

MILIK DEPDIKBUD
TIDAK DIPERDAGANGKAN

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

irektorat
dayaan

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

1998

MILIK DEPDIKBUD
TIDAK DIPERDAGANGKAN

302.23
TOT
P

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

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

1998

PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN KEBUDAYAAN DAERAH

Tim Peneliti :

- Drs. Toto Sucipto : Ketua**
- Drs. Endang Nurhuda : Anggota**
- Drs. Tjetjep Rosmana : Anggota**
- Dra. Lasmiyati : Anggota**
- Dra. Euis Thresnawaty : Anggota**
- Dra. Lina Herlinawati : Anggota**

Penyunting :

Dra. S. Dloyana Kusumah

Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang
Diterbitkan oleh : Bagian Proyek P2NB Jawa Barat
Cetakan Pertama Tahun 1998/1999
Bandung 1998
Dicetak oleh : CV. KIDANG MAS

**SAMBUTAN KEPALA KANTOR WILAYAH
DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
PROVINSI JAWA BARAT**

Salah satu cara melestarikan nilai-nilai luhur budaya bangsa adalah melalui penelitian dan pendokumentasian serta pencetakan naskah hasil penelitian yang diikuti penyebarluasannya.

Saya menyambut dengan gembira dan rasa bangga atas terbitnya buku-buku hasil penelitian melalui Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Jawa Barat Tahun Anggaran 1998/1999.

Penerbitan buku ini merupakan realisasi kebijaksanaan Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Direktorat Jenderal Kebudayaan, dalam upaya membina dan mengembangkan budaya bangsa agar dapat dijadikan pedoman dalam menghadapi kehidupan di era globalisasi dewasa ini.

Hasil penelitian yang disajikan dalam buku ini masih merupakan upaya awal yang perlu ditindaklanjuti di masa yang akan datang. Namun saya mengharapkan, dengan terbitnya buku ini akan dapat melengkapi kepustakaan dan bermanfaat bagi pembangunan di bidang kebudayaan.

Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penerbitan buku ini.

Bandung, Oktober 1998

Kakanwil Depdikbud Provinsi
Jawa Barat,



Drs. H. Thamrin Gunardi, MA
NIP. 130 364 778

**SAMBUTAN KEPALA
BALAI KAJIAN SEJARAH DAN NILAI TRADISIONAL
BANDUNG**

Keanekaragaman suku bangsa dan tradisinya di Indonesia, selain merupakan kekayaan bangsa yang perlu dibanggakan, juga menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan terutama yang berkenaan dengan nilai-nilai budaya yang khas, yang membedakan jati diri mereka dari pada suku bangsa lainnya.

Perbedaan ini akan tampak dalam gagasan-gagasan, dan hasil-hasil karya yang tercermin dalam interaksi antar individu, antar kelompok dengan alam lingkungannya.

Bertitik tolak dari kondisi seperti tersebut di atas, maka penelitian, pengkajian nilai-nilai budaya dari setiap daerah sangat diperlukan dengan tujuan memperkuat penghayatan kesatuan dan persatuan bangsa, terutama sebagai upaya tercapainya ketahanan nasional di bidang sosial budaya.

Untuk melestarikan nilai-nilai budaya dimaksud, penerbitan hasil-hasil penelitian yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat umum adalah usaha yang sangat mendesak mengingat pengaruh budaya asing semakin merasuk ke dalam sendi-sendi kehidupan bangsa.

Dengan kerjasama yang baik antara Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Kanwil Depdikbud Provinsi Jawa Barat, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Bandung dan Bagian Proyek P2NB Jawa Barat, diharapkan terbitnya buku ini dapat bermanfaat baik bagi masyarakat luas maupun pemerhati budaya.

Kepada semua pihak yang telah mendukung penerbitan ini kami sampaikan terima kasih.

Bandung, Oktober 1998

Kepala

Balai Kajian Jarahnitra Bandung



ls
Dra. S. Dloyana Kusumah

NIP. 130 927 042

PENGANTAR

Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Jawa Barat (P2NB) Tahun Anggaran 1998/1999 dipercaya oleh pemerintah, dalam hal ini Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan untuk menerbitkan naskah-naskah hasil penelitian tentang kebudayaan daerah Tahun Anggaran 1996/1997 yang berjudul :

1. PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN KEBUDAYAAN DAERAH
2. PERANAN NILAI BUDAYA DAERAH DALAM UPAYA PELESTARIAN LINGKUNGAN HIDUP.

Disadari materi yang disajikan dalam buku ini masih memerlukan penyempurnaan. Untuk itu, kami mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari semua pihak guna kesempurnaan buku ini.

Terwujudnya usaha ini tidak lain berkat adanya kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, kepada semua pihak yang telah berpartisipasi, saya ucapkan terima kasih.

Akhirnya, semoga penerbitan buku ini bermanfaat dalam usaha menggali dan melestarikan kebudayaan daerah sebagai bagian dari kebudayaan nasional.

Bandung, Oktober 1998

Pimpinan Proyek P2NB Jawa Barat,



Drs. Yudi Putu Satriadi
NIP. 131 401 222

PENGANTAR

Penyerapan unsur budaya luar dan inovasi yang muncul dari dalam akan membuat kebudayaan yang merupakan salah satu sumber utama sistem atau tata nilai masyarakat, berubah dan berkembang. Dinamika masyarakat tersebut, dalam arti pemikiran yang tidak menutup diri terhadap nilai-nilai baru, merupakan kekuatan utama dalam pengembangan setiap kebudayaan. Salah satu pendorong dinamika masyarakat adalah media massa lokal yang dewasa ini telah merasuk dalam tatanan kehidupan masyarakat karena dapat menjangkau sebagian besar lapisan masyarakat di daerah.

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, media massa mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa penyaluran pesan melalui media massa lokal sedikit banyak berdampak pada proses pembinaan dan pengembangan sejumlah unsur kebudayaan masyarakat setempat.

Mengingat uraian di atas, penelitian mengenai "Peranan Media Massa Lokal bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah" ini mendeskripsikan keberadaan berbagai jenis dan bentuk media massa lokal serta peranannya dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah. Setelah dikaji, penyusun mencoba merumuskan beberapa usulan kebijakan mengenai berbagai langkah peningkatan peran media massa dalam perwujudan jati diri dan budaya bangsa.

Bandung, Desember 1996

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	2
C. Tujuan	3
D. Kerangka Pemikiran	4
E. Ruang Lingkup	8
F. Prosedur dan Metode Penelitian	9
BAB II MASYARAKAT DAN MEDIA MASSA	15
A. Lokasi serta Kondisi Alam dan Lingkungan	15
B. Kependudukan	18
C. Jenis dan Bentuk Media Massa	26
D. Jenis dan Bentuk Media Lokal	29
BAB III MEDIA MASSA LOKAL DAN KHALAYAKNYA ..	31
A. TVRI Bandung (Media Massa Elektronika Lokal)	38
1. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya	38
2. Acara dan Waktu Siar	42
3. Saat-saat Khalayak Memanfaatkannya	51
B. Mitra Desa (Media Massa Cetak Lokal)	57
1. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya	57
2. Aneka Berita dan Isi Pesan	59
3. Saat-saat Khalayak Memanfaatkannya	68

BAB IV PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI PEMBINAAN KEBUDAYAAN DAERAH	72
A. Peran dalam Proses Sosialisasi	72
B. Pengaruh terhadap Kehidupan Sosial, Budaya, dan Ekonomi	73
BAB V PENUTUP	76
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tipe/Jenis Rumah di Kelurahan Sukabungah	19
Tabel 2.2 Komposisi Penduduk Berdasarkan Agama di Kelurahan Sukabungah	19
Tabel 3.1 Usia Responden	32
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 3.3 Pekerjaan Responden	33
Tabel 3.4 Pendidikan	34
Tabel 3.5 Status Rumah Tinggal Responden	36
Tabel 3.6 Pemilikan Media Massa	37
Tabel 3.7 Frekuensi Menonton TVRI Bandung	43
Tabel 3.8 Alasan Menonton TVRI Bandung	44
Tabel 3.9 Acara TVRI Bandung yang Disukai/Diikuti Responden	49
Tabel 3.10 Aneka Rubrik yang Terdapat di SKM Mitra Desa	64
Tabel 3.11 Rubrik di SKM Mitra Desa yang(Disukai Responden	66
Tabel 3.12 Waktu Responden untuk Membaca SKM Mitra Desa	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Provinsi Jawa Barat	83
2. Peta Kabupaten dan Kotamadya di Provinsi Jawa Barat	84
3. Peta Kelurahan Sukabungah	85
4. Peta Kotamadya Bandung	86
5. Peta Wilayah Desa Jambudipa	87
6. Peta Wilayah Kecamatan Cisarua	88
7. Peta Wilayah Kabupaten Bandung	89
8. Peta Desa Cicadas	90
9. Peta Kecamatan Binong	91
10. Peta Kabupaten Subang	92
11. Foto-foto	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arah pembangunann nasional, seperti yang tercantum dalam GBHN, adalah meningkatkan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia agar semakin maju, mandiri, dan sejahtera berdasarkan Pancasila. Selain itu, arah pembangunan juga ditujukan untuk membangkitkan dan memelihara rasa cinta tanah air yang dilandasi kesadaran, kebangsaan, semangat pengabdian, dan tekad membangun masa depan yang lebih baik, demi terwujudnya tujuan nasional dengan tetap bertumpu pada Trilogi Pembangunan.

Pembangunan manusia Indonesia yang berkualitas pada hakikatnya juga merupakan pembangunan manusia yang memiliki ketahanan sosial budaya. Ketahanan sosial budaya adalah suatu kondisi kehidupan sosial budaya bangsa yang dijiwai kepribadian nasional berdasarkan Pancasila, yang mengandung kemampuan membentuk dan mengembangkan kehidupan sosial budaya manusia Indonesia yang beriman dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, rukun, bersatu, cinta tanah air, berkualitas, maju, dan sejahtera dalam kehidupan serba selaras, serasi, dan seimbang serta memiliki kemampuan menangkal penetrasi budaya asing yang tidak sesuai dengan kebudayaan nasional. Sikap bangsa Indonesia dalam menghadapi penetrasi budaya asing adalah mempertahankan unsur-unsur yang baik dari kebudayaan sendiri dan mengambil yang lebih baik dari kebudayaan asing tersebut.

Penyerapan unsur budaya luar dan inovasi yang muncul dari dalam akan membuat kebudayaan yang merupakan salah satu sumber utama sistem atau tata nilai masyarakat, berubah dan berkembang. Dinamika masyarakat pendukungnya, dalam arti pemikiran yang tidak menutup diri terhadap nilai-nilai baru, merupakan kekuatan utama dalam pengembangan setiap kebudayaan.

Salah satu pendorong dinamika masyarakat adalah media massa yang dewasa ini telah termasuk dalam tatanan kehidupan masyarakat. Oleh sementara pihak, media massa sering disebut *the fourth estate* dalam kehidupan bermasyarakat. Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak

hal, media massa mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Oleh karena itu, media massa juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu kepentingan atau citra yang dipresentasikan untuk dilaksanakan dalam konteks kehidupan yang lebih empirik.

Dalam kerangka seperti itu, sebenarnya media Massa berada pada posisi yang ambigu, dalam pengertian bahwa ia dapat memberikan pengaruh-pengaruh positif maupun negatif. Tentu saja, atribut-atribut normatif ini bersifat sangat relatif, tergantung pada dimensi kepentingan yang mewakilinya.

Dewasa ini, sistem jaringan media massa telah dapat menjangkau sebagian besar lapisan masyarakat di daerah, terutama yang dilakukan oleh media massa lokal. Hal tersebut dapat dipahami karena berkaitan dengan isi pesan atau informasi yang disampaikan, mengacu, dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Pada umumnya, media massa lokal melayani masyarakat yang sewilayah dengan tempat kedudukan dan organisasi pengelolanya.

Walaupun media massa lokal telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup sebagian besar masyarakat, namun penggunaannya tampak masih selektif dan diskriminatif (Andre Hardjana, 1994). Pada umumnya warga masyarakat berpendidikan tertentu atau berkondisi sosial tertentu berkepentingan untuk menikmati media massa cetak. Sementara itu, media massa elektronika (radio dan televisi) tidak mengenal diskriminasi sosial ekonomi masyarakat, namun selektif berdasarkan isi acara di satu pihak dan minat serta perhatian khalayak di lain pihak.

Tidak dapat dipungkiri bahwa penyaluran pesan melalui media massa lokal sedikit banyak berdampak pada proses pembinaan dan pengembangan sejumlah unsur kebudayaan masyarakat setempat. Oleh karena itu, keberadaan berbagai jenis dan bentuk media massa lokal serta peranannya dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah, perlu diungkap melalui kegiatan pengkajian atau penelitian.

B. Masalah

Dalam berbagai analisis tentang kehidupan sosial, ekonomi, dan politik, media massa sering ditempatkan sebagai salah satu variable determinant. Media massa merupakan sebuah leviathan kekuatan raksasa yang sangat dan harus diperhitungkan. Bahkan dalam posisinya

sebagai suatu institusi informasi, dapat pula dipandang sebagai faktor yang paling menentukan dalam proses-proses perubahan sosial budaya.

Sesuai dengan paparan terdahulu, dalam posisinya yang *ambiguous*, media massa memiliki atribut normatif yang relatif : berdampak negatif maupun positif. Disatu pihak, informasi yang disampaikan dapat merangsang lajunya proses pembangunan dalam mengubah atau memperbaharui orientasi hidup untuk kesejahteraan. Namun di pihak lain, masih diragukan peranannya dalam memperkuat jati diri bangsa karena informasi yang disampaikan menimbulkan keresahan akibat benturan ketidaksesuaian dengan nilai-nilai yang berlaku. Beragamnya media massa, beragam pula dampaknya bagi masyarakat.

Mengingat paparan di atas, diperlukan upaya untuk mengumpulkan dan menjangkau informasi yang akurat mengenai pengaruh media massa dalam kehidupan bermasyarakat melalui penelitian lapangan (*field work*). Dalam penelitian ini, pengetahuan (berupa data dan informasi) yang ingin diperoleh adalah berupa jawaban atau suatu pertanyaan pokok :

Bagaimana peranan media massa lokal sebagai wahana dalam Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah?

Berdasarkan pokok masalah tersebut di atas, akan dikaji pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam mengikuti dan menggunakan media massa (lokal) sebagai sumber peningkatan kualitas kehidupan, tetap dalam kerangka melanggengkan dan mengembangkan budaya bangsa. Dengan demikian, perlu diketahui hal-hal sebagai berikut :

- a. Berbagai jenis dan bentuk media massa lokal, serta kelompok/lapisan masyarakat yang memanfaatkannya.
- b. Kelangsungan proses sosialisasi (pewarisan nilai-nilai dan perilaku beradab) dengan dukungan media massa lokal dan lembaga pendidikan yang terkait.
- c. Pengaruh pesan media massa lokal terhadap kehidupan sosial budaya dan ekonomi masyarakat pemakainya.

C. Tujuan

Secara umum, penelitian ini bertujuan mendapatkan gambaran tentang peranan media massa lokal dalam pembinaan dan

pengembangan kebudayaan daerah. Setelah dikaji, akan dicoba untuk merumuskan beberapa usulan kebijakan mengenai berbagai langkah peningkatan peran media massa dalam perwujudan jati diri dan budaya bangsa.

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan keberadaan berbagai jenis dan bentuk media massa lokal dikaitkan dengan kelompok/lapisan khalayak pemakainya.
- b. Mendeskripsikan kelangsungan poses sosialisasi (pewarisan nilai-nilai dan perilaku beradab) di kalangan khalayak pemakai media massa lokal yang terkait.
- c. Mendeskripsikan berbagai pengaruh pesan-pesan tertentu dari media massa lokal terhadap kehidupan sosial budaya dan ekonomi khalayak pemakainya.

D. Kerangka Pemikiran

1. Konsep-konsep

Dalam kajian ini, terdapat tiga konsep utama yaitu media massa lokal, budaya daerah, serta pembinaan dan pengembangan budaya. Uraian mengenai konsep-konsep di bawah ini, mengacu pada makalah Andre A. Hardjana yang berjudul "Peranan Media Massa Lokal bagi Pembinaan dan Pengembangan Budaya Daerah" (1996).

Media Massa sebenarnya merupakan kependekan dari istilah media komunikasi massa, yang secara sederhana dapat diberikan pengertian sebagai alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan serentak kepada khalayak banyak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai tempat. Sebagai "alat penyampai pesan" dalam proses komunikasi, media massa juga disebut saluran pesan atau "penyaluran pesan (channel).

Kemampuan media massa sebagai penyalur pesan kepada khalayak yang berbeda-beda, berjumlah besar dan tersebar di berbagai tempat, disebabkan oleh penggunaan mesin yang mampu menggandakan lambang-lambang pesan tersebut. Lambang-lambang itu umumnya dapat ditangkap oleh panca indera telinga. Oleh karena itu, media massa sering dibedakan menjadi media massa bentuk tampak (visual), media massa bentuk dengar (audio), dan media massa bentuk gabungan tampak

dengar (audio-visual).

Media massa bentuk tampak pada umumnya dikerjakan dengan mesin cetak, maka disebut juga media massa cetak, atau media cetak, meliputi koran, brosur, selebaran, majalah, buletin, tabloit, dan buku. Media massa bentuk dengar (audio) meliputi semua alat mekanis yang menghasilkan lambang suara termasuk musik, seperti radio dan kaset. Media massa bentuk gabungan tampak dengar (audio-visual) meliputi televisi, kaset musik video dan film. Radio, televisi, dan film pada dasarnya bekerja dengan elektronik, sehingga sering disebut media elektronik.

Media komunikasi massa Indonesia sebagai bagian dari sistem komunikasi nasional mengemban tugas sebagai media (massa) pembangunan, yang dijabarkan menjadi media penerangan, pendidikan dan hiburan. Memasuki dekade sembilan puluhan ini, terutama sejak munculnya jaringan-jaringan televisi swasta, media massa Indonesia mendapat tugas tambahan yakni "menghubungkan kelompok-kelompok kepentingan" antara lain produsen dan konsumen. dengan tugas tambahan ini, fungsi media massa Indonesia dalam era tinggal landas mirip dengan media massa pada masyarakat industri.

Sebagaimana pernah dirumuskan para ahli, fungsi media massa pada masyarakat industri dapat dirinci sebagai berikut: (1) Fungsi kewaspadaan tentang lingkungan (surveillance of environment); (2) Fungsi interpretasi atau konsensus (correlation); (3) Fungsi pewarisan nilai budaya (transmission of social heritage); (4) Fungsi hiburan sehat (entertainment); (5) Fungsi pengantara perbedaan kepentingan dan kebutuhan (linkage), yang secara lebih populer dikenal dengan fungsi menjual (to sell) atau periklanan (commercial).

Selain media massa nasional, dikenal juga media massa lokal. Berkaitan dengan kandungan isi berita, media massa lokal mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Media massa lokal pada umumnya, melayani masyarakat yang sewilayah dengan tempat kedudukan organisasi pengelolanya.

Media massa lokal, yang khusus melayani masyarakat sekitarnya, mempunyai ciri-ciri penting sebagai berikut : (1) Media massa itu dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat; (2) Isi media massa lokal mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat; (3) Isi media massa lokal sangat mementingkan berita-berita tentang berbagai peristiwa, kegiatan,

masalah, dan personalia atau tokoh-tokoh pelaku masyarakat setempat; (4) Khalayak media massa lokal terbatas pada masyarakat yang sewilayah dengan tempat kedudukan media massa itu; (5) Khalayak media massa lokal umumnya kurang bervariasi dalam struktur ataupun diferensi sosial bila dibandingkan dengan khalayak media massa nasional.

Budaya daerah adalah istilah yang mengandung pengertian "Kebudayaan lama dan asli... yang terdapat di daerah-daerah". Pengertian tersebut tercantum dalam penjelasan tentang Undang-undang Dasar Negara Indonesia :

"Kebudayaan bangsa ialah kebudayaan yang timbul sebagai buah budidaya rakyat Indonesia seluruhnya. Kebudayaan lama dan asli terdapat sebagai puncak-puncak kebudayaan di daerah-daerah di seluruh Indonesia terhitung sebagai kebudayaan bangsa. Usaha kebudayaan harus menuju arah kemajuan adab, budaya, dan persatuan, dengan tidak menolak bahan-bahan baru dan kebudayaan asing yang dapat memperkaya kebudayaan bangsa sendiri, serta mempertinggi derajat kemanusiaan bangsa Indonesia" (BP-7 Pusat, 1993).

Dari kutipan di atas, dapat diketahui bahwa "budaya daerah" menjadi penting dalam konteks kebudayaan bangsa karena "puncak-puncak" budaya daerah menentukan bentuk dan kemajuan budaya bangsa. dengan kata lain, puncak-puncak budaya daerah ini merupakan konfigurasi kebudayaan bangsa, dan dinamika dari budaya bangsa itu sendiri.

Dalam GBHN, puncak-puncak kebudayaan daerah selalu diacu sebagai "nilai-nilai budaya daerah yang luhur dan beradab" yang memperkokoh kepribadian dan jati diri yang bersih dari sikap feodal, sikap eksklusif, dan pandangan sempit atau fanatisme daerah.

Pembinaan dan pengembangan budaya berlangsung berupa kegiatan-kegiatan yang melibatkan generasi muda dalam rangkaian proses belajar dan penghayatan nilai-nilai budaya yang berlaku di masyarakat dengan ajaran, bimbingan, dan keteladanan generasi "orang tua". Kegiatan-kegiatan tersebut disebut **proses sosialisasi**. Kelangsungan sosialisasi nilai-nilai budaya dan perilaku beradab sangat dipengaruhi oleh interaksi dan komunikasi dalam keluarga, yang secara singkat disebut **sosialisasi keluarga**.

Sosialisasi keluarga yang merupakan pewarisan nilai-nilai luhur dan perilaku beradab, dapat berlangsung wajar apabila komunikasi antar seluruh anggota keluarga berlangsung intensif, sistematis, terbuka, saling percaya, dan penuh pengertian. Singkatnya, tidak berkembang "rumpang komunikasi" (communication gap) di tengah keluarga dan tidak terjadi "putus pengertian" (incommunicado) antara generasi tua dengan generasi muda.

Proses sosialisasi dapat berlangsung lebih efektif apabila disertai dukungan dari kekuatan-kekuatan sosial yang dominan dalam masyarakat, khususnya lembaga pendidikan yang melibatkan semua anak umur sekolah -- ingat wajib belajar -- dan media massa yang meliputi seluruh lapisan masyarakat Indonesia. dalam kaitan ini perlu kiranya dicatat bahwa lembaga agama dan ajaran-ajaran moralnya sudah memainkan peran asasi sebagai pedoman hidup.

2. Kerangka Pemikiran

Pada abad XXI yang tinggal sesaat lagi, bangsa Indonesia secara resmi akan memasuki era yang telah mengglobal. lalu lintas budaya dengan segala manifestasinya akan dengan bebas hilir mudik, tidak dapat dibendung oleh dinding pemisah. Informasi dapat masuk ke kamar pribadi yang tertutup dan terkunci rapat, dengan hanya melihat atau mendengarkan melalui media yang ukurannya relatif kecil.

Disadari atau tidak, media massa nasional yang ada sekarang, hingga tingkat tertentu berfungsi sebagai "agen-agen industri komunikasi transnasional" yang mempromosikan nilai-nilai yang merekat dalam industrialisasi. Hasilnya, secara selintas tampak pada sikap dan perilaku masyarakat yang cenderung "ke-barat-baratan".

Fenomena di atas, seperti yang terjadi di sebagian negara berkembang lainnya, merujuk pada apa yang disebut **sinkronisasi budaya** (Hamelink, 1983) yang berarti bahwa lalulintas produk budaya secara masif berjalan satu arah dan pada dasarnya mempunyai mode yang sinkronik. dalam hal ini, negara-negara metropolis (terutama Amerika Serikat) menawarkan suatu model yang diikuti negara-negara satelit. Proses kreativitas budaya lokal menjadi kacau atau punah; dimensi-dimensi unik dalam spektrum nilai kemanusiaan, yang telah berevolusi berabad-abad, secara cepat menghilang. Ironisnya, hal ini justru terjadi ketika perkembangan teknologi komunikasi telah mencapai

tahap yang memudahkan semua bangsa di dunia melakukan pertukaran budaya yang setara atau saling menguntungkan.

Seperti dinyatakan Hamelink, dalam sejarah budaya manusia, dengan beberapa kekecualian, tidak pernah terjadi lalu lintas satu arah dalam konfrontasi budaya, seperti yang dikenal selama ini. Konfrontasi budaya dua arah pada masa lalu sering menghasilkan budaya yang lebih kaya, bukannya budaya yang punah. Negara-negara penjajah pun sering mengizinkan masyarakat terjajah untuk melestarikan budaya mereka sendiri, antara lain sebagai strategi untuk tetap memegang kekuasaan mereka, seperti yang dilakukan kolonialis Barat dengan menjaga jarak budaya dengan bangsa yang mereka jahah.

Menurut Hamelink, apabila otonomi budaya didefinisikan sebagai kapasitas masyarakat untuk memutuskan alokasi sumber-sumber dayanya sendiri demi penyesuaian diri yang memadai terhadap lingkungan, maka sinkronisasi budaya ini jelas merupakan ancaman bagi otonomi budaya masyarakat tersebut. Nilai-nilai dan pola-pola sosial akan didiktekan oleh negara-negara metropolis berdasarkan keinginan dan kebutuhan masyarakat penerima. Produk dan nilai budaya dari negara-negara metropolis diekspor, direproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi di negara-negara satelit, bersaing dan bahkan menghancurkan produk-produk serta nilai-nilai budaya lokal.

Untuk menghadapi segala kemungkinan yang ditimbulkan dari situasi tersebut di atas, diperlukan *ketahanan nasional*, *kekebalan budaya*, sehingga kalau terbawa arus, akibatnya tidak terlalu fatal.

Menihilkan muatan-muatan nilai negatif dalam media massa baik pada tayangan televisi maupun pemberitaan pada media cetak, terutama yang berasal dari luar negeri, tentu saja merupakan hal yang mustahil. Oleh karena itu, langkah yang perlu dilakukan adalah menyiasati muatan-muatan negatif tadi secara kreatif-positif, sehingga bisa melahirkan inovasi yang sebelumnya mungkin tidak pernah terpikirkan.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup wilayah kajian meliputi tiga daerah. Ketiga wilayah tersebut adalah Kelurahan Sukabungah Kecamatan Sukajadi Kotamadya Bandung yang merupakan sampel wilayah di ibukota provinsi (urban), Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung untuk sampel wilayah pinggiran kota (suburban), dan Desa

Cicadas Kecamatan Binong Kabupaten Subang untuk sampel wilayah pedesaan (rural).

Ruang lingkup materi kajian meliputi aspek-aspek: Intensitas penggunaan media massa oleh masyarakat, besar kecilnya pengaruh media massa, bagi pembinaan budaya, pandangan masyarakat tentang pengaruh media massa serta kesadaran masyarakat dalam pemahaman budaya (daerah) melalui media massa. Rincian ruang lingkup materi kajian tersebut sebagai berikut :

1. Masyarakat dan media massa
 - a. Lokasi serta kondisi alam dan fisik lingkungan
 - b. Kependudukan
 - c. Berbagai jenis dan bentuk media massa (baik nasional dan lokal) yang menjangkau masyarakat setempat.
 - d. Jenis dan bentuk media massa lokal serta lapisan khalayak pemakainya.
2. Media massa lokal dan khalayaknya.
 - a. Media massa elektronik lokal dan khalayaknya, meliputi sejarah perkembangan, acara dan waktu siar, serta saat khalayak memanfaatkannya (intensitas pemanfaatan).
 - b. Media massa cetak lokal dan khalayaknya, meliputi sejarah perkembangan, aneka berita dan isi pesan, serta saat khalayak memanfaatkannya (intensitas pemanfaatan).
3. Peranan Media Massa dalam Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah
 - a. Peranan dalam proses sosialisasi
 - b. Pengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi.

F. Prosedur dan Metode Penelitian

1. Prosedur Penelitian

Penelitian dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut :

Tahap Persiapan,

Dilakukan pada bulan Juli sampai bulan September 1996 dengan membahas TOR yang diajukan oleh Proyek P2NB Pusat sehingga menghasilkan kerangka dasar penulisan. Kemudian dilakukan studi kepustakaan untuk memperoleh masukan mengenai hasil-hasil

penelitian yang pernah dilakukan, teori yang digunakan, serta penyusunan kerangka berpikir. Selanjutnya membuat teori-teori, metode, serta teknik penelitian yang akan digunakan. Pada tahap ini dilakukan pula pengurusan surat izin dan pembuatan pedoman wawancara serta daftar pertanyaan (kuesioner).

Tahap Penelitian Lapangan

Dilakukan pada bulan Oktober 1996 selama satu bulan. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan peneliti dan dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan pertimbangan di lokasi penelitian banyak dijumpai media massa baik cetak maupun elektronik, maka dipilih 3 lokasi penelitian dengan sifat daerah dan masyarakat yang berbeda : urban, suburban, dan rural. Perbedaan tersebut dimaksudkan agar diperoleh gambaran yang relatif lengkap dan menyeluruh mengenai peranan media massa lokal bagi pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah. sampel wilayah perkotaan (urban), adalah Kelurahan Sukabungah Kecamatan Sukajadi Kotamadya Bandung. Sampel wilayah pinggiran kota (suburban) adalah Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung. Sampel wilayah pedesaan, adalah Desa Cicadas Kecamatan Binong Kabupaten Subang. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan teknik observasi dan wawancara. wawancara dilakukan dengan informan pangkal, informan biasa, dan responden. wawancara dengan informan dilakukan secara mendalam berdasar pada pedoman wawancara, serta wawancara dengan questioner.

Tahap Penulisan Laporan

Dilakukan pada bulan Nopember dan bulan Desember 1996. Pengolahan data lapangan dilakukan sejak tahap penelitian lapangan. Data dan informasi yang diperoleh, dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan seleksi dan membandingkan data dalam usaha mempertimbangkan tingkat validitas data. Adapun analisis kuantitatif dilakukan dengan membuat tabulasi dan presentase. dari angka-angka kuantitatif tersebut, ditunjang dengan data kualitatif yang diperoleh, kemudian ditarik kesimpulan umum dan dinyatakan secara deskriptif menurut kerangka laporan hasil penelitian.

Tahap Pelaporan

Dilakukan pada akhir bulan Desember 1996 berupa tiga naskah laporan penelitian.

2. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif dengan tujuan menggambarkan gejala-gejala sosial yang tampak. Masri Singarimbun mengatakan bahwa penelitian deskripsi biasanya tanpa menggunakan hipotesa yang dirumuskan secara ketat. Apabila hipotesa digunakan, tidak untuk diuji secara statistik.

Yang pertama dilakukan dalam penelitian masyarakat adalah penyesuaian antara deskripsi gejala sosial dengan kerangka acuan yang digunakan. Menurut Spradley dalam bukunya *Participant Observation*, kerangka acuan terdapat dalam situasi sosial yang terbentuk dari tiga elemen dasar, yaitu tempat, pelaku-pelaku, dan aktivitas-aktivitas. Sangat penting memfokuskan satu dari ketiga elemen situasi sosial agar menghasilkan kegiatan yang sangat sederhana dan konsisten dengan fokus penelitian.

Penelitian ini menggunakan kerangka acuan situasi sosial yang dimulai dari tempat atau lokasi penelitian yang telah ditentukan batas-batasnya, baik geografis maupun administratif. Akan tetapi tidak terlalu terpaku pada pendapat Spradley yang mengharuskan konsisten terhadap kerangka acuan yang dipilih. Hal ini disebabkan dalam mendeskripsikan gejala-gejala pada masyarakat atau komuniti akan tersangkut pula ketiga elemen situasi sosial.

Dasar dari metode deskriptif adalah studi kasus, dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat, utuh dan lengkap atau merupakan satu kesatuan yang terintegrasi. Menurut Teken (1965), studi kasus, adalah pengkajian secara mendalam segala aspek serta memberikan gambaran terinci dengan tekanan pada situasi keseluruhan mengenai proses atau kronologis suatu kejadian.

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Data sekunder diambil dari instansi-instansi di tingkat desa, kecamatan, kabupaten, dan ibukota provinsi. Selain itu, data sekunder diambil juga dari pustaka-pustaka yang berkaitan dengan praktek lapangan (*studi pustaka*), dengan mempelajari arsip-arsip, statistik, literatur, dan laporan penelitian terdahulu yang menunjang pelaksanaan penelitian. Data

primer diperoleh dari *wawancara terarah* dengan responden, menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, dan wawancara bebas yang mendalam. Untuk melengkapi data primer ini, dilakukan juga wawancara dengan berbagai informan, seperti aparat pemerintah desa, pemuka masyarakat, dan orang-orang yang dituakan. Teknik pengumpulan data lain yang digunakan adalah observasi terhadap faktor-faktor fisik geografis, sosiografis, sosio-ekonomi, dan sosio-kultural yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari, pekerjaan, dan tingkat ekonomi masyarakat.

Seperti telah diungkapkan, wawancara untuk memperoleh data primer dilakukan dengan informan (informan pangkal dan informan biasa) serta responden. Informan pangkal adalah orang yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dengan permasalahan kajian. Yang termasuk informan pangkal adalah pejabat, tokoh masyarakat, para pengelola media massa lokal, baik elektronik maupun cetak, dan agen/penyalur media massa cetak lokal. Jumlah Informan sebanyak 45 orang (masing-masing lokasi penelitian 15 orang). Responden sebagai sumber informasi primer, ditentukan setelah mengadakan pembicaraan dengan aparat pemerintah dan beberapa tokoh masyarakat. Dengan saran, pengetahuan dan informasi hasil penelitian berdasarkan kriteria tertentu, maka ditentukan sebanyak 50 responden setiap lokasi penelitian. Dengan demikian, secara keseluruhan terdapat 150 responden. Penentuan responden didasarkan atas pertimbangan : pengguna media massa lokal baik yang *berpola tunggal* (hanya menggunakan satu media massa), maupun *berpola ganda* (menggunakan beberapa pasangan media), mampu menjawab pertanyaan yang diajukan dan dapat mewakili atau representatif untuk populasi.

Media massa yang dijadikan fokus penelitian adalah TVRI Bandung untuk sampel media massa elektronik lokal dan Mingguan Mitra Desa untuk sampel media massa cetak lokal. Pertimbangan untuk memilih kedua jenis media massa tersebut adalah : dikenal oleh masyarakat Jawa Barat; sering menanyakan atau memberikan berbagai peristiwa, kegiatan, masalah dan tokoh-tokoh daerah Jawa Barat, serta diperkirakan dapat memenuhi tujuan penelitian.

Data dan informasi yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Setelah diintegrasikan, disimpulkan dan dinyatakan secara deskriptif, kemudian diorganisir menurut kerangka laporan sehingga siap untuk ditulis dan disajikan ke dalam laporan hasil penelitian.

Laporan penelitian disusun dengan tata urutan sebagai berikut :

Bagian Pendahuluan

Menguraikan latar belakang, masalah, tujuan, kerangka pemikiran, ruang lingkup, serta prosedur, dan metode penelitian. dari uraian tersebut akan diperoleh gambaran singkat mengenai keseluruhan isi laporan.

Bagian Masyarakat dan Media Massa

Menguraikan lokasi, kondisi alam, serta fisik lingkungan, kependudukan, jenis dan bentuk media massa nasional, serta jenis dan bentuk media massa lokal. Uraian pada bagian ini menggambarkan lokasi penelitian secara umum, mengenai masyarakat dan kebudayaannya.

Bagian Media Massa Lokal dan Khalayaknya

Menguraikan hasil pengumpulan data dan analisis mengenai media massa elektronik lokal (TVRI Bandung) dan media massa cetak lokal (Mitra Desa), yang meliputi sejarah berdiri dan perkembangannya, saat khalayak mememanfaatkannya, acara yang ditayangkan, waktu siar, (media massa elektronik lokal), serta aneka berita dan isi pesan (media massa cetak lokal).

Bagian Peranan Media Massa Lokal bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah.

Berisi data hasil penelitian dan analisis. Kajian data yang diperoleh dengan acuan teori/konsep yang digunakan diuraikan dalam dua bagian, yaitu peranan dalam proses sosialisasi serta pengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi.

Bagian Akhir Tulisan

Berisi penutup laporan hasil penelitian berupa kesimpulan yang merupakan rangkuman keseluruhan isi laporan serta saran-saran. Selain itu, bagian terakhir tulisan akan dilengkapi dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran.

Secara umum, penelitian berjalan lancar, setiap responden dan informan yang ditemui berusaha menjawab pertanyaan atau mengungkapkan permasalahan sekitar peranan dan keberadaan media massa

di daerahnya. Salah satu kesulitan yang dihadapi adalah tidak lengkapnya data kepemilikan media massa di kantor kelurahan/desa. Kendalanya, menurut aparat pemerintah kelurahan/desa, adalah malas mendaftarkan diri apabila telah terdaftar konsekuensinya harus membayar iuran bulanan. Untuk mengatasi masalah tersebut, digunakan teknik *snowball sampling*, yaitu menentukan/memilih reponden yang sewilayah atau dari responden yang telah diwawancarai. Selain itu, untuk mengetahui kepemilikan media massa elektronik, terutama televisi, dapat diketahui dari rentang antena dan parabola.

Kesulitan lainnya adalah ketika menentukan lokasi penelitian untuk sampel wilayah pedesaan (rural), karena salah satu kriterianya adalah telah banyak/tersedia beberapa jenis dan bentuk media massa lokal. Yang jarang ditemui di daerah pedesaan adalah media massa cetak lokal.

"Keramahan" para pejabat maupun ketua RT/RW yang selalu mengantar ke tempat informan dan responden cenderung menjadi penghambat kelancaran pengumpulan data karena wawancara yang dilakukan menjadi "hambar" dan canggung. responden dan informan cenderung mengeluarkan ucapan atau jawaban yang normatif dan sloganistik dalam upaya untuk selalu tampak mendukung program-program pemerintah. Untuk mengatasi hal tersebut sering kali dilakukan wawancara ulang pada waktu atau kesempatan lain tanpa disertai pejabat/petugas pemerintahan.

BAB II

MASYARAKAT DAN MEDIA MASA

Dengan harapan dapat mengungkapkan gambaran mengenai peran media massa lokal bagi pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah secara akurat dan utuh merupakan suatu kesatuan yang terintegrasi, penelitian dilakukan di tiga lokasi yang berbeda. Ketiga lokasi penelitian tersebut adalah Kelurahan Sukabungah Kecamatan Sukajadi Kotamadya Bandung untuk sampel wilayah perkotaan (urban), Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung untuk sampel wilayah pinggiran kota (suburban), dan desa Cicadas Kecamatan Binong Kabupaten Subang untuk sampel wilayah pedesaan (rural).

Uraian mengenai gambaran umum lokasi penelitian di bawah ini, merupakan lokasi kondisi alam dan fisik lingkungan kependudukan, jenis dan bentuk media massa nasional, serta jenis dan bentuk media massa lokal.

A. Lokasi Serta Kondisi Alam dan Lingkungan

1. Desa Sukabungah (Urban)

Kelurahan Sukabungah adalah salah satu kelurahan yang termasuk wilayah Kecamatan Sukajadi, Kotamadya Bandung. Provinsi Jawa Barat. Lokasi kelurahan ini terletak di daerah dataran rendah dengan kondisi alam tidak rata, yang berjarak sekitar 5 km arah ke barat dari jantung kota, Kotamadya Bandung ibukota Provinsi Jawa Barat. Untuk mencapai daerah ini sangat mudah karena berada pada lintas jalan besar yang cukup ramai dan telah tersedia kendaraan umum angkutan kota dan bis kota. Sebagian daerah Kelurahan Sukabungah berada di pinggiran jalan raya dan menjadi salah satu pusat pertokoan di kota Bandung.

Luas daerah Kelurahan Sukabungah adalah 49,4 hektar yang membujur dari arah barat ke timur. Batas administratif Kelurahan Sukabungah adalah : di sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Cipedes, di sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Pasteur, dan di

sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Sukagalih.

Secara administratif Kelurahan Sukabungah terbagi atas 12 Rukun Warga (RW) dan 89 Rukun Tetangga (RT).

2. Desa Jambudipa (Sub-urban)

Wilayah Kecamatan Cisarua terbagi dalam 13 desa, yang satu diantaranya adalah Desa Jambudipa. Di desa inilah lokasi penelitian "Peran Media Massa Lokal bagi Pengembangan dan Pembinaan Kebudayaan Daerah" untuk sub urban dilaksanakan. Perjalanan menuju lokasi dapat ditempuh dengan mudah karena selain kondisi jalan sudah diaspal dengan baik, kendaraan umum cukup banyak beroperasi. Apabila akan menggunakan angkutan umum, dapat melalui terminal angkutan desa dari Pasar Atas Cimahi, dengan Jurusan Cimahi - Cisarua.

Desa Jambudipa terletak di ibukota Kecamatan Cisarua, dengan batas-batas wilayah administratif sebagai berikut : Sebelah utara dengan desa Kertawangi, sebelah selatan dengan Desa Cipageran Kotip Cimahi, sebelah Timur dengan Desa Padaasih, dan sebelah Barat dengan Desa Pasirhalang, Desa Tugumukti, dan Desa Tani Mulya, Kecamatan Ngamprah. Jarak desa dari pusat pemerintahan kota administratif sekitar 7 km; dari pusat pemerintahan kabupaten/kotamadya sekitar 32 km; dari pusat pemerintahan ibukota Dati I sekitar 16 km; dan dari pusat pemerintahan negara adalah sekitar 120 km.

Desa Jambudipa termasuk ke dalam Kawedanaan Lembang. Daerahnya terletak pada ketinggian 1.000 m diatas permukaan laut. Curah hujannya rata-rata 700 m per tahun dengan suhu rata-rata 22C. Hawa pegunungan yang sejuk bahkan cenderung dingin sering mengakibatkan kabut muncul tiba-tiba.

Luas wilayah Desa Jambudipa sekitar 365,5 ha, dengan lahannya berupa perumahan dan pemukiman 60%, pertanian dan tegalan 30%, pasar dan pertokoan 5%, serta pesawahan 2%. Dari presentase pengguna tanah tersebut menunjukkan bahwa desa ini termasuk desa pertanian.

Keadaan tanah di desa Jambudipa berbukit-bukit dan sangat subur. pepohonan banyak tumbuh di sepanjang jalan, seperti kopi, cengkeh, dan buah-buahan seperti pisang, alpukat. Adapun tanaman yang dikembangkan penduduk di daerah ini adalah sayur-sayuran seperti kol, waluh, tomat, cabe, sosin, dan buncis. Selain mengolah lahan pertanian, petani di desa ini pada umumnya memanfaatkan kondisi alam

dengan mengembangkan peternakan sapi perah.

Mengingat ketinggian daerah ini, pihak swasta telah menetapkan daerah ini sebagai tempat pemasangan transmisi televisi, baik TV Indosiar, TPI, maupun RCTI.

Pola perkampungan masyarakat desa Jambudipa adalah berderet atau berkelompok. Pola berderet adalah pola yang dipergunakan penduduk yang berdiam di perkampungan sepanjang jalan raya. Adapun pola berkelompok, rumah-rumah mengelompok menghadap ke jalan desa yang bercabang, biasanya berkumpul dengan sesama kerabatnya.

Bentuk rumah pada umumnya sudah permanen, ada sekitar 443 buah, sedangkan semi permanen sekitar 144 buah dan non permanen sekitar 20 buah. Prasarana sosial yang tersedia cukup lengkap, antara lain ada mesjid jami, sekolah madrasah, puskesmas, balai pengobatan, rumah sakit dan sebagainya.

3. Desa Cicadas (Rural)

Desa Cicadas meliputi areal seluas 425,045 ha, terletak pada ketinggian 20 m di atas permukaan laut. Keadaan alamnya berupa dataran rendah yang sebagian besar terdiri atas pesawahan dengan pengairan teknis. Curah hujan rata-rata 2.500 mm per tahun, dan suhu udara setiap harinya cukup tinggi (panas).

Desa ini dapat dicapai dengan mudah karena kondisi jalan yang sangat baik. Terletak di sebelah selatan kota kecamatan dengan jarak 14 km dan waktu tempuh 15 menit. Jarak desa menuju ibukota kabupaten adalah 21 km dengan waktu tempuh 1 jam, menuju ibukota propinsi 78 km dengan waktu tempuh 3 jam, dan menuju kampung terjauh 3 km dengan waktu tempuh 1 jam.

Batas administratif Desa Cicadas adalah :

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Karangwangi
- Sebelah timur berbatasan dengan desa Kihiyang
- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Nanggerang, dan
- Sebelah barat berbatasan dengan Desa Tanjungsaru Timur.

Desa Cicadas terdiri atas 12 RT (Rukun Tetangga), 4 RW (Rukun Warga). Luas wilayah desa sebesar 425,045 ha seperti tersebut diatas terdiri atas tanah darat 457,541 (417,097 ha perumahan dan pekarangan, 37,244 ha tanah negara/PU, dan tanah desa seluas 3,200 ha), serta tanah sawah seluas 337,504 ha. Tanah sawah tersebut merupakan sawah

pengairan teknis. Hal tersebut mengandung arti bahwa kebutuhan pengairan untuk sawah telah terpenuhi dengan baik, karena selain terdapat saluran irigasi, saluran tertier dan kuarternya terawat dengan baik. Tanaman palawija masih ditanam sebagai pelengkap. Hal ini umumnya disebabkan pertanian yang dilakukan masih berorientasi pada tanaman padi yang sifatnya monokultur.

B. Kependudukan

1. Kelurahan Sukabungah (Urban)

Masyarakat Kelurahan Sukabungah merupakan masyarakat kota yang heterogen, dengan penduduk asli berlatar suku bangsa Sunda. Komposisi penduduk Sukabungah beraneka ragam suku bangsa, antara lain Sunda, Jawa, Batak, Minangkabau, Palembang, dan Keturunan Cina. Bahkan terdapat pula warga negara asing (WNA) sebanyak 6 orang.

Berdasarkan data monografi kelurahan, disebutkan bahwa penduduk Kelurahan Sukabungah sampai akhir tahun 1995 berjumlah 17,819 jiwa, yang terdiri atas 8.989 laki-laki dan 8.824 perempuan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 4.602 orang.

Daerah Sukabungah yang merupakan daerah perkotaan, banyak didatangi migran dari luar daerah dengan berbagai tujuan dan alasan. Oleh karena itu, tingkat mobilitas penduduk daerah relatif tinggi. Namun demikian, dalam tahun 1995 ternyata tingkat mobilitas relatif terkendali, yaitu fertilitas sebanyak 36 orang, mortalitas sebanyak 34 orang, mobilitas yang pergi sebanyak 12 orang. Adapun tingkat kepadatan penduduk kelurahan Sukabungah adalah 36 jiwa per ha.

Sebagian besar lahan daerah kelurahan Sukabungah dimanfaatkan untuk lahan pemukiman penduduk. Pemukiman di daerah Sukabungah relatif padat dengan kondisi rumah saling berdekatan. Jalan rumah di daerah ini sebanyak 4,064 buah, yang terdiri atas berbagai tipe rumah seperti terlihat pada tabel 2.1. selain itu, terdapat juga 1 unit real estate.

Tabel 2.1
Tipe/Jenis Rumah di Kelurahan Sukabungah

Tipe/Jenis	Jumlah
1. Permanen	1.274 buah
2. Semi Permanen	2.134 buah
3. Non Permanen	656 buah
J u m l a h	4.065 buah

Sumber : Monografi Kelurahan Sukabungah 1995

Sebagian besar penduduk Kelurahan Sukabungah memeluk agama Islam yang ditunjang dengan sarana ibadah sebanyak 17 mesjid dan 11 mushola. Penduduk non muslim terdiri atas pemeluk Protestan, Katolik, Hindu, dan Budha. Komposisi pemeluk agama di kelurahan Sukabungah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.2
Komposisi Penduduk Berdasarkan Agama di Kelurahan Sukabungah

Agama	Penganut
1. Islam	17.394 orang
2. Kristen	267 orang
3. Katolik	102 orang
4. Hindu	35 orang
5. Budha	21 orang
J u m l a h	17.819 orang

Sumber : Monografi Kelurahan Sukabungah 1995

Sebagian besar mata pencaharian penduduk kelurahan Sukabungah bergerak pada sektor swasta, baik karyawan swasta maupun membuka usaha sendiri atau berwiraswasta. Bidang Usaha yang banyak ditekuni tertama bidang industri dan perdagangan (toko). Masyarakat yang bergerak di sektor swasta berjumlah sekitar 75% dan selebihnya bergerak di sektor lain, seperti pemerintahan (Pegawai Negeri).

2. Desa Jambudipa (Sub-Urban)

Penduduk Desa Jambudipa 1995/1996 berjumlah 7,982 Jiwa, yang terdiri atas laki-laki sebanyak 4,059 jiwa dan perempuan sebanyak 3,923 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 2,013 orang.

Jumlah penduduk berdasarkan lulusan pendidikan adalah 6,152 jiwa untuk jurusan pendidikan umum dan 213 jiwa untuk lulusan pendidikan khusus. Penduduk yang lulusan SD adalah terbanyak, akan tetapi yang telah mengenyam pendidikan di perguruan tinggi dan mengambil kursus-kursus pun cukup banyak. Hal itu memperlihatkan bahwa masyarakat telah menyadari arti pentingnya ilmu pengetahuan dan keterampilan untuk bekal di masa mendatang.

Wilayah Desa Jambudipa merupakan daerah pertanian dan perkebunan yang subur, sehingga mata pencaharian penduduk sebagian besar adalah petani penggarap dan buruh tani. Sebagian lainnya adalah bermata pencaharian sebagai karyawan, pensiun, jasa, dan wiraswasta.

Mobilitas penduduk terhitung cukup, terutama jika dilihat dari jumlah pendatang. Lengkapnya kematian 1 jiwa, kelahiran 1 jiwa, dan pendatang sebanyak 12 jiwa. Banyaknya pendatang, pada umumnya disebabkan terdapatnya beberapa industri kecil di sekitar Desa Jambudipa serta berkembangnya sektor perdagangan di wilayah sekitar Cisarua, seperti Cimahi.

Mayoritas penduduk Desa Jambudipa beragama Islam, yaitu 7.917 orang. Sebagian kecil lainnya beragama Kristen sekitar 20 orang, beragama Katolik 8 orang, dan Aliran Kepercayaan 39 orang. Kerukunan hidup beragama terjalin dengan baik. Mereka saling menghargai dan tidak pernah terdengar ada perselisihan dalam masalah kepercayaan ini.

Penduduk yang beragama Islam mengadakan berbagai kegiatan yang lebih mengeratkan hubungan antar mereka, antara lain berupa pengajian rutin, tabligh-tabligh, ceramah, dan sebagainya. Untuk lebih memantapkan keimanan dan ketakwaan, bersama-sama dengan MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jambudipa, mereka melakukan berbagai kegiatan seperti pengaturan organisasi DKM di mesjid-mesjid RW dan 13 langgar yang ada di tiap-tiap RT.

Adanya program kejar paket A, membuat masyarakat Desa Jambudipa telah bebas 3 buta., yaitu aksara, baca dan bahasa. Kejar Paket A merupakan program belajar setara SD bagi orang-orang yang tak dapat meneruskan SD-nya, dan pada akhirnya mendapatkan STTB melalui

UPSD (Ujian Persamaan Sekolah Dasar). Selanjutnya program Kejar Paket B pun telah giat dilaksanakan, untuk membentuk kelompok belajar setaraf SMP. Selain sarana di atas, di desa ini terdapat sarana pendidikan untuk TK, Madrasah Diniyah, Ibtidaiyah, dan Sekolah Dasar.

Selain mengolah lahan pertanian, para petani Desa Jambudipa pada umumnya memelihara sapi perah dan menjadi anggota KUD Sarwa Mukti Kecamatan Cisarua. Mereka seringkali mendapat bimbingan dari PPL (Petugas Penyuluh Lapangan), Sehingga produksi yang dihasilkan selalu meningkat setiap musim panennya.

Beberapa industri kecil yang telah lama berdiri di wilayah Desa Jambudipa adalah industri logam, industri wybert, Afitson, Caramel, stik, dan kerupuk susu merupakan salah satu usaha KUD Sarwa Mukti.

Untuk menyukseskan Keluarga Berencana, pemerintah setempat berupaya terus meningkatkan program KB. Hingga kin hasilnya telah mencapai 79,20%. Pasangan usia subur yang menggunakan alat kontrasepsi adalah sebagai berikut : IUD 308 orang, pil 298 orang, suntik 317 orang, MOW 67 orang, MDP 25 orang, inplante 11 orang, dan kondom 1 orang.

Organisasi sosial yang ada di desa Jambudipa antara lain PKK, Karang Taruna, LMD, dan LKMD. Kegiatan PKK yang sangat menonjol adalah dalam program Kesehatan Masyarakat, seperti adanya Posyandu, Kesehatan Lingkungan, dan UPKG. Kegiatan 12 Posyandu yang tersebar di masing-masing RW, memiliki manfaat yang sangat besar, terutama dalam bidang imunisasi, gizi keluarga, maupun kesehatan lingkungan. Selain itu, PKK telah mengembangkan latihan keterampilan masyarakat, seperti pembuatan kue, minuman, keterampilan menjahit, rias pengantin, pengaturan menu makanan sehat, dan pembinaan rumah tangga yang baik. dalam bidang olah raga, mereka mengadakan senam kesegaran jasmani, gerak jalan santai, gerak jalan jantung sehat, bola volly, dan bulutangkis. Semua kegiatan di atas dapat terlaksana dengan baik berkat upaya Tim Penggerak PKK, Kelompok PKK RW, dan Dasawisma yang telah menyampaikan program-program pemerintah melalui bahasa yang komunikatif kepada masyarakat.

Karang taruna desa yang bernama Karang Taruna Sangkuriang telah banyak membantu pemerintah setempat dalam mengendalikan para pemuda melakukan aneka kegiatan yang positif, seperti pengajian remaja, olah raga, keterampilan pembuatan patung dari semen, dan pelestarian lingkungan hidup.

Salah satu upaya yang dilakukan LMD dan LKMD adalah memberi motivasi kepada warga untuk memanfaatkan lembaga LIPOSOS. Lembaga ini bersama dengan organisasi PKK dan pemerintah setempat, bertugas membina para calon transmigran. Mereka membimbing kelompok belajar transmigran, dengan harapan dapat mengubah tata kehidupan menjadi sejajar dengan kehidupan masyarakat yang telah maju.

Untuk menjaga ketentraman dan ketertiban masyarakat, selain mengerahkan Satgas Hansip juga melibatkan masyarakat melalui penugasan Siskamling secara bergilir kepada setiap kepala Keluarga. Berkat kesadaran mereka akan tugas siskamling, daerah ini dapat terkendali dari gangguan keamanan dan ketertiban.

3. Desa Cicadas (Rural)

Berdasarkan hasil registrasi penduduk tahun 1995, jumlah penduduk mencapai 3.604 jiwa yang terdiri atas laki-laki sebanyak 1.761 jiwa dan perempuan sebanyak 1.843 jiwa dengan jumlah kepala Keluarga sebanyak 1.015 orang. Kepadatan penduduk rata-rata adalah 900 jiwa/km persegi.

Dalam komposisi penduduk tahun 1995, jumlah penduduk usia non produktif tercatat 807 orang, yang terdiri atas 526 orang berusia antara 0 - 10 tahun dan 201 orang berusia 55 tahun ke atas. Sedangkan jumlah penduduk usia produktif sebesar 2.797 orang. Dengan demikian, ratio ketergantungan dapat dihitung sebagai berikut :

$$807 / 2.797 = 1 / 3$$

Berarti 3 orang penduduk usia produktif menanggung 1 orang penduduk non produktif. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat Desa Cicadas berkecukupan. Hal tersebut merupakan faktor positif terhadap pengembangan kemajuan desa. Jumlah balita di desa Cicadas cukup kecil, yaitu hanya sekitar 7,08% (255 orang). Hal tersebut antara lain disebabkan keberhasilan pemerintah desa dalam memberikan pengertian kepada masyarakat mengenai pentingnya Keluarga Berencana (KB).

Data mengenai mobilitas penduduk yang tercatat adalah : lahir 27 orang, mati 8 orang, datang 8 orang, dan pindah 23 orang. Sedangkan mengenai agama penduduk, tercatat 3,601 orang memeluk agama islam dengan sarana peribadatan 21 langgar dan 3 buah mesjid, pemeluk

Protestan 2 orang, dan seorang pemeluk agama Hindu.

Tingkat pendidikan penduduk sudah tentu berpengaruh pada usaha pengembangan desa di samping faktor-faktor lain yang juga berperan. Di Desa Cicadas, tingkat pendidikan SD/ sederajat memiliki jumlah yang cukup besar yaitu sebesar 937 orang atau 26%. Jumlah tersebut lebih kecil dari jumlah penduduk yang tidak tamat SD, yaitu sebesar 1.477 orang atau sekitar 40,98%. Walaupun demikian, sebagian besar penduduk yang tidak tamat SD tersebut sudah bisa membaca huruf latin atau huruf Arab. Hal tersebut, sudah merupakan faktor yang positif karena usaha untuk meningkatkan pengetahuan serta memberikan penerangan tentang koperasi diperkirakan tidak akan mengalami kesulitan. Apalagi ditunjang dengan jumlah penduduk yang berpendidikan Akademi/Perguruan Tinggi cukup banyak, yaitu 17 orang, atau sekitar 0,47%. Fakta tersebut erat kaitannya dengan sikap dan pola pemikiran yang sudah maju dan tidak konservatif dari masyarakat tersebut. Sarana pendidikan yang tersedia antara lain : 4 buah SD dengan jumlah ruangan 24 buah, 1 buah SLTP dengan jumlah ruangan 3 buah, dan 1 buah Madrasah dengan jumlah ruang 9 buah.

Pada umumnya, mata pencaharian penduduk adalah bertani dan buruh tani. Hal tersebut dapat dilihat antara lain dari pemanfaatan luas areal desa yaitu sekitar 79,40% digunakan untuk pesawahan. Gambaran rinci mengenai mata pencaharian penduduk adalah : 931 orang petani pemilik, 424 orang petani penggarap, 608 orang buruh tani, 7 orang mengusahakan industri kecil, 1 orang dokter, 1 mantri kesehatan, 62 guru, 33 Pegawai Negeri Sipil, 192 buruh, 3 dukun bayi, 1 tukang cukur, 10 tukang jahit, 5 tukang kayu, 5 tukang batu, 1 orang pengusaha angkutan umum, 5 ABRI, 23 pensiunan PNS/ABRI, 7 pedagang, 20 sopir, 10 ojek motor, 4 pekerja bengkel/tambal ban. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk desa Cicadas yaitu sekitar 57,59% atau 1,355 adalah petani, baik sebagai pemilik maupun petani penggarap, Buruh, baik buruh tani maupun buruh biasa/kuli, merupakan mata pencaharian terbesar kedua setelah petani yaitu sebanyak 800 orang atau sekitar 34% dan sebagian besar buruh ini bekerja di lapangan pertanian (buruh tani).

Keadaan perumahan penduduk dapat digunakan sebagai barometer untuk mengetahui tingkat kemakmuran atau kesehatan penduduk. Keadaan perumahan penduduk di daerah studi, dapat dirinci menurut tipenya sebagai berikut : 251 rumah tipe A, 451 rumah tipe B,

dan 210 rumah tipe C. Jika ditinjau dari jumlah penduduk, maka fasilitas perumahan bagi penduduk adalah 4 berbanding 1, berarti 1 rumah dihuni 4 orang untuk keperluan air minum, mandi dan mencuci, penduduk menggunakan air sumur atau sumur umum kepunyaan salah seorang penduduk yang bisa digunakan secara bersama-sama, dan air sungai (saluran irigasi). Untuk melayani kesehatan penduduk, terdapat 1 Puskesmas, 1 dokter, 1 mantri kesehatan, dan 6 Posyandu.

Organisasi sosial yang ada di Desa Cicadas adalah organisasi yang berkaitan dengan pemerintah dan organisasi yang muncul dari masyarakat sendiri sesuai dengan kebutuhan atau bidang yang bersangkutan. Organisasi sosial pemerintah adalah pemerintahan desa dengan segenap bagiannya (misalnya Kepala Urusan, RT, RW atau Kepala Dusun) yang dipimpin oleh Kepala Desa. Organisasi sosial lainnya antara lain karang taruna, perkumpulan kesenian, olah raga, serta perkumpulan pengajian dan arisan.

Berdasarkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari dan informasi dari tokoh masyarakat, di desa Cicadas terdapat penggolongan sosial antara lain didasarkan atas status dan peranannya dalam masyarakat, serta kekayaan materi. Walaupun demikian, perbedaan-perbedaan itu tidak tampak menonjol karena hubungannya bersifat kekeluargaan dan setiap kelompok saling membutuhkan secara timbal balik.

Golongan atau kelompok yang didasarkan atas status dan peranannya dalam masyarakat adalah golongan formal dan nonformal. Golongan ini merupakan penentu di dalam pengambilan keputusan yang menyangkut segala aspek kehidupan sehari-hari. masyarakat selalu berusaha taat terhadap semua peraturan yang dikeluarkan, baik pimpinan formal maupun nonformal. Pimpinan merupakan pimpinan yang duduk dalam lembaga pemerintahan, seperti lurah, ketua RW dan ketua RT. Sedangkan pimpinan nonformal merupakan pimpinan yang dipilih berdasarkan penghormatan dan penghargaan masyarakat karena usia, pengalaman, pengetahuan (ilmu atau ulama), dan peran di lingkungannya. Pimpinan nonformal biasa dikenal dengan sebutan *tokoh masyarakat*. Hubungan antara pimpinan formal dan non formal bersifat kekeluargaan dan saling membutuhkan, terutama dalam pemecahan masalah yang menyangkut kehidupan masyarakat.

Berdasarkan kekayaan materi, dikenal dengan golongan kaya yaitu apabila mempunyai tanah yang luas, kendaraan bermotor, dan

perabotan rumah tangga yang lengkap dan cenderung mewah. Sedangkan yang dianggap golongan miskin biasanya bekerja sebagai buruh, penggarap tanah orang kaya, mengurus kebun maupun sebagai pembantu golongan kaya. Hubungan antara kedua golongan bersifat kekeluargaan, saling mengisi, sehingga kelompok yang satu membutuhkan kelompok lainnya secara timbal balik.

Masyarakat Desa Cicadas menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa pengantar di dalam pergaulan sehari-hari. Sebagaimana bahasa Sunda umumnya, di desa inipun dikenal adanya undak usuk bahasa (tingkatan-tingkatan bahasa), yang terdiri bahasa *lemes* (halus) *sedeng* (sedang), dan *kasar* (kasar). Bahasa *lemes* digunakan kepada seseorang yang lebih tua, dihormati, atau yang baru dikenal. Bahasa *sedeng* (sedang) digunakan apabila lawan bicara dianggap sebaya, sederajat, atau akrab. Sedangkan bahasa *kasar* digunakan kepada seseorang yang dianggap lebih rendah, baik umur maupun kedudukannya, sedang marah.

Dalam pertemuan-pertemuan/rapat non formal, bahasa Sunda biasa digunakan. Namun dalam rapat-rapat formal, misalnya rapat desa atau karang taruna, digunakan bahasa Indonesia atau bahasa campuran bahasa Indonesia Sunda walaupun tidak fasih benar, secara umum masyarakat Desa Cicadas mengenal dan bisa menggunakan bahasa Indonesia.

Sistem teknologi yang tampak pada masyarakat Cicadas dapat dikatakan dalam keadaan transisi dari sistem teknologi tradisional ke sistem teknologi modern. Penggunaan teknologi tradisional, misalnya tampak pada alat-alat pertanian cangkul, arit (parang), dan bajak, serta penggunaan tenaga manusia dan binatang untuk mengolah sawah. walaupun demikian sudah digunakan juga pupuk buatan untuk menyuburkan tanah, traktor, serta obat-obat kimia (insektisida dan pestisida) untuk memberantas hama dan penyakit tanaman. Demikian juga dengan proses pengolahan padi menjadi beras tidak lagi dikerjakan dengan cara menumbuk, melainkan membawanya ke *pabrik atau heleran* (tempat penggilingan padi).

Peternakan masih dilakukan dengan cara yang sederhana yaitu dengan jalan digembalakan oleh anak-anak sehabis sekolah, mengolah sawah, atau panen, bahkan ada juga yang membiarkan ternak tersebut mencari makan sendiri. Ternak-ternak cukup ditempatkan di kandang-kandang yang sederhana, belum banyak yang menggunakan makanan ternak produksi pabrik, akan tetapi obat-obatan yang digunakan sudah memakai obat-obatan buatan pabrik.

Peralatan rumah tangga, juga sudah menggunakan teknologi campuran, misalnya peralatan dapur masih ada yang menggunakan tungku dan kayu bakar, disamping sudah banyak yang menggunakan kompor minyak tanah dan kompor gas. Peralatan-peralatan yang semula menggunakan bahan kayu atau bambu, sudah banyak yang menggantikannya dengan bahan dari plastik. Sarana transportasi dan komunikasi, cenderung didominasi peralatan atau teknologi modern. Sarana transportasi yang dapat dijumpai antara lain sepeda motor, mobil, sepeda, delman, dan perahu motor/tidak bermotor. Sedangkan media komunikasi yang terdapat di Desa Cicadas, antara lain televisi, CB, radio, surat kabar, dan majalah.

Penggunaan radio, baik sebagai sumber informasi dan penerangan maupun sarana hiburan telah banyak dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat desa. bagi penduduk yang mampu membeli televisi akan berusaha untuk memilikinya, guna memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi maupun menaikkan status sosial pemilikinya. Dengan perkataan lain, di samping berfungsi sebagai media komunikasi massa, televisi juga berfungsi sebagai bagian dari perabot rumah tangga yang memainkan prestise pemilikinya.

C. Jenis dan Bentuk Media Massa Nasional

Sebagai lembaga sosial, media massa merupakan produk dan penggerak dari industri masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat yang sudah memasuki *era tinggal landas* berarti juga makin besar kepentingannya dengan media massa dan semakin maju perkembangan media massa. Ikatan saling ketergantungan antara media massa dan industrialisme masyarakat terutama tampak pada pengelolaannya dan kompleksitas "penyaringan yang berlapis-lapis" (*multiple gate keeping*). Media yang dikelola atau suatu organisasi canggih yang mengandalkan dana investasi besar, sistem teknologi canggih dan pasar yang luas. Oleh karena itu, penyaringan dilakukan dengan mempertimbangkan banyak faktor (*multi factorial*), seperti keuangan, struktur kekuasaan, dan kepentingan khalayak, selain pertimbangan profesional seperti ketepatan dan kelayakan (Andre A. Haedjana, 1996).

Sejalan dengan kemajuan pembangunan di Indonesia, kuantitas dan kualitas media massa pun makin meningkat. Media massa dapat ditemukan dimanapun dan seolah merupakan makanan sehari-hari bagi

siapa saja, tidak terbatas kaum elit, kaum kaya, tidak pula terbatas pada kaum penguasa. Edi Sedyawati (1996 : 35) mengungkapkan, karena perangkatnya yang multi lambang, dan dengan demikian dapat bersifat *diskursif*, maka yang disampaikanpun bukan hanya signal-signal. Ia kini dapat menyampaikan pesan dalam berbagai gradasi : pemberitahuan, pendalaman pengetahuan, anjuran, bujukan, peringatan, kritik, agitasi, intimidasi, ancaman, dan lain-lain, dan sifatnya pun dapat interaktif : pembaca dapat memberikan reaksi, berbagai pihak dapat beradu argumen.

Media massa terdiri atas media cetak dan media elektronik. Masing-masing jenis media ini terdiri atas beberapa bentuk media yang masing-masing mempunyai ciri khas dan menimbulkan implikasi khusus. Akibatnya untuk memahami media massa perlu lebih dahulu mengetahui aneka bentuk dan ragam variasinya.

Media massa cetak meliputi koran (harian, mingguan, tabloid), majalah (berita, khusus, hiburan), buletin atau terbitan berkala, buku (pengetahuan, cerita, komik), dan selebaran lepas. media massa elektronik meliputi radio, televisi, dan film (film video, disc video, dan kaset/disc). Ciri khas dari masing-masing bentuk media massa tersebut mempunyai implikasi yang berbeda-beda. Dengan sendirinya, dampak yang ditimbulkan pun berbeda-beda pula.

Media massa cetak, terutama koran harian, cenderung menjadi media berita, setengah hiburan, dan layanan. Khalayak berdasarkan tingkatan tertentu : pria/wanita, tua-muda-anak, dan awam-ilmuwan. Berita pada koran bersifat ringkas dan analitik. Berita pada majalah berbeda dengan berita pada koran. Kelemahan faktor kekinian dalam berita pada majalah, dikompensasikan dengan pandangan yang analitik dan interpretatif.

Media masa elektronik cenderung menjadi hiburan, berita, dan layanan. Khalayak bervariasi, sehingga media ini dapat disebut media massa keluarga.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, di ketiga lokasi penelitian dapat dijumpai kedua jenis komunikasi massa, baik media massa cetak maupun media massa elektronik. Keberadaan media massa ini terutama dimanfaatkan untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi yang aktual, trend, dan berkembang. Media massa yang digunakan cenderung yang bersifat nasional. Masyarakat beranggapan dan mempercayai media massa nasional dapat memenuhi kebutuh-

informasi berskala besar, baik nasional maupun internasional.

Walaupun jenisnya sama, tetapi kuantitas media massa yang dijumpai di setiap lokasi penelitian berbeda. Media cetak berskala nasional misalnya, dapat dijumpai dan didapatkan dengan mudah di lokasi penelitian urban (perkotaan) maupun sub-urban (pinggiran kota), karena banyaknya agen surat kabar maupun pedagang eceran (kios maupun penjaja surat kabar). Lain halnya di lokasi penelitian di wilayah pedesaan (rural), apabila tidak berlangganan sulit untuk menjumpai pengecer koran. Masyarakat harus ke agen surat kabar di kota kecamatan terdekat untuk mendapat koran yang diinginkan.

Hasil penelitian mengungkapkan, masyarakat di daerah urban dan sub-urban mengkonsumsi media massa cetak berskala nasional dalam bentuk : koran (Kompas, Republika, Pikiran Rakyat, dan Suara Pembaharuan). Tabloid (Nova, Citra, Pos Film, Bintang, Target, dan Wanita Indonesia). Majalah (Hai, Gatra, Gadis, Keluarga, Kartini, Populer, Aneka, Femina, Mangle, Matra, Forum, Intisari dan Bobo), serta beberapa judul komik. Sedang di wilayah pedesaan (rural), dijumpai Pikiran Rakyat, Kompas, republika, Citra, Bintang, dan Nova.

Media massa yang banyak dimiliki masyarakat adalah televisi dan radio, film dalam bentuk kaset dan disc video umumnya terkonsentrasi pada masyarakat perkotaan. mengingat harganya yang mahal, media massa film mempunyai khalayak yang terbatas pada orang yang tergolong mampu.

Televisi dapat dikatakan sebagai fenomena aktual masyarakat modern, dalam arti televisi dipersepsikan sebagai karakter khas masyarakat "modern" yang acap kali mengedepankan logika dan rasionalitas. Berkat kehadiran televisi, jarak kultural peradaban dapat teratasi. Masyarakat di belahan manapun, termasuk masyarakat di wilayah lokasi penelitian akan segera mengetahui kondisi aktual ke tempat yang berbeda.

Televisi menjadi "teman" setiap orang ketika mereka mengalami kejenuhan akibat rutinitas kegiatan sehari-hari. Di ketiga lokasi penelitian, televisi merupakan bentuk media massa elektronik yang paling disukai, terutama setelah beroperasinya stasiun televisi swasta nasional, seperti RCTI, SCTV, TPI, ANTV dan Indosiar. Stasiun-stasiun televisi swasta nasional tersebut berlomba menarik perhatian pemirsa dengan melemparkan berbagai jenis tayangan yang dikemas dengan apik dan menarik. Kualitas gambar dan suara kelima stasiun televisi swasta

dan TVRI Jakarta (pusat) di lokasi penelitian wilayah urban dan sub-urban, dapat diterima dengan jernih tanpa bantuan alat-bantu seperti parabola atau antena UHF. Lain halnya di lokasi penelitian di wilayah pedesaan (rural), masyarakat harus menggunkan parabola dan antena UHF yang berelemen banyak (52 atau 72 buah) untuk dapat menerima siaran televisi swasta nasional dengan baik. Walaupun dengan menggunakan antena UHF dengan 72 elemen dan tingginya sekitar 12 meter, acap kali gambar yang diterima tidak jelas dan suaranya buruk (Sunda : *ngeresek*). demikian juga dengan penggunaan parabola, tidak puas karena beberapa tayangan seringkali "diacak" (gambar dan suara menjadi buruk dan kabur). Selain televisi yang akrab dengan rutinitas kehidupan masyarakat, radio pun memegang peranan penting. daya tangkap siaran radio dari beberapa stasiun dapat diterima dengan baik. Stasiun radio nasional/internasional yang dapat ditangkap dengan baik, antara lain RRI Jakarta, Radio ABC Australia, dan Radio BBC Inggris. Khalayak pendengar kedua stasiun radio terakhir (ABC dan BBC) terutama kalangan pelajar dan mahasiswa.

D. Jenis dan Bentuk Media Massa Lokal

Sebagaimana telah diungkapkan, sebagian besar penduduk asli di ketiga-lokasi penelitian lebih suka mengkonsumsi media massa nasional dari pada lokal dengan harapan informasi yang disajikan merupakan informasi aktual, terpercaya dan global. Meskipun demikian, masih ada sebagian masyarakat yang mengkonsumsi media massa lokal, baik media massa cetak maupun media massa elektronik. Alasan mereka pada umumnya ingin mengetahui perkembangan pembangunan dan budaya daerah sendiri, yaitu Jawa Barat.

Media Massa cetak lokal yang beredar di lokasi penelitian wilayah urban dan sub urban, antara lain koran (Mitra Desa, Giwangkara, Galura, dan Bandung Pos), serta malajah (Mangle, Simpay, dan Suara Daerah). Di wilayah pedesaan hanya dijumpai Mitra Desa, Giwangkata, dan Suara Daerah.

Media Massa elektronik lokal terdiri atas dua bentuk, yaitu televisi dan radio. Stasiun televisi lokal yang diminati khalayak adalah TVRI Bandung. Adapun media massa "*bentuk dengar*" (audio) lokal, antara lain RRI Bandung, Ardan, Anta Salam, Oz, Shinta, Dahlia, Parahiangan, Garuda, Generasi Muda, MGT, Rase, KLCBS, Paksi, Fortune, PR, Mara,

Madina, Rase, Volpo, Paramuda, Sonata 47, Ganesa, Rama, Sara 88, Chevy, Litasari, Pamour, dan Pro 2, yang dinikmati oleh khalayak di lokasi penelitian wilayah perkotaan dan pinggiran kota. Sedangkan di wilayah pedesaan (Desa Cicadas-Subang), dapat didengar siaran dari RRI Bandung, Sturada BENPAS, Plangi dan GSP Pamanukan.

BAB III

MEDIA MASSA LOKAL DAN KHALAYAKNYA

Media massa lokal berperan penting dalam kehidupan masyarakat setempat, karena dapat mempengaruhi irama kehidupan sosial dan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat terutama sebagai sumber pesan yang bermanfaat untuk "menghadapi lingkungan luas" (adaptive function). Secara kesisteman, media massa lokal merupakan bagian dalam sistem komunikasi nasional dengan ciri-ciri khusus, antara lain berupa pengelolaan yang dilakukan oleh organisasi setempat (Andre A. Hardjana, 1996). Berkaitan dengan isi beritanya, media massa lokal mengacu, menyesuaikan diri, dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat.

Dalam penelitian **Peranan Media Massa Lokal bagi Pembinaan Pengembangan Kebudayaan Daerah ini**, media massa lokal yang dijadikan sampel penelitian adalah TVRI Bandung (Media massa elektronik lokal) dan Mitra Desa (media massa cetak lokal). Kedua bentuk media massa tersebut, dijumpai di tiga lokasi penelitian; sering menayangkan atau memberitahukan berbagai peristiwa, kegiatan, masalah, dan tokoh-tokoh setempat; serta diperkirakan dapat memenuhi tujuan penelitian.

Sebelum sampai pada inti permasalahan, yaitu paparan mengenai media massa lokal dan khalayaknya, terlebih dahulu akan diuraikan identitas responden. Yang dimaksud dengan identitas adalah keadaan atau kondisi yang melekat pada individu/responden. Tentu saja kondisi tersebut akan berbeda antara satu dengan yang lainnya. Identitas tersebut, ditentukan sebagai variabel pengaruh yang secara langsung maupun tidak akan mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan atau memahami dan menjawab pertanyaan yang diajukan.

Gambar responden yang akan diuraikan, meliputi usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, tingkat pendidikan, status rumah, dan kepemilikan media.

Tabel 3.1 Usia Responden

No	Usia Responden	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Muda (<35 th)	16	32,00	16	32,00	17	34,00
2.	Sedang (35-55 th)	18	36,00	19	38,00	19	38,00
3.	Tua (> 55 th)	16	32,00	15	30,00	14	28,00
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer hasil Penelitian 1996

Tingkat usia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kemampuan responden dalam merespon dan beradaptasi dengan situasi dan kondisi lingkungan, melakukan tindakan hukum, serta berpartisipasi aktif dalam pembangunan di daerahnya. Selain itu, tingkat usia disertakan sebagai variabel pengaruh dengan harapan dapat mengungkapkan jawaban yang bervariasi mengenai keberadaan dan peranan media massa lokal.

Data pada Tabel 3.1 memperlihatkan hampir berimbangny jumlah responden antar strata di ketiga lokasi penelitian. berimbangny jumlah responden antar strata, disengaja penulis dengan harapan dapat memenuhi tujuan penelitian.

Pada awalnya, sesuai dengan rencana penelitian, responden adalah kepala keluarga dan berjenis kelamin laki-laki. Akan tetapi, reponden yang dituju acapkali tidak dapat dijumpai di rumahnya walaupun beberapa kali dikunjungi. Untuk mengatasi masalah tersebut, penulis mengambil jalan tengah dengan mewawancarai istri responden. Oleh karena itu, jenis kelamin responden tidak hanya laki-laki atau kepala keluarga.

Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin Responden	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Laki-kali	37	74,00	31	62,00	32	64,00
2.	Perempuan	13	26,00	19	38,00	18	36,00
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Data di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki. Hanya sekitar 30% dari seluruh responden, berjenis kelamin perempuan. dari 30 % tersebut, 15 % berstatus kepala keluarga. Menyimak hasil wawancara, keragaman jenis kelamin ternyata malah menguntungkan karena memperkaya data dan informasi mengenai keberadaan dan peranan media massa lokal dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagian besar responden perempuan tidak memiliki pekerjaan atau hanya diam di rumah sebagai ibu rumah tangga. Sedangkan responden laki-laki, mempunyai pekerjaan yang cukup beragam. Rincian pekerjaan responden, tampak pada tabel 3.3 Uraian mengenai pekerjaan responden tersebut, dibedakan dalam dua jenis yaitu pekerjaan pokok dan pekerjaan tambahan (sampingan).

Tabel 3.3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
	A. Pokok						
1	Petani	-	-	18	36,00	20	40,00
2	Pedagang	13	26,00	5	10,00	40	8,00
3	Pegawai Negeri/ ABRI	5	10,00	4	8,00	6	12,00
4	Pamong Desa	2	4,00	-	-	1	2,00
5	Karyawan Swasta	18	36,00	7	17,00	1	2,00
6	Buruh Tukang	4	8,00	3	6,00	5	10,00
7	Ibu Rumah Tangga	8	16,00	13	26,00	13	26,00
	B. Sampingan						
1	Petani	-	-	3	6,00	3	6,00
2	Pedagang	11	22,00	5	10,00	8	16,00
3	Buruh/Tukang	8	16,00	5	10,00	6	12,00
4	Pengrajin	3	6,00	1	2,00	-	-
5	Tidak punya pe- kerjaan tambahan	28	56,00	36	72,00	33	66,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Hasil penelitian yang tercantum pada tabel 3.3 memperlihatkan bahwa sebagian responden di wilayah penelitian rural dan sub-urban bekerja sebagai petani. Tidak ada satupun responden di wilayah perkotaan yang bekerja sebagai petani. Hal tersebut berhubungan dengan tidak adanya lahan pertanian di wilayah Desa Sukabungah. Tiga puluh enam persen responden di perkotaan bekerja sebagai karyawan swasta, antara lain di Biro Konsultan, industri kecil, agen perjalanan, Satpam bank swasta, dan karyawan pabrik.

Apabila melihat jumlah responden berdasarkan pekerjaan sampingan, tampak bahwa sebagian besar responden tidak memilikinya. Hanya sekitar 35% yang memiliki pekerjaan sampingan. dari jumlah itu, hampir setengahnya bekerja sebagai pedagang.

Berdasarkan pekerjaan responden, secara umum dapat diungkapkan pola pemanfaatan media massa karena berkaitan erat dengan kebiasaan pemanfaatan waktu luang yang tersedia. Misalnya seorang karyawan swasta yang bekerja sejak pukul 07.00 sampai pukul 17.00 tentunya memiliki waktu luang lebih sedikit dibanding buruh/tukang yang kadang-kadang tidak memiliki jadwal kerja secara ketat. yang memiliki waktu luang sangat banyak, tentu saja responden yang tidak memiliki pekerjaan, dalam hal ini ibu rumah tangga karena hampir setiap waktu ada di rumah.

Ditinjau dari segi pendidikan, para responden ternyata pernah mendapat pendidikan formal maupun non formal dalam jenjang yang beragam.

Tabel 3.4
Pendidikan Responden

No	Pendidikan	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Tidak tamat SD	-	-	2	4,00	7	14,00
2.	Tamat SD	5	10,00	6	12,00	22	44,00
3.	Tamat SLTP	15	30,00	16	32,00	10	20,00
4	Tamat SLTA	19	38,00	18	36,00	6	12,00
5	Tamat Akademi	8	16,00	5	10,00	3	6,00
6	Tamat PT	3	6,00	3	6,00	2	4,00
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer hasil Penelitian 1996

Dari tabel 3.4 di atas, dapat diketahui bahwa pendidikan yang dicapai hampir setengah responden di wilayah rural adalah tamat SD (44%). Sedangkan di wilayah sub urban dan urban, responden yang berlatar belakang pendidikan SLTP dan SLTA, hampir berimbang. Terdapatnya responden yang tidak tamat SD, 4% di wilayah sub urban dan 14% di wilayah rural, disebabkan antara lain oleh ketidak mampuan mereka untuk meneruskan sekolah, atau tradisi orang tua jaman dahulu yang menginginkan anaknya terampil bekerja sebagai petani dari pada meneruskan sekolah. Perlu diketahui bahwa sebagian responden yang tidak menamatkan pendidikan tingkat dasar tersebut, berusia di atas 50 tahun.

Berbagai studi mengenai kehidupan masyarakat, menunjukkan betapa besar pengaruh tingkat pendidikan dalam pembangunan kehidupan dan penghidupan masyarakat. Tingginya teknologi baru cenderung memungkinkan daya serap/respon terhadap teknologi baru cenderung tinggi. Selain itu tingkat pendidikan juga berpengaruh terhadap penguatan daya kritis dalam menghadapi unsur budaya luar sehingga menjamin berfungsinya kekebalan budaya.

Walaupun terdapat reponden yang tingkat pendidikannya hanya tamat SD atau bahkan ada yang tidak tamat SD, berdasarkan pengamatan di lapangan, mereka selalu berusaha menyekolahkan anggota keluarganya lebih baik dari yang dialaminya. Rata-rata responden memiliki anggota rumah tangga sebanyak 2 - 5 orang dan yang berusia sekolah, tempak dimasukkan ke sekolah terdekat.

Anggota rumah tangga yang menghuni sebuah rumah di lokasi penelitian wilayah rural terdiri atas 5 - 8 orang dan bisa disebut keluarga luas, karena terdiri atas keluarga batih dengan tambahan anggota keluarga dari kerabat (kemenakan, orang tua, mertua, sepupu, dan lain-lainnya), atau terdapat lebih dari satu keluarga batih. responden yang mempunyai keluarga luas terdapat 18%, lebih besar dibanding keluarga respon di wilayah sub urban (sekitar 10%), tetapi lebih kecil dibanding keluarga respon di wilayah urban (24%). Terdapatnya keluarga luas mengungkapkan masih dapat dijumpai rasa kekeluargaan yang relatif kental, sehingga seseorang yang telah mempunyai pekerjaan tetap, akan membantu atau menjadi tumpuan keluarga dan kerabatnya yang belum bekerja, tidak bekerja, atau belum mempunyai rumah.

Rumah atau tempat tinggal dapat menjadi indikator keadaan tingkat sosial ekonomi penghuninya atau dapat digunakan sebagai barometer

untuk mengetahui tingkat kemakmuran dan keadaan kesehatan. Rumah yang layak dari segi kualitas fisik serta lingkungan yang menyenangkan merupakan kebutuhan dasar manusia. Namun apabila rumah yang ditempati kurang memenuhi syarat maka dapat diduga bahwa penghuninya belum mampu secara layak atau lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar lainnya seperti sandang dan pangan.

Seluruh responden di lokasi penelitian, menempati rumah yang dapat dikatakan layak dari segi kualitas fisik. walaupun demikian, beberapa diantaranya menempati rumah milik orang lain. Tabel 3.5 berikut ini menunjukkan terdapatnya responden yang belum memiliki rumah sendiri. Mereka masih menumpang di rumah kerabat, orang tua, atau menyewa rumah.

Tabel 3.5
Status Rumah Tinggal Responden

No	Status Rumah Tinggal	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Milik Sendiri	26	52,00	36	72,00	38	76,00
2.	Menumpang di Rumah kerabat	2	4,00	4	8,00	3	6,00
3.	Menumpang di Rumah orang tua	4	8,00	6	12,00	8	16,00
4.	Menyewa/kontrak rumah	18	36,00	4	8,0	1	2,00
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan memiliki dan tinggal di rumah sendiri, beberapa diantaranya (27%) menyatakan belum memiliki rumah sendiri dan masih menumpang atau menyewa rumah. Tiga puluh enam persen responden di wilayah perkotaan menyatakan menyewa/mengontrak rumah. Mereka umumnya pendatang, tetapi tidak mempunyai kerabat di kota. Sehingga untuk tempat tinggal keluarganya, mereka mengontrak atau menyewa rumah. Lain halnya dengan responden di wilayah rural dan sub urban responden yang tidak memiliki rumah, umumnya menumpang di rumah

orang tua sampai bisa membangun atau memiliki rumah sendiri. Sesuai dengan kriteria penentuan responden, setiap responden memiliki media komunikasi massa, walaupun tinggal di rumah kontrakan atau menumpang di kerabatnya.

Tabel 3.6
Pemilikan Media Massa

No	Jenis dan Bentuk Media Massa	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Media elektronik						
	a. Televisi	50	100,00	50	100,00	50	100,00
	b. Radio	49	98,00	47	94,00	40	80,00
	c. Video Player/ Recorder	37	74,00	25	50,00	10	20,00
2.	Media Cetak						
	a. Nasional	47	94,00	43	86,00	18	36,00
	b. Lokal	38	76,00	36	72,00	40	80,00
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Seluruh responden memiliki televisi dan hampir seluruhnya mempunyai radio. Jenis media massa elektronik berbentuk video, terkonsentrasi pada masyarakat perkotaan dan pinggiran kota. Adapun di wilayah pedesaan, hanya 20% responden yang memiliki video. Pemilik video tersebut umumnya berada pada strata masyarakat yang tingkat ekonominya relatif tinggi atau cukup mampu.

Hampir seluruh responden di lokasi penelitian urban dan sub urban memiliki media cetak nasional bentuk koran, majalah, atau tabloid. Adapun di wilayah pedesaan, media cetak nasional tersebut hanya dinikmati oleh 30% responden. Untuk menikmati media massa cetak tersebut, responden mendapatkannya dengan berlangganan atau membeli eceran.

responden yang memanfaatkan media massa cetak lokal di wilayah urban dan sub urban cukup berimbang : 70% dan 72 %. Sedangkan di wilayah rural, tercatat 80%. Dari angka-angka tersebut, penikmat "Mitra Desa" tercatat sebagai berikut : 31 responden atau 81,58% di wilayah urban, 30 responden atau 83,33% di wilayah sub

urban, dan 36 responden atau 90% di wilayah rural. Selebihnya, yaitu masing-masing 7 responden (18,42%) di wilayah urban, 6 responden (16,67%) di wilayah sub urban, dan 4 responden (10,005) di wilayah rural menikmati media massa cetak lokal selain "Mitra desa", antara lain Giwangkara, Galura, Bandung Pos, Mangle, dan Suara Daerah.

Apabila diamati lebih seksama, ternyata sebagian besar responden menggunakan media massa dengan pola *multidimensional*, artinya menggunakan media massa dengan cukup selektif yang ditunjukkan dengan adanya beberapa pasangan media. walaupun demikian, terdapat juga responden yang menggunakan media massa dengan pola tunggal, yaitu yang menggunakan hanya satu media massa. Di ketiga lokasi penelitian, responden yang hanya memiliki mediamassa elektronika dalam bentuk televisi 9pola tunggal), tercatat sebagai berikut : 4% di wilayah urban, 6% di wilayah sub urban, dan 12 % di wilayah rural.

Contoh responden pengguna media massa dengan pola multidimensional, antara lain : memiliki televisi dan radio, memiliki televisi, radio dan berlangganan media cetak nasional; memiliki video, dan berlangganan "Mitra Desa", dan "Mangle"; atau memiliki televisi, radio berlangganan "Republika, dan sesekali mengecer (membeli eceran) "Galura".

A. TVRI Bandung (Media Massa Elektronik Lokal)

1. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya

Pada tanggal 12 Mei 1982, dibentuk Stasiun Produksi Keliling (SPK) Bandung melalui SK Direktur Jenderal RTF Nomor 07/Kep/Dirjen/RTF/1982 bersama 8 SPK lainnya, yaitu Banda Aceh, Padang, Semarang, Malang, Kupang, Pontianak, Banjarmasin dan Ambon. SPK Bandung yang bertempat di Gedung Arsip di Jalan Turangga No. 25 Bandung tersebut adalah memproduksi berbagai bentuk paket kesenian daerah yang terdapat di 24 daerah tingkat dua (kabupaten/kotamadya) yang ada di propinsi Jawa Barat.

Tanggal 11 Agustus 1986, Menteri Penerangan RI meletakkan batu pertama tanda dimulainya pembangunan Gedung Studio TVRI Stasiun Bandung. Lokasinya terletak di daerah Cibaduyut Kecamatan Dayeuhkolot Kabupaten Bandung, di atas areal tanah seluas 47,612 meter persegi yang disediakan oleh Pemda Tk I Jawa Barat.

Pertimbangan pemilihan lokasi antara lain : memenuhi persyaratan pertelevisian; sarana transportasi untuk mencapai lokasi, mudah dan tersedia relatif lengkap; letak tanah cukup tinggi dan bebas banjir, air cukup; dan terdapat daya listrik PLN.

Pembangunan yang dilaksanakan secara bertahap, mulai bulan November 1986, berakhir bulan Januari 1987, dan diresmikan oleh Menteri Penerangan RI pada tanggal 11 Maret 1987. Pada acara peresmian, Menteri Penerangan Harmoko dengan jelas tidak mengatakan "*Peresmian TVRI Bandung*", melainkan mengatakan peresmian beroperasinya Stasiun Bandung. Hal tersebut beralasan karena peralatan dan perlengkapan TVRI Bandung memang belum memenuhi syarat sebagai Stasiun Standar.

Maksud pendirian TVRI Stasiun Bandung adalah untuk meningkatkan produksi siaran dan penyiaran kreasi-kreasi budaya, berita, dan pendidikan di lingkup daerah Jawa Barat yang sebagian besar ber-etnis Sunda. Oleh karena itu, daya jangkau siarannya diusahakan meliputi seluruh daerah Jawa Barat, agar kreativitas masyarakat dapat meningkat dengan suguhan tayangan yang bermuatan lokal : Kebudayaan Sunda.

Pada waktu masih berstatus SPK, fungsinya adalah memproduksi materi acara, setelah siap siar baru dikirimkan ke Jakarta untuk disiarkan. Setelah diresmikan menjadi TVRI Stasiun Bandung, tanggung jawabnya tidak hanya memproduksi acara tetapi menjadi unit pelaksana produksi seluruh acara dan menyiarkannya, baik melalui siaran regional maupun nasional. Dengan demikian, fungsinya menjadi ganda, yaitu memproduksi paket siaran untuk dikirimkan ke Jakarta (siaran Nasional) dan membuat paket untuk program lokal.

Upaya peningkatan mutu dan durasi siaran TVRI Bandung dari waktu ke waktu terus dilakukan. Selama periode tiga tahun, yaitu dari tanggal 11 Maret 1987 sampai dengan 4 Juni 1990 (saat mulai berfungsinya peralatan baru dari Inggris), dianggap oleh pihak TVRI Bandung sebagai periode penuh tantangan. Hal itu disebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki TVRI Bandung, baik peralatan, personal, dan dana yang tersedia hanya direncanakan untuk siaran setengah jam per harinya.

Atas ijin Direktur Televisi, sejak 2 April 1988, pihak TVRI Stasiun Bandung meningkatkan jam siarnya menjadi satu jam setengah jam rata-rata jam rata-rata per harinya. Durasi siaran ini dapat meningkat

jika terdapat peristiwa penting bertaraf nasional atau bahkan internasional, peringatan hari raya besar, yang ditampung dalam acara laporan khusus, Pidato, Jurnal, atau siaran langsung.

Peningkatan jam siaran tersebut, berhasil dilakukan tanpa adanya tambahan dana operasional dari pusat, tambahan peralatan atau tambahan personal. Tidak jarang, bahkan sampai menyewanya dari luar apabila situasi tidak memungkinkan. begitu pula dengan masalah pengadaan dana, karena pasokan dana iuran televisi masyarakat, tidak bisa diharapkan.

Pada tahun 1990, jumlah televisi yang didaftarkan oleh pemiliknya masih jauh dari kenyataan. Sebagai analogi, jumlah kendaraan di Indonesia pada tahun 1990 terdapat lebih dari 21 juta buah, maka dengan asumsi itu seharusnya, jumlah televisi minimal 21 juta buah. akan tetapi kenyataannya, jumlah televisi yang terdaftar hanya 6 juta lebih. yang memprihatinkan, dari jumlah yang terdaftar itu hanya 40% saja yang rajin melunasi iuran televisinya.

Profesor Daniel Mc. Drew, seorang pakar komunikasi dari Universitas California Los Angeles (UCLA) Amerika Serikat, ketika berkunjung ke TVRI Bandung, menyatakan kekagumannya karena dengan dana yang sangat minim, TVRI Bandung dapat terus mengudara. Iapun menambahkan, iuran televisi di Indonesia adalah yang paling kecil dibandingkan dengan negeri lain.

Dengan kondisi demikian, pihak TVRI Bandung mencoba mengambil jalan keluar dengan menjalin kerjasama dengan pihak ketiga sehingga dapat dimaklumi jika dalam acara pertunjukan Wayang Golek Misalnya, tampak terselip iklan yang malu-malu dan tersamar.

TVRI Bandung menerima bantuan lunak dari Inggris berupa peralatan studio yang canggih pada tanggal 11 Januari 1990. Pada tanggal itu, barisan kontainer yang sebagian berukuran "raksasa" memasuki halaman TVRI Stasiun Bandung. Kemudian pada tanggal 15 Januari 1990, kontainer satu persatu mulai dibuka isinya. ratusan peti dari perut kontainer dipindahkan ke ruangan studio, pemancar, dan ruang-ruang kontrol di lantai II. Selain ratusan peti tersebut, terdapat juga 2 buah OB van mini dan 2 unit Genset.

Peti-peti berisi peralatan segera ditempatkan dan dibongkar di tempat yang telah ditentukan. Selanjutnya tim instalasi dari Inggris dibantu tenaga teknis dari dalam negeri mulai melakukan pemasangan peralatan baru. Setelah seluruh peralatan diujicoba dan mulai beroperasi

pada tanggal 4 Juni 1990, TVRI Bandung menjadi studio televisi yang standar dan memiliki peralatan tercanggih di Indonesia. Secara teoritis, peralatan yang bernilai 33 milyar rupiah tersebut menjanjikan tayangan yang lebih bagus dari TVRI stasiun lain.

Berdasarkan data dari TVRI Stasiun Bandung, diperkirakan baru sekitar 66% Wilayah Jawa Barat yang dapat menikmati sajian acara. Pancaran ke daerah tersebut didukung oleh 22 satuan transmisi. Satuan transmisi televisi adalah media antara studio televisi (yang memproduksi acara siaran televisi). Satuan transmisi berfungsi menyalurkan/memancarkan program siaran dari studio sampai ke pesawat penerima televisi di rumah penonton. Selain itu, berfungsi pula untuk meneruskan program siaran dari satu stasiun transmisi berikutnya.

Wilayah yang belum dapat menerima siaran Stasiun TVRI Bandung seluas 24,266,692 km² dan diperkirakan dihuni penduduk sekitar 12,266,785 jiwa. Terdapatnya wilayah yang belum menikmati acara TVRI Bandung tersebut disebabkan oleh kondisi dan kontur tanah wilayah propinsi DT I Jawa Barat yang bergunung-gunung, sehingga menghambat jangkauan pancaran dari satuan-satuan transmisi.

Upaya peningkatan mutu dan durasi siaran TVRI Bandung, terus dilakukan. Sekarang ini, durasi siaran telah meningkat menjadi 4 jam setiap hari. Mutu acara sendiri terus ditingkatkan dengan ditunjang peningkatan profesionalisme pegawai (SDM), peralatan yang standar, serta kreatifitas menggali materi, bentuk, dan inovasi acara. dengan demikian, diharapkan akan mampu memproduksi jumlah acara yang lebih baik dan lebih banyak.

Pada saat ini, program operasional siaran TVRI Bandung dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian, yaitu :

1. Berita/Penerangan

Porsi berita dan penerangan sebanyak 33,10% dari keseluruhan mata acara. berita/penerangan ini terdiri atas ragam acara Berita Daerah, Jawa Barat Membangun, Nuansa, Arena Olah Raga, Kontak Penonton, Varia Pendidikan, Saba Desa, Sambung Rasa, dan lain-lain.

2. Pendidikan/Agama

Porsi pendidikan sebanyak 18,9% dengan ragam acara Cerdas Cermat, Cepat Tepat, Kreasi Teknologi, Harapan Pertiwi, Teman Bermain, Gema Kampus, Temu remaja, Acara Keluarga, Ruang Kesehatan, dan lain-lain.

3. Kebudayaan/Hiburan

Porsi acara ini sebanyak 26% dengan ragam acara antara lain Kesenian Tradisional, Wayang Golek, Sisindiran, Panglawungan Tembang Sunda, Kandaga Budaya, Inohong di Bojong Rangkong, Tembang dan Mode, Forum Film Kita, Tampil Perdana, Talaraga, Genra Pasundan, Gebyar Kota Kembang, dan sebagainya.

4. Lain-lain

Acara yang digolongkan program ini, dengan porsi 22% adalah Spot Program (filler), Tinjauan Acara, Pengumuman, Tune buka/tutup siaran, tari, dan lagu.

Peningkatan daya jangkau dan mutu siaran, selalu diupayakan pengelola TVRI Stasiun Bandung secara bertahap dan berkesinambungan, dengan harapan berhasil memikat penonton lebih banyak. Bentuk tayangan selalu diusahakan mencerminkan kebudayaan daerah Jawa Barat, sesuai dengan lingkup "wilayah kerja" TVRI Stasiun Bandung.

2. Acara dan waktu Siar

Sebagai stasiun penyiar televisi pemerintah di Jawa Barat, TVRI Bandung mempunyai fungsi sebagai media pendidikan, hiburan, dan pelayanan. walaupun demikian, dengan jam siaran yang relatif terbatas karena harus menyesuaikan diri dengan program dari pusat, masyarakat Jawa Barat tidak dapat berharap terlalu banyak dari TVRI Bandung dalam kaitannya dalam perannya sebagai pembina dan pelestari kebudayaan Sunda dan atau kebudayaan Jawa Barat.

Paket acara/siaran dari pusat biasanya disusun pertahun atau persemester, dan harus diikuti stasiun-stasiun daerah secara ketat. Sementara itu, TVRI Stasiun Bandung bersama-sama dengan stasiun-stasiun televisi daerah lainnya diberi hak otonomi penuh dalam menyelenggarakan siarannya, tanpa mengurangi paket-paket siaran "wajib", seperti merelay warta berita, laporan khusus, penyuluhan pembangunan, dan sebagainya.

Dengan durasi yang terbatas dan adanya "wajib relay" dari TVRI Stasiun Jakarta (Pusat), TVRI menghadapi masalah yang rumit. Sebagai badan penyiaran pemerintah, mereka harus aktif menjadi media

penyampai "pesan" pembangunan. Artinya mereka harus bersedia menanggung beban politis. Sementara itu, televisi swasta justru lebih bebas bahkan kerap dinilai kelewat batas.

Beban lain yang tak kalah rumit adalah karena milik pemerintah, TVRI Bandung tidak mempunyai anggaran yang cukup. Pada saat yang sama, TVRI tidak diijinkan mencari iklan. Padahal investasi dunia penyiaran "tampak dengar" sungguh besar.

Dengan dana yang relatif besar dan jam tayang lebih banyak, stasiun TV swasta memiliki paket-paket acara yang lebih menarik dan memikat. Masing-masing jenis acaranya memiliki penggemar yang banyak, seperti misalnya musik yang digemari anak muda, telenovela yang selalu digandrungi para ibu, atau berita-berita nasional, internasional, dan olah raga yang dinanti kaum lelaki, sehingga dapat dikatakan bahwa TVRI Bandung kalah bersaing dengan stasiun-stasiun televisi swasta, yang kuat dalam fasilitas peralatan dan dana.

Hasil pengamatan dan wawancara mengungkapkan sedikitnya responden yang masih sering menonton acara-acara TV milik pemerintah. Sebagian besar responden menyatakan hanya menikmati acara yang disuguhkan TVRI Bandung pada acara-acara tertentu.

Tabel 3.7
Frekuensi Menonton TVRI Bandung

No	FREKUENSI	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Sering	6	12,00	10	20,00	26	52,00
2.	Jarang	44	88,00	40	80,00	24	48,00
3.	Tidak Pernah	-	-	-	-	-	-
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Data pada tabel 3.7 di atas, mengungkapkan fakta yang "relatif mengkhawatirkan". tampak misalnya, penggemar TVRI Bandung di perkotaan hanya sekitar 12% dan pinggiran kota 20%. Adapun di pedesaan, jumlah pemirsa TVRI Bandung masih cukup menggembirakan, terlihat dari presentase responden yang menyatakan "sering" sekitar

52%. Yang dimaksud "sering" adalah apabila responden menikmati suguhan acara TVRI Bandung per minggunya 50% atau lebih, lebih banyak dibandingkan dengan menonton TV swasta. Adapun yang dimaksud "jarang" adalah apabila menonton kurang dari 50%, atau lebih banyak menikmati sajian dari TV swasta.

Apabila ditinjau dari segi usia, yang masih sering menonton TVRI Bandung adalah yang termasuk strata sedang dan tua. hanya 2% di wilayah urban, 4% di wilayah suburban, dan 10% di wilayah rural, yang berusia muda, yang masih sering menonton TVRI Bandung. data tersebut menyiratkan bahwa acara-acara TVRI Bandung kurang mampu mengadaptasikan diri dengan keinginan anak-anak muda. Walaupun banyak suguhan acara yang ditujukan untuk pemirsa berusia muda, ternyata kurang dilirik karena kalah bersaing dengan TV swasta.

Walaupun seluruh responden menyatakan menyukai acara-acara TVRI Bandung, terutama kesenian dan drama Sunda, tetapi apabila pada saat yang bersamaan ditayangkan acara yang lebih menarik oleh televisi swasta, sebagian besar memilih untuk memindahkan chanel (saluran).

Selain alasan karena acara televisi swasta lebih menarik, responden yang menyatakan "jarang" menonton TVRI Bandung mengemukakan beberapa alasan, antara lain: pesan-pesan di TVRI Bandung bernada menggurui, penampilan penyiar kurang luwes dan menarik, kualitas gambar dan suara kurang prima, dan banyak acara yang bersifat sloganistik. Rincian alasan responden tersebut dapat disimak pada tabel berikut :

Tabel 3.8
Alasan Menonton TVRI Bandung

No	ALASAN	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
	A. Sering (N=6,10 2,6)						
1	Ingin mengetahui perkembangan daerah	2	33,33	3	30,00	6	23,08
2	Ingin mengetahui kesenian daerah Jawa Barat	1	16,67	2	20,00	5	19,23

No	ALASAN	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
3	Ada yang bersangkutan, kerabat, atau teman yang tampil	1	16,67	1	10,00	2	7,69
4	Menyenangi kesenian daerah yang ditampilkan	2	33,33	2	20,00	7	26,92
5	Menambah pengetahuan dan kemampuan	-	-	2	20,00	6	23,08
B. Jarang (N=44, 40,24)							
1	Acara di televisi swasta lebih menarik	31	70,46	30	75,00	14	58,33
2	Penampilan penyiar kurang luwes dan menarik	4	9,09	3	7,50	5	20,84
3	Pesan-pesan bernada menggurui	5	11,36	3	7,50	1	4,17
4	Kualitas gambar dan suara kurang prima	-	-	-	-	2	8,33
5	Acara bersifat sloganistik	4	9,06	4	10,00	2	8,33

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian

Data hasil penelitian yang tercantum pada tabel 3.8 mengungkapkan bahwa 75% responden atau sekitar 50% dari seluruh responden di lokasi penelitian (N=150) menyatakan acara televisi swasta lebih menarik. hal tersebut menyiratkan acara di TVRI tidak memiliki keunggulan bersaing, bahkan mungkin secara umum, kinerjanya ada di bawah rata-rata.

Yang patut diperhatikan adalah terdapatnya responden yang menyatakan alasan : pesan-pesan (di TVRI Bandung) terlalu menggurui dan (banyak) acara yang bersifat sloganistik. Menyimak alasan tersebut,

patut dimaklumi bahwa selama ini fungsi TVRI cenderung bukan sebagai milik rakyat, tetapi milik pemerintah. Selama ini, TVRI Bandung terlanjur menjadi media "monolog", media satu arah dari pemerintah ke rakyat. Artinya, TVRI lebih banyak menyampaikan keinginan pemerintah, sementara harapan rakyat (pemirsa) belum terpenuhi. Apabila terjadi pembenahan, bukan berarti TVRI harus melupakan statusnya sebagai media milik pemerintah. betapapun, posisi sebagai penyampai pesan tetap penting. yang perlu dibenahi adalah perimbangan porsi antara "pesan" dan "kebutuhan" pemirsa. Masyarakat kian kritis, tidak bisa lagi dicekoki informasi-informasi alternatif di media lain.

Sedikitnya pemirsa TVRI seperti tercantum pada Tabel 3.8, tampak sejalan dengan ungkapan Ketua PPPI Pusat Koes Pudjianto dalam seminar yang membahas soal masa depan TVRI, 21 Agustus 1996 di Yogyakarta, yang menyebutkan : *"suka atau tidak suka, faktanya memang mengatakan bahwa pemirsa yang bersedia menonton acara TVRI akan semakin sedikit"*. Bahkan secara umum, hasil rating pemirsa TVRI menyebutkan bahwa jumlah pemirsa TVRI secara cepat bergerak ke tingkat mengkhawatirkan. *"Daerah perkotaan tinggal enam persen, sedangkan daerah pedesaan tinggal 47 persen"*, ujas Koes lebih lanjut, Koes mengungkapkan nasib mengenaskan yang dialami satu-satunya stasiun televisi milik pemerintah ini sebagai berikut, *"Untung masih ada siaran berita Sentral. Coba kalau tidak? Masyarakat mungkin sudah tidak ingat lagi bahwa TVRI itu masih ada."*

Masyarakat pemirsa televisi memiliki kebebasan memilih saluran televisi yang disukainya. dengan kebebasan yang dimilikinya itu, pemirsa tentu saja akan memilih siaran yang terbaik menurut selernya. Oleh karena disinyalir, TVRI (termasuk stasiun daerah) kalah bersaing dengan adik-adiknya (televisi swasta), maka TVRI harus memacu diri untuk meraih pemirsa sebanyak-banyaknya dengan menyajikan acara yang khas, bermutu, dan kedaerahan (terutama untuk stasiun daerah).

Sebenarnya, untuk meramu suatu acara menjadi menarik, tidak hanya bergantung pada peralatan canggih yang menjanjikan penampilan gambar, dalam pengertian seni gambar dengan **angel-angel** yang memikat, namun juga ditunjang oleh sumber daya manusianya yang memiliki kepekaan seni, kreatif, dan berani bereksperimen. Dapat dikatakan, walaupun acaranya kurang menarik, tetapi apabila digarap secara profesional dan dijiwai oleh kepekaan seni maka acara tersebut relatif akan menarik.

TVRI Bandung sebagai salah satu stasiun penyiaran televisi pemerintah di daerah, khususnya daerah Jawa Barat, mencoba meningkatkan kuantitas dan kualitas acara setiap saat untuk mencoba meraih pemirsa sebanyak-banyaknya, terutama yang berdomisili di Jawa Barat. Selain itu, berupaya mengangkat budaya lokal Sunda dalam bentuk paket-paket acara. Selain merupakan dokumentasi budaya lokal, paket-paket acara tersebut berfungsi juga sebagai informasi terhadap masyarakat, terutama yang kurang mengenal dan memahami budaya lokal Sunda. Oleh karena itu, jika dicermati dengan seksama pada setiap acara TVRI Bandung terlihat adanya nuansa-nuansa lokal. Nuansa-nuansa lokal tersebut terbagi atas empat program, yaitu berita/penerangan, pendidikan/agama, kebudayaan/hiburan, dan selingan.

Program berupa berita/penerangan dan informasi seputar Jawa Barat yang merupakan produksi TVRI Stasiun Bandung, antara lain :

- a. **Berita daerah**, disiarkan setiap hari pada pukul 16.30 - 17.00 WIB berupa informasi peristiwa yang terjadi di wilayah Jawa Barat.
- b. **Jawa Barat Membangun**, disiarkan setiap Jum'at pada pukul 17.30-18.00 WIB, berupa informasi pembangunan di daerah Jawa Barat.
- c. **Nuansa (Majalah Kaca)**, disiarkan sebulan sekali pada pukul 19.30 - 20.00 WIB. berupa paket informasi unik yang terjadi di seputar Jawa Barat.

Program pendidikan/pengetahuan dan agama yang disuguhkan TVRI Stasiun Bandung, meliputi dunia pendidikan sekolah dan mimbar agama, seperti paket *Cerdas Cermat Sekolah Dasar* yang disiarkan setiap hari Minggu pukul 16.00 - 16.30 WIB, *Cepat Tepat SLTP* yang disiarkan setiap hari Sabtu dua minggu sekali pukul 16.00 - 16.30, dan *Cepat Tepat SLTA* yang disiarkan pada waktu dan jam yang sama dengan acara *Cepat Tepat SLTP* secara bergantian, serta mimbar agama berupa relay dari stasiun TVRI Jakarta dan tayangan langsung upacara-upacara keagamaan yang aad di daerah Jawa Barat. Duni pendidikan luar sekolah menampilkan acara *Kreasi Teknologi* yang mengungkapkan temuan teknologi yang berguna bagi masyarakat, terutama teknologi sederhana yang dapat ditiru masyarakat pedesaan, seperti alat perontok padi, alat pembersih atau penjernih air, dan generator sederhana yang dijalankan oleh aliran air sungai. Selain itu, terdapat pula informasi pendidikan di

perguruan tinggi yang ditayangkan secara berkala sebulan sekali dalam acara *Gema Kampus*, berupa acara wisuda dan pengenalan Kampus. terdapat pula, paket pendidikan tari yang terangkum dalam acara *Bina Tari*.

Program Kebudayaan/hiburan yang ditayangkan TVRI Bandung meliputi hiburan kontemporer adalah tayangan budaya berupa kesenian atau musik masa kini, seperti paket acara *Tembang dan Mode*, *Musik 31 dan derap dan nada*. *Tembang dan Mode* merupakan sebuah acara musik yang dipadu dengan tampilan peragawan/wati yang memamerkan pakaian dengan mode terbaru karya perancang Jawa Barat, disiarkan pukul 20.00 - 21.00 WIB pada hari senin sebulan sekali. *Musik 31* disiarkan sebulan sekali pada pukul 20.00 - 21.00. *Tampil Perdana* merupakan acara musik yang menampilkan penyanyi pemula, disiarkan sebulan sekali pada pukul 17.30 - 18.00. *Derap dan Nada*, merupakan paket acara yang menampilkan musik dan informasi pembangunan yang terjadi di setiap pelosok kawasan Jawa Barat, disiarkan sebulan sekali pukul 20.00 - 21.00 WIB. *Forum Film Bandung*, paket acara berisi informasi film yang akan dan sedang beredar di bioskop-bioskop seluruh wilayah Jawa barat dengan komentar dari pada kritikus film dan pakar budaya, disiarkan pada setiap hari sabtu 19.30 - 21.00 pada minggu terakhir setiap bulan. Khusus untuk anak-anak, terdapat acara *Panggung Boneka* yang disiarkan pukul 15.30 - 16.00 pada hari Selasa.

Paket kedua yang termasuk dalam program kebudayaan/hiburan adalah hiburan budaya tradisional berupa paket hiburan khas Jawa Barat, seperti *Sisindiran*, *Gentra Pasundan*, dan *Inohon di Bojong Rangkong*. *Gentra Pasundan* merupakan paket musik yang menampilkan nyanyian/lagu berbahasa Sunda (Pop Sunda), disiarkan sebulan sekali pada pukul 19.30 - 20.00. *Panglawungan Tembang Sunda Pamager Asih*, menampilkan *Tembang Cianjuran*, disiarkan sebulan sekali pada pukul 19.30 - 20.00. *Inohon di Bojong Rangkong*, merupakan paket acara drama Sunda yang menceritakan kehidupan masyarakat Desa Bojong Rangkong seputar pemilihan kepala desa yang dikemas dengan unsur komedi, disiarkan pada pukul 20.00 - 21.00 sebulan sekali. Drama sejenis yang muncul menyusul keberhasilan *Inohon di bojong Rangkong* adalah *si Lamsijan* yang dimainkan Caraka Sundanologi, disiarkan pada pukul 20.00 - 21.00 sebulan sekali. Seni tari pun mendapat perhatian TVRI Bandung dengan paket acara *Aneka tari* yang menampilkan aneka tari di Jawa Barat, ditayangkan sebulan sekali pada pukul 19.30 - 20.00.

Paket acara kesenian tradisional Jawa Barat yang ditampilkan, antara lain *Sisindiran* dan pertunjukkan *Wayang Golek*. *Sisindiran*, adalah acara berbalas pantun khas Sunda, yang disiarkan pada pukul 19.30 - 20.00 sebulan sekali. *Wayang Golek*, disiarkan pukul 20.00 - 21.00 setiap hari senin pada minggu ke-1 dan ke-3. Pertunjukan *Wayang Golek* dikemas sesuai dengan karakteristik medium televisi. Selain menampilkan cerita-cerita klasik, juga diselingi dengan penyajian wayang golek modern.

Program selingan (*filler*) merupakan acara pengisi kekosongan waktu yang terjadi pada saat pergantian dua acara. Sajiannya berupa pengumuman/informasi, tinjauan acara, musik, tari, dan tune buka/tutup siaran.

Dari papasan mengenai program acara TVRI Bandung di atas, secara umum dapat dikatakan bahwa setiap acara mendapat jatah penayangan sebulan sekali. dari sekian jenis acara tersebut, hanya beberapa acara yang banyak peminatnya. Hasil pengamatan dan wawancara mengungkapkan bahwa sebagian besar khalayak menyukai acara yang menampilkan kesenian Sunda dan Apresiasi.

Di bawah ini ditampilkan rating acara yang disukai responden. Seluruh responden dilibatkan, baik yang menyatakan *sering* maupun *jarang* (lihat tabel 3.7) dengan anggapan yang menyatakan *jarang* berarti menonton acara TVRI Bandung secara selektif, hanya acara tertentu yang ditontonnya.

Tabel 3.9
Acara TVRI Bandung yang disukai/Diikuti Responden

No	FREKUENSI	URBAN		SUB-URBAN		RURAL	
		F	%	F	%	F	%
1.	Berita Daerah	2	4,00	3	6,00	3	6,00
2.	Jabar membangun	3	6,00	2	4,00	2	4,00
3.	Wayang Golek	9	18,00	9	18,00	10	20,00
4.	Sisindiran	4	8,00	5	10,00	4	8,00
5.	Inohong di B R	11	22,00	11	22,00	16	32,00
6.	Panglawungan TS	5	10,00	6	12,00	6	12,00
7.	Derap dan Nada	6	12,00	5	10,00	5	10,00
8.	Nuansa	5	10,00	5	10,00	2	4,00
9.	Cerdas Cermat	3	6,00	3	6,00	2	4,00
10.	Acara lain	2	4,00	1	2,00	-	-
Jumlah		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Jawaban responden yang tercantum pada tabel 3.9 merupakan jawaban utama (no. 1 menurut responden) karena hampir setengahnya, terutama yang menjawab sering menonton TVRI Bandung (lihat tabel 3.7), menyatakan mengikuti/menikmati acara lebih dari satu.

Hasil rating pemirsa mengenai acara-acara yang ditayangkan TVRI Bandung mengungkapkan bahwa program acara hiburan menempati urutan teratas, disusul program berita/penerangan, dan terakhir pendidikan. Drama Sunda yang bertutur tentang intrik-intrik seputar pemilihan kepala desa dengan situasi keseharian masyarakat di sekitarnya, yang dikemas dalam paket acara Inohong di Bojong Rangkong, ternyata memiliki *share* atau jumlah pemirsa sekitar 25,33%, paling tinggi dibanding *share* untuk acara lainnya. Pertunjukan *Wayang Golek* yang biasanya secara langsung *share* 18,67%. Disusul kemudian dengan acara *Panglawungan Tembang Sunda Pamegar Asih* yang memiliki *share* pemirsa 11,33%.

Paket acara yang menayangkan selayang pandang dinamika pembangunan Jawa Barat melalui lagu, yaitu *Derap dan Nada* memiliki *share* 10,67%. Penggemar acara ini umumnya mengemukakan alasan ingin mengetahui perkembangan pembangunan di Jawa Barat dalam suasana santai, tidak serius seperti dalam acara berita. Bandingkan dengan peminat acara *Berita Daerah* dan *Jawa Barat Membangun* yang hanya memiliki *share* pemirsa masing-masing 5,33% dan 4,67%.

Sisindiran, yang merupakan paket acara berbalas pantun khas gaya Jawa Barat dengan tujuan penyiaran : memasyarakatkan sastra Sunda di kalangan masyarakat Jawa Barat khususnya, memiliki *share* pemirsa kelima terbanyak, yaitu sekitar 8,67%. *Nuansa* menduduki peringkat keenam setelah *Sisindiran* dalam memikat pemirsa, dengan *share* 8,00%. *Nuansa* adalah paket acara berupa informasi yang dikemas dalam bentuk majalah televisi dan disajikan dengan gaya populer, berisi tentang aneka keunikan manusia dan lingkungannya.

Peringkat paket acara dengan *share* pemirsa yang sama dengan *Berita Daerah*, yaitu 5,33%, adalah *Cerdas Cermat* yang merupakan sarana lomba asah keterampilan, kepintaran, dan kecerdasan antar siswa Sekolah Dasar. Paket acara ini termasuk dalam program pendidikan. Beberapa responden yang menjawab acara di luar sembilan acara yang tercantum pada tabel 3.9, antara lain mengajukan paket acara *Kreasi Teknologi*, *Forum Film Bandung*, dan *Gema Kampus*.

Menyimak data yang tercantum pada Tabel 3.9, dapat dikatakan

bahwa paket acara yang termasuk program hiburan budaya tradisional atau kesenian Sunda atau apresiasinya, merupakan acara yang banyak diminati. Alasan responden yang terangkum, antara lain karena paket acara seperti Inohong di Bojong Rangkong dan Panglawungan Tembang Sunda yang merupakan kesenian khas Sunda (Jawa Barat), tidak dapat ditemukan di stasiun televisi lain selain TVRI stasiun Bandung. Oleh karena itu, alangkah lebih baiknya apabila TVRI Stasiun Bandung menitik beratkan peningkatan paket acara hiburan pada jenis hiburan budaya tradisional. bukannya paket acara kontemporer yang banyak ditayangkan stasiun televisi lain.

Pentingnya meningkatkan acara yang khas atau kedaerahan tersirat dari ungkapan seorang responden yang menyatakan sebagai berikut :

"Untung aya keneh acara khas Sunda, da upami teu aya mah, jigana Tipi Bandung teh dikantunkeun ku anu mikaresepnya, sok sanajan padumukanana mah aya di Jawa Barat, tempat hirupna kabudayaan Sunda"

"Untung masih ada acara yang khas Sunda, seandainya tidak ada, mungkin TVRI Bandung telah ditinggalkan peminatnya, walaupun (yang bersangkutan) tinggal di Jawa Barat tempat berkembangnya kebudayaan Sunda."

3. Saat-saat khalayak Memanfaatkannya

Fungsi media massa, termasuk televisi, yang oleh banyak ahli sering dirumuskan terdiri atas fungsi informasi, fungsi edukasi, dan fungsi hiburan, terus berubah komposisinya dari waktu ke waktu. Fungsi yang relatif menonjol ketika TVRI mulai beroperasi, perlahan mulai berkurang dengan semakin meningkatnya fungsi informasi sebagaimana tercermin dalam semakin besarnya porsi siaran berita. Meskipun demikian, jika menilik seluruh program acara televisi dari hari ke hari, maka fungsi hiburan tetap paling dominan.

Fungsi hiburan yang relatif menonjol, juga tampak pada pemanfaatan dan penggunaan televisi di tiga lokasi penelitian. Baik di lokasi penelitian urban, sub-urban, maupun rural, masyarakat

menggunakan televisi sebagai sarana hiburan yang dinikmati kala beristirahat selepas bekerja atau bahkan ada yang menikmatinya di tengah-tengah kesibukan bekerja.

Dulu, ketika stasiun-stasiun televisi swasta belum bermunculan, orang tidak memiliki banyak pilihan dalam menikmati acara televisi. Saat itu, yang mengudara adalah stasiun televisi milik pemerintah, yaitu TVRI Jakarta (Pusat) dan TVRI Daerah termasuk TVRI stasiun Bandung. Pada awal-awal tahun penampilannya, dengan jam tayang yang masih sangat terbatas, TVRI Bandung memiliki penggemar dari berbagai lapisan masyarakat dengan berbagai tingkat usia, khususnya masyarakat Sunda di Bandung dan sekitarnya. Mereka menyenangi acara-acara yang ditampilkan TVRI Bandung, terutama karena isi materinya melukiskan perkembangan pembangunan di daerah Jawa Barat dan kekayaan budaya Sunda. Saat itu, tua-muda, pria-wanita, dengan setia menunggu acara wayang Golek, Sisindiran, Inohong di Bojong Rangkong, dan sebagainya. Mereka bangga karena daerah, bahasa, dan kesenian Sundanya dapat tampil untuk televisi.

Itu dulu. Kini, dengan bermunculannya stasiun-stasiun televisi swasta seperti RCTI, SCTV, TPI, ANTV, dan Indosiar, pilihan acara semakin bertambah dan beragam. Penikmat televisi disodorkan pada situasi banyak pilihan. TVRI Stasiun Bandung, yang sebagian besar acaranya masih merupakan siaran Relay dari TVRI Pusat Jakarta, kemudian mulai dilupakan kehadirannya dan terpaksa menundukkan muka dalam-dalam : wajah makin buram. Pemirsa makin berkurang, dan beban justru makin berat. Nasib TVRI Bandung dan banyaknya termasuk juga TVRI daerah lain serta TVRI Pusat Jakarta seperti memang ditakdirkan terpuruk. Hanya sebagian kecil saja yang masih setia mengikuti dan menikmati acara-acara tertentu, seperti pertunjukan Wayang Golek, Panglawungan Tembang Sunda, dan Inohong di Bojong Rangkong. Sebagian penonton setia tersebut berusia tua dan sebagian lagi adalah yang masih memiliki kerinduan akan budaya Sunda. Sebagaimana diungkapkan seorang responden berikut ini.

"Mani nyeredet hate teh waktos ningali tembang Cianjuran anu melas melis di Tipi. Di kota mah, jarang anu kersa nanggap Cianjuran. Mudah-mudahan wae, ku sering diasupkeun di Tipi Bandung mah, tembang Cianjuran teh moal melas-melis teuing".

"Hati terganggu saat menyaksikan (tayangan) lagu-lagu Cianjuran

yang memelas di televisi. Di kota, jarang yang mau menanggapi seni Cianjuran. Mudah-mudahan, dengan sering ditayangkan oleh TVRI Stasiun Bandung, lagu Cianjuran tidak terlalu memelas (membuat iba yang melihatnya)"

Adanya perhatian masyarakat terhadap budaya Sunda menunjukkan bahwa budaya Sunda masih melekat dalam jiwa orang Sunda. Ketertarikan sebagian masyarakat tersebut disebabkan oleh adanya hasrat bernostalgia pada budaya sendiri yang pada masa sekarang ini relatif sulit untuk diperoleh atau dinikmati. Pemirsa dengan latar belakang seperti itulah yang hendaknya sangat diperhatikan TVRI Bandung untuk membuat eksistensinya tetap terjaga.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, didapat informasi bahwa khalayak memanfaatkan atau menonton TVRI Bandung pada malam hari. Hal tersebut dapat dipahami karena pemanfaatan media massa umumnya berkaitan erat dengan kebiasaan pemanfaatan waktu luang yang tersedia. sebagian besar responden di ketiga lokasi penelitian, bekerja dari pagi sampai sore hari sehingga hanya memiliki waktu luang pada pagi hari sebelum berangkat bekerja dan pada sore hari ketika sudah berada kembali di rumah. Sedangkan bagi yang tidak bekerja atau tidak tentu jam kerjanya, termasuk ibu rumah tangga, pemanfaatan waktu luangnya bervariasi.

Oleh karena jam tayang TVRI Bandung masih sangat sedikit apabila dibandingkan dengan jam tayang TVRI Stasiun Pusat Jakarta, bahkan dengan stasiun-stasiun swasta, ditambah lagi waktu yang mereka gunakan untuk menonton adalah pada malam hari, kala istirahat selepas bekerja; maka kebanyakan yang ditonton adalah acara-acara sesudah salat magrib. Pada sore hari, umumnya digunakan untuk bercengkrama dengan keluarga.

Kebiasaan menonton malam hari, tampak pula apabila menyimak tabel 3.9; sebagian besar acara yang termasuk 10 besar merupakan acara yang disiarkan antara pukul 19.30 - 21.00 dan ternyata merupakan tayangan unggulan TVRI Stasiun Bandung. Responden yang menonton di luar jam tersebut sangat sedikit.

Kebiasaan menonton acara-acara TVRI Stasiun Bandung pada malam hari (19.30 - 21.00), tampak pada ungkapan salah seorang responden berikut ini.

"Ibu sakulawarga biasa menonton TVRI Bandung teh sabada Isa

dugi ka Berita Dunia. Eta oge henteu unggal wengi, da acara seni Sunda nudipikaresep teh henteu disiaraun unggal wengi. Resep, sareng itung-itung masihan didikan ka barudak sangkan mikadeudeuh budaya sorangan".

"Ibu sekeluarga biasa menonton TVRI Bandung setelah sholat Isya (pukul 19.30) sampai siaran berita dunia (Dunia Berita, pukul 21.00). Tetapi tidak tiap malam karena acara kesenian Sunda yang disukai tidak ditayangkan tiap malam. Senang/suka dan anggap saja untuk memberi pendidikan kepada anak-anak agar menyukai kebudayaannya sendiri".

Menyimak ungkapan responden tersebut, tampak bahwa share atau jumlah khalayak yang memanfaatkan TVRI Bandung tidak banyak apabila memperhitungkan kebiasaan menonton yang sebulan sekali (acara unggulan TVRI Stasiun Bandung ditayangkan sebulan sekali). Bandingkan dengan tabel 3.7, yaitu hanya 12% di perkotaan, 20% di pinggiran kota, dan 52% di pedesaan, yang menyatakan "sering" menonton TVRI Stasiun Bandung dalam arti menonton acara-acara yang disuguhkan per minggunya 50% atau lebih, lebih banyak dibandingkan dengan menonton stasiun televisi lain.

Hasil penelitian ini tampaknya hampir sejalan dengan pernyataan Rita Damais, Ketua Divisi Riset SRI (Survey Research Indonesia), yang mengungkapkan hasil rating bulan Juni 1996 di wilayah perkotaan bahwa share atau jumlah pemirsa TVRI Program I pada prime time (antara pukul 18.00 - 20.59) hanya mampu meraih enam persen. Dari kondisi tersebut apabila dibandingkan dengan televisi swasta, tampak sekali bahwa TVRI memang tidak banyak peminatnya. Contohnya RCTI, pada prime time mampu meraih share pemirsa sebanyak 35%, Indosiar 34%, SCTV 9%, ANTV dan TPI masing-masing 8%, khusus untuk SCTV, ANTV, dan TPI, pada prime time memang hanya memiliki share tidak seberapa, tetapi apabila melihat data lebih lanjut, pada jam-jam tayang tertentu, TPI bisa memiliki share pemirsa mencapai 41%, SCTV 39%, dan ANTV 11%, (Republika, Agustus 1996).

Untuk itu tampaknya tidak berlebihan apabila Koes Pudjianto, ketua PPPI Pusat dalam seminar yang membahas soal masa depan TVRI (21 Agustus 1996) di Yogyakarta, menyatakan bahwa TVRI telah kehilangan sebagian besar pemirsanya karena mengalami *sindrom*

masyarakat lokal mayoritas, yang terlena dengan kebesaran masa lampau.

Posisi saat ini, dapat diibaratkan seperti "terperangkap di tengah", sebagai seekor pelanduk diantara gajah-gajah pertelevisian. Sri Sultan Hamengkubuwono X, dalam seminar yang sama, menuturkan "*posisi yang demikian, sekilas menunjukkan TVRI tak memiliki keunggulan bersaing karena kinerjanya memang berada dibawah rata-rata*".

Untuk menghadapi persaingan yang kondisinya memang sudah seperti itu, maka seperti diungkapkan futurolog John Naisbit dalam *Global Paradox*, TVRI bisa menempuh dua strategi untuk mengatasinya, yaitu melakukan *Aliansi Strategi* dan *Strategi Fokus*.

Mengenai *aliansi strategi*, TVRI sendiri sebenarnya sudah menempuh cara ini dengan menjalin kemitraan terhadap para pesaingnya. Namun ironisnya, dalam proses kemitraan ini TVRI tidak ditempatkan pada posisi seharusnya sebagai "mitra sejati", tetapi justru menjadi "mitra yang tidak berdaya" karena dikalahkan mitra binaannya, yang salah dalam kemitraan ini bukan strateginya, tetapi pada segi operasionalnya yang tampaknya perlu dikaji ulang.

Mengenai *strategi fokus*, dalam perencanaan operasionalnya, TVRI diharapkan mampu menetapkan segmen yang akan menjadi sasaran garapannya. Dengan strategi ini, maka TVRI harus mengerahkan semua potensinya untuk bersaing merebut segmen yang sudah ditetapkan tersebut.

TVRI Stasiun Bandung membuktikan sudah relatif sukses menetapkan *strategi fokus*, antara lain dengan paket acara Inohong di Bojong Rangkong yang sudah memiliki segmen pemirsa khusus dengan jumlah cukup banyak. Tampaknya TVRI Stasiun Bandung tidak perlu khawatir kehilangan khalayaknya apabila bisa mempertahankan acara-acara unggulan yang kebetulan dinikmati pemirsa, serta berusaha mengembangkan dan meningkatkan kualitas paket acara dengan berpijak pada pengalaman. Selain itu, melakukan upaya meningkatkan kuantitas acara dengan memperhatikan animo masyarakat.

Beberapa hal yang tampaknya diperhatikan pihak pengelola TVRI Stasiun Bandung dalam upaya meraih pemirsa sebanyak-banyaknya, adalah terdapatnya beberapa alasan yang dikemukakan responden seperti tercantum pada Tabel. 3.8. Alasan-alasan ini dapat dikatakan sebagai cermin dari tingkat apresiasi budaya lokal pada masyarakat terhadap tayangan yang disajikan TVRI Stasiun Bandung.

Beberapa alasan lain yang dapat dikemukakan antara lain keinginan khalayak untuk menikmati hiburan yang bernuansa kebudayaan Sunda. Adapun alasan karena ingin menambah informasi dan pengetahuan umum, hanya dikemukakan beberapa responden, karena untuk mendapatkan hal itu secara luas di dapatkan dari stasiun-stasiun televisi swasta.

Dari TVRI Stasiun Bandung, masukan yang diharapkan responden adalah informasi dan pengetahuan tentang daerah Jawa Barat secara lebih insentif. Salah seorang responden menuturkan bahwa pengetahuan mengenai perkembangan pembangunan di wilayah Jawa Barat akan memupuk rasa cinta masyarakat terhadap tanah air dan bangsa. Oleh karena itu, TVRI Stasiun Bandung diharapkan sering menayangkan derap pembangunan di Jawa Barat yang memiliki sumber daya alam serta pemandangan alam yang menawan, yang oleh karenanya banyak disukai dan dikunjungi wisatawan mancanegara.

Seorang informan veteran yang ikut terlibat dalam perjuangan pada masa revolusi fisik mengungkapkan bahwa orang Sunda harus mencintai daerah sendiri dan mempertahankannya agar penderitaan masa lalu tidak terulang kembali.

"Bapak sering nonton Berita Daerah, Jawa Barat Membangun jeung sabangsana ngeunaan Jawa Barat. Mani bagja jeung reueus ningal kaayaan Jawa Barat jeung kamajuan urang Sunda kiwari. Urang luar oge senengeun, maka urang nubogana kudu ngamumule, ulah ngalaman dikawasa deungeun saperti baheula".

"Bapak sering menonton Berita Daerah, Jawa Barat membangun dan sebagainya mengenai Jawa Barat. bahagia dan bangga melihat keadaan Jawa Barat dan kemajuan orang Sunda sekarang. Orang luar juga menyukai (alam, Masyarakat, dan kebudayaan Sunda) oleh karena itu, kita yang memilikinya harus menjaga dan melestarikannya, jangan sampai dijajah kembali seperti dahulu".

Sayangnya, keinginan sementara responden agar seluruh lapisan masyarakat berusaha menikmati sajian mengenai kebudayaan Sunda di TVRI Stasiun Bandung, kurang disambut dengan antusias, terutama oleh kalangan generasi muda. banyak faktor yang melatarbelakanginya, antara lain karena jam tayang TVRI Stasiun Bandung yang mengudara mulai sore hingga malam hari, kalah bersaing dengan tayangan stasiun

televisi lain, terutama televisi swasta.

B. MITRA DESA (Media Massa Cetak Lokal)

1. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya

Mitra Desa merupakan surat kabar mingguan yang diterbitkan di lingkungan Pikiran Rakyat Group. Semula bernama Surat Kabar Mingguan Pikiran Rakyat Edisi Ciamis yang terbit pertama kali bertepatan dengan hari koperasi tanggal 12 Juli 1972. Wilayah sasaran edarnya khusus untuk masyarakat pembaca di daerah pedesaan Kabupaten Ciamis.

Penerbitan "koran pedesaan" dalam bentuk mingguan ini merupakan realisasi dari idealisme Pikiran rakyat dalam kiprahnya untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui penyebarluasan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat, termasuk masyarakat pedesaan. Pertimbangan realisasi tersebut adalah karena waktu itu, informasi yang disampaikan media massa termasuk Harian Umum Pikiran Rakyat, belum mampu menyentuh masyarakat pedesaan. Pembentukan koran pedesaan yang sifatnya koran lokal dengan materi sesuai dengan kebutuhan masyarakat pedesaan, diharapkan mampu mengatasi kendala-kendala seperti minat baca dan daya beli masyarakat pedesaan yang relatif rendah dibandingkan dengan masyarakat perkotaan.

Eksistensi Pikiran Rakyat edisi Ciamis dalam menyebarkan informasi ke pedesaan, ternyata menjadi embrio bagi lahirnya koran pedesaan yang diterbitkan pemerintah melalui kanwil Deppen. beberapa tahun kemudian, oleh karena harian Umum Pikiran Rakyat Bandung dianggap berhasil dalam membina koran pedesaan SKM (Surat kabar Mingguan) Pikiran Rakyat Edisi Ciamis, pemerintah mencoba mengalihkan penerbitan koran pedesaan yang semula dikelola Kanwil Deppen tingkat provinsi kepada penerbit daerah. Pengalihan tersebut dikenal dengan program *Koran Masuk Desa*.

Mengawali program *Koran Masuk Desa*, pada bulan Februari 1980 bertepatan dengan hari Pres Nasional, harian Umum Pikiran Rakyat Bandung mendapat kepercayaan dari pemerintah untuk menerbitkan SKM Pikiran Rakyat Edisi Cirebon sebagai salah satu pelaksanaan program Koran Masuk Desa di Jawa Barat, disamping tetap menerbitkan

SKM Pikiran Rakyat Edisi Ciamis.

Melihat banyaknya manfaat yang dapat dipetik dari kehadiran Pikiran Rakyat edisi Ciamis dan Cirebon, para Kepala Daerah TK II banyak yang mengajukan permintaan yang untuk membuat edisi daerahnya. Untuk memenuhi permintaan tersebut, pada minggu kelima bulan Januari 1987, SKM Pikiran Rakyat edisi Ciamis berubah nama menjadi SKM Pikiran Rakyat edisi pedesaan yang ruang lingkup jangkauannya tidak terbatas pada daerah kabupaten Ciamis atau Priangan Timur, tetapi keseluruhan masyarakat pedesaan Jawa Barat.

Pada tanggal 27 Juli 1987, SKM Pikiran Rakyat Edisi pedesaan berubah lagi namanya menjadi SKM Mitra Desa. Sampai tahun 1996, tirasnya telah mencapai 25.000 eksemplar dalam jumlah halaman 24.

Dengan menitik beratkan penyebaran informasi di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan perkembangan pembangunan di Jawa Barat serta merupakan sarana pengembangan program-program berbagai kalangan, khususnya instansi-instansi pemerintah, SKM Mitra Desa menjalin kerjasama dengan berbagai instansi/lembaga, antara lain :

1. Tingkat Nasional dengan PT. Pos dan Giro dan BKKBN Pusat
2. Tingkat Regional dengan Kanwil Depdikbud Propinsi Jawa barat, Ditjen Pajak Jawa barat, PHRI Jawa Barat, PU Pengairan Jawa barat, Pemda Tingkat II Ciamis, BRI Ciamis, DIP Jawa Barat, dan lain-lain.
3. Perguruan Tinggi, dengan Universitas Terbuka, IKIP Bandung, Universitas Siliwangi, IKOPIN, STKIP Galuh, dan lain-lain.

Adanya kerjasama dengan lembaga/instansi tersebut, membuat beberapa nama rubrik pada SKM Mitra Desa didasarkan pada nama atau program kerjasama lembaga/instansi yang bersangkutan. Misalnya, rubrik *Mitra KB* dan Kependudukan merupakan hasil kerjasama dengan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), *Mitra Cai* merupakan hasil kerjasama dengan PU Pengairan Jawa Barat, *Mitra IKOPIN* merupakan hasil kerjasama dengan Institut Manajemen Koperasi (IKOPIN) Jatinangor Sumedang, dan *Mitra Parpostel* yang merupakan hasil kerjasama dengan kanwil Parpostel Propinsi Jawa Barat.

2. Aneka Berita dan Isi Pesan

Apabila memperhatikan masa terbitnya yang seminggu sekali, SKM Mitra Desa tentunya kurang bisa menyajikan berita-berita yang aktual. Walaupun demikian, kelemahannya pada faktor kekinian, dikompensasikan dengan pandangan yang analitik dan interpretatif. Bagaimanapun, SKM Mitra Desa memiliki beberapa keuntungan, antara lain karena pesan dan informasi yang telah dicetak memiliki sifat permanen sehingga membuat pembaca lebih leluasan menggunakan waktu luangnya, mudah disimpan, serta dibaca kembali apabila suatu saat diperlukan. Selain itu, sebagai koran pedesaan yang kadang-kadang sampai ditangan pembaca dua hari kemudian setelah tanggal terbit, informasi-informasi pembangunan yang disajikan SKM Mitra Desa dianggap tidak basi atau lapuk ditelan waktu.

Amri Jahi (1988 : 1196) menuturkan bahwa adanya surat kabar yang masuk di daerah pedesaan dapat menjelaskan dan menyebarkan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat. Surat kabar dapat memainkan peran sebagai pembaharu dengan menunjukkan celah-celah, mengkritik praktek-praktek korupsi, menemukan kelemahan-kelemahan dan menyarankan cara pelaksanaan program-program pembangunan, juga dapat mempopulerkan prinsi-prinsip kebersihan, cara-cara Keluarga Berencana, dan informasi alat-alat pertanian yang cocok untuk masyarakat pedesaan.

Di samping itu, dalam pembangunan masyarakat pedesaan, surat kabar dapat berperan sebagai penghubung antara pemerintah dengan rakyat, serta membantu masyarakat mengembangkan sikap bijaksana terhadap berbagai masam program pembangunan pedesaan yang dilaksanakan oleh pemerintah. dalam transfer teknologi pertanian kepada masyarakat petani, misalnya, pers memainkan peran yang sangat penting. Dengan promosi yang tepat, dapat mengajak orang-orang desa untuk membeli barang-barang atau alat-alat pertanian serta kebutuhan-kebutuhan yang dapat menambah kenyamanan hidup mereka. Terlebih lagi setelah ada peningkatan pendapatan yang mereka peroleh dari penjualan hasil pertanian.

Beberapa program pembangunan yang direalisasikan dalam rubrik-rubrik yang terdapat di SKM Mitra Desa, antara lain *Mitra Ciamis*, *Mitra Satata Sariksa*, *Mitra Cai*, *Mitra PKK dan Kesehatan*, *Mitra Parpostel*, *Mitra Kita*, *Mitra KB dan Kependudukan*, *Mitra*

Pemda, dan Mitra Kanwil Depdikbud Propinsi Jawa Barat. Adapun informasi-informasi mengenai pendidikan meliputi pendidikan menengah, pontren (pondok pesantren) dan perguruan tinggi, yang terangkum dalam rubrik-rubrik : *Mitra OSIS, Mitra Pendidikan, Kelompencapir Pelajar Kabupaten Bandung, Mitra Pontren Darussalam, Mitra IKOPIN, Mitra Universitas Siliwangi, Mitra Galuh Ciamis, Universitas Terbuka, dan Program Penyetaraan B-II Guru SD. dan D-III Guru SLTP.* Untuk meningkatkan wawasan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, serta membina kesehatan fisik dan mental, terdapat rubrik *Pelajaran Bahasa Arab, English Grammar Made Simple (Pelajaran Bahasa Inggris), Leksikon Pendidikan Bahasa, Mitra Agama, mitra Teknik, mitra Usaha, dan Kesehatan Masyarakat.* Selain rubrik-rubrik tersebut, terdapat pula Laporan *Utama* dan beberapa rubrik yang berisi artikel mengenai keberhasilan pembangunan di daerah luar Jawa Barat.

Mitra Ciamis merupakan rubrik hasil kerja sama dengan Pemda Tk. II Ciamis, berisi mengenai peristiwa dan berita seputar wilayah Ciamis, terletak di halaman 2 bersama-sama dengan rubrik *Mitra Kita, Mitra kita,* berisi aneka berita di wilayah Jawa Barat, dan artikel dari "daerah tetangga" seperti Jawa Tengah dan Yogyakarta mengenai pelantikan pejabat, acara di media massa yang dianggap berhasil membina masyarakat pedesaan dan pembangunan di berbagai bidang.

Halaman 3 diisi dengan rubrik *Mitra Satata Sariksa* yang merupakan hasil kerjasama dengan Pemda Kotamadia Bandung, berisi berita seputar wilayah Kotamadya Bandung. Di halaman 5 terdapat rubrik *Mitra Cai* yang merupakan hasil kerjasama dengan PU Pengairan Jawa Barat, berisi antara lain manfaat pembangunan jaringan irigasi serta menciptakan swasembada pangan. Selain itu, juga pemasayarakatan Iuran Pelayanan Irigasi (UPAIR), Pembentukan dan pembinaan Perkumpulan Petani Pemakai Air (P3A), dan cara pelaksanaan Operasi dan Pemeliharaan (OP) Jaringan irigasi.

Mitra PKK dan Kesehatan terletak di halaman 8, merupakan hasil kerja sama dengan TP-PKK (Tim Penggerak Pembina Kesejahteraan keluarga) Jawa Barat, berisi kegiatan-kegiatan PKK dan kiprah wanita Jawa Barat. Kegiatan PKK yang dimuat antara lain pengelolaan program Dasa Wisma, Usaha Perbaikan Gizi Keluarga (UPGK), Posyandu (Pos Pelayanan Terpadu), Penyuluhan-penyuluhan yang diikuti anggota pengurus PKK dan lomba-lomba.

Halaman 9 berisi rubrik *Mitra Kanwil Depdikbud Jawa Barat* merupakan hasil kerjasama dengan Kanwil Depdikbud Jawa Barat. Isi rubrik ini antara lain pelantikan pejabat dan pegawai di lingkungan Kanwil Depdikbud Provinsi Jawa Barat, kegiatan-kegiatan bidang pendidikan baik tingkat propinsi, kabupaten, kecamatan, maupun desa, dan peresmian atau pembangunan sarana prasarana pendidikan di wilayah Jawa Barat.

Mitra Parpostel yang merupakan hasil kerjasama dengan Kanwil Parpostel Propinsi Jawa Barat, menempati halaman 14, dengan isi rubrik antara lain kegiatan pelayanan jasa Pos dan Giro, even-even pariwisata, informasi objek wisata, promosi dan rotasi pegawai, serta kegiatan-kegiatan di lingkungan Kanwil Parpostel Jawa Barat.

Informasi mengenai program Keluarga Berencana dan Kependudukan, terletak di halaman 20-21 pada rubrik *Mitra KB dan Kependudukan*. Rubrik ini terselenggara berkat kerjasama dengan BKKBN Pusat. beberapa informasi yang dimuat antara lain upaya peningkatan kondisi kesehatan; Pekan Lataimisasi, Operasi Manunggal KB-Kesehatan, dan Kukesra (Kredit Usaha Keluarga Sejahtera).

Mitra Pemda merupakan rubrik hasil kerjasama dengan Pemda Tk. I Jawa Barat, berisi antara lain kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di lingkungan Pemda Tk. I Propinsi Jawa Barat dan Kabupaten/Kotamadya yang terdapat di wilayah Administratif Jawa Barat, seperti rotasi dan promosi pejabat/pegawai, pembangunan sarana/prasarana di setiap bidang kehidupan masyarakat, Safari Pembangunan Pejabat, pemberian penghargaan kepada masyarakat atas prestasi tertentu, dan keberhasilan daerah di bidang pembangunan.

Di bidang pendidikan, Surat Kabar Mingguan *Mitra Desa* menggelar beberapa informasi pendidikan yang sebagian besar di antaranya merupakan hasil kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan yang terdapat di Jawa Barat, antara lain *Mitra IKOPIN* yang dimuat pada halaman 4, Rubrik in hasil kerjasama dengan Institut manajemen Indonesia (IKOPIN) Jatinangor/Sumedang. Informasi-informasi yang dimuat antara lain penjelasan mengenai *inkubator bisnis*, yaitu program terobosan baru di bidang konsultasi manajemen dan konsultasi manajemen kelembagaan untuk melayani dunia usaha, baik pengusaha kecil menengah dan koperasi, maupun pengusaha berskala sedang dan besar untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya; profil mahasiswa, karyawan, dosen dan alumni IKOPIN, dan

kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di lingkungan IKOPIN, Rubrik *Mitra IKOPIN* ini, memenuhi setengah halaman 4, bergabung dengan *Mitra Teknik* yang merupakan rubrik konsultasi teknik.

Mitra Pontren Darussalam merupakan rubrik hasil kerjasama dengan pondok Pesantren Darussalam Ciamis Jawa Barat. Rubrik yang memenuhi setengah halaman 6 ini berisi antara lain materi pendidikan yang diselenggarakan, mengenali kehidupan pesantren, kegiatan PRQ (Pendidikan Remaja Qur'an) yang lebih dikenal dengan program pesantren kilat, kunjungan beberapa instansi dan perguruan tinggi, serta kegiatan pesantren yang mengutamakan harmonisasi antara dimensi moral dan dimensi intelektual.

Pada halaman 7 terdapat *Mitra Kelompencapir Pelajar Kabupaten Bandung*, yang disisipi dengan TTS (Teka-Teki Silang). Rubrik ini merupakan hasil kerjasama dengan Pemda Kabupaten Bandung, berisi kegiatan-kegiatan yang pernah diselenggarakan oleh Kelompencapir Pelajar (KLP) Kabupaten Bandung seperti KKCD (Kemah Karya Citra Desa), pendirian perpustakaan, pembentukan grup musik, temu wicara dengan pejabat pemerintah, sarasehan, lomba, seminar, peringatan hari besar keagamaan, dan ikut serta dalam kegiatan-kegiatan di lingkungannya seperti opsih dan membantu Posyandu.

Mitra Osis yang disisipi dengan *Pelajaran Bahasa Inggris* pada halaman 10, memaparkan kegiatan siswa sekolah menengah seperti lomba vokal, pramuka, pengadaan sarana penunjang belajar, perkenalan dengan siswa berbakat, pesantren kilat, sahabat pena, dan kegiatan ekstra kurikuler. Adapun *Mitra Pendidikan* yang terdapat di halaman 11 dan disisipi dengan rubrik *Leksikon Pendidikan Bahasa*, mengetengahkan kegiatan siswa dan staf pengajar sekolah menengah. Seringkali disisipi juga dengan informasi sekolah dasar dan perguruan tinggi/akademi. Informasi yang diungkapkan antara lain program Pendidikan Sistem ganda (PSG), lomba dan festival antar sekolah, rotasi dan promosi guru/kepala sekolah dan adakalanya disisipi informasi sekolah dari luar Jawa Barat.

Informasi *Universitas Terbuka* yang merupakan hasil kerja sama dengan Universitas Terbuka, dapat disimak pada halaman 16 dan 18. Isi rubrik ini antara lain kontak RKUT Rubrik Khusus Universitas Terbuka yang menampung penyesuaian kasus dan keluhan mahasiswa Universitas Terbuka, pengumuman, cara-cara registrasi dan mengikuti

ujian, paparan bahan kuliah, kegiatan Diporseni UT (Diskusi Ilmiah Pesta Olahraga dan Seni), dan kegiatan-kegiatan mahasiswa UT lainnya.

Halaman 17 diisi dengan rubrik *Program Penyetaraan D-II Guru SD dan D-III Guru SMP*, masih merupakan hasil kerjasama dengan Universitas Terbuka. Informasi yang disampaikan antara lain paparan materi kuliah, materi pendukung, dan artikel dari mahasiswa atau staf pengajar yang mengacu pada bahan/materi kuliah.

Di halaman 19 terdapat dua rubrik yang merupakan hasil kerjasama dengan dua perguruan tinggi daerah, yaitu rubrik *Mitra Universitas Siliwangi dan Mitra Galuh Ciamis*. *Mitra Universitas Siliwangi* merupakan hasil kerjasama dengan Universitas Siliwangi Tasimalaya, berisi antara lain kegiatan mahasiswa dan sivitas akademika Unsil serta artikel berupa tinjauan ilmiah atau hasil penelitian. Adapun rubrik *Mitra Galuh Ciamis* merupakan hasil kerjasama dengan Yayasan Galuh Ciamis. Informasi yang disampaikan antara lain naungan yayasan Galuh, antara lain SMU (Sekolah Menengah Umum), STKIP (Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan), STH (Sekolah Tinggi Hukum), dan STIE (Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi).

Dalam rangka turut mencerdaskar bangsa dan mambina mental masyarakat, Surat Kabar Mingguan Mitra Desa membuat beberapa rubrik yaitu rubrik pelajaran Bahasa Arab, Inggris, konsultasi teknik (bengkel rumah), konsultasi kesehatan, dan ceramah keagamaan. *Mitra Teknik* yang berisi jawaban para pakar untuk konsultasi teknik terutama cara merekayasa rumah dan oleh karena itu disebut juga *bengkel Rumah*, terletak di halaman 4 (satu halaman dengan rubrik *Mitra IKOPIN*).

Mitra Agama yang merupakan rubrik hasil kerjasama dengan Kanwil Departemen Agama Jawa Barat, terletak di halaman 6 bersama-sama dengan *Mitra Pontren Darussalam* dan *pelajaran Bahasa Arab*. *Mitra Agama* berisi antara lain artikel atau ceramah keagamaan atau santapan rohani serta rotasi dan promosi karyawan di lingkungan Kanwil Departemen Agama Jawa Barat.

Rubrik Kesehatan Masyarakat yang terletak di halaman 8, bersama-sama dengan rubrik *Mitra PKK dan Kesehatan*, berisi informasi cara hidup sehat dan jawaban dokter atau pakar kesehatan mengenai hasil konsultasi kesehatan.

Pelajaran Bahasa Inggris dengan rubrik *English Grammar Made Simple*, terletak di halaman 10, Adapun *rubrik Leksikon Pendidikan Bahasa* yang merupakan penjelasan mengenai istilah kata, atau idiom,

terletak di halaman 11.

Mitra Usaha terletak di halaman 15. Rubrik ini berisi informasi mengenai cara-cara meningkatkan usaha dengan manajerial yang baik, berupa artikel, telaahan atau tinjauan yang mengacu pada teori-teori ekonomi. Selain itu, terdapat juga informasi mengenai keberhasilan seseorang atau lembaga dalam upaya meningkatkan pendapatan dengan mengembangkan cara-cara atau kiat-kiat tertentu, Penghargaan atas prestasi seseorang atau kelompok/lembaga dalam memajukan usahanya, serta peresmian/pembangunan sarana dan prasarana perekonomian masyarakat.

Laporan Utama yang merupakan rubrik unggulan Surat Kabar Mingguan *Mitra Desa*, terletak di halaman 12 dan 13. Rubrik ini berisi aneka berita dan informasi dengan fokus paparan pada masalah yang sedang aktual. Informasi yang pernah dimuat antara lain artikel mengenai Tenunan Lurik, Peresmian Bandara Nusawiru Ciamis, perayaan Hari Ulang Tahun Kabupaten Tasikmalaya, dan Laporan Kunjungan wartawan SKM *Mitra Desa* ke Kabupaten Banyumas Jawa Tengah dengan mengetengahkan keberhasilan-keberhasilan kabupaten tersebut dalam berbagai bidang pembangunan

Rangkuman dari berbagai rubrik dan instansi/lembaga yang mensponsorinya tampak pada tabel 3.10 berikut ini.

Tabel 3.10
Aneka Rubrik yang Terdapat di SKM Mitra Desa

No.	NAMA RUBRIK/INFORMASI	INSTANSI YANG MELAKUKAN KERJASAMA
A. Program Pembangunan		
1.	Mitra Ciamis	Pemda Kabupaten Ciamis
2.	Mitra Satata Sariksa	Pemda Kabupaten Bandung
3.	Mitra Cai	Kanwil PU Pengairan Jabar
4.	Mitra PKK dan Kesehatan	TP-PKK Propvinsi Jawa Barat
5.	Mitra Parpostel	Kanwil Parpostel Jawa Barat
6.	Mitra Kita	-
7.	Mitra KB dan Kependudukan	BKKBN Pusat
8.	Mitra Pemda	Pemda TK I Prov. Jawa Barat
9.	Mitra Kanwil Depdikbud Jabar	Kanwil Depdikbus Jawa Barat
B. Informasi Pendidikan		
1.	Mitra Osis	SMP-SMU Seluruh Jawa Barat
2.	Mitra Pendidikan	Lembaga Pend. Seluruh Jabar

No.	NAMA RUBRIK/INFORMASI	INSTANSI YANG MELAKUKAN KERJASAMA
3.	Mitra Kelompencapir Pelajar Kabupaten Bandung	Pemda Kabupaten Bandung
4.	Mitra Pontren Darussalam	Pontren Darussalam Ciamis
5.	Mitra IKOPIN	IKOPIN Jatinangor Sumedang
6.	Mitra UNSIL	UNSIL Tasikmalaya
7.	Mitra Galuh Ciamis	Yayasan Galuh Ciamis
8.	Universitas Terbuka	Universitas Terbuka
9.	Program Penyetaraan D-II Guru SD dan D-III Guru SMP	Universitas Terbuka
	C. Peningkatan Wawasan dan Pembinaan Mental	
1.	Pelajaran Bahasa Arab	-
2.	English Grammar Made Simple	-
3.	Leksikon Pendidikan Bahasa	-
4.	Mitra Agama	Kanwil Depag Jawa Barat
5.	Mitra Teknik	-
6.	Mitra Usaha	-
7.	Kesehatan Masyarakat	-
	D. Laporan Utama	-

Sumber : SKM Mitra Desa, 1996

Menyimak paparan mengenai aneka berita dan informasi yang terdapat di SKM Mitra Desa, secara umum dapat dikatakan bahwa kandungan pesan yang disampaikan terdiri atas berbagai program pembangunan. Hadirnya informasi berbagai macam bidang pembangunan tersebut disebabkan oleh beragamnya instansi/lembaga yang menjali kerjasama dengan SKM Mitra Desa. Setiap instansi/lembaga yang menjadi mitra tersebut mengemukakan kegiatan dan informasi sesuai dengan bidangnya, misalnya BKKBN Pusat mengungkapkan informasi tentang keluarga berencana, Kanwil PU Pengairan Jawa Barat memaparkan informasi mengenai irigasi, dan Institut Manajemen Koperasi Indonesia menguraikan mengenai kiat-kiat menajerial yang baik serta pelaksanaan kehidupan perkoperasian.

Dari sekitar 26 rubrik yang disajikan, hanya beberapa saja yang banyak peminatnya. Hasil pengamatan dan wawancara mengungkapkan bahwa khalayak banyak yang menyukai rubrik *Laporan Utama*,

walaupun dengan presentase yang tidak terlalu jauh dengan peminat rubrik lainnya.

Di bawah ini ditampilkan rating rubrik yang disukai responden. Seluruh responden dilibatkan, untuk mempermudah menghitung persentase. Jumlah responden didasarkan pada Tabel 3.6 mengenai Pemilik Media Massa : Yang berlangganan Mitra Desa tercatat 31 responden di wilayah urban, 30 responden suburban, 36 responden di wilayah rural. Sisa responden : 19 responden urban, 20 responden suburban, dan 14 responden rural, dianggap kurang mengetahui atau relatif jarang sekali membaca Mitra Desa.

Tabel 3.11
Rubrik di SKM Mitra Desa yang Disukai Responden

No	Jenis Rubrik	Urban		Suburban		Rural	
		F	%	F	%	F	%
1.	Program Pembangunan	7	14,00	7	14,00	9	18,00
2.	Informasi Pendidikan	8	16,00	8	16,00	9	18,00
3.	Peningkatan Wawasan dan Pembinaan Mental	5	10,00	5	10,00	7	14,00
4.	Laporan Utama	11	22,00	10	20,00	11	22,00
5.	Tidak tahu (tidak berlangganan Mitra Desa)	19	38,00	20	40,00	14	28,00
JUMLAH		50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Hasil rating pembaca mengenai rubrik-rubrik yang disajikan SKM Mitra Desa mengungkapkan bahwa rubrik *Laporan Utama* yang merupakan rubrik unggulan, menempati urutan teratas (21,33%). Urutan kedua ditempat rubrik *Informasi Pendidikan* dengan jumlah pembaca sekitar 16,67%. Disusul kemudian dengan pembaca yang menyukai rubrik-rubrik pada kelompok *informasi Program Pembangunan* dengan jumlah sekitar 15,33%. terakhir, pembaca yang menyukai informasi-informasi mengenai *peningkatan wawasan dan pembinaan mental* dengan jumlah sekitar 11,33%.

Apabila menyimak lebih lanjut mengenai karakteristik responden dalam hubungannya dengan kesukaan akan rubrik-rubrik

tertentu, dapat diungkapkan kondisi sebagai berikut : Yang menyukai *Laporan Utama* umumnya berusia sedang (35 - 55 tahun), sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, pekerjaan beragam, begitu juga dengan latar belakang pendidikannya yang beragam. Adapun alasan-alasan yang dikemukakan mengenai jawaban menyukai rubrik *Laporan Utama*, antara lain karena bahasan dan informasi yang dikemukakan masih hangat/aktual gaya penyampaianya berbobot karena ada tinjauan teoritis mudah dimengerti, dan informasi yang disajikan merupakan program pembangunan yang menonjol.

Yang menyukai rubrik-rubrik kelompok informasi pendidikan umumnya berusia muda (kurang dari 35 tahun) dan sebagian lagi berusia sedang; sebagian besar berjenis kelamin laki-laki; pekerjaannya pegawai negeri, karyawan swasta, pamong desa dan beberapa ibu rumah tangga; dengan latar belakang pendidikan di atas atau tamat sekolah lanjutan. Peminat informasi pendidikan ini umumnya adalah mahasiswa Universitas Terbuka atau pendidik/pelajar. Alasan yang dikemukakan sehubungan dengan jawaban responden menyukai rubrik kelompok informasi pendidikan adalah karena terdapat materi/bahan perkuliahan, ingin mengetahui perkembangan sarana dan prasarana pendidikan, serta ingin menambah perbendaharaan ilmu untuk meningkatkan wawasan pengetahuan.

Peminat informasi Program Pembangunan memiliki karakteristik responden yang beragam baik ditinjau dari segi usia, jenis kelamin, pekerjaan, maupun latar belakang pendidikan. Mereka umumnya menyukai rubrik tertentu, misalnya sebagian ibu rumah tangg menyukai rubrik *Mitra PKK dan Kesehatan*, seorang pegawai negeri di lingkungan Pemda menyukai rubrik *Mitra Pemda*, dan pamong desa menyukai rubrik *Mitra Sakota Satata Sariksa*. Beberapa alasan responden yang dapat dirangkum sehubungan dengan kesukaannya akan rubrik-rubrik yang termasuk dalam informasi program pembangunan adalah karena ingin mengetahui perkembangan pembangunan di wilayah Jawa Barat, ingin mendapat pengetahuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, ingin mengetahui program-program pembangunan terbaru, ingin mengetahui prestasi yang pernah diraih daerahnya, dan ingin mengetahui rotasi/mutasi pejabat baru di lingkungannya.

Responden yang menyukai rubrik-rubrik kelompok informasi untuk peningkatan wawasan dan pembinaan mental, umumnya berusia sedang dan sebagian berusia tua (diatas 55 tahun), berjenis kelamin

laki-laki, beragam pekerjaan, dan beragam pula latar belakang pendidikannya. Adapun alasan-alasan yang diungkapkan peminat rubrik ini antara lain usulan-usulan atau informasi yang disajikan dikemas dalam bahasa mudah dimengerti, tidak bertele-tele, dan rubrik untuk konsultasi (Mitra Teknik dan Kesehatan Masyarakat) sangat diketahui karena jawaban-jawabannya memuaskan serta relevan dengan keadaan yang sebenarnya.

Menyimak data informasi di atas, secara umum dapat dikatakan bahwa sebagian besar pembaca menyukai rubrik-rubrik yang mengetengahkan informasi kemajuan di daerahnya. Kondisi tersebut dapat dipahami apabila dihubungkan juga dengan alasan untuk mengkonsumsi surat kabar Mingguan Mitra Desa, yaitu mencari koran yang menginformasikan situasi dan kondisi daerah, terutama pembangunan di daerah-daerah seluruh Jawa Barat. Keinginan untuk mengetahui keadaan tersebut, umumnya terdorong oleh perasaan cinta terhadap daerah sendiri. Oleh karena itu, pengelola SKM Mitra Desa hendaknya menitikberatkan pengembangan pada peningkatan Frekuensi data dan informasi mengenai masalah-masalah yang bersangkutan dengan kemajuan daerah dalam hal ini pembangunan di seluruh wilayah Jawa Barat.

3. Saat-saat khalayak Memanfaatkannya

Pemanfaatan media massa umumnya berkaitan erat dengan kebiasaan pemanfaatan waktu luang yang tersedia. Salah satu faktor yang mempengaruhi kebiasaan dalam menggunakan waktu adalah mata pencaharian atau pekerjaan.

Tergantung pada jenis pekerjaannya, waktu luang setiap responden bervariasi. bagi petani yang biasanya sudah berangkat ke sawah pagi-pagi sekali, umumnya memiliki "jam kerja" antara pukul 06.00 - 13.00. Dengan demikian, waktu luang mereka adalah pada siang, sore dan malam hari. Para pedagang memiliki waktu luang yang cukup banyak karena ditempat kerja pun, bisa membaca surat kabar sambil menunggu pembeli. Sedangkan bagi pegawai negeri sipil, ABRI, dan Palong Desa, yang jam kerjanya antara pukul 07.00 - 14.00, memiliki waktu luang pagi sebelum berangkat kerja, sore pulang kerja, dan malam hari. bagi karyawan swasta yang jam kerjanya antara pukul 07.00 - 17.00, waktu luang yang tersedia hanya di pagi dan malam hari. Demikian pula

dengan buruh dan tukang yang memiliki jam kerja hampir sama dengan karyawan swasta. Yang memiliki waktu luang banyak adalah ibu rumah tangga karena hampir setiap saat ada di rumah.

Walaupun memiliki waktu luang yang beragam, pemanfaatan untuk membaca surat kabar umumnya dilakukan pada waktu sore hari. Kebiasaan menggunakan waktu luang untuk membaca surat kabar, tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 3.12
Waktu Responden untuk Membaca SKM Mitra Desa

No	Jenis Rubrik	Urban		Suburban		Rural	
		F	%	F	%	F	%
1.	Pagi	5	10,00	4	8,00	3	6,00
2.	Siang	3	6,00	2	4,00	4	8,00
3.	Sore	19	38,00	20	40,00	23	46,00
4.	Malam	4	8,00	4	8,00	6	12,00
5.	Tidak Membaca/ tidak berlangganan	19	38,00	20	40,00	14	28,00
	JUMLAH	50	100,00	50	100,00	50	100,00

Sumber : Data Primer Hasil Penelitian 1996

Data pada tabel 3.12 mengungkapkan bahwa setengah dari jumlah responden menggunakan waktu luang sore hari untuk membaca SKM Mitra Desa, yaitu masing-masing 38% untuk responden di wilayah urban, 40 % di sub urban, dan 46% di daerah rural. banyaknya yang memanfaatkan waktu sore hari, antara lain disebabkan oleh pertimbangan penggunaan waktu yang paling dianggap "santai" hanya sore hari. Selain karena waktu sore hari merupakan waktu istirahat setelah seharian berkerja, waktu luang lain digunakan untuk kesibukan yang lain, misalnya pagi hari digunakan untuk persiapan berangkat bekerja dan malam hari umumnya digunakan untuk menonton televisi.

Pengguna waktu malam hari untuk membaca SKM Mitra Desa (9,33%), umumnya adalah responden yang bekerja sampai sore hari atau walaupun bekerja hanya sampai siang hari tetapi mempunyai pekerjaan sampingan sehingga baru memiliki waktu luang di malam hari. Sedangkan pengguna waktu pagi hari (8%), umumnya adalah pegawai

negeri sipil dan karyawan swasta yang membaca surat kabar sambil bersiap-siap berangkat kerja. yang menggunakan waktu siang hari (6%), umumnya adalah ibu rumah tangga karena waktu tersebut dianggap sebagai waktu istirahat di antara dua waktu sibuk, yaitu pagi dan sore hari. Pagi hari disibukkan dengan persiapan suami berangkat kerja dan anak-anak berangkat sekolah. Sedangkan sore hari sibuk lagi menyambut suami pulang bekerja dan mempersiapkan makam malam.

Sebenarnya, beberapa responden yang tidak berlangganan SKM Mitra Desapun seringkali ikut membacanya di tetangga atau di tempat kerja karena tertarik dengan cerita dan informasi seputar Jawa Barat. Akan tetapi tidak diikutsertakan dalam perhitungan pada tabel 3.12 (dianggap tidak membaca) karena dianggap kurang mengetahui benar setiap rubrik yang ada di SKM Mitra Desa.

Bagi responden yang berlangganan, kesempatan membaca bisa dilakukan kapan saja karena berita dan informasi pada Tabloid Mitra Desa yang beredar seminggu sekali setiap hari Kamis ini, dianggap tidak basi atau kadaluwarsa. Di wilayah urban, tabloid ini bisa diterima pelanggan pada hari edarnya. Akan tetapi di wilayah sub urban dan rural, seringkali baru diterima pada hari Jum'at atau Sabtu.

Apabila diamati dengan seksama, hanya beberapa lapisan masyarakat di wilayah sub urban dan pedesaan (rural) yang dapat memanfaatkan media massa cetak. Menurut Nurhadiantono (1990 : 15), ada dua faktor yang secara kongkrit tidak menunjang ketertarikan masyarakat terhadap surat kabar terutama di daerah pedesaan, yaitu rendahnya tingkat pendidikan sehingga kebiasaan membaca juga sangat kurang, dan lemahnya daya beli masyarakat.

Mengenai indikator "kemajuan" masyarakat, INISCO mengungkapkan ratio antara surat kabar dan jumlah penduduk sebagai berikut : masyarakat mampu berkembang manakala tersedia satu surat kabar untuk setiap sepuluh orang penduduk. Berdasarkan ratio tersebut, masyarakat di wilayah penelitian (pedesaan) belum bisa memenuhinya. Membaca bagi masyarakat daerah ini belum tumbuh sebagai kebutuhan, sehingga juga belum berkembang menjadi suatu kebiasaan. Berdasarkan pengamatan, yang dapat memanfaatkan atau berlangganan media massa cetak berupa surat kabar, baru terbatas pada *elite desa* seperti pamong/pejabat desa, guru/pegawai negeri, dan atau *Opinion leader*. *Opinion leader* adalah orang-orang yang memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain dengan cara atau jalan yang disukai oleh

orang-orang tersebut. Di samping *Opinion Leader*, kepada mereka digunakan pula sebutan pemimpin informal, pemimpin formal atau juga *Traditional Leader*.

Raka Wiratna (1980) : 34) mengungkapkan bahwa selain pendidikan, hambatan paling besar yang membuat masyarakat kurang memanfaatkan surat kabar secara optimal adalah faktor ekonomi. dengan demikian, dapat dikatakan bahwa berlangganan koran bagi masyarakat pedesaan masih terbatas pada orang-orang yang berpendidikan dan bagi yang kondisi ekonomi rumah tangganya relatif baik, terutama bagi yang pernah menikmati pergaulan dengan masyarakat kota.

BAB IV
PERANAN MEDIA MASSA LOKAL BAGI
PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN KEBUDAYAAN
DAERAH

A. Peranan dalam Proses Sosialisasi

TVRI Pusat beserta TVRI Stasiun-stasiun Daerahnya merupakan salah satu media komunikasi pemerintah dalam bidang komunikasi pembangunan daerah. Mereka memiliki peranan yang cukup besar. Peranan tersebut terwujud dalam program-program acara siaran TVRI yang melebur menyebarkan kebijaksanaan-kebijaksanaan pemerintah dan hasil-hasil pembangun serta menyampaikan informasi, ide, gagasan, pendapat, hiburan, penerangan, dan ilmu pengetahuan kepada masyarakat dengan tujuan agar dapat meningkatkan semangat pembangunan dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

TVRI Stasiun Bandung menyampaikan muatan-muatan di atas dalam bentuk acara seperti drama, berita, pesanan layanan masyarakat, saba desa, sambung rasa, asan terampil, cerdas cermat, ruang kesehatan, kesenian tradisional, dan sebagainya.

Adapun masalah iklan, yang sejak tahun 1981 pemerintah telah melarang TVRI menerima iklan, otomatis satu-satunya dukungan anggaran di dapat dari iuran televisi saja, yang dipungut dari masyarakat melalui pihak swasta. Itupun tampaknya nyaris kepayahan. Dari sekian televisi yang dimiliki masyarakat, hanya sebagian saja yang terdaftar, yang taat membayar iuran televisi hanya sebagian kecil saja. Sungguh menyedihkan, dampak yang langsung terasa adalah oleh pihak TVRI stasiun Daerah, termasuk stasiun Bandung.

Proporsi acara yang ditayangkan TVRI Bandung meliputi acara berita/penerangan (33,10%), pendidikan/agama (18,90%), kebudayaan/hiburan (26%), dan lain-lain (22%). Jadi, yang mendapat porsi terbesar adalah acara berita dan penerangan. Lain dengan stasiun-stasiun televisi swasta, mereka memfungsikan kehadirannya sebagai media informasi masalah pendidikan, hiburan dan promosi, dengan perbandingan sebagai berikut : 20% : 10% : 50% : 20%. Dengan demikian fungsi hiburan menjadi paling dominan.

Dalam salah satu paket acara yang ditayangkan TVRI stasiun

Bandung dan ternyata cukup banyak peminatnya adalah Inohong di Bojong Rangkong. Acara ini berupa drama berseri dengan sentuhan humor yang khas. Inohong di Bojong Rangkong seakan mewakili realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Tema cerita yang dimunculkan dalam setiap episodenya mengandung nilai aktualitas. Bahkan masyarakat tertarik akan acara ini karena pesan-pesan yang terungkap di dalamnya mengandung kritik sosial. Pesan-pesan yang telah diungkapkan beragam, mulai dari masalah KB, pendidikan, lingkungan hidup, hankam, ilmu pengetahuan, kesehatan, dan sebagainya. Suasana yang ditampilkan pun merupakan cerminan masyarakat Sunda dengan kekayaan kebudayaannya.

B. Pengaruh Terhadap Kehidupan Sosial, Budaya dan Ekonomi

Media televisi telah dinikmati oleh masyarakat maksudnya, televisi dapat dijadikan teman ketika individu mengalami kejenuhan rutinitas kerja. Televisi telah hadir sebagai medium yang menampilkan aneka tayangan yang menghibur, lewat kemasan film, musik dan olah raga. Juga televisi telah mampu memenuhi semua kebutuhan individu dalam meningkatkan intelektualitas, melalui kemasan acara informasi yang ditayangkan.

Pengaruh terhadap kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat pemikat televisi pun sangat terasa sekali, terlebih setelah televisi-televisi stasiun swasta hadir dan siarannya dapat ditangkap pesawat televisi tanpa antena parabola atau alat bantu lainnya. Berbagai film, musik, dan sajian lainnya, menjadi teman sekaligus lawan dalam sebuah keluarga. Tak sedikit kalangan yang mencemaskan kehadiran televisi swasta akan mempengaruhi perilaku masyarakat. Kendati beberapa acaranya memang miskin pesan edukatif, seperti tayangan film yang mengumbar adegan kekerasan, namun informasi yang disajikan TV swasta dalam bentuk berita harus diakui semakin memperluas pengetahuan masyarakat.

Kebebasan TV Swasta dalam menyampaikan informasi dan berita-berita bergambar bukan saja karena mereka sebagai media elektronik belum memiliki UU dan kode etik jurnalistik, juga akibat dari perubahan jaman dan kemajuan teknologi yang melakukan globalisasi informasi. Semua itu jelas berdampak pada tumbuhnya perubahan visi dan persepsi di kalangan masyarakat itu sendiri, pergeseran nilai dalam

masyarakatpun terjadi. Jika dulu dianggap tabu, kini sudah menjadi tontonan harian yang biasa.

Oleh karena itu kebanyakan masyarakat, khususnya masyarakat Cisarua lebih banyak menikmati tayangan TV swasta dan merasakan pengaruhnya lebih nyata dan jelas, maka ketika dihadapkan pada masalah pengaruh yang didapatkan di acara-acara yang ditayangkan TVRI Bandung, mereka mengatakan tidak ada. Barangkali tidak mereka rasakan pengaruhnya, karena mereka lebih sibuk dengan tayangan-tayangan TV swasta.

Hanya beberapa responden yang mengatakan ada pengaruhnya. dalam kehidupan sosial, misalnya dalam bidang pendidikan, TVRI Bandung memiliki paket acara Cerdas Cermat dan Cepat Tepat yang ditayangkan lebih sering dibandingkan dengan paket-paket acara lainnya, yaitu sekitar 4 - 5 kali dalam sebulan, dalam arti masing-masing acara itu ditayangkan sekali setiap minggu. Awalnya, ketika TV-TV swasta belum menyerbu dan menyeruak dunia anak-anak dan remaja, pelajar SD hingga SMA menyenangi acara ini. Mereka dapat menimba ilmu pengetahuan dari materi acara tersebut. Kini tinggal sebagian kecil saja yang masih ada minat untuk mengikuti acara ini. Selebihnya mereka, anak-anak lebih menikmati acara televisi bersama-sama dengan tokoh-tokoh fantasi dan imajinasinya, seperti kesatria Baja Hitam, Winspector, Power Rangers, X-Man, Bicrosser, Dora Emon, dan sebagainya dari televisi-televisi swasta. Mereka, para remaja lebih asyik dengan acara musik dan film-film laga.

Barulah dalam tayangan-tayangan yang menampilkan kebudayaan Sunda, seperti wayang Golek, Cianjuran, sisindiran, dan sebagainya, pengaruhnya ada kepada para penikmat yang tetap setia menantikan acara-acara ini. Pada umumnya mereka adalah yang telah berusia lanjut, kemudian yang masih berniat mengetahui dan mengenal budaya leluhurnya, atau yang berminat mengetahui dan mengenal budaya Sunda. Bagi mereka yang baru mengenal kebudayaan Sunda, pengetahuannya akan bertambah; dan bagi mereka yang telah mengetahui akan menjadi ajang hiburan yang semakin memperkuat perasaan memiliki kebudayaan Sunda.

Dalam paket acara Kandaga Budaya, didalamnya ditayangkan berbagai unsur Kebudayaan Sunda, baik masalah adat istiadat, bahasa, dan kesenian. Mereka yang menyimak acara ini, merasakan manfaatnya. Mereka dapat mengetahui lebih banyak tentang kebutuhan leluhurnya.

Mereka mengatakan, seharusnya kaum muda dirangsang untuk berpaling dan acuh pada kebudayaan bangsanya. Mengingat kini kesenian Sundapun sudah jarang peminatnya. Seperti halnya wayang golek, pantun, degung kini jarang tampil dalam syukuran-syukuran di rumah penduduk. Mereka lebih senang menampilkan orkes melayu atau jaipongan, yang penontonnya dijamin akan membludak.

Merekapun menambahkan, peran kepala desanya sangat besar dalam memantau kegiatan. Misalnya, kini minat kegiatan para pemuda adalah olah raga sepak bola, yang kemudian berkembang pesat berkat dukungan penuh dari kepala desanya. Olah raga sepak bola marak di desa ini, dari usia anak-anak hingga dewasa. Seandainya kesenian Sundapun dibangkitkan kembali oleh aparat yang berwenang dan mendapat dukungan penuh dari kepala desanya, apakah nasibnya akan sama dengan sepak bola seperti di atas? Barangkali, disinilah letak tantangan bagi Budayawan dan Seniman Sunda untuk kembali membangkitkan rasa memiliki kebudayaan Sunda di hati masyarakatnya.

BAB V PENUTUP

Penelitian mengenai *Peranan Media Massa Lokal bagi Pembinaan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah* ini, dilakukan di tiga lokasi dengan tingkat kemajuan atau perkembangan pembangunan yang berbeda, yaitu di wilayah urban, sub-urban, dan rural. Dasar pertimbangannya adalah agar dapat mengungkapkan gambaran mengenai fokus penelitian secara akurat dan utuh atau merupakan satu kesatuan yang terintegrasi.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, di ketiga lokasi penelitian dapat dijumpai kedua jenis media komunikasi massa baik media massa cetak maupun media massa elektronik dengan pola pemanfaatan yang *multidimensional*, yaitu penggunaan media massa secara selektif dengan adanya beberapa pasangan media seperti koran, televisi, dan radio; koran dan televisi; majalah dan televisi; dan lain-lain. Keberadaan media massa ini terutama dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi/pengetahuan, rekreasi/hiburan, dan edukasi/pendidikan.

Sejalan dengan kemajuan pembangunan di Indonesia, kuantitas dan kualitas media massa pun semakin meningkat. Media massa dapat ditemukan dimanapun dan seolah-olah merupakan makanan sehari-hari bagi siapa saja, tidak terbatas pada kaum elite, kaum kaya, tidak pula terbatas pada kaum penguasa. walaupun demikian, kuantitas media massa cetak antar lokasi penelitian menampakkan perbedaan. Di lokasi penelitian urban dan sub-urban, media cetak dapat dijumpai dan didapatkan dengan mudah karena banyaknya agen surat kabar maupun pedagang eceran (kios maupun penjaja surat kabar). Lain halnya di lokasi penelitian wilayah pedesaan (rural), karena apabila tidak berlangganan, sulit untuk menjumpai pengecer koran. Masyarakat harus ke agen atau pengecer surat kabar di kota Kecamatan terdekat untuk mendapatkan media cetak yang diinginkan.

Media massa elektronik yang banyak dimiliki masyarakat adalah televisi dan radio. Hampir setiap rumah tangga di lokasi penelitian, memiliki radio dan televisi. Film dalam bentuk kaset dan disk video (berikut video/disk player), umumnya terkonsentrasi pada masyarakat perkotaan. mengingat harganya mahal, media massa film mempunyai

khalayak yang terbatas pada orang-orang yang tergolong relatif mampu.

Menyimak hasil penelitian mengenai pola pemanfaatan media massa, didapat informasi bahwa sebagian besar khalayak memanfaatkan atau menggunakannya pada malam hari. Hal tersebut dapat dipahami karena pemanfaatan waktu luang yang tersedia. Sebagian besar responden di ketiga lokasi penelitian, bekerja dari pagi sampai sore hari sehingga hanya memiliki waktu luang pada pagi sampai sore hari sehingga hanya memiliki waktu luang pada pagi hari sebelum berangkat bekerja dan pada sore/malam hari ketika sudah berada kembali di rumah. Sedangkan bagi yang tidak bekerja atau tidak tentu jam kerjanya, pelajar, dan ibu rumah tangga, memiliki waktu luang yang bervariasi.

Apabila dirinci berdasarkan bentuk media massa, pola pemanfaatannya menunjukkan keragaman, walaupun sebagian besar masyarakat membaca surat kabar pada malam hari, tetapi umumnya mereka berpendapat bahwa media cetak tersebut dapat dimanfaatkan kapan saja dan dimana saja, demikian juga dengan media radio, apalagi yang berukuran relatif kecil dan dapat dipindah-pindahkan, bisa digunakan kapanpun dibutuhkan. Adapun media televisi, digunakan pada tempat yang terbatas, antara lain di rumah, kantor, tempat pelayanan umum, maupun hotel. Televisi berukuran kecil yang bisa dinikmati dimanapun berada, masih terbatas penggunaannya pada orang-orang yang relatif mampu.

Hasil penelitian mengungkapkan, sebagian besar penduduk di ketiga lokasi penelitian lebih suka mengkonsumsi media massa lokal, baik media massa cetak maupun media massa elektronik. Alasan mereka umumnya ingin mengetahui perkembangan pembangunan dan kebudayaan daerah sendiri, yaitu Jawa Barat.

Media elektronik lokal, sampel dalam penelitian ini adalah TVRI Bandung, belum bisa diharapkan terlalu banyak dalam kaitannya dengan perannya sebagai pembina dan pelestari kebudayaan daerah Jawa Barat karena jam siarannya yang relatif terbatas dan harus menyesuaikan diri dengan program dari Pusat (TVRI Stasiun Pusat Jakarta). Selain itu, TVRI Bandung juga dianggap masyarakat kalah bersaing dengan stasiun televisi swasta yang dapat dinikmati masyarakat dengan variasi acara, kualitas gambar dan suara relatif memuaskan. Kondisi tersebut menyebabkan TVRI (televisi Milik pemerintah), hanya memiliki pemirsa sekitar 6% di perkotaan, 10% di pinggiran kota, dan 26% di pedesaan (lihat tabel 3.7).

Dengan durasi yang terbatas dan adanya "wajib relay" dari TVRI Stasiun Pusat (Jakarta), TVRI Bandung menghadapi masalah yang rumit. Sebagai badan penyiaran pemerintah, mereka harus aktif menjadi media penyampai "pesan" pembangunan. Artinya mereka harus bersedia menanggung beban politis. Sementara itu, televisi swasta justru lebih bebas bahkan kerap dinilai kelewat batas.

Beban lain yang tak kalah rumit adalah karena milik pemerintah, TVRI Bandung tidak mempunyai anggaran yang cukup. Pada saat yang sama, TVRI tidak diijinkan mencari dana melalui iklan. Padahal investasi yang bisa ditanam dalam dunia penyiaran "tampak-dengar" sungguh besar.

Dulu, ketika stasiun-stasiun televisi swasta belum bermunculan, masyarakat tidak memiliki banyak pilihan dalam menikmati acara televisi. Saat itu, yang mengudara adalah stasiun televisi milik pemerintah, yaitu TVRI Jakarta (Pusat) dan TVRI Stasiun Daerah, termasuk TVRI Stasiun Bandung. TVRI memiliki khalayak dari berbagai lapisan masyarakat dengan berbagai tingkat usia. Kini, dengan bermunculannya stasiun-stasiun televisi swasta seperti RCTI, SCTV, TPI, ANTV, dan Indosiar, pilihan acara semakin bertambah dan beragam. Penikmat televisi disodorkan pada situasi banyak pilihan. TVRI stasiun Bandung, yang sebagian besar acaranya masih merupakan siaran "relay" dari TVRI stasiun Pusat (Jakarta), kemudian mulai dilupakan kehadirannya. Hanya sebagian kecil saja yang masih setia mengikuti dan menikmati acara-acara tertentu. Sebagian penonton setia tersebut berusia tua dan sebagian lagi adalah yang masih memiliki kerinduan akan kebudayaan daerah sendiri.

Akan halnya dengan media cetak lokal, sampel dalam penelitian ini adalah Surat Kabar Mingguan Mitra Desa, memiliki banyak kesamaan dengan saudaranya, media elektronik lokal. Media cetak lokal ini belum banyak berperan dalam membina dan melestarikan kebudayaan daerah Jawa Barat karena tirasnya yang masih sedikit dan wilayah edarnya yang masih terbatas. walaupun jumlah pelanggannya cukup banyak, yaitu rata-rata diatas 50% pada setiap lokasi penelitian (lihat tabel 3.6 dan penjelasannya), tetapi yang membaca Mitra Desa dengan frekuensi sering hanya setengahnya.

Beberapa rubrik yang terdapat pada SKM Mitra Desa dan disukai masyarakat, umumnya mengenai informasi seputar kemajuan pembangunan dan kronik kebudayaan daerah. *Laporan Utama* adalah

rubrik yang berisi informasi masalah yang sedang aktual atau yang perlu diketahui masyarakat, merupakan rubrik yang paling diminati masyarakat karena isi dan cara penyampaiannya berbobot, mudah dimengerti, dan sajiannya merupakan informasi program pembangunan yang menonjol serta layak dibanggakan masyarakat Jawa Barat.

Dari uraian di atas, terungkap masih belum banyaknya peranan media massa lokal dalam membina dan mengembangkan kebudayaan daerah Jawa Barat. Walaupun demikian, bukan berarti tidak ada peranannya sama sekali karena apabila disimak lebih seksama, akan tampak upaya yang sungguh-sungguh dari pengelolanya untuk turut berkiprah dalam memajukan daerah serta membina dan mengembangkan kebudayaan daerah. TVRI Stasiun Bandung, misalnya, berupaya mengangkat kebudayaan lokal dalam bentuk paket-paket acara. Selain merupakan dokumentasi budaya lokal, paket-paket acara tersebut berfungsi juga sebagai informasi budaya terhadap masyarakat, terutama yang kurang mengenal dan memahami budaya lokal. Oleh karena itu, jika dicermati dengan seksama pada setiap acara TVRI Stasiun Bandung terlihat adanya nuansa-nuansa lokal. Nuansa-nuansa lokal tersebut terbagi atas empat program, yaitu berita/penerangan, pendidikan/agama, kebudayaan/hiburan, dan selingan.

Demikian juga dengan SKM Mitra Desa; berupaya membina dan mengembangkan kebudayaan daerah melalui rubrik-rubriknya. Sebagai media massa cetak lokal, SKM Mitra Desa memiliki ruang lingkup informasi seputar daerah Jawa Barat dan sesekali menginformasikan juga kemajuan atau program pembangunan menonjol di daerah lain dengan harapan masyarakat tergugah atau termotivasi untuk memajukan daerahnya.

Peran kedua media massa loka tersebut dalam proses sosialisasi, tampak misalnya dalam ungkapan-ungkapan yang disampaikan secara tersurat maupun tersirat pada sajian ungkapan-ungkapan yang disampaikan pada sajian acara (media elektronik) dan rubrik (media cetak), yang membuat masyarakat dapat mengambil contoh atau teladan untuk kemudian disampaikan kepada generasi muda, atau generasi muda tersebut mengambil intisari serta memahami dan berkehendak mengamalkannya setelah menyimak sajian informasi dalam media massa. Isi pesan media massa lokal yang mendukung proses sosialisasi tersebut antara lain, seperti tata pewarisan nilai-nilai luhur dan perilaku beradab, seperti tatakrama pergaulan antara yang tua dengan yang muda

dan antar sebayanya, etika berpakaian, etika makan, dan kearifan memelihara lingkungan.

Manfaat lain setelah mengikuti siaran media elektronik lokal maupun media cetak lokal adalah masyarakat menjadi lebih sadar akan arti dan manfaat pendidikan bagi anak-anaknya dalam mempersiapkan masa depan yang lebih baik. Anggapan yang selama ini terdapat di masyarakat, terutama di wilayah rural, bahwa wanita tidak usah terlalu tinggi mengenyam pendidikan sekolah, mulai memudar setelah antara lain menonton acara yang mengungkapkan pentingnya peranan wanita dalam setiap bidang pembangunan.

Perbendaharaan bahasa masyarakat mulai meningkat dengan seringnya mengikuti siaran media elektronik maupun membaca media cetak. Kini hampir seluruh lapisan masyarakat dapat menggunakan bahasa Indonesia. Apalagi dengan seringnya mengikuti siaran pembinaan Bahasa Indonesia melalui televisi atau membaca rubrik mengenai Pembinaan Bahasa Indonesia pada media cetak.

Dalam kaitannya dengan kekerabatan, masyarakat di daerah penelitian cenderung berusaha meningkatkan intensitas hubungan dan semakin menyadari pentingnya menjalin hubungan kekeluargaan untuk bersama-sama mencapai tujuan hidup dengan lancar dan mudah. Selain itu, semangat kekeluargaan menghidupkan dan meningkatkan motivasi masyarakat untuk berperan serta dalam pembangunan daerahnya serta menjaga lingkungannya masing-masing.

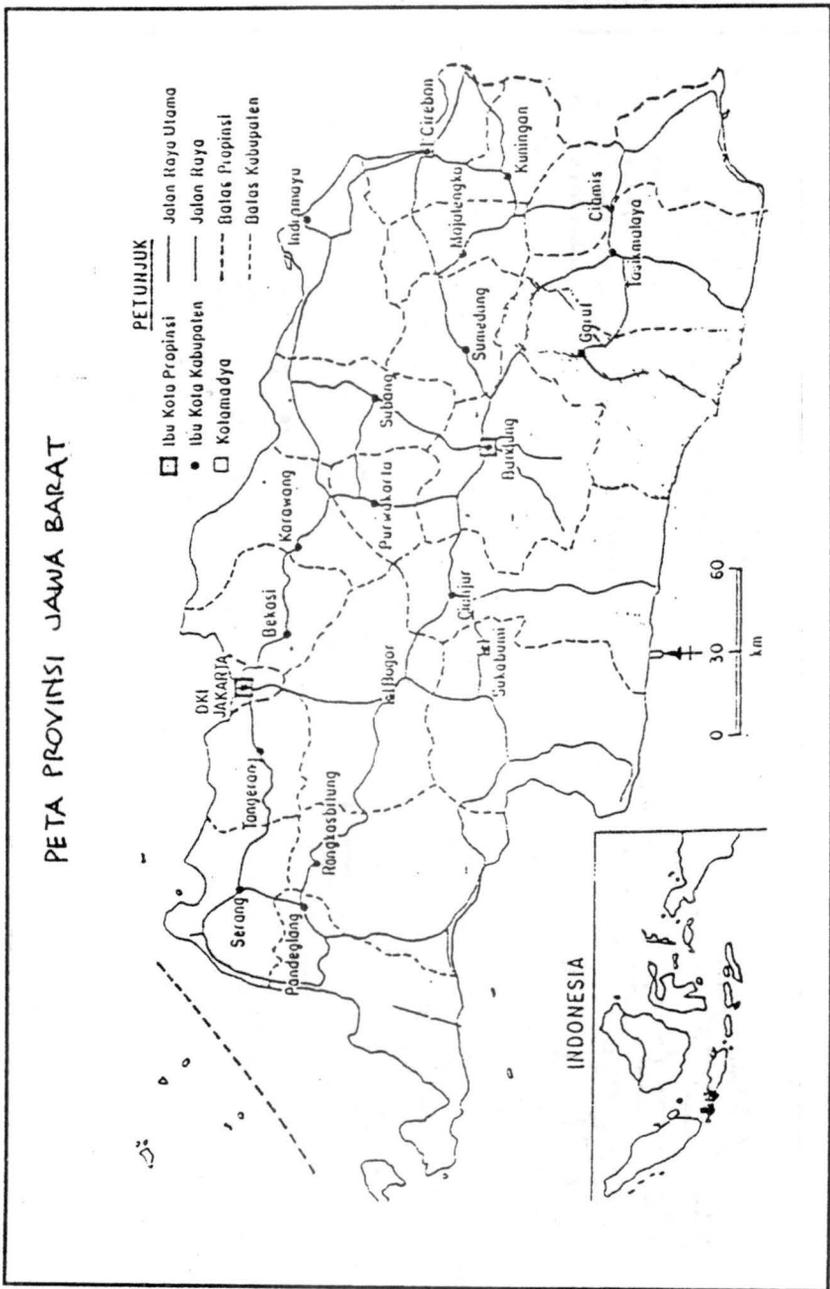
Mengenai kesehatan, media massa lokal berperan penting dalam upaya memperjelas informasi mengenai hidup sehat dan terencana, dengan mengenalkan jenis-jenis penyakit dan penyebab serta cara penanggulangannya, menjaga kebersihan lingkungan, makan makanan yang bergizi tinggi, imunisasi anak secara teratur, dan informasi mengenai Keluarga Berencana.

DAFTAR PUSTAKA

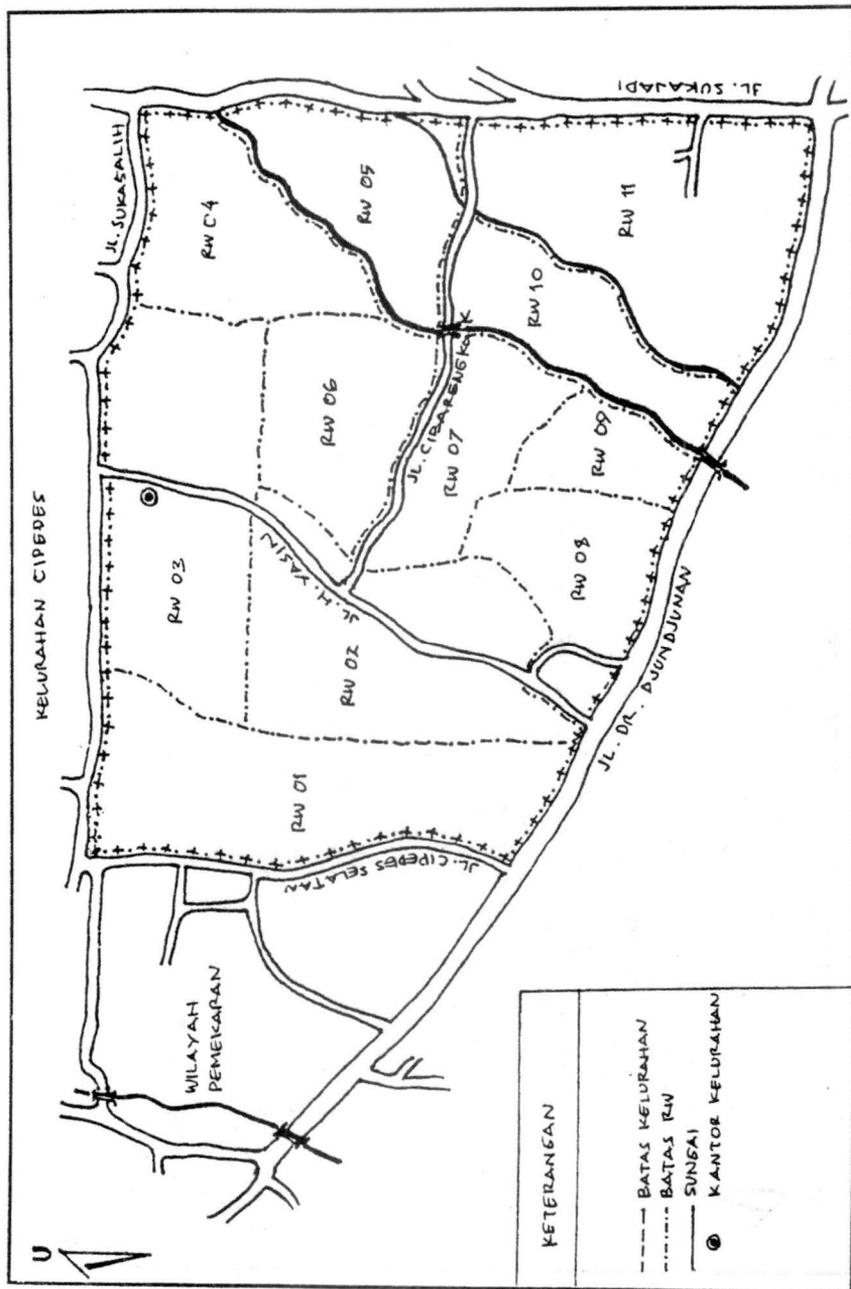
- Agung Laksono, H.R., *Televisi sebagai Vaksin Kebudayaan, Makalah dalam Seminar Nasional Industri Televisi dan Dampak Kebudayaannya*, Bandung : FIKOM UNPAD dan Departemen Pengembangan Kebudayaan ICMI Pusat, 15 Juni 1996
- Amri Jahi, *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga; Suatu Pengantar*, Jakarta : PT. Gramedia, 1988
- Andre A. Hardjana, *Peranan Media Massa Lokal dalam Pembinaan Budaya Daerah*, Makalah, Bogor : Djarahnitra Depdikbud, 1996
- Badan Litbang, Deppen., *Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan*, 1990
- BP-7 Pusat, *Bahan Penataran P4*, 1993
- De Fleur, Melvin L. dan Everette E. Dennis, *Understanding Mass Communication*, 2nd ed Boston, MA : Houghton Mifflin Co., 1985
- Desa Cicadas, *Monografi Desa Cicadas Kec. Binong Kab. Subang*, Subang : Kantor Desa Cicadas, 1995
- Desa Jambudipa, *Monografi Desa jambudipa Kec. Cisarua Kab. Bandung*, Bandung : Kantor Desa Jambudipa, 1995
- Dominick, Joseph R., *The Dynamics of Mass Communication*, New York : Mc Graw Hill Inc., 1990
- Edy Sedyawati, *Kumpulan Sambutan (1993 - 1995)*, Jakarta : Ditjend Kebudayaan Depdikbud, 1996
- Hamelink, Cees J., *Cultural Autonomy in Global Communications*, New York : Longman, 1983
- Kelurahan Sukabungah, *Monografi Kelurahan Sukabungah Kec. Sukajadi Kodya Bandung*, Bandung : Kantor Kelurahan Sukabungah, 1995
- Mc Luhan, Marshall (Herbert), *Understanding Media*, New York : Harper & Row Publisher, 1987
- Nurhadiantono, *Strategi Koran Masuk Desa*, dalam *Prisma* no. 3 Tahun IX bulan Maret, Jakarta : LP3ES, 1980

- Raka Wiratna, *Koran Masuk Desa dan Permasalahannya; Kasus Bali Post*, dalam **Prisma** No. 3 tahun IX bulan Maret, Jakarta : LP3ES, 1980
- REPUBLIKA**, Harian Umum, hal, 6, 24 Agustus 1996
- REPUBLIKA**, Harian Umum, 22 Agustus 1996
- Rohadi, dkk., **TVRI 31 Tahun; Menjalin Persatuan dan Kesatuan**, Bandung : TVRI Bandung 1993
- Sukari dkk., **Dampak Masuknya Media Komunikasi Terhadap Kehidupan Masyarakat Pedesaan D.I. Yogyakarta**, Yogyakarta : Depdikbud Proyek P2NB, 1992-1993
- Teken, I.G.B., **Penelitian di Bidang Ekonomi Pertanian dan beberapa Metode Pengambilan Contoh**, Bogor : IPB, 1965
- Wilson, Stan Lorey, **Mass Media /Mass Culture**, New York : Mc Graw Hill Inc, 1992.

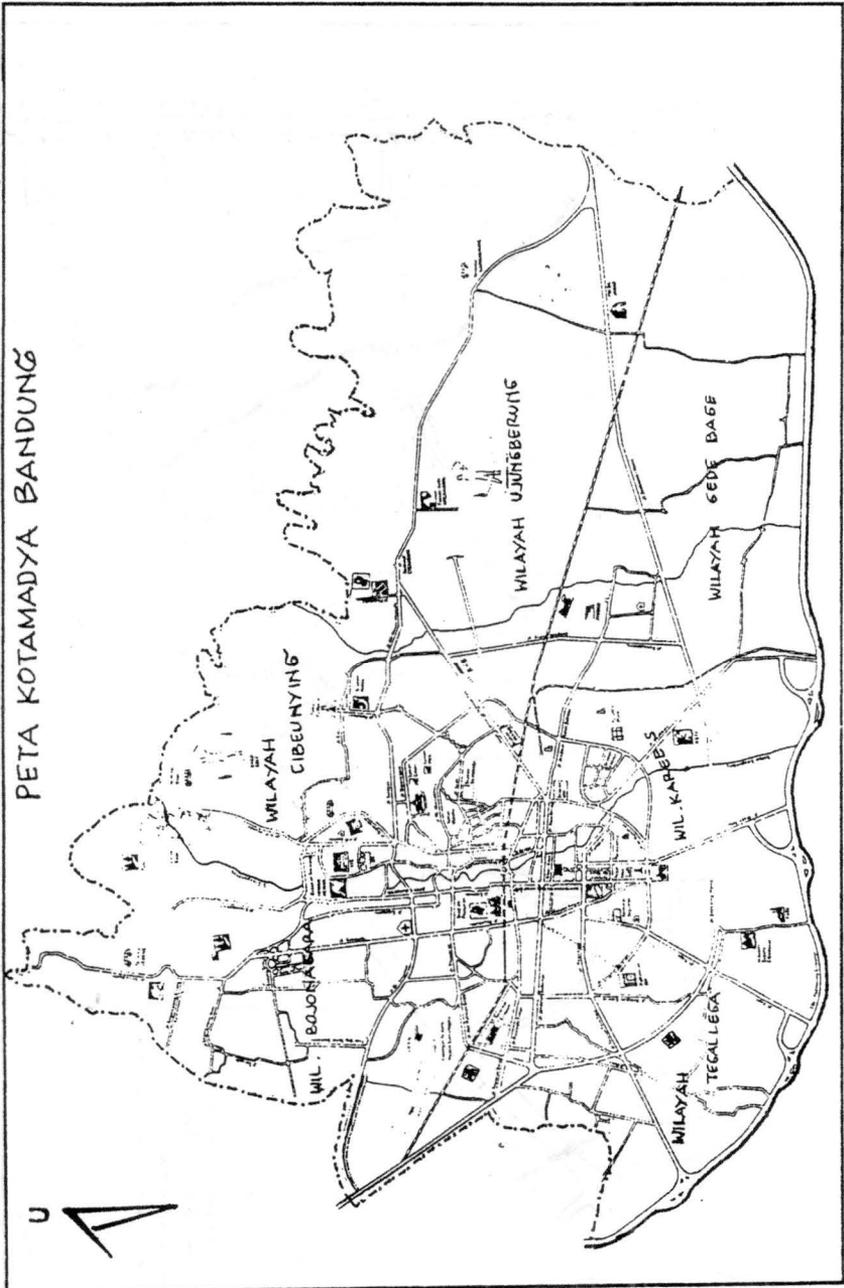
1. Peta Provinsi Jawa Barat



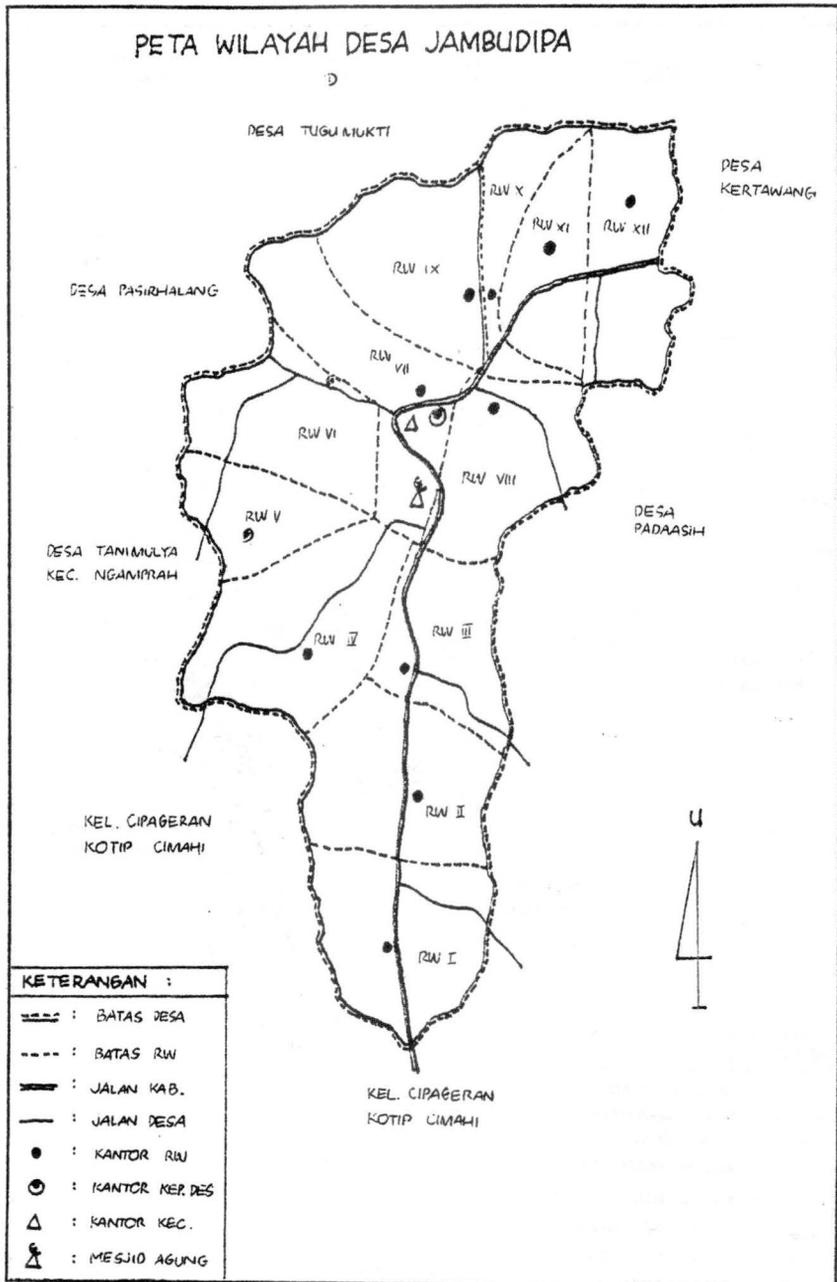
3. Peta Kelurahan Sukabungah



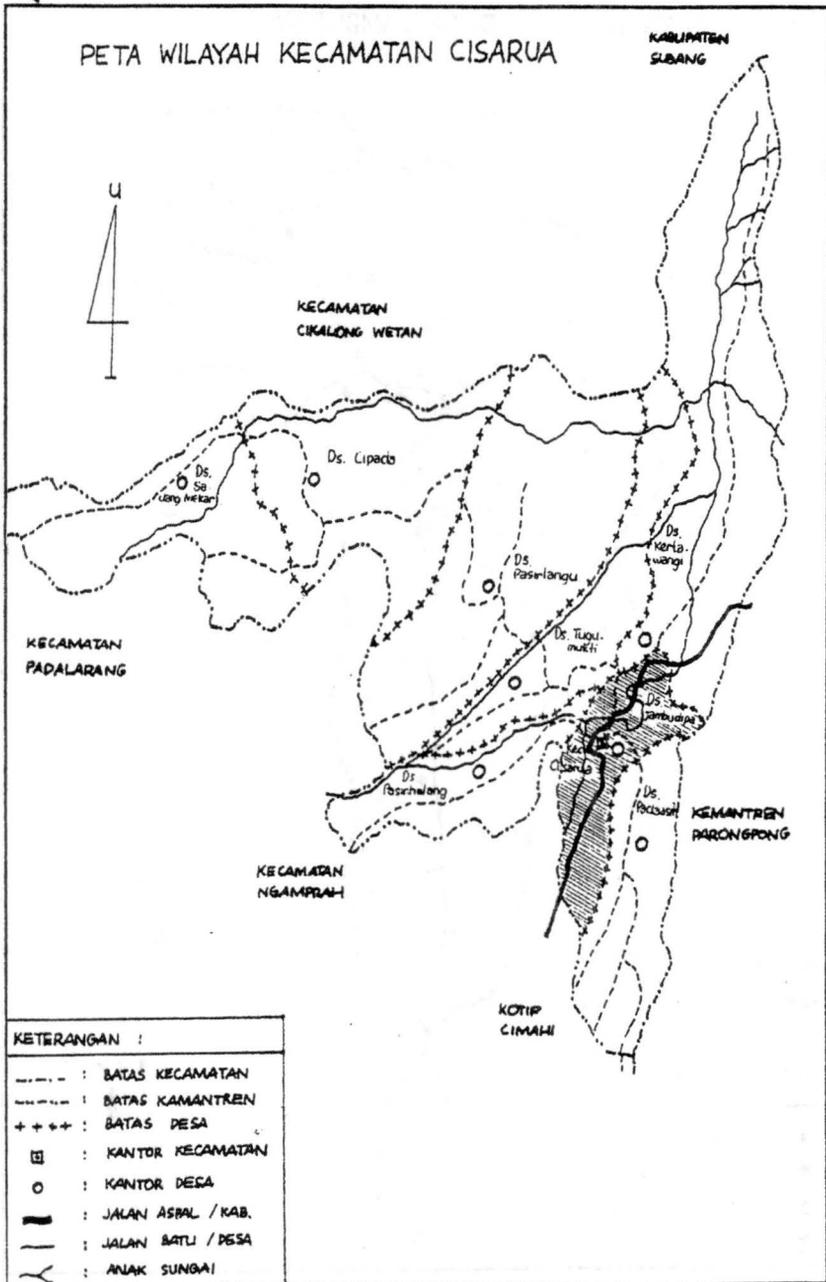
4. Peta Kotamadya Bandung



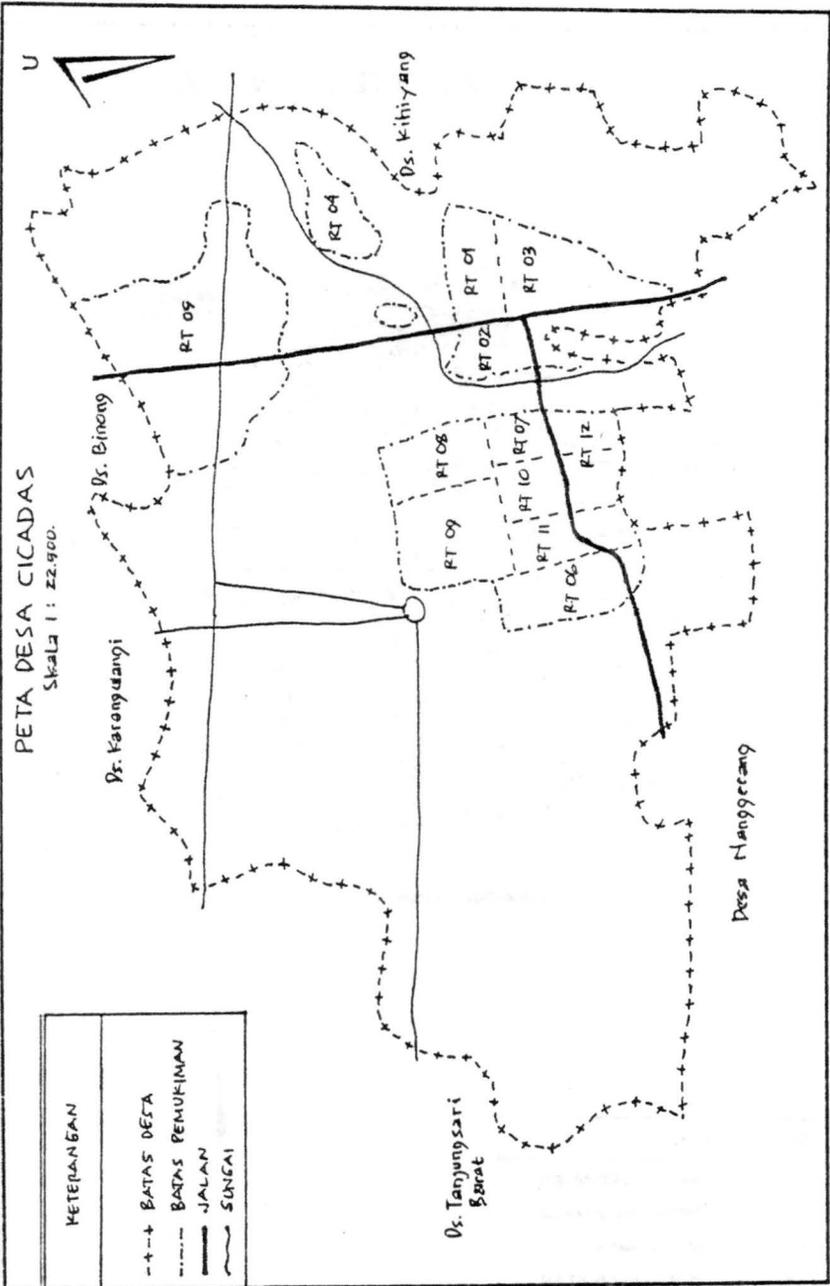
5. Peta Desa Jambudipa



6. Peta Kecamatan Cisarua



8. Peta Desa Cicadas



9. Peta Kecamatan Binong

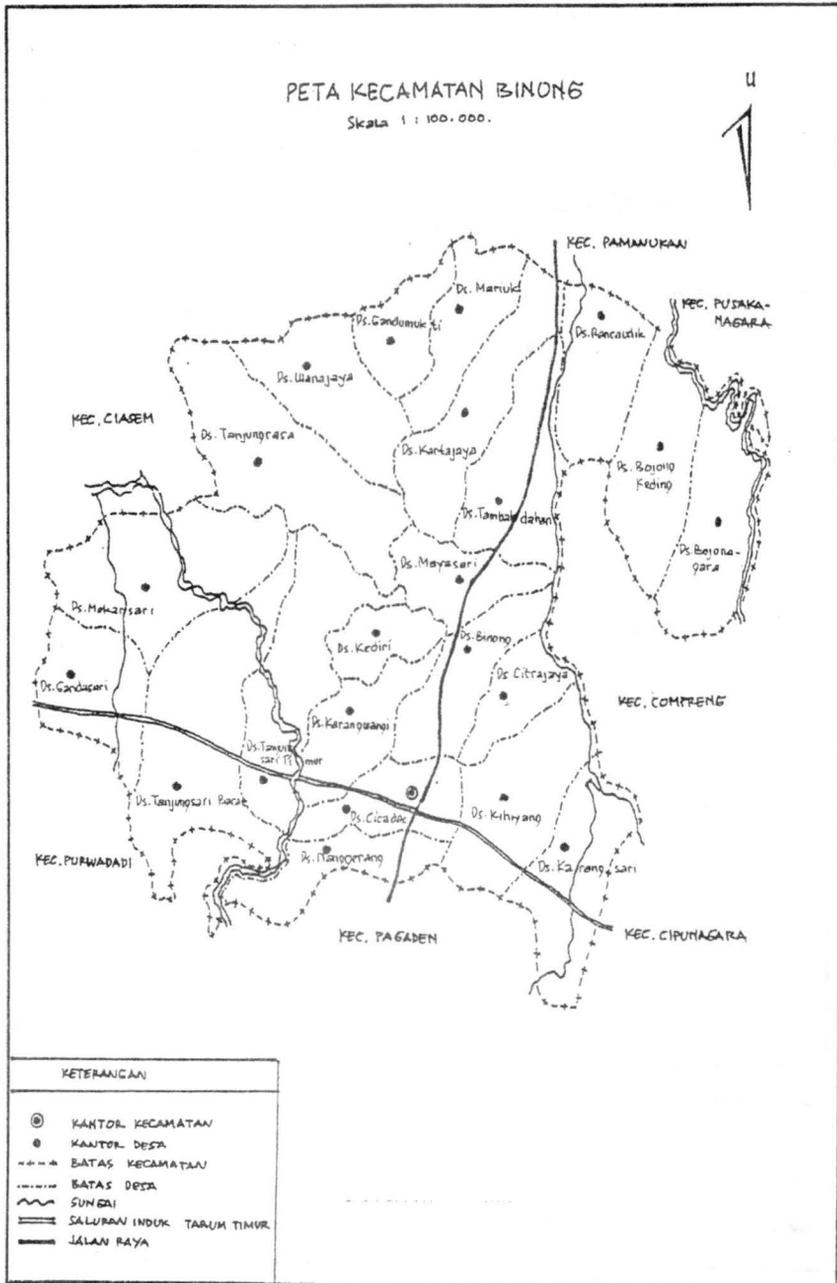
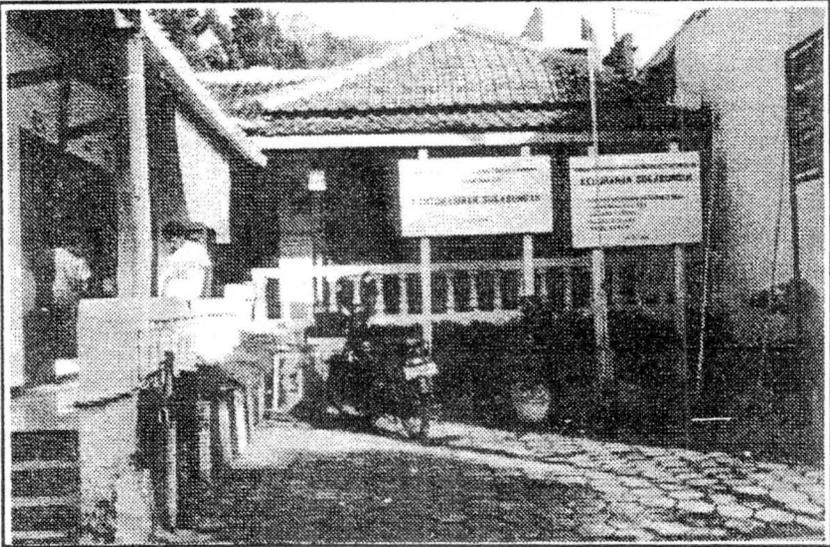
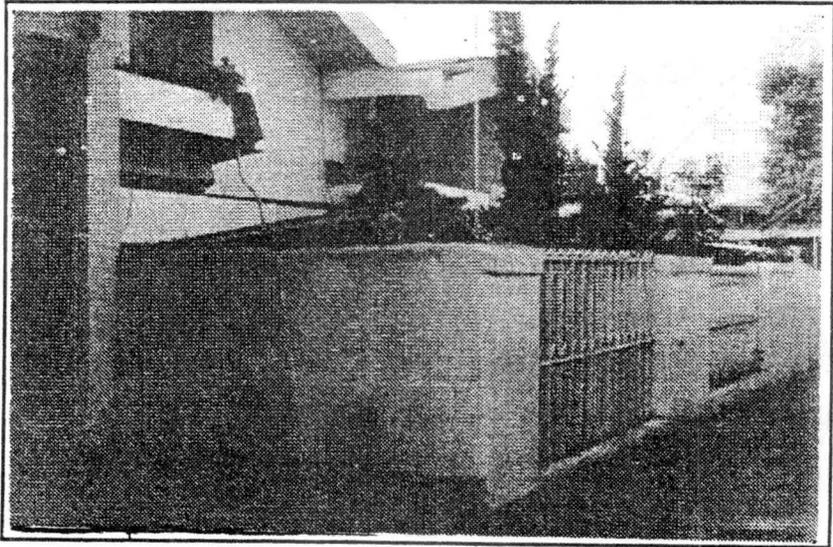


FOTO FOTO

a. Daerah Urban



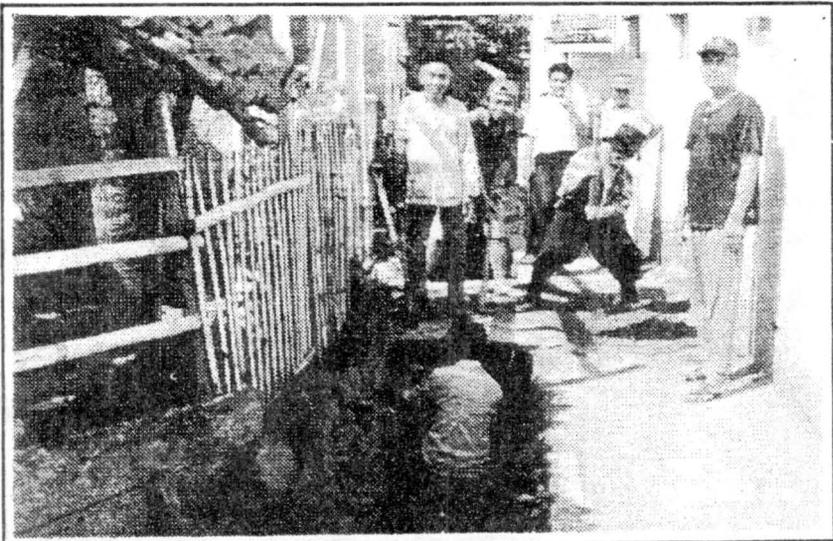
Kantor Kelurahan Sukabungah Kecamatan Sukajadi Kotamadya Bandung



Seperangkat parabola (tampak sedikit) melengkapi halaman sebuah rumah



Kondisi salah satu jalan di Kelurahan Sukabungah

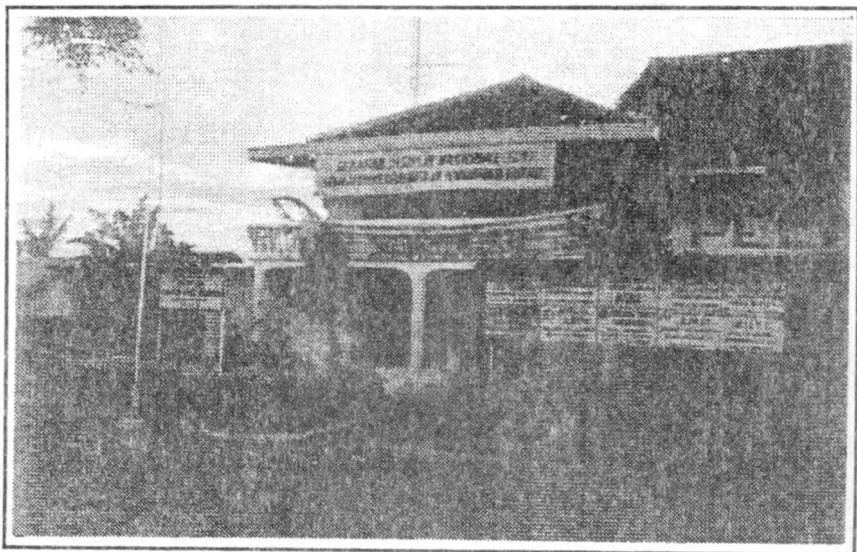


"Dari Kita, Oleh Kita, dan Untuk Kita",
semboyan yang masih melekat dalam kehidupan masyarakat kota



Di antara ketekunan mengikuti pengajian, mereka tidak kehilangan dunianya, canda tawa anak-anak

b. Daerah Sub-urban



Kantor Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua. Kabupaten Bandung



Tampak deretan papan nama berbagai organisasi sosial yang ada di Desa Jambudipa



Spanduk-spanduk berisi slogan dan himbauan pemerintah menghiasi bagian depan kantor desa

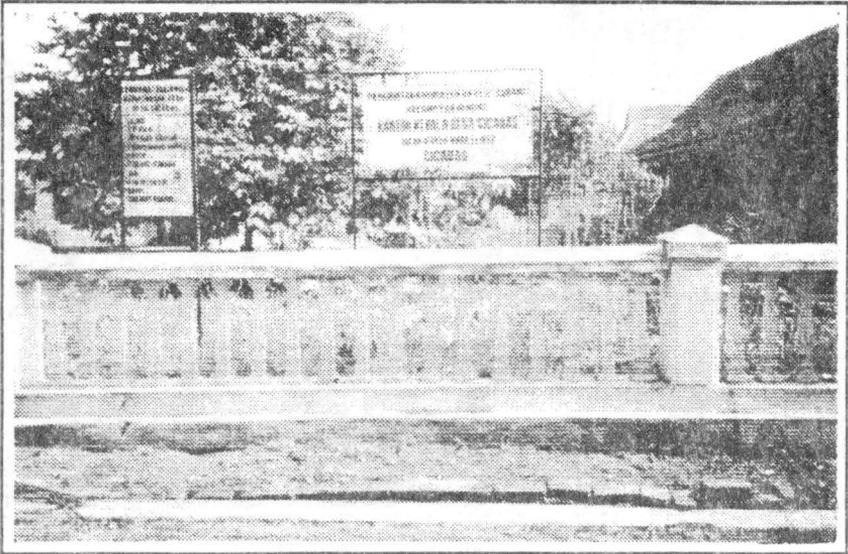


Kondisi jalan di Desa Jambudipa

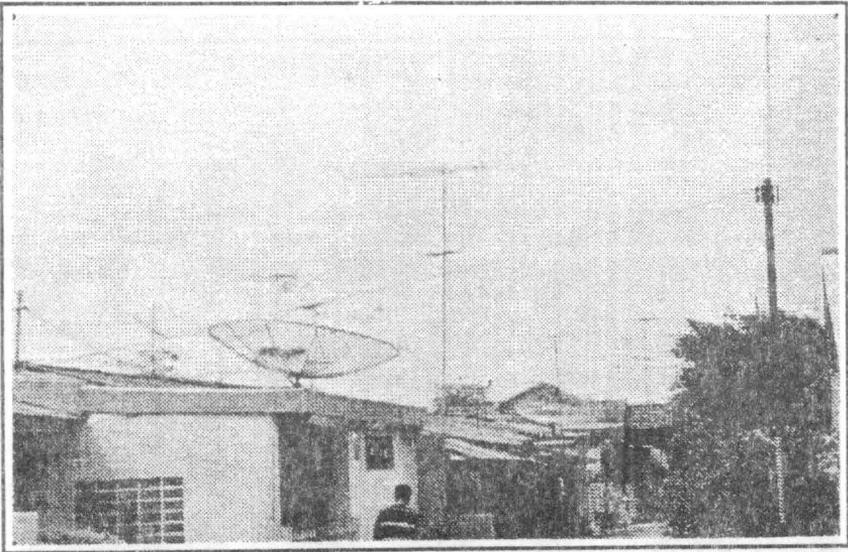


Terminal Parongpong Cisarua

c. Daerah Rural



Halaman depan Kantor Desa Cicadas Kec. Binong Kabupaten Subang



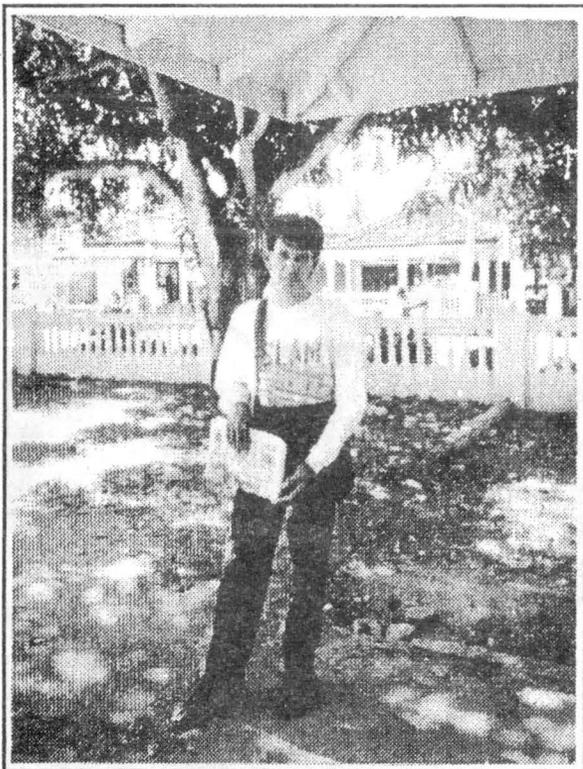
Untuk menangkap siaran televisi di daerah ini diperlukan antena UHF dengan tiang yang tinggi



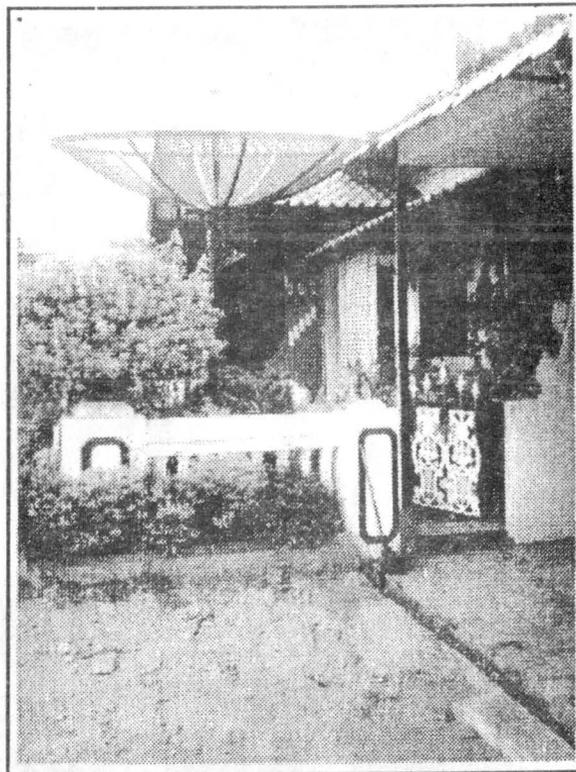
Televisi, Hiburan harian keluarga



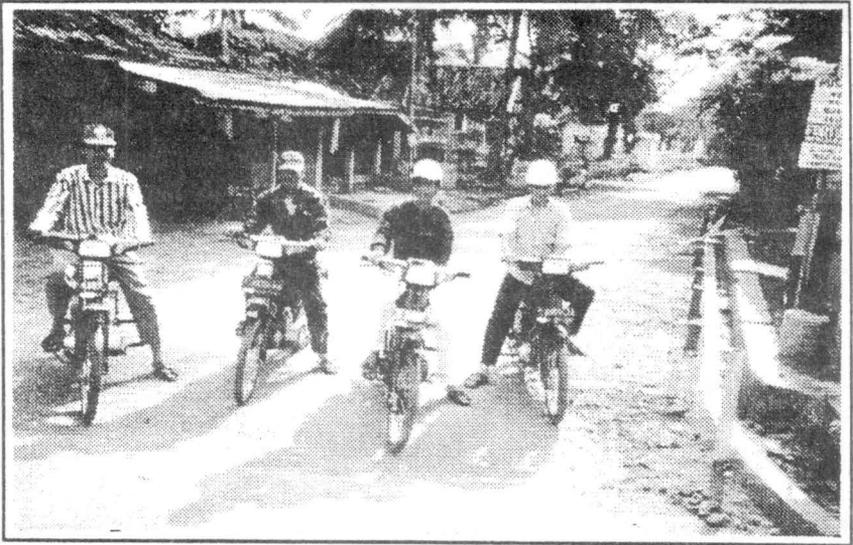
Pengisi waktu luang para pemuda, yang kadang dapat muncul ide-ide kreatif dan positif



Penjual koran dan majalah
secara eceran



Keberadaan parabola sebagai pelengkap
sarana hiburan penghuninya



Ojeg yang siap melayani keperluan transportasi masyarakat Desa Cicadas

Perpustakaan
Jenderal