realitas mengenai kebijakan penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh yang dibangun dalam pemberitaan media massa pada dasarnya adalah hasil konstruksi atas realitas. Berdasarkan pandangan Berger dan Luckman mengenai konstruksi sosial atas realitas, di dalam kehidupan sehari-hari realitas sosial memiliki dimensi obyektif dan subyektif. Proses terbentuknya realitas sosial adalah suatu proses dialektika manusia sebagai produk masyarakat dan masyarakat sebagai produk manusia, tercipta dari tiga unsur yaitu obyektivasi, internalisasi, dan eksternalisasi (Novianti, 2007: 116). Maka, dalam hal ini media juga berperan besar dalam mengkonstruksi suatu realita sosial sebagai proses dialektika suatu masyarakat.

*Serambi Indonesia* dalam mengkonstruksi realitas tentang penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh tersebut, tentu saja tidak terlepas dari berbagai kepentingan. Seperti yang dijelaskan oleh Eriyanto (2002: 26) bahwa media bukan sekedar saluran yang bebas, menjadi subjek yang mengkonstruksi realitas dan secara aktif menafsirkan realitas tersebut untuk disajikan kepada khalayak, tidak terlepas dari kecenderungan pemihakannya juga bias dan penonjolan-penonjolan terhadap fakta tertentu.

Realitas yang dibangun oleh media jika dipandang dalam perspektif konstruksionis bersifat subjektif yang hadir karena subjektifitas wartawan, yang tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu sehingga realitas tersebut akan dipahami berbeda-beda oleh wartawan (Eriyanto, 2002: 22). Dari sudut pandang konstruksionis, *Serambi Indonesia* memiliki pandangan, bias, dan juga pemihakannya. Dapat dilihat dengan penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan dengan sumber yang lain, liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak lain, tidak berimbang dan secara nyata memihak kelompok tertentu. Hal tersebut tidak lah dianggap sebagai suatu kekeliruan atau bias tetapi dianggap memang seperti itulah praktik yang dijalankan oleh wartawan. Eriyanto (2002: 26) menjelaskan bahwa media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas, sehingga media bukanlah sebagai tempat saluran yang bebas dari berbagai kepentingan.

Jadi berita apapun yang didapatkan dari media *Serambi Indonesia* tersebut bukan hanya menunjukkan realitas, namun juga menunjukkan bagaimana konstruksi dari media tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh West dan Turner (2008: 187) bahwa dalam pandangan konstruksionis, yang difokuskan adalah bagaimana suatu realitas politik dan sosial dibentuk oleh media. Isi media merupakan hasil praktisi media mengkonstruksi berbagai realitas yang dipilihnya berdasarkan ideologi dan kognisi sosial wartawan. Dengan demikian seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan menjadi sebuah berita bermakna yang disajikan kepada publik (Hamad, 2004: 11).

### **Governmentality sebagai Bentuk Relasi Kekuasaan**

Kepentingan yang bermain-main di dalam pemberitaan *Serambi Indonesia* terkait dengan isu penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh tersebut, tidak terlepas dari pengaruh kekuasaan. Maka untuk mengkaji permasalahan ini dapat dilihat dengan menggunakan pandangan Michel Foucault tentang kekuasaan. Foucault memperkenalkan suatu konsep tentang “*governmentality*” di dalam pandangannya tentang relasi kekuasaan (*power relation*). Menurut Lemke (2000: 4) *governmentality* merupakan suatu konsep kekuasaan yang digunakan oleh Foucault untuk mempelajari kapasitas otonom individu dalam melakukan kontrol diri dan bagaimana hal itu berkaitan dengan politik negara. Digunakan untuk menyelidiki bagaimana hubungan antara teknologi diri (*power from below*) dengan teknologi dominasi (*power from above*) yang dapat mewujudkan dalam setiap relasi sosial (Mudhoffir, 2013: 97).

### **3. METODE PENELITIAN**

Kajian ini bersifat kualitatif deskriptif, menggunakan metode analisis *framing* dengan pendekatan konstruksionis. Penggunaan analisis *framing* ini adalah berusaha untuk membongkar bagaimana pengaruh ideologi dominan yang ada dibalik pemberitaan media *Serambi Indonesia* tersebut. Sedangkan kajian kualitatif adalah suatu kajian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik. Bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data dan analisis yang mendalam (Kriyantono, 2006:56). Hasil dari kajian ini bersifat deskriptif, yaitu dengan memberikan gambaran bagaimana *Serambi Indonesia* mengkonstruksi isu penerapan *Qanun Jinayat* dan pluralisme di Aceh juga membongkar bagaimana ideologi dominan tercermin dalam teks berita tersebut.

Untuk melihat bagaimana konstruksi realitas tentang isu penerapan *Qanun Jinayat* terhadap posisi masyarakat beragama minoritas di Aceh dan kepentingan kekuasaan dominan di dalam media, maka dapat dianalisis dengan menggunakan analisis teks media yang dikenal sebagai analisis *framing*. Sobur (2001: 162) menjelaskan bahwa analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta ideologi apakah yang lebih cenderung ditampilkan dalam pemberitaan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan perangkat *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk sebagai alat dalam membedah teks pemberitaan pada *Serambi Indonesia*. Ada tiga elemen analisis yang digunakan dalam model ini, yaitu: pertama adalah sintaksis (cara wartawan menyusun fakta) yang mengamati skema berita; kedua adalah skrip (cara wartawan mengisahkan fakta) yang mengamati alur dan kelengkapan isi berita; ketiga adalah tematik (cara wartawan menulis fakta) yang mengamati dari sisi detail, maksud kalimat, nominalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, serta bentuk kata ganti di dalam berita; dan keempat adalah retorik (cara wartawan menekankan fakta) yang dilihat dari penggunaan leksikon, grafis, metafor, dan pengandaian dalam berita (Sobur, 2001 : 176).

**Tabel 1: Sumber Data**

<b>Edisi</b>	<b>Judul</b>
Minggu, 28 September 2014	"Bukan Hanya Sekedar Qanun", "Disosialisasikan dengan Baik"
Senin, 29 September 2014	"Sosialisasi Kunci Sukses Qanun Jinayat"
10 Oktober 2014	"Qanun Jinayat Efektif Berlaku 28 September 2015"

Sumber: Olahan Peneliti

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Konstruksi *Serambi Indonesia* Terhadap Pemberitaan Pengesahan *Qanun Jinayat* di Aceh.**

Salah satu fungsi media massa adalah memberikan informasi pada khalayak. Dalam proses peliputannya, kebijakan redaksional, kondisi sosial, kearifan lokal, dan pertimbangan respon pasar akan mempengaruhi pemilihan informasi yang disajikan. Media memiliki perspektifnya tersendiri dalam mengkonstruksikan suatu realitas untuk disiarkan menjadi pemberitaan kepada khalayak.

*Serambi Indonesia* adalah salah satu media lokal yang memiliki kedekatan dengan masyarakat Aceh. Sejak pengesahan UU *Qanun Jinayat* di Aceh pada 27 September 2014, jika dianalisis dari sisi **sintaksis** *Serambi Indonesia* lebih sering mengangkat judul pemberitaan yang pro penerapan *Qanun Jinayat*, bukan mengenai tanggapan warga beragama minoritas terhadap pengesahan qanun tersebut. Adapun sumber yang digunakan oleh *Serambi Indonesia* adalah dari pihak pemerintah terkait seperti pihak Dinas Syariat Islam dan DPRA, dengan menggunakan latar informasi tentang sosialisasi dan ketegasan pemerintah untuk menerapkan *Qanun Jinayat* di Aceh. Sumber dari warga agama minoritas tidak disertakan di dalam pemberitaan.

Sedangkan dari sisi analisis **skrip**, *Serambi Indonesia* meniadakan unsur "who" yang mewakili pihak agama minoritas sebagai narasumber berita dengan lebih menonjolkan posisi dan pendapat dari pemerintah terkait. Kecenderungan *Serambi Indonesia* yang mengabaikan pendapat warga beragama minoritas di Aceh tersebut, justru dapat melemahkan posisi mereka terhadap isu penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh. *Serambi Indonesia* juga tidak menonjolkan pada unsur "how" pemberitaan, yang menjelaskan tentang bagaimana reaksi dari warga agama minoritas terhadap proses pemberlakuan qanun tersebut. Sehingga ada kedangkalan informasi bagi warga Aceh yang beragama minoritas terhadap proses dan tata cara pemberlakuan *Qanun Jinayat*, khususnya terhadap kalangan warga minoritas seperti non-muslim.

Analisis **tematik** terhadap isi pemberitaan *Serambi Indonesia*, dapat diinterpretasikan bahwa *Qanun Jinayat* tersebut tidak menjadi suatu permasalahan bagi umat beragama di Aceh, khususnya masyarakat yang beragama minoritas selain Islam. Penekanan dari kalimat-kalimat dalam pemberitaan di *Serambi Indonesia* tersebut secara jelas memposisikan penerapan *Qanun Jinayat* sebagai kebijakan yang benar, baik bagi warga muslim ataupun non-muslim Aceh. Pembingkai realitas yang dilakukan *Serambi Indonesia* dengan jelas mendukung kebijakan pemerintah terhadap pengesahan *Qanun Jinayat* di Aceh, dengan menanamkan ideologi masyarakat dominan dan menggambarkan qanun tersebut sebagai aturan yang juga layak diberlakukan kepada masyarakat agama minoritas. Penegasan tersebut dilakukan dengan menghadirkan pernyataan dari Dermawan yang seorang muslim, tanpa turut menghadirkan pendapat dari pihak selain muslim. Berikut adalah kutipan dari *Serambi Indonesia* edisi 28 September 2014 :

*...dan dalam implementasinya nanti bisa memberi kesejukan dan keamanan bagi masyarakat, dan meski di dalamnya hukuman ini juga berlaku untuk masyarakat bukan Muslim, tetapi ini bukan hal yang buruk dan tidak akan menjadi masalah bagi umat beragama di Aceh,” ujar Dermawan (Serambi Indonesia, edisi 28 September 2014).*

Berdasarkan analisis *retoris* dalam pemberitaan pilihan kata yang digunakan dalam kutipan teks berita *Serambi Indonesia* seperti “non-muslim”, “beragama bukan Islam”, “bukan hal yang buruk dan tidak akan menjadi masalah”, “memilih serta menundukkan diri secara sukarela pada hukum Jinayat”, secara langsung dan tidak langsung dapat membungkamkan posisi warga beragama non-muslim untuk mengikuti dan menerima begitu saja realitas yang dikonstruksikan oleh media tersebut. Seperti dalam kutipan pemberitaan *Serambi Indonesia* lainnya :

*“...terlebih karena yang menjadi subjek hukum di dalam qanun ini bukan cuma umat Islam di Aceh, tapi dalam hal-hal tertentu mencakup pula non-muslim” (Serambi Indonesia, edisi 29 September 2014).*

Warga non-muslim di Aceh diarahkan untuk dapat berpartisipasi terhadap kebijakan *Qanun Jinayat* yang juga diberlakukan terhadap mereka, dan penglabelan sebagai “non-muslim” di dalam pemberitaan tersebut seakan-akan menunjukkan keminoritasan mereka ditengah-tengah mayoritas muslim sehingga dapat membuat mereka untuk mengikuti dan patuh terhadap kebijakan yang berlaku di wilayah tersebut secara bersama-sama.

### **Governmentality dalam Wacana Penerapan Qanun Jinayat di Aceh**

Dalam pemberitaan ini, *Serambi Indonesia* mencoba menanamkan suatu kebenaran dari pandangan muslim sebagai masyarakat dominan dengan menggambarkan Hukum Jinayat tersebut sebagai aturan yang juga layak diberlakukan kepada masyarakat agama minoritas selain muslim. Penegasan tersebut dilakukan dengan menghadirkan pernyataan dari Dermawan yang seorang muslim, tanpa turut menghadirkan pendapat dari pihak selain muslim. Ini menunjukkan suatu bentuk kekuasaan pemerintah yang berorientasi Islam sebagai pihak mayoritas yang memposisikan masyarakat Aceh di luar agama tersebut sebagai pihak minoritas. Ruang berpendapat dan pembentukan opini di dalam berita juga cenderung memakai perspektif masyarakat Islam dominan. Meskipun demikian, di dalam pemberitaan tersebut *Serambi Indonesia* juga memberikan suatu penekanan bahwa masyarakat Aceh beragama minoritas memiliki hak untuk dapat secara bebas menentukan tindakan sesuai aturan *Qanun Jinayat*.

Terdapat kebenaran dominan yang dibangun oleh media sebagai hasil dari konstruksi atas realitas, bahwa *Qanun Jinayat* adalah layak diberlakukan pada setiap kalangan. *Serambi Indonesia* memiliki kuasa untuk membangun opini dan penglabelan positif terhadap kebenaran tersebut dengan membawa “kepentingan” dari pemerintah Aceh sebagai pihak yang berkuasa. Seperti yang dijelaskan oleh Foucault bahwa kebenaran diproduksi oleh pemikiran manusia, dan mengarahkan pada suatu bentuk kekuasaan (Danaher, Schirato, & Webb, 2000: 26), dan dengan itu akan membentuk suatu regulasi diri terhadap kelompok sosial tertentu.

Pemerintah Aceh, menginginkan agar penerapan *Qanun Jinayat* dapat berjalan dengan lancar dan maksimal terhadap seluruh masyarakat beragama di Aceh. Maka dalam upaya menegakkan *Qanun Jinayat* yang disahkan pada 27 September 2014, pemerintah Aceh memanfaatkan media massa sebagai alat untuk pengawasan sosial. Relasi antara pemerintah dan media tersebut membentuk suatu relasi kekuasaan. Menurut Foucault, relasi kekuasaan tersebut terdapat dalam setiap relasi sosial, oleh karena itu kekuasaan tidak memusat dan tidak pula termiliki tetapi ia tersebar. Hal tersebut bukan karena kekuasaan merengkuh segalanya tetapi karena ia berasal dari manapun (Mudhoffir, 2013: 96).

Upaya pemerintah Aceh menyebar kekuasaan tersebut, disebut sebagai *governmentality* yang dijelaskan di dalam konsep relasi kekuasaan Foucault. Pemerintah Aceh perlu mendorong masyarakat Aceh untuk tunduk dan patuh terhadap hukum *Qanun Jinayat* yang telah disahkan tersebut. Dan melalui *governmentality* kekuasaan pemerintah Aceh tentang pemberlakuan *Qanun Jinayat* diinternalisasi ke dalam tubuh sosial, yang mana subjek *governmentality* adalah masyarakat Aceh secara keseluruhan (Mudhoffir, 2013: 86). *Serambi Indonesia* kemudian menjadi relasi pemerintah melalui konstruksi pemberitaan yang dilakukan olehnya, dan menyebarkan hasil konstruksi kebenaran tentang pemberlakuan *Qanun Jinayat* bagi masyarakat Aceh. Maka baik warga Aceh yang beragama muslim dan tidak terkecuali warga non-muslim sebagai minoritas, menjadi objek dari penundukan tersebut. Pemerintah mengatur tindakan atau perilaku masyarakat dengan cara menginternalisasikan penundukan itu agar ia menjadi populasi yang patuh.

Lemke (2000) di dalam Mudhoffir (2013: 95) menjelaskan bahwa *governmentality* merupakan bentuk kontrol atau pengendalian diri (*self-government*) yang membentuk dan menghasilkan ranah kemungkinan pilihan tindakan subjek, kemudian memberikan banyak kemungkinan pilihan tindakan. Individu dalam kelompok sosial tidak merasa dirinya terpaksa atau tidak ada pilihan tindakan yang lain selain apa yang sudah ditentukan oleh kelompok dominan, melainkan secara potensial dalam diri subjek terdapat pengendalian atas praktik hidupnya sesuai dengan kontrol sosial yang dikehendaki oleh kepentingan politik pemerintah setempat. Artinya, masyarakat Aceh sebagai subjek dengan sendirinya akan memilih tindakan yang sebenarnya dikehendaki oleh pemerintah untuk menjalankan tindakan yang sesuai dengan hukum *Qanun Jinayat*. Dan masyarakat non-muslim Aceh dengan sendirinya mendapatkan pilihan-pilihan tindakan kemudian juga mengendalikan dirinya sendiri seperti kehendak dari kebijakan dari pemerintah Aceh.

Sebagai bentuk rasionalisasi beroperasinya kekuasaan, *governmentality* tidak lain dapat juga dipandang sebagai suatu cara yang sah dan benar dalam mengatur sesuatu. Ada beberapa kebenaran yang dikonstruksikan oleh *Serambi Indonesia* tentang penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh oleh pemerintah di dalam pemberitaan. *Pertama*, menurut pemerintah *Qanun Jinayat* dapat memberikan rasa aman bagi masyarakat Aceh dan dianggap baik untuk mengontrol berbagai penyakit sosial serta mengurangi kemaksiatan. Hal tersebut yang coba ditanamkan oleh pemerintah kepada masyarakat Aceh melalui relasi dengan media massa, sehingga dianggap sah dan benar. Penggambaran tentang hal-hal positif seperti ini memberikan pilihan tindakan bagi masyarakat Aceh, untuk bertindak seperti aturan dalam *Qanun Jinayat* yang dikehendaki oleh pemerintah.

*Kedua*, pengesahan *Qanun Jinayat* bagi masyarakat Aceh juga bagi masyarakat Aceh non-muslim dianggap sebagai suatu kebenaran. Karena *Qanun Jinayat* tersebut dibentuk setelah mengalami proses yang rumit, melalui perdebatan dan pertimbangan yang panjang sehingga terbentuk kesepakatan bersama. Ditambah dengan penjelasan bahwa beberapa fraksi di DPRA telah sepakat untuk menyetujui pemberlakuan *Qanun Jinayat* tersebut di Aceh, *Serambi Indonesia* seakan-akan menunjukkan kepada khalayak bahwa pengesahan aturan tersebut benar-benar telah dipertimbangkan baik dan buruknya. Sehingga pada akhirnya layak diterapkan kepada masyarakat Aceh.

Dan *ketiga*, portal berita *Serambi Indonesia* menekankan suatu kebenaran lainnya sebagai bentuk penegasan. Bahwa dengan adanya sosialisasi yang baik, *Qanun Jinayat* tersebut akan sukses diterapkan bagi masyarakat Aceh keseluruhan. Dengan mengkonstruksikan realitas wacana seperti itu, kekuasaan menjadikan isu penerapan *Qanun Jinayat* diinternalisasikan dalam kelompok sosial dan dapat mengontrol khalayak secara lebih luas. Artinya, kekuasaan bisa memanifestasikan diri dalam bentuk kebenaran atau wacana yang lantas diinternalisasi dalam individu dan digunakan untuk memandu masyarakat Aceh dalam jumlah yang lebih luas. Begitu pula terhadap masyarakat Aceh yang beragama non-muslim.

Lebih lanjut, Jensen menjelaskan bahwa struktur sosial berlaku pada agensi manusia yang

merujuk pada media dan menghasilkan suatu konstruksi sosial atas realita (Berger & Luckmann, 1966). Maka permasalahan kebijakan hukum yang terkait dengan umat beragama menjadi tidak sederhana reaksi langsung suatu individu atas struktur sosial namun harus lebih perhatian pada peranan dari wacana agama yang berkembang dengan realita-realita simboliknya (Hoover dan Lundby, 1997: 41-42).

Praktik seperti ini terlihat di *Serambi Indonesia* yang mana para jurnalis media tersebut didominasi oleh kalangan muslim, sehingga cenderung menggunakan perspektif Islam sebagai agama mayoritas di wilayahnya ketika menulis pemberitaan mengenai pengesahan *Qanun Jinayat* di Aceh dan lebih mendukung wacana kebijakan pemerintah. Perspektif dominan tersebut berpengaruh pada pesan dan simbol yang ditampilkan dalam teks pemberitaan tentang bagaimana kelompok non-muslim diposisikan, dilibatkan, dan diberikan ruang untuk menyampaikan pendapat mereka terhadap wacana pengesahan *Qanun Jinayat* di Aceh.

Masyarakat Aceh beragama minoritas di dalam pemberitaan ini diposisikan sebagai “defiyan” atau “*the others*” yang posisinya cenderung tidak ditonjolkan, sedangkan masyarakat Aceh muslim sebagai kalangan mayoritas. Posisi tersebut membuat masyarakat non-muslim juga terlibat dalam suatu aturan hukum yang sebenarnya bukan milik mereka. Namun di lain sisi, *Serambi Indonesia* menggambarkan suatu pilihan tindakan lain bagi warga minoritas di Aceh tersebut, bahwa *Qanun Jinayat* tersebut tidak bersifat memaksa untuk diterapkan oleh warga non-muslim. Melalui konstruksi yang dibangun oleh media, menggambarkan bahwa ada suatu tindakan tertentu dapat menghadirkan ranah pilihan tindakan yang sangat terbuka bagi masyarakat non-muslim Aceh, tetapi mereka memilih tindakan yang sebenarnya dikehendaki oleh pemerintah.

Hasil konstruksi atas realitas *Serambi Indonesia* terhadap wacana *Qanun Jinayat* memiliki keberpihakan pada pemerintah Aceh, maka media tersebut juga memiliki kekuasaan untuk membangun pemberitaan bahwa *Qanun Jinayat* adalah layak diterapkan bagi masyarakat Aceh, dan kemudian mengarahkan kesadaran warga non-muslim untuk bertindak seperti apa yang dikehendaki oleh pemerintah tanpa melakukan pemaksaan dan mengnaturalisasikan hal tersebut.

Brian McNair memberikan pandangan bahwa sebuah berita merupakan *a mediated version of reality* (2006: 6), itu artinya adalah apapun yang disampaikan di media merupakan realitas bentukan media dan bukan yang sebenarnya. Apapun yang ditampilkan di media dikonstruksikan sesuai dengan nilai yang dianutnya dan konvensiewartawanan. Maka oleh karena itu, kekuasaan pemerintah Aceh yang berorientasikan syariat Islam beserta seluruh proses-proses yang dilakukan oleh para praktisi media di *Serambi Indonesia* sangat memiliki kekuasaan untuk menyebabkan ketidakadilan dalam masyarakat dan menomorduakan masyarakat beragama minoritas (Sukardi, 2003: 131).

Permasalahan dominasi kekuasaan seperti ini secara lebih jelas digambarkan oleh Antonio Gramsci mengenai konsep hegemoni. Hegemoni merefleksikan suatu proses di mana nilai-nilai dari dominasi kelompok mayoritas dinegosiasikan, dikompromikan, dan mengubah kelompok minoritas melalui seluruh praktik-praktik sosial (Jones, 2006: 79). Gramsci melihat media sebagai sebuah ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, jadi alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi yang lain, media juga bisa jadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media massa bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan, sekaligus juga bisa menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.

Ada upaya dari *Serambi Indonesia* untuk menghegemoni masyarakat, yaitu suatu kebenaran mengenai penerapan hukum jinayat yang juga diterapkan pada warga non-muslim, dan penggambaran tersebut akan dinaturalisasikan mereka sebagai suatu hal yang biasa. *Serambi Indonesia* di sini berupaya untuk terkesan berimbang, namun kecenderungannya memposisikan perspektif pemerintah yang mewakili pihak agama mayoritas sebagai sudut pandang dominan di dalam teks pemberitaan dan memarginalkan pendapat dari warga Aceh selain beragama Islam tidak

bisa dielakkan. Lebih lanjut, akan berdampak terhadap suatu bentuk penundukan terhadap masyarakat Aceh beragama minoritas mengenai apa yang dikonstruksi oleh media tentang penerapan aturan *Qanun Jinayat* tersebut.

## 5. KESIMPULAN

Terkait dengan isu penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh, hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan media menunjukkan bahwa *Serambi Indonesia* mendukung wacana pemerintah terhadap penerapan *Qanun Jinayat* di Aceh. Oleh karena itu, *Serambi Indonesia* masih belum memberikan ruang bagi masyarakat beragama di Aceh untuk menyampaikan pendapat di pemberitaan mengenai penerapan *Qanun Jinayat*. Di sisi lain, kebenaran yang dikonstruksikan oleh *Serambi Indonesia* bukanlah kebenaran mutlak, karena mewakili kebenaran pemerintah setempat. Hasil konstruksi media tentang wacana penerapan *Qanun Jinayat* tidak dapat menggeneralisasikan bahwa penerapan qanun tersebut dapat diterima secara keseluruhan oleh warga Aceh, khususnya warga agama minoritas. Konstruksi pemberitaan *Serambi Indonesia* lebih menonjolkan keberpihakan kepada pemerintah setempat, dalam hal ini menggambarkan bahwa terdapat bentuk relasi kekuasaan antara pemerintah dan media untuk menyebarkan kebenaran versi mereka terhadap masyarakat Aceh. Masyarakat beragama di Aceh, menerima bentuk-bentuk kekuasaan yang disebarkan oleh media tersebut sebagai suatu kebenaran.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. 2011. *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Cahaya atma Pustaka. Yogyakarta.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LkiS. Yogyakarta.
- Hoover dan Lundby. 1997. *Rethinking Media, Religion, and Culture*. Sage Publications. London, New Delhi.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap berita-berita Politik*. Granit. Jakarta.
- Jones, Steve. 2006. *Antonio Gramsci*. Routledge. London dan Newyork.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- McNair, Brian. 2006. *Cultural Chaos: Journalists, News and Power in a Globalised World*. Routledge. London, New York.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media: Suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sukardi, Imam. 2003. *Pilar Islam Bagi Pluralisme Modern*. Tiga Serangkai. Solo.
- West, Richard dan Lynn H, Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. PT: Salemba Humanika. Jakarta.

**PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE PADA  
MASYARAKAT (STUDI KASUS DI KECAMATAN JOHAN PAHLAWAN KABUPATEN  
ACEH BARAT)**

**Rahma Hidayati, Sudarman, Mustafa**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teuku Umar

Email: rahmahidayati32@gmail.com, darman76alwy@gmail.com, mustafa070492@gmail.com

*Abstract*

*Advertising smartphone is one factor very important in introducing a product to consumers. For advertising can affect mindset for consumers to use the offered by companies smartphone. This report aims to understand analyze the influence of advertising smartphone in television stations of interest in buying the community in Sub District Johan Pahlawan District of Aceh West. This study adopted qualitative approaches to explain data research obtained by using interviewing 10 sources who vote with used technique purposive sampling. According to the research has been discovered that viewing Any impact advertising smartphone presented on television stations of interest in buying the community in Sub District Johan Pahlawan District of Aceh West. From the results of research that has been done, can be stated that the impressions of smartphone ads can affect people's buying interest.*

*Keywords: Advertising, Television, Interest, Smartphone*

## **1. PENDAHULUAN**

Dewasa ini, iklan telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan manusia. Saat bangun tidur, kita sudah mendengarkan iklan melalui radio. Pergi ke kamar mandi, kita akan menjumpai berbagai reklame yang menempel di aneka produk, seperti pasta gigi, sabun mandi, sabuncuci, shampoo, obat kumur, sampai dengan merek westafel dan toilet. Selesai mandi, lalu merias diri, kita juga diterpa iklan (Widyatama, 2005:155).

Begitu banyak terpaan iklan yang menyelimuti kehidupan kita, sehingga tidak mustahil bahwa iklan sedikit atau banyak dipastikan akan membawa dampak. Efek itu sangat beragam, merambah berbagai bidang kehidupan manusia mulai dari tingkat individual, keluarga, hingga masyarakat (Widyatama, 2005:156).

Salah satu saluran komunikasi yang saat ini mempunyai keunggulan kompetitif dan bahkan mampu menggeser peran media massa lainnya dalam meraih di bidang iklan adalah televisi (Sumartono, 2002:72).

Kotler dan Armstrong (2012, h. 432) mengatakan bahwa “*promotion mix is the specific blend of promotion tools that the company uses to persuasively communicate customer value and build customer relationship.*” Ia menyatakan bahwa, kombinasi promosi adalah sekelompok alat-alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif (membujuk) dan membangun hubungan pelanggan. Iklan merupakan bagian dari promosi produk dengan memberikan informasi kepada pasar akan adanya suatu produk baik berupa barang atau

jasa. Keberhasilan suatu iklan ditentukan oleh efektifitas iklan tersebut.

Adapun aktor yang membentuk minat beli konsumen (Kotler dan Keller, 2009) yaitu :

- 1) Sikap orang lain .Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
- 2) Faktor situasi yang tidak terantisipasi. Faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

Backer (2010), menyatakan bahwa *smartphone* adalah telepon yang menyatukan kemampuan kemampuan terdepan; ini merupakan bentuk kemampuan dari *Wireless Mobile Device*

(WMD) yang dapat berfungsi seperti sebuah komputer dengan menawarkan fitur-fitur seperti personal digital assistant (PDA), akses internet, email, dan Global Positioning System (GPS). Smartphone juga memiliki fungsi-fungsi lainnya seperti kamera, video, MP3 players, sama seperti telepon biasa.

Dari definisi tersebut tidaklah heran jika *smartphone* dijadikan objek kajian dalam setiap penelitian.

Menurut Lucas & Britt (2012), terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain:

- 1) Perhatian (Attention) Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- 2) Ketertarikan (Interest) Menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- 3) Keinginan (Desire) Adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- 4) Keyakinan (Conviction) Adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Disebabkan iklan merupakan suatu proses atau kegiatan komunikasi yang melibatkan pihak perusahaan dan masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa AIDDA adalah teori yang sesuai untuk melihat tahapan iklan tersebut. AIDDA adalah singkatan dari *Attention, Interest, Desire, Decision*, dan *Action*. Proses pentahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya di mulai dengan membangkitkan perhatian atau attention (Kasali, 1995 : 83-86).

Dalam hubungan ini komunikator harus menimbulkan daya tarik. Dimulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian akan menjadi suatu awal berhasilnya proses komunikasi. Apabila perhatian atau *Attention* komunikasi telah ada, hendaknya disusun dengan upaya menumbuhkan minat atau *interest*, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya suatu hasrat atau *desire* untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan oleh komunikator. Jika hanya ada hasrat saja pada diri komunikasi, maka bagi komunikator ini belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan atau *decision*, yaitu keputusan untuk

melakukan kegiatan atau action sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator (Kasali, 1995 : 83-86).

Berdasarkan dari latar belakang yang telah penulis kemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Iklan *Smartphone* di Stasiun Televisi Terhadap Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.”**

## 2. METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Moleong (2013, h.6) juga mengatakan bahwa “penelitian kualitatif adalah penelitian analisis yang tidak menggunakan analisis statistik”. Menurut Moleong (2001:112), pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan.

Menurut Sugiyono (2010:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari.

Prinsip yang digunakan dalam penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dimulai dengan menentukan informan sebagai sumber informasi untuk mendapatkan data kualitatif tentang pengaruh iklan *smartphone* di stasiun televisi terhadap minat beli masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.

Adapun informan penelitian ini diambil berdasarkan kunjungan pengunjung yang datang untuk ke 10 (sepuluh) konter/toko handphone yang ada di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat yaitu:

No	Nama Toko
1	Destar ponsel
2	Duta cell
3	Fortuna cell
4	Mitra ponsel
5	Moris ponsel
6	Prima cell
7	Rian cell
8	Texas cell
9	Asian ponsel
10	Ratu ponsel

Berdasarkan data di atas, maka yang menjadi informan penelitian untuk tujuan penelitian ini ditentukan sebanyak 20 informan terdiri dari 10 informan pemilik toko ponsel sebagai sampel untuk mendapatkan data sekunder tentang jumlah pengunjung, jumlah penjualan dan informasi lain terkait

dengan *smartphone*. Kemudian 10 informan masyarakat/pelanggan yang membeli *smartphone* untuk mendapatkan data primer terkait dengan pengaruh iklan televisi terhadap minat beli *smartphone*. Dalam melakukan wawancara penelitian maka untuk mempermudah penulis dalam pengumpulan data, maka penelitian ini penulis laksanakan dengan mengambil tempat pada 10 (sepuluh) lokasi pertokoan ponsel yang menjual berbagai merek *smartphone* beserta aksesorisnya yang berada di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dihimpun terhadap 10 toko yang disebutkan diketahui pada 10 toko tersebut rata-rata jumlah pengunjung adalah sebanyak 17 orang setiap harinya. Sedangkan rata-rata pembeli untuk membeli *smartphone* adalah berjumlah 5 orang setiap harinya.

Berikut data kunjungan di 10 (sepuluh) konter/toko handphone yang ada di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Tabel dibawah ini merupakan Data Kunjungan Masyarakat di 10 (Sepuluh) Toko *Smartphone* yang Berada di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat

No	Nama Toko	Jumlah Pengunjung	Jumlah Pembeli
1	Destar ponsel	30 orang	10 orang
2	Duta cell	15 orang	3 orang
3	Fortuna cell	20 orang	8 orang
4	Mitra ponsel	10 orang	5 orang
5	Moris ponsel	15 orang	4 orang
6	Prima cell	20 orang	5 orang
7	Rian cell	20 orang	5 orang
8	Texas cell	20 orang	8 orang
9	Asian ponsel	20 orang	5 orang
10	Ratu ponsel	15 orang	3 orang
Jumlah		156 orang	51 orang
Rata-Rata		16 orang	5 orang

Berdasarkan data-data pengunjung dan pembeli *smartphone* di atas, maka sampel yang menjadi informan penelitian adalah sebanyak 10 orang yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik iklan yang ditonton informan sebagai berikut:

1. Oppo Series F1S
2. Vivo Series V
3. Asus Zenfone 3 Series TVC
4. Samsung Galaxy J7
5. Samsung Galaxy J5

## **Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Terhadap Minat Beli *Smartphone* Masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat**

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap Lisa berkaitan dengan pertanyaan yang penulis ajukan tentang apakah informan pernah melihat iklan *smartphone* di televisi, dalam hal ini informan mengatakan bahwa: “Saya pernah melihat iklan *smartphone* di televisi” (Wawancara, 27 Maret 2017).

Jawaban yang sama juga disampaikan oleh Nofrizal, Almia, Safian, Riri Yulia, Azhar, Sairatun, Herman Madani, Siti Hajar dan Susi Yanti yang mengatakan bahwa “informan pernah melihat iklan *smartphone* yang ditayangkan di televisi”. (Wawancara 28 Maret-6 April 2017).

Wawancara lainnya atas pertanyaan tentang *smartphone* apa saja yang pernah ditonton oleh informan yang ditayangkan di televisi, maka terkait dengan pertanyaan tersebut, penulis mendapatkan jawaban yang beragam dari informan yang mana Lisa mengatakan yaitu “yang paling saya lihat dari iklan yang ditayangkan di televisi Samsung Galaxy J7” (Wawancara, 28 Maret 2017).

Adapun Nofrizal berkaitan dengan hal tersebut mengatakan bahwa ia sering melihat iklan Samsung Galaxy J7, Samsung Galaxy J5 dan Samsung Galaxy S7 Edge (Wawancara, 29 Maret 2017).

Wawancara selanjutnya yang penulis lakukan terhadap Almia berkaitan dengan iklan *smartphone* yang sering ditonton, Almia mengatakan “adalah iklan *smartphone* J7” (Wawancara, 30 Maret 2017).

Selanjutnya dari wawancara yang penulis lakukan terhadap Safian terkait dengan iklan *smartphone* yang sering ditonton oleh Safian adalah “*smartphone* J5” (Wawancara, 31 Maret 2017).

Sedangkan dalam wawancara lain yang penulis lakukan bahwa iklan *smartphone* J5 dan J7 adalah iklan *smartphone* yang paling sering ditonton oleh Riri Yulia, Sairatun, Siti Hajar dan Herman Madani (Wawancara, 1-4 April 2017).

Adapun wawancara yang telah penulis lakukan terhadap Siti Hajar bahwasannya” iklan yang sering ditonton adalah iklan oppo (Wawancara, 5 April 2017).

Sedangkan wawancara terhadap Susi Yanti menyebutkan bahwa iklan yang paling sering ditonton adalah iklan *smartphone* samsung galaxy J5 (Wawancara, 5 April 2017).

Wawancara berkaitan dengan pertanyaan penulis tentang apa saja yang menarik dari iklan *smartphone* di tayangkan di televisi Lisa memberikan komentarnya yaitu “yang menarik dari iklan *smartphone* Samsung Galaxy J7 adalah kecepatan kamera Samsung Galaxy J7 karena fitur kamera belakangnya sudah beresolusi 13 mega pixel dan kamera depannya CMOS 5 megapixel (Wawancara, 28 Maret 2017).

Dari wawancara penulis terhadap Nofrizal mengatakan bahwa “saya suka dengan *smartphone* Samsung Galaxy S7 Edge, karena dari 3 *smartphone* samsung yang sering saya tonton, Samsung Galaxy S7 Edge memiliki kelebihan tahan air” (Wawancara, 29 Maret 2017).

Sedangkan Almia dalam wawancara penelitian ini mengatakan bahwa “dari tampilan iklan Samsung Galaxy J7 yang sudah saya nonton, yang buat saya menarik kualitas gambar dari kamera depan ada flash CMOS nya”. Adapun jawaban yang sama juga disampaikan oleh Riri Yulia, Azhar, Sairatun, dan Susi Yanti bahwa yang menarik dari iklan *smartphone* yang ditayangkan di televisi adalah kualitas gambar/photo hasil dari kamera *smartphone* J5. Sedangkan

informan menyampaikan komentarnya terkait dengan alasan kenapa Samsung Galaxy menjadi daya tarik bagi Safian mengatakan bahwa “karena Samsung Galaxy J5 tipis dan harganya pun bisa dijangkau oleh informan” (Wawancara, 31 Maret 2017).

Selanjutnya wawancara terhadap Herman Madani diketahui bahwa “alasan informan mengapa tertarik dengan iklan Oppo dikarenakan Herman Madani tertarik dengan kualitas *smartphone* tersebut yang tahan dan tidak pecah ketika jatuh disamping kualitas kamera depannya yang menampilkan hasil photo yang bagus (Wawancara 6 April 2017).

Berkaitan wawancara yang penulis lakukan terhadap informan penelitian tentang pertanyaan apakah informan berminat untuk membeli salah satu *smartphone* yang ditayangkan di televisi, hal tersebut dijawab oleh seluruh informan bahwa semua informan tertarik untuk membeli *smartphone* yang pernah ditayangkan di televisi (Wawancara 28 Maret-4 April 2017).

Sedangkan wawancara lainnya yang penulis lakukan terkait dengan apa saja alasan yang membuat informan berminat untuk membeli salah satu *smartphone* yang ditayangkan di televisi, ditanggapi oleh Lisa yang mengatakan bahwa “alasan saya berminat terhadap untuk membeli *smartphone* yang pernah saya nonton di televisi karena kualitas produknya yang saya suka” (Wawancara, 28 Maret 2017).

Wawancara selanjutnya terhadap Nofrizal berkaitan dengan apa saja alasan yang membuat informan berminat untuk membeli salah satu *smartphone* yang ditayangkan di televisi, informan menyebutkan karena fitur canggih yang terdapat pada *smartphone* telah menarik minat informan untuk membeli *smartphone* yang pernah ditonton oleh informan (Wawancara, 29 Maret 2017).

Tanggapan lainnya juga disampaikan oleh Almia dan 8 informan lainnya menyebutkan bahwa alasan informan berminat untuk membeli *smartphone* yang ditayangkan di televisi karena *smartphone* tersebut kualitas produknya telah dilengkapi oleh fitur-fitur canggih (Wawancara, 30 Maret-4 April 2017).

Komentar yang sama juga disampaikan oleh Herman Madani dan Susi Yanti bahwa “saya sangat berminat untuk membeli *smartphone* yang ditayangkan oleh televisi” (Wawancara, 5-6 April 2017).

Pertanyaan selanjutnya berkaitan dengan apa saja tampilan produk yang ditayangkan oleh televisi sehingga anda berminat untuk membeli salah satu *smartphone* yang ditayangkan di televisi, dalam hal ini Lisa mengatakan bahwa “seperti yang sudah saya sebutkan tadi, kalau Samsung Galaxy J7 itu karena kualitas photo yang dihasilkan oleh kamera Samsung Galaxy J7 dan fitur CMOS nya yang mampu menangkap gambar lebih cepat” (Wawancara, 28 Maret 2017).

Selanjutnya dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap 8 orang informan yaitu Nofrizal, Almia, Safian, Riri Yulia, Azhar, Sairatun, Herman Madani, dan Susi Yanti menyebutkan bahwa informan berminat untuk membeli *smartphone* yang ditayangkan di televisi karena kualitas kamera yang ditawarkan oleh masing-masing produk *smartphone* yang pernah ditonton oleh informan (Wawancara, 29 Maret-4 dan 6 April 2017).

Sedangkan alasan Siti Hajar berminat untuk membeli karena kualitas *smartphone* tersebut yang tahan dan tidak pecah ketika jatuh disamping kualitas kamera depannya yang menampilkan hasil photo yang bagus (Wawancara 6 April 2017).

Berkaitan dengan hasil wawancara terkait dengan apakah informan percaya dengan kelebihan iklan *smartphone* yang ditayangkan di secara berulang-ulang televisi, dalam hal tersebut informan sangat percaya dengan kelebihan *smartphone* yang diiklankan di televisi

(Wawancara, 28 Maret-6 April 2017).

Mengenai hasil wawancara berkaitan apakah keputusan informan membeli produk *smartphone* karena dipengaruhi oleh iklan *smartphone* yang ditayangkan berulang-ulang di televisi, hal ini disampaikan oleh informan bahwa: “tayangan iklan *smartphone* di televisi telah mempengaruhi keputusan saya untuk membeli *smartphone* yang pernah ditonton di televisi”. Hanya Nofrizal yang menyebutkan bahwa keputusan membeli bukan dari tayangan iklan, tapi keputusan informan membeli *smartphone* Samsung Galaxy S7 Edge karena dipengaruhi oleh harga Samsung Galaxy S7 Edge (Wawancara, 29 Maret 2017).

Terkait dengan hasil wawancara penulis atas pertanyaan tentang apakah *smartphone* yang anda pakai saat ini merupakan *smartphone* yang ditayangkan televisi, disampaikan oleh semua informan kecuali Nofrizal bahwa *smartphone* informan sama dengan yang telah ditonton oleh informan di televisi. Hanya Nofrizal yang menyebutkan bahwa *smartphone* yang digunakan informan bukan dari hasil pengaruh tayangan televisi, karena kemampuan daya beli informan yang tidak mampu menjangkau harga *smartphone* yang diminati oleh informan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa tayangan iklan *smartphone* dapat mempengaruhi minat beli informan.

*Smartphone* merupakan sebuah teknologi telepon pintar yang pada saat ini menjadi produk perusahaan-perusahaan yang sering diiklankan di hampir semua channel-channel televisi. Jika kita lihat hampir hampir setiap jeda sebuah program siaran televisi sering menampilkan tayangan iklan *smartphone* dengan produk *smartphone* yang berbeda-beda. Hampir setiap produk yang ditampilkan dalam tayangan iklan di televisi menampilkan keunggulan *smartphone*. Jika ditelusuri dari tayangan iklan *smartphone* terkini, maka akan muncul iklan *smartphone* dengan merek Samsung Galaxy J5, Samsung Galaxy J7, Samsung Galaxy S7 Edge, Oppo F1S, Vivo dan Asus Zenfone 3 TVC.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan iklan *smartphone* yang ditayangkan di televisi bahwa pada umumnya informan yang penulis wawancarai pernah melihat iklan yang ditayangkan di televisi. Hasil penelitian ini menunjukkan juga bahwa umumnya masyarakat menonton berbagai variasi iklan *smartphone* yang ditayangkan di televisi seperti Samsung Galaxy J5, Samsung Galaxy J7, Samsung Galaxy S7 Edge, Oppo F1S, Vivo dan Asus Zenfone 3 TVC. Adapun iklan televisi yang paling sering ditonton oleh informan adalah iklan *Smartphone* Samsung J5 dan *Smartphone* Samsung J7 karena menurut hasil wawancara *smartphone* tersebut adalah iklan *smartphone* yang paling sering ditayangkan di televisi dibandingkan dengan *smartphone* Samsung Galaxy S7 Edge, Oppo F1S, Vivo dan Asus Zenfone 3 TVC.

Berkaitan dengan hasil penelitian hal-hal apa saja yang menarik dari tayangan iklan *smartphone* bahwa menurut informan yang paling menarik dari tayangan iklan tersebut adalah kualitas kamera *smartphone* yang memiliki resolusi terbaik karena hasil gambar dari jepretan kamera terang dan dapat memuaskan bagi pemakainya. Jika ditelusuri *smartphone* yang memiliki kualitas gambar terbaik dengan resolusi tertinggi adalah Samsung Galaxy S7 Edge, Oppo F1S, Vivo dan Asus Zenfone 3 TVC. Karena umumnya mereka selaku pemakai *smartphone* yang paling diinginkan adalah bentuk *smartphone* dan kualitas kamera yang bersolusi tinggi.

Selanjutnya berkaitan dengan bagaimana minat beli masyarakat terhadap *smartphone* yang ditayangkan di televisi, apakah ada pengaruh iklan terhadap minat beli pada masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat, menunjukkan bahwa ada minat masyarakat

untuk membeli *smartphone* yang ditayangkan di stasiun televisi. Hal dapat dilihat dari keinginan masyarakat yang penulis teliti untuk membeli salah satu *smartphone* yang ditayangkan di televisi. Minat yang demikian

Kecenderungan munculnya minat beli masyarakat yang penulis teliti, timbul karena salah satunya dipengaruhi oleh kebiasaan menonton iklan *smartphone* yang disiarkan di televisi. Selain itu, minat beli konsumen terbentuk dari sikap konsumen terhadap kualitas produk *smartphone* yang ditayangkan di siaran televisi, karena menurut penulis suatu cuplikan iklan akan menjadi daya tarik bagi penonton televisi sehingga dapat merubah pola pikir penontonnya untuk berminat membeli salah satu *smartphone* yang pernah dilihatnya di iklan televisi. Sebab, minat beli masyarakat terhadap sebuah *smartphone* tidak akan muncul, apabila masyarakat selaku calon konsumen, tidak pernah melihat suatu produk yang akan dibelinya. Maka dengan adanya tayangan iklan *smartphone* telah menjadi satu faktor masyarakat untuk berminat membeli sebuah *smartphone*, meskipun pada kenyataan masyarakat tidak memiliki *smartphone* yang pernah dilihatnya, hal karena dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa tidak semua informan yang diteliti memiliki *smartphone* hasil dari yang ditonton dari iklan, ini dikarenakan karena tergantung dari daya beli masyarakat untuk membeli *smartphone* yang diminatinya.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh iklan *smartphone* yang ditayangkan di stasiun televisi terhadap minat beli masyarakat di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Minat tersebut dapat dilihat pada kecenderungan informan membeli suatu *smartphone* bukan merek tertentu sebagaimana yang ditayangkan iklan di televisi, tetapi kecenderungan minat masyarakat dalam membeli *smartphone* mengarah kepada kecanggihan fitur dan aplikasi yang terdapat dalam *smartphone*.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Backer, Elisa. 2010. "Using Smartphone and Facebook in A Major Assessment: The Student Experience". E-Journal. Australia: University of Ballarat.
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Moleong, J. Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sumartono, 2002, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Bandung, Alfabeta.