

Persepsi Masyarakat Tentang Keberadaan Videotron di Manahan Surakarta

Oleh
Bedjo Sukarno *)

ABSTRACT

The existence videotron located in the middle of the highway intersection is assumed to disrupt protokuler Manahan Surakarta public attention at the time of road users to drive a vehicle. studies to test the public perception of videotron has a meaning as a medium of information, education, entertainment or other functions. Formed the perception of the meaning of the stimulus that was caught by humans through three components, namely cognitive, affective and connotative, which is associated with the process of achieving meaning and understanding of a particular object. This study uses qualitative research conducted in a natural situation and triangulation.

Inductive data analysis that stresses from these generalizations. The informant understood the meaning of the messages being presented at videotron still monopolized for the benefit of a particular product. In general, public perception of the existence development videotron does not function as a source of general knowledge or entertainment.

Key words: Perception, Meaning and function videotron

*) Dosen pada FISIP UNISRI

PENDAHULUAN

Dengan mengetahui perkembangan dan peristiwa yang terjadi di sekitar kita, maka tidak mengherankan bahwa informasi akan menjadi kebutuhan pokok, yang semuanya diperlukan agar dapat mengambil keputusan atau bertindak sesuai dengan situasi dan kondisi dimana kita berada. Hampir sebagian besar orang dewasa membenarkan bahwa mereka mendapatkan seluruh informasi tentang berbagai peristiwa dunia maupun nasional dari media massa. Masyarakat yang mengkonsumsi media biasanya

mempunyai pengetahuan yang lebih baik dan aktual dari pada orang yang tidak memanfaatkan media.

Sedangkan tahap awal setiap manusia dalam penerimaan informasi biasa disebut melalui alat penginderaan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya, karena manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya dan memperoleh pengetahuan serta dapat mengembangkan kemampuannya untuk berinteraksi dengan dunianya. Videotron sebagai media elektronik mempunyai peranan penting yang mampu menyebarkan berbagai informasi dan

pesan-pesannya dengan kelebihan audiovisual yang dimilikinya. Kebijakan pembangunan videotron merupakan suatu kegiatan yang dilakukan pemerintah berupa memberikan sarana informasi atau tujuan-tujuan dalam program pembangunan agar masyarakat dapat hidup dan ikut berpartisipasi.

Pemasang iklan sering memanipulasikan unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang atau jasa yang ditawarkan. Demikian juga sajian pesan yang ada di videotron tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru, oleh sebab itu tanpa adanya sesuatu yang baru terkesan menjadi monoton, membosankan dan kemungkinan lepas dari perhatian audience. Sedangkan pesan-pesan yang telah disajikan di videotron seringkali ditampilkan berulang kali dan disertai berbagai variasi agar menjadi perhatian. Dengan perulangan itu dimaksudkan untuk mempengaruhi bawah sadar manusia dalam mempopulerkan produknya.

Pembangunan videotron ini dalam pelaksanaannya dari sisi penempatan lokasi pembangunan videotron juga menimbulkan berbagai ragam persepsi masyarakat karena selain dianggap tidak efektif dan mengganggu pandangan dan tentu saja luput dari perhatian masyarakat terutama pengguna jalan raya yang lewat di sekitarnya. Mereka hanya sekilas melihat tayangan yang disajikan dikarenakan sambil mengendarai motor atau kendaraannya di depan videotron itu, sehingga jika ada pesan moral yang hendak disampaikan sulit diterima.

Sejak resmi dioperasikan hingga kini, kebanyakan warga Solo belum melihat manfaat langsung dan

implikasi keberadaan videotron tersebut bagi pembangunan masyarakat. Penilaian ini didasarkan pada dua aspek, pertama isi materi yang ditayangkan, dan yang kedua adalah lokasi yang kurang strategis. Dari aspek materi yang ditayangkan dalam videotron tersebut dimonopoli oleh tayangan pariwisata produk rokok. Dilihat dari sisi edukatif, materi ini tentu saja kurang mendidik lantaran mengajak masyarakat untuk melakukan pola hidup yang tidak sehat, sebab materi yang disajikan bertentangan dengan cita-cita membangun kota Solo yang sehat, berbudaya, olahraga dan pariwisata.

Nasmun demikian, pemerintah kota sebagai pemegang kebijakan belum tepat dalam mencari celah menempatkan posisi videotron tersebut dengan memanfaatkan untuk sebesar-besarnya yang sifatnya mendukung sumber daya manusia di wilayah Surakarta ini. Bila keberadaan videotron dalam keadaan posisi yang tepat, ke depan bisa dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mempengaruhi masyarakat yang sedang berkumpul dan bersantai di kawasan Manahan sebagai ruang public.

Tidak jauh berbeda dengan peran media massa pada umumnya ada beberapa implikasi positif bagi pembangunan sumber daya manusia yang dapat ditimbulkan dari keberadaan videotron, seperti misalnya videotron sebagai media pencitraan atau pembentukan image tentang Kota Solo, sebagai kota yang menunjang investasi. Jika dilakukan dengan memasukkan tayangan-tayangan tentang potensi perindustriaan, perdagangan dan sebagainya yang dimiliki Kota Solo, dengan maksud tayangan ini akan mendekatkan dan meyakinkan investor

yang hendak berinvestasi.

Berkaitan dengan keberadaan pembangunan videotron tersebut berpengaruh pada timbulnya persepsi masyarakat pada obyek, yang secara psikologis merupakan proses dalam memahami lingkungan yang meliputi penginterpretasian dan evaluasi yang memungkinkan individu dalam hal ini warga Kota Solo dapat menilai dan berpendapat serta bersikap terhadap obyek, yang kemudian membentuk suatu tanggapan. Di samping itu, terjadi pada diri individu proses pengorganisasian dalam pikirannya, dan mengalami segala sesuatu yang dapat berpengaruh pada perilaku dirinya. Dari paparan tersebut peneliti berfokus meneliti persepsi masyarakat tentang keberadaan videotron di kawasan Manahan Surakarta

Tujuan penelitian ini, untuk mendapatkan data, informasi, tanggapan dan pendapat masyarakat, serta mengenai pemahaman masyarakat tentang keberadaan pembangunan videotron di kawasan Manahan Surakarta. Juga untuk mengetahui lebih dalam lagi fungsi dan manfaatnya, serta menunjukkan masyarakat merasa ikut memiliki, dan beranggapan bahwa videotron merupakan media informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Surakarta pada umumnya. Sedangkan manfaat penelitian, adalah sebagai berikut:

- Dapat membuktikan suatu kesimpulan adanya kedekatan otentik diantara teori yang dipergunakan sebagai landasan pemikiran dan data yang ditemukan di lapangan.
- Mengetahui kondisi nyata fenomena yang terjadi di kawasan Manahan bahwa keberadaan videotron sangat

berpengaruh pada perhatian masyarakat pengguna jalan raya yang sangat kompleks itu.

- Persepsi masyarakat pengguna jalan raya dan pemanfaatan fasilitas olahraga di Manahan tentang keberadaan videotron.

Dalam kerangka pemikiran teoritis, peneliti akan membahas teori-teori tentang teknologi informasi videotron dan persepsi masyarakat dalam memaknai fungsi dan manfaat videotron. Menurut Everett M Rogers dalam bukunya *Diffusion and Innovation* (JB. Wahyudi, 1992: 17) dikatakan bahwa teknologi dirancang untuk gerak peralatan guna mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat, termasuk di dalamnya untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Tehnologi biasanya memiliki dua aspek yaitu aspek perangkat keras dan aspek perangkat lunak untuk menggerakkan perangkat keras itu yang bersifat organisatoris.

Videotron adalah benda raksasa atau perangkat keras tehnologi elektronika yang berfungsi sebagai media informasi yang mampu mendukung percepatan dan meningkatkan kualitas informasi. Dalam era sekarang ini informasi menjadi semacam kebutuhan hakiki bagi manusia dan mampu menempatkan diri bagaikan primadona dan menjadi komoditas yang sangat potensial untuk memperoleh keuntungan ideal maupun materiil. Informasi yang bersumber dari manusia dan atau peristiwa dapat diolah atau diproduksi menjadi karya artistik, proses produksi melalui pendekatan artistik yang mengutamakan keindahan.

Videotron sebagai media audio visual sangat efektif untuk penyebar

luasan informasi, karena kelebihanannya inilah dimanfaatkan pemerintah atau pihak swasta untuk menunjang program-program pembangunan maupun pengembangan usaha bagi masyarakat pengguna atau produsen. Videotron sering dikritik sebagai media yang tidak selektif dalam menjangkau audiensinya sehingga sering dianggap juga sebagai media lebih cocok untuk produk konsumsi massal (Dennis Mc Quail, 1991:57). Videotron ini dianggap sering pula sebagai media yang sulit untuk menjangkau segmen audiensi yang khusus atau tertentu. Media videotron selain bentuknya raksasa ini juga dapat dipergunakan untuk menayangkan program siaran yang mampu menarik perhatian kelompok audiensi tertentu. Berfungsi menempatkan siaran iklan pada suatu program pertandingan sepakbola misalnya merupakan langkah yang logis bagi perusahaan yang memproduksi suatu barang, dan akan menjadi sasaran bagi produsen rokok Jarum untuk memasang iklan karena program tersebut disaksikan oleh kebanyakan yang suka merokok.

Pesan-pesan yang tersaji melalui videotron dianggap sebagai benda yang dilihat baik dan menarik dalam model peluru yang mengasumsikan semua orang memberikan reaksi yang sama terhadap pesan tersebut. Videotron merupakan media komunikasi memang berpengaruh, tetapi pengaruh ini disaring, bahkan mungkin ditolak sesuai dengan factor-faktor personal yang mempengaruhi reaksi mereka.

Perspektif perbedaan individu memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimana individu

memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Oleh sebab itu setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar dan lingkungan yang berbeda, dari perbedaan ini menyebabkan pengaruh media videotron yang berbeda pula.

Persepsi masyarakat dalam memaknai fungsi dan manfaat videotron. Sifat manusia ialah sensitive terhadap dunia luar, makin tinggi tingkat hidup organ itu makin sempurna pola cara mereka berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Jadi secara sederhana mengamati dapat diartikan suatu bentuk pergaulan seseorang dengan dunia sekitar dengan perantara indra.

Oleh Woodworth (Dakir, 1993:32), memaparkan pengamatan bahwa persepsi merupakan proses akhir dari mengamati, dan yang menyebabkan kita mempunyai pengenalan tentang situasi sekarang atas dasar pengalaman kita yang lalu, sedang attention merupakan proses permulaan dari pengamat. Dalam hal ini yang dipentingkan ialah sikap orang terhadap hal yang menarik salah satunya obyek yang ada di sekitarnya yaitu televisi raksasa atau videotron, dalam situasi itulah orang tersebut yang akan memberikan arti.

Berikut ini menurut Desiderato dalam bukunya Jalaludin Rahkmat (2003), mengatakan, persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Karena itu persepsi juga diartikan memberikan makna pada stimuli indrawi, selanjutnya disebutkan sensasi ialah bagian dari persepsi, namun menafsirkan makna informasi indrawi

tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.

Selanjutnya, juga dipaparkan oleh Jalaludin Rakhmat (2003), bahwa persepsi merupakan factor yang sangat menentukan sikap atau perilaku manusia yang menunjukkan adanya aktivitas alat indra, dalam menginterpretasi dan memberikan penilaian terhadap obyek-obyek fisik serta stimulus social yang ada di lingkungan social. Jadi persepsi memungkinkan terjadinya gambaran yang berupa sikap dan tingkah laku individu seseorang terhadap obyek yang ada.

Kemudian Rivai (Jalaludin Rakhmat, 2003) mengartikan persepsi sebagai tanggapan langsung dari seseorang, dari proses mengetahui tentang beberapa hal melalui pengindraannya, atau suatu proses dari seseorang dalam memahami lingkungan yang melibatkan pengorganisasian, penafsiran dan evaluasi dalam memandang dan mengartikan suatu obyek atau peristiwa dengan melalui proses penerimaan stimulus menjadi sesuatu yang berarti. Berikut ini, Bimo Walgito (1997:53) mengemukakan bahwa dalam proses persepsi ada tiga komponen yang menentukan yaitu ; kognitif, afektif, dan konatif.

Komponen Kognitif adalah unsur pokok dalam mengadakan penalaran yang diawali dengan adanya pengetahuan tentang baik dan buruk, yang dimaksud hasil dari perkembangan struktur kognisi, kognisi ini berisikan kepercayaan seseorang, penalaran pribadi tentang obyek persepsi. Persepsi di sini merupakan proses seseorang untuk mengetahui, menginterpretasikan suatu

obyek yang menghasilkan informasi.

Komponen Afektif, yaitu menyangkut masalah emosional seseorang terhadap suatu obyek persepsi. Perasaan yang berasal dari pengalaman-pengalaman atau keadaan pribadi seseorang yang mempersepsikan pada suatu obyek akan berpengaruh terhadap dirinya. Bila obyek yang dipersepsi atas dasar perasaan dan pengalaman yang menyenangkan bagi orang itu akan berbeda hasilnya bila obyek yang dipersepsi tadi memberikan perasaan atau pengalaman yang sebaliknya.

Komponen konatif atau komponen perilaku, menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang yang berkaitan dengan obyek persepsi. Asumsi dasarnya adalah kemampuan berpikir dan perasaan yang mempengaruhi perilaku. Hal tersebut dapat diartikan bagaimana orang akan berperilaku dalam situasi tertentu terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh kemampuan berpikir dan perasaannya terhadap stimulus. Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah persepsi dapat terbentuk karena adanya stimulus dari obyek, di samping itu ketiga komponen tersebut juga merupakan bentuk-bentuk kekuatan yang ada dalam diri manusia. Dalam hal ini stimulus melalui videotron berupa tayangan pariwisata sebuah produk rokok dan yang lain akan berdampak atau berakibat adanya dorongan sehingga mereka banyak kemungkinan mengkonsumsi apa yang diinformasikan lewat media tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis

penelitian naturalistik, dilakukan dalam situasi yang alami dan sebagai instrument utama data yang dikumpulkan data yang bersifat diskriptif yang juga disebut dengan penelitian kualitatif, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2005: 254) berikut ini, bahwa metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan pada kondisi alami, dimana peneliti sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, data yang dikumpulkan bersifat diskriptif, dan analisis data yang dilakukan secara induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menenankan makna dari pada generalisasi.

Obyek penelitian yaitu penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk memperjelas bahwa kegiatan itu dilakukan dan terjadi fenomena di kawasan Manahan Surakarta, disamping itu, juga untuk membatasi aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah personal yang memiliki aktivitas setiap harinya sebagai karyawan, pedagang kakilima, anggota kepolisian atau guru sekolah yang ada di lingkungan Manahan maupun warga pengguna sarana dan fasilitas olahraga di arena Manahan. Dari beberapa unsur masyarakat yang aktivitasnya sehariannya di lingkungan Manahan ditentukan sebagai sumber informasi atau informan, yang dianggap benar-benar mengetahui, memahami dan sepintas sering menjumpai.

Sumber data yaitu data primer, yang bersumber dari informan dengan mempergunakan teknik wawancara, dan data sekunder merupakan data pendukung untuk analisa data utama

seperti dokumentasi, data situasi kondisi lingkungan. Dalam penelitian ini yang dibutuhkan adalah data-data kualitatif, untuk mendapatkan data tersebut teknik pengumpulan data yang dipilih adalah teknik wawancara. Sebab dengan wawancara, data yang diperoleh akan dapat berkembang.

Dengan tehnik pengamatan, melalui tehnik ini dapat diperoleh data non verbal yang dapat dijadikan pendukung data verbal yang diperoleh melalui wawancara. Kemudian ditambah dari data dokumentasi yang dipandang perlu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Dengan mempergunakan beberapa tehnik pengumpul data seperti yang disebutkan di atas untuk memperoleh data yang benar-benar menggambarkan keadaan secara utuh semakin terbuka.

Tehnik analisa data adalah suatu tehnik menyeleksi, mengorganisasikan dan menganalisis data sehingga menghasilkan data yang obyektif. Dalam penarikan kesimpulan atau verifikasi dari hasil penelitian setelah memandang data yang tersaji cukup memungkinkan untuk ditarik kesimpulan.

Proses analisis model interaktif dimulai dari pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data. pada saat pengumpulan data berakhir, maka untuk menarik kesimpulan dilakukan dengan menggunakan data-data yang terkumpul direduksi dan dilakukan penarikan kesimpulan. Jika kesimpulannya kurang tepat, maka data-data yang ada di fieldnote, dapat digali kembali, bila data-data kurang mendukung maka pengumpulan data harus dilakukan kembali hingga mendapatkan data yang diperlukan dan terjamin validitasnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Videotron merupakan suatu benda bergambar hidup yang bentuknya besar berupa televisi raksasa, ditempatkan dalam posisi sangat strategis di kawasan Manahan Surakarta. Dalam posisi yang strategis ini telah dikonsepsi sedemikian rupa untuk menarik perhatian bagi masyarakat yang melewati atau yang menggunakan jalan raya disekitar benda tersebut. Dengan metode semacam ini diharapkan masyarakat lebih terarah memperhatikan dan meluangkan waktunya sejenak untuk menikmati pesan-pesan apa yang telah disajikan televisi raksasa tersebut sembari istirahat.

Videotron sengaja didesain untuk memiliki kekuatan daya tarik dibandingkan dengan benda apapun bentuknya yang berada di sekitarnya, dikarenakan kekuatan tersebut dapat menentukan atau menimbulkan suatu kesadaran atau tidaknya pada setiap individu manusia yang sedang tersentuh dan sekejap melihatnya. Dengan kekuatan daya tarik yang dimiliki videotron lebih menguntungkan dalam kemungkinannya untuk merespon orang yang lalu-lalang di sekitarnya, bila dibandingkan dengan benda yang lain dalam posisi yang lemah. Karena kekuatan stimulus yang dimiliki videotron pada posisi yang strategis di tengah-tengah jalan pertigaan besar di kawasan Manahan, dari hasil wawancara (30 Agustus 2010) yang dilakukan maka hampir semua informan mengatakan sebagai berikut.

Setiap aktivitas mereka melewati jalan raya Manahan perhatiannya selalu tersentuh dengan keberadaannya videotron. Tetapi, selanjutnya terdapat opini dari beberapa informan yang

menyebutkan bahwa tayangan yang disajikan pada media videotron tersebut selalu membosankan karena selalu iklan itu-itu saja, dari segi positifnya cukup menarik dan dapat menambah informasi.

Adanya perhatian yang dilakukan individu merupakan suatu langkah persiapan adanya kesediaan individu untuk mengadakan persepsi. Karena perhatian sebagai pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan obyek. Kalau individu sedang memperhatikan sesuatu benda, berarti bahwa seluruh aktivitas individu dicurahkan kepada benda tersebut, tetapi di samping itu individu juga dapat memperhatikan banyak obyek sekaligus dalam suatu waktu. Jadi yang dicakup bukanlah hanya satu obyek, melainkan banyak sekali obyek tersebut dapat diperhatikan secara seksama, dengan demikian perhatian merupakan penyeleksian terhadap stimulus yang ada di sekitar individu manusia (Bimo Walgito, 1997:56).

Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita dan mengesampingkan masukan-masukan stimulus lain melalui alat indra yang lain. Menurut Kennet F. Andersen, perhatian merupakan proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Jalaludin Rakhmat, 2003 : 64). Agar suatu obyek misalnya videotron dapat dipersepsi oleh seseorang maka videotron tersebut harus cukup kuat posisi penempatannya maupun penampilannya, dengan demikian kekuatan videotron itu akan turut menentukan disadari atau tidaknya

keberadaannya. Dari beberapa informan baik pelajar, pedagang, maupun mahasiswa menyebutkan penempatan videotron itu sudah tepat sekali, tetapi bila dipandang lebih asri alangkah baiknya ditempatkan di tepi jalan pertigaan lalu lintas bukan di tengah-tengah. Di sisi lain penempatan itu sekilas agak mengganggu pandangan masyarakat yang sedang lewat, kebetulan saja letak kaca layarnya di atas sehingga tidak mengganggu (wawancara, 30 Agustus 2010).

Obyek-obyek yang mendapat tekanan dalam pengamatan seseorang biasanya obyek-obyek yang memenuhi tujuannya untuk melakukan, disebabkan adanya pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya dari dirinya sendiri. (Krech dan Crutchfield dalam bukunya Jalaludin Rahkmat, 2003:70). Bila seseorang sedang membutuhkan berita politik atau hiburan sudah barang tentu secara sadar akan melakukan untuk memperolehnya baik itu dari media cetak, media elektronik termasuk dari media videotron.

Proses penerimaan dan pengenalan dalam memahami makna suatu obyek seperti videotron yang substansinya sudah mengandung adanya pesan. Sesungguhnya yang mempengaruhi masyarakat di kawasan Manahan itu bukan apa yang disampaikan oleh videotron itu, tetapi jenis media komunikasi yang dipergunakan tampilannya berbentuk televisi raksasa. Media videotron itu merupakan perluasan dari alat indra manusia dengan teknologi yang mumpuni dan yang mampu melihat dan mendengar dari jarak jauh dan begitu pula manusia itu sendiri yang

menggunakan media massa. Jadi videotron adalah pesan media yang membentuk dan mengendalikan hubungan serta tindakan manusia.

Berikut ini, disebutkan oleh informan dalam wawancara 10 Agustus 2010 bahwa keberadaan videotron di kawasan Manahan dirasakan tidak mengganggu aktivitasnya selama dirinya menggunakan jalan raya maupun pada saat berolahraga, memang terkadang dibutuhkan sekedar untuk mengisi waktu sebagai hiburan. Dan ada juga yang mengatakan keberadaan videotron itu tidak menghibur karena isi tayangannya monoton.

Keberadaan videotron, dari diantara informan ada yang beranggapan bukan saja menghilangkan perasaan tertentu, namun ada juga yang memiliki perasaan positif dan negative pada media tersebut.

Menurut para psikolog dari Jerman yang namanya Kohler, Werthimer dan Koffka dalam bukunya Jalaludin Rahkmat (2003-34), mereka mengatakan bahwa manusia tidak memberikan respon kepada suatu obyek tertentu secara otomatis. Karena manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan, sebelum memberikan respon manusia menangkap dulu pola suatu obyek secara keseluruhan dalam satuan-satuan yang bermakna. Jadi manusia yang menentukan makna obyek itu sendiri.

Menurut Sarlito W Sarwono (1987-93) mengatakan bahwa lingkungan internal individu manusia ini dapat digunakan untuk memperkirakan peristiwa-peristiwa yang terjadi di luar, dan proses yang berlangsung secara rutin inilah dinamakan respon. Keberadaan videotron merupakan sesuatu yang

dibutuhkan sebagai media informasi dan hiburan, bila tidak adanya media elektronik yang besar itu mereka merasa kehilangan atau kekosongan pandangan dalam aktivitasnya pada saat berada di sekitar kawasan Manahan. (Wawancara, 10 Agustus 2010)

Menurut Wilhelm Wundt dalam bukunya Bimo Walgito (1994: 141) dikatakan bahwa sebagai dimensi yang pertama, perasaan tidak hanya dapat dialami oleh individu sebagai perasaan senang atau tidak senang terhadap sesuatu obyek, tetapi masih dapat dilihat dari dimensi lain. Salah satu segi perasaan terhadap media videotron misalnya dapat dialami sebagai perasaan yang menyenangkan karena pesan-pesan yang disajikan sangat menghibur atau tidak menyenangkan sebab tidak menarik dan selalu monoton.

Tanggapan masyarakat, yang disampaikan oleh beberapa informan tentang keberadaan videotron di Manahan pada 10 Agustus 2010, yaitu;

Apabila dipergunakan sebagai media informasi pembangunan dan medium hiburan khususnya di kota Solo akan lebih menarik dan bermanfaat. Akan tetapi dari segi penempatan itu agak mengganggu sedikit bagi pengendara kendaraan dan mobil, seyogyanya lokasi penempatannya ditempatkan lebih menepi ke sebelah timur dari tempat sekarang.

Efek keberadaan media videotron tersebut secara sepintas juga berpengaruh pada efek behavioral seperti pengalihan kegiatan dan mungkin penjadwalan kegiatan sehari-hari. Di sisi lain, kita melihat pada media videotron itu semata-mata sebagai benda fisik yang besar, di balik itu juga efek dari media tersebut

yaitu pada perilaku khalayak antara lain yang meliputi perilaku social yang diterima maupun perilaku agresif sebagai konsumtif. Iklan satu menit untuk kampanye sebuah produk rokok misalnya telah meningkatkan jumlah pengguna dari kaum pria baik yang sudah dewasa maupun yang masih remaja.

Meskipun informan memperhatikan suatu pesan yang disajikan videotron, walau demikian informasi yang telah mendapatkan perhatian tidak selalu muncul dipikiran mereka. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman informan merupakan kecenderungan untuk mengubah informasi atau menafsirkannya sesuai dengan sikap, kepercayaan dan pengalaman yang mendukung posisi mereka.

SIMPULAN

Setiap manusia dalam memandang sebuah obyek selalu menyesuaikan konteksnya dengan kebutuhan, karena itu dalam memperhatikan suatu obyek dan rangkaiannya berkaitan dengan kedekatan dan persamaan motifnya. Bagi informan dengan keberadaannya videotron di kawasan Manahan hanya sekedar mengerti dan belum mempunyai arti penting untuk perkembangan secara keseluruhan. Videotron seharusnya berfungsi untuk menanamkan ide-ide yang bersifat pendidikan dan memberikan program-program dalam menata tayangannya yang berupa pengetahuan umum tentang fenomena masyarakat. Informan memahami makna pesan-pesan yang disajikan di videotron sifatnya masih diminopoli untuk kepentingan sebuah produk rokok Jarum.

Secara umum, persepsi informan

terhadap keberadaan videotron di Manahan cukup baik, dan memahami makna isi pesan yang berupa iklan rokok Jarum Super tetapi belum berfungsi sebagai sumber informasi yang diharapkan oleh masyarakat Surakarta

SARAN-SARAN

Mengharap ke depan media elektronik yang bentuknya besar atau yang namanya videotron itu dapat menyajikan pesan-pesan yang menarik terutama sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan karakter wong Solo bukan hanya sajian iklan saja. Hendaknya lokasi videotron tidak ditempatkan di tengah-tengah jalan pertigaan protokol agar tidak mengurangi suasana lingkungan yang asri dan tidak mengganggu konsentrasi masyarakat pengendara mobil dan kendaraan yang melewatinya. Dengan harapan pihak pemerintah kota Surakarta dapat menafsirkan media raksasa itu sebagai tangan panjangnya menggandeng masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang benar-benar berseri. Tidak semata-mata hanya memanfaatkan nilai pendapatan dari pajaknya saja akan tetapi merupakan satu-satunya obornya orang Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Dakir, 1993, Dasar-Dasar Psikologi, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Kartono, Kartini, 1992, Psikologi Umum, Bandung, Mandar Maju
- Mc. Quaile. Dennis, 1991, Teori Komunikasi Massa, Jakarta Erlangga.
- Rakhmat, Jalaludin, 2003, Psikologi Komunikasi, Bandung Remaja Karya.
- Sarwono, Sarlito W, 1987, Teori-teori Psikologi Soaial, Jakarta Rajawali.
- Sugiyono, 2005, Metode Penelitian Administrasi Edisi 13, Bandung, Alfabeta.
- Walgito, Bimo, 1997, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta, Andy Offset
- Wahyudi. JB, 1991, Tehnologi Informasi dan Prfoduksi Citra Bergerak, Jakarta, Gramedia.