

STRATEGI KOMUNIKASI KOS CRISIS CENTER TERHADAP ANAK KOS DAN INDUK SEMANG DALAM BERKONTRIBUTSI MEMPERTAHANKAN PREDIKAT YOGYAKARTA SEBAGI KOTA PENDIDIKAN

Oleh:

Sugiyanto

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta
probosugiyanto@gmail.com

Yenni Sri Utami

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta
yen_986@yahoo.com

Abstrak

Kos crisis center is a social derivative organization of PKK Movement Team of Municipal Government Yogyakarta to conduct a mediation between dorm members, dorm house owner (landlord), community members and the municipal government. KCC has the abilities to accumulate the dorm member, landlady, local communities and governments by using communication strategy that is easily understood by the stakeholders, therefore, in social encounter they can form the structure, system and social reproduction. The relation between dorm member, landlady, local communities and the government has been crystallized in a form of mutual empowerment and become a force that has contribution in preservation of status of Yogyakarta as a city of education, city tourism, town and city of cultural tolerance.

Key words:

Communication strategy, dorm of crisis center, dorm house owner, city of education

Pendahuluan

Predikat Yogyakarta sebagai kota pendidikan berakar dari Kerajaan Mataram, sebab kerajaan dijadikan pusat pembelajaran oleh masyarakat. Menurut Bambang Soewondo (1977:140) pendidikan di Yogyakarta dimulai sejak abad 18 dan diselenggarakan di sekitar kerajaan/kraton, dampak positif dari masa penjajahan Belanda dan Jepang mereka banyak merintis sekolah yang awalnya untuk kepentingan negeri penjajah tetapi sebagian masyarakat sekitar kerajaan juga memperoleh peluang mengikuti pendidikan tersebut.

Dengan berjalannya waktu pasca Proklamasi Kemerdekaan RI pada tanggal 17 Agustus 1945, sekolah-sekolah peninggalan Belanda dan Jepang diteruskan dan dikembangkan oleh pemerintah dan masyarakat, sehingga mendorong lahirnya sekolah-sekolah baru seperti : Sekolah Teknik sekarang menjadi SMPN 15 Yogyakarta, STM Jetis sekarang menjadi SMKN 2 dan SMKN 3 Yogyakarta, SMAN 3, SMPN 5, SMPN 1, dll. Pada tahun 1945 para tokoh nasional Dr. Moh. Hatta, Moh. Natsir, Prof. KHA. Moh.

Roem, KH. Wahid Hasyim di Jakarta mendirikan Sekolah Tinggi Islam (STI) pada tahun 1946 STI hijrah ke Yogyakarta karena alasan politik yang pada waktu itu Ibu Kota negagara RI hijrah ke Yogyakarta, dan diresmikan kembali oleh Presiden Soekarno tanggal 27 Rajab 1365H atau bertepatan tanggal 10 April 1946 di nDalem Pangulon Yogyakarta dan diubah namanya menjadi Universitas Islam Indonesia.

Selanjutnya dua momentum penting yang dilakukan oleh Pemerintah RI yang terkait dengan Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu : a). pada tanggal 3 Maret 1946 pemerintah mengumumkan berdirinya Balai Perguruan Tinggi Gajah Mada di gedung KNI Malioboro Yogyakarta, dan b). Pemerintah memberi penghargaan kepada Ki Hadjar Dewantoro sebagai Bapak Pendidikan Nasional, beliau lahir di Yogyakarta dan berjasa mendirikan beberapa sekolah di Yogyakarta. Sejak diresmikannya Universitas Islam Indonesia, berdirinya Universitas Gajah Mada di Yogyakarta dan penetapan Ki Hadjar Dewantoro sebagai Bapak Pendidikan Nasional, nama Yogyakarta semakin kuat di hati masyarakat seluruh penjuru

tanah air Indonesia. Atas itu dalam waktu dekat di Yogyakarta lahir berapa perguruan tinggi swasta dan perguruan tinggi kedinasan, sekolah menengah, sekolah kejuruan, sekolah dasar serta lembaga pendidikan non formal dan akhirnya sampai saat ini Yogyakarta lekat dengan predikat Kota Pendidikan.

Salah satu bentuk Statemen *stake holder* Yogyakarta sebagai kota pendidikan diungkap oleh : 1). Sri Sultan HB X (2004):11) dalam Yogyakarta *in Corparated* menyatakan bahwa “Yogyakarta sebagai kota pendidikan, kota budaya dan kota pariwisata”. 2). Peraturaturan Pemerintah DIY Nomor 6 Tahun 2003 : Tentang Rencana Strategis Daerah DIY 2004-2008 dalam visi dan misi kota Yogyakarta tersirat “Terwujudnya pembangunan regional sebagai wahana menuju pada kondisi DIY pada tahun 2020 sebagai pusat pendidikan, pusat budaya dan daerah tujuan wisata terkemuka.. 3). Supardi (2003:15), Gerakan Yogyakarta kota pendidikan dan taman pintar pendidikan., 4). Gunawan (2003:11), Yogyakarta sebagai kota pendidikan adalah komitmen *stakeholders* dan publik, dalam hal ini Gunawan menegaskan komitmen adalah hak periogratif individu yang tidak dapat dikendalikan dengan cara apapun dari luar individu yang bersangkutan, dan komitmen dapat diharapkan tetapi tidak dapat direncanakan., 5). APTISI Wilayah V Yogyakarta, mempertahankan Yogyakarta sebagai kota pendidikan perlu investasi besar, kebijakan pemerintah bersama DPRD dengan melibatkan sekolah dan kampus., 6). Pernyataan Suyanto dalam pidato pengkuhan guru besar , pendidikan sebagai tolak ukur atau indicator segala aspek kehidupan, maka pendidikan sebagai panglima pembangunan dan investasi jangka panjang untuk menyiapkan sumberdaya pembangunan maka untuk mengatasi krisis diperlukan orang terdidik. Dan di Kopertis Wilayah V Yogyakarta terdapat 122 PTS dan 7 PTN termasuk kedinasan, dengan program studi lebih dari 300. Jumlah sekolah dasar sampai menengah 379 institusi tersebar di 4 kabupaten dan 1 kota. 7). Dalam kisah sukses para pejabat negara atau pelaku wirasusaha yang saat ini tidak tinggal di Yogyakarta dan masa mudanya mengenyam pendidikan di Yogyakarta, mereka masih memiliki rasa emosional dengan suasana Yogyakarta maka anak cucu mereka cenderung mereka kirim untuk belajar di Yogyakarta, menurut pendapat mereka

Yogyakarta relative aman, murah dan budaya sopan santun dengan nuansa multicultural sangat melekat dan mendukung studi anak cucunya. Tujuh alasan di atas menyakinkan public sebagai identitas Yogyakarta sebagai kota pendidikan yang penuh dengan berbagai fasilitas pendidikan dengan nuansa unik karena didukung oleh situasi kehidupan keraton yang memiliki kontribusi besar terhadap sejarah perjuangan kemerdekaan dan pendidikan secara nasional. Budi Santoso WS (2009:2) mempertegas bahwa tipikal pendidikan di Yogyakarta memiliki integritas dan intelektual, *Melting pot* suku bangsa di Indonesia, spirit nasionalisme, wawasan kebangsaan (KH. Ahmad Dahlan, Ki Hajar Dewantoro, Sri Sultan HB IX, Prof. Sardjito, Prof Kusnadi Harjosumantri). Berpijak dari spirit pendidikan dan sejarah itulah makna pendidikan dalam Undang-Undang Sistim Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 1 berbunyi “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara” dapat dengan mudah diwujudkan sehingga fungsi pendidikan dalam membentuk watak dan peradaban bangsa yang bermartabat berbasis potensi Yogyakarta dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan pendidikan bangsa Indonesia. Oleh sebab itu pendidikan di Yogyakarta menjadi salah satu bagian unsur keistimewaan.

Sisi lain Yogyakarta memiliki beberapa pusat dan media pembelajaran yang berbeda dengan kota lain seperti : 1). Pusat dan media pembelajaran peninggalan sejarah, terdiri dari Candi Prambanan dan Ratu Boko, Candi Kalasan, Candi Sambisari, Kerajaan Mataram dan Purapakualaman, 2). Pusat dan media pembelajaran yang diciptakan baru oleh pemerintah bersama masyarakat, seperti : Malboro, Radio Anak dan Taman Pintar, Rumah Pemulihan Gizi (RPG), Griya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Griya UMKM), Kebun Binatang, pasar tradisional yang unik (pasar senthir, pasar lowak, pasar barang bekas, pasar hewan), Kebun Binatang, Taman Hiburan Rakyat (THR), dan *XT Square.*, 3). Musium peninggalan sejarah dan museum yang didirikan pemerintah bersama

masyarakat seperti : Musium Perjuangan, Musium Angkatan Darat, Musium Biologi, Musium Dirgantara, Musium Wayang, Musium Batik, Musium Yogya Kembali, dll., Pusat dan media pembelajaran alam seperti : Gunung Merapi, Sungai Progo, Panti Parangtritis, Pantai Baron, Pantai Congot, Pengunungan kapur di Gunungkidul, dll.

Unsur-unsur penguat keistimewaan Yogyakarta sebagai salah satu Daerah Istimewa

telah memenuhi unsur-unsur pembentuk identitas menurut Sobirin (2010:12) ada tiga unsur pembentuk identitas, yaitu kekhasan, kesamaan dan pembeda. Pertanyaan yang dapat diangkat dari sini antara lain : apa yang menjadi kekhasan Yogyakarta?., apa kesamaan Yogyakarta dengan wilayah/propinsi lain? dan apa yang menjadi pembeda Yogyakarta dengan kota/wilayah/propinsi lain. Jawaban atas pertanyaan di atas dapat dipelajari pada tabel 1.

Tabel 1
Unsur Pembentuk Identitas Yogyakarta

Indikator	Pemerintahan	Masyarakat	Pemimpin
Kekhasan	Berawal dari dua kerajaan dengan system monarki beradaptasi ke system presidential bergabung dengan RI , Gubernur adalah raja	Unik dan khas, menjunjung tinggi : Kenyakinan tentang kesadaran (<i>awareness</i>) Kebijakan (<i>wisdom</i>) Kesatuan seluruh umat (<i>unity of mankind</i>)	Selalu dari keluarga kerajaan/raja. Penetapan, prinsip Niti Projo. Sebagai wali
Pembeda	Menyatukan keragaman Kewenangan	Tidak memiliki hak untuk menjadi Gubernur dan wakil Gubernur <i>Selling point</i>	Tidak pemilihan Tidak mengisap rakyat Sering melakukan penyamaran dalam arti positif
Kesamaan	Kewenangan dan hak yang sama	Hak dipilih dan memilih, kecuali menjadi Gubernur dan wakil Gubernur	Jabatannya sama sebagai gubernur dan wakil gubernur lain

Ketiga aktor pemerintah, masyarakat dan pemimpin telah terintegrasi untuk berkontribusi dalam memperkuat posisi Yogyakarta sebagai Kota pendidikan, sehingga tabel 1 membuktikan bahwa Yogyakarta memiliki identitas keistimewaan, kekhasan yang unik dan memiliki kesamaan dengan propinsi lain dalam wadah NKRI. 1). *Characteristic identify* (kekhasan), yang mengkristal menjadi *legal identity* (maklumat 5 September 1945, dll), 2). *Causal Identify*, kearifan local dari pemimpin “niti projo” artinya Raja adalah wali dari rakyat, penetapan Gubernur dan wakil sebagai wakil Gubernur sesuai dengan ruh UU No13/2012, dan masyarakatnya yang unik dan khas mengutamakan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya local dan kearifan seperti *mikul duwur mendem jero*, Dalam memimpin pemerintahan Sultan selalu berpihak kepada wong cilik/rakyat, salah satu kutipan Sri Sultan HB X pada 1 Mei 2000 : saya

harus membentuk jati diri untuk tumbuh dan mengembangkan wawasan untuk keberpihakan itu sendiri sebagai suatu kewajiban yang harus dilakukan. keberpihakan kepada rakyat adalah panggilan nurani yang harus diwujudkan kedalam laku atau tindakan, sehingga masyarakat harus mengetahui setiap gerak langkah Sri Sultan HB X dalam membentuk jati diri dan rakyat diberi kesempatan untuk melihat apakah benar atau tidak, mampu atau tidak, sependapat atau tidak dll., 3). .Bukti kuat *Legal identify* Sultan tidak saja diterima kalangan masyarakat Jawa tetapi diterima ditingkat nasional “Identitas sultan adalah raja orang jawa, tetapi sultan milik nasional permata hati bangsa, muncul karena pribadi. pluralime budaya (kemajemukan adalah karunia). Sultan sebagai narasi besar Yogyakarta dan orang Jawa” . 4). *Inditying Character* selalu melekat nama Yogyakarta tidak bisa dilepaskan dengan nama pemimpin Raja sekaligus Gubernur,

karena di Yogyakarta memiliki ke-aslian, ke-lokal-an, ke-unik-an yang tidak dimiliki daerah lain (Kraton-Malioboro-Tugu) memiliki makna sejarah, menjadi bergantungnya ratusan ribu mengaes rejeki, 5). *Multiple Identify*, Yogyakarta menjadi *leading sector* apa maunya pejabat diubah apa maunya rakyat. Menurut Surat Ali Imran, (3:1990-1991) Alquran berisi tanda-tanda-rambu-rambu, dalam terminology keislaman setiap makhluk hidup memiliki kekhasan sendiri-sendiri dalam memaknai atau menafsirkan tanda-tanda ini menjadi hukum ketetapan (sunnatullah) perbedaan suku, agama, ras, warna kulit, bangsa, bahasa, dan lainnya menjadi ruh bangunan kesitimewaan Yogyakarta sebagai identify : a). Historisitas, peran sejarah yang dimainkan oleh Sultan Agung Hayokrokusumo – Sri Sultan HB IX perjuangkan menghantarkan kemerdekaan dan mengisi kemerdekaan, Sri Sultan X dalam situasi Indonesia krisis kepemimpinan selalu menjadi poros untuk berunding seperti Habibi, Gusdur, Mega., b). Intelektualitas, Yogyakarta sebagai mata air pemikir tanah air, memiliki 4 PT tua dan berwibawa UGM-UNY, UII, UIN keempat ini melahirkan tokoh pemimpin pejuang nasional., c). Pluralitas, sebagai kota pendidikan dan budaya di dalamnya kumpulan pemuda pelajar dari berbagai daerah yang memiliki perbedaan : suku, agama, ras, budaya, dan beda latarbelakang keturunan, pendidikan, serta ekonominya, tetapi DIY mampu mengelola Pluralitas/miniaturnya Indonesia., d). Keberpihakan Gubernur kepada rakyat kecil merupakan bagian sikap yang menjadi panutan.

Para pemimpin Yogyakarta dalam melaksanakan pembangunan selalu berpijak pada filosofi pembangunan daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah *Hamemayu Hayuning Bawana*, sebagai cita-cita luhur untuk menyempurnakan tata nilai kehidupan masyarakat Yogyakarta berdasarkan nilai budaya daerah yang perlu dilestarikan dan dikembangkan. Sugiyanto (2004:31), sebagai kota pendidikan maka penduduk kota Yogyakarta didominasi oleh pelajar dan mahasiswa, jumlah pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta menjadi factor penarik bagi pelaku usaha baik pelaku bisnis baik yang berskala besar maupun skala kecil.

Kontribusi mahasiswa pada ekonomi daerah dalam laporan Bank Indonesia tahun 2004 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa

tahun 2004 di Yogyakarta ada 240000 mahasiswa dengan rerata setiap mahasiswa membelanjakan Rp 1.000.000;/bulan, maka 240 ribu mahasiswa=240M/bln=2,8 trilyun pertahun dan hanya 4% masuk ke Perguruan Tinggi (untuk membayar SPP, praktikum, dll) selebihnya dibelanjakan terbanyak pada kebutuhan konsumtif.

Dampak sebagai kota pendidikan di Yogyakarta melahirkan peluang dan ancaman. Peluang bagi bisnis konsumsi dan ancaman bagi atmosfer pendidikan dan ancaman bagi ketertiban umum. Sebab tidak semua mahasiswa di Yogyakarta mampu menata dirinya menjadi orang sukses, ada mahasiswa yang gagal dalam pergaulan, gagal studi serta terjerumus dalam dunia gelap lain. Bigron di atas mendorong munculnya empati masyarakat untuk peduli pendidikan, salah satunya Tim Pengerak PKK Kota Yogyakarta yang pada tahun 2002 memiliki program “Gerakan Sapa Anak Kos (GSAK)”, pada tahun 2004 program GSAK dikembangkan menjadi Kos Crisis Center (KCC). Proram GSAK dan KCC berupaya menjadi wadah dan media forum komunikasi anak kos agar mampu beradaptasi di Yogyakarta dengan baik dan sukses studi serta mewadahi forum pondokan/pemilik kos dan menjebatani antara anak kos dengan penduduk pribumi. Sebab anak kos sering menghadapi permasalahan adaptasi, pergaulan salah, kriminalitas, konflik antar suku, dll. Artikel ini penting dipublikasikan sebab dalam artikel ini akan diuraikan bagaimana strategi komunikasi yang ditempuh KCC dalam memediasi anak kos dan induk semang (pemilik kos-kosan) agar mereka berpartisipasi dalam mempertahankan predikat Yogyakarta sebagai kota pendidikan.

Pembahasan

Organisasi social KCC lahir tahun 2004, menurut Amiroh (2004:4) KCC menjadi pusat pelayanan informasi, konsultasi dan pendampingan bagi anak kost. Unsur organisasi ini terdiri dari pelajar, mahasiswa Yogyakarta maupun luar daerah. Visi KCC : berorientasi pada pendidikan, kebudayaan, social dan religius untuk mewujudkan masyarakat Yogyakarta yang beretika dan bermoral pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Misi : a). mempertahankan citra Yogyakarta sebagai kota pendidikan, budaya, pariwisata dan miniature

Indonesia dengan menjunjung norma-norma agama., b). mewujudkan kota Yogyakarta sebagai kota yang berhati nyaman, c). wadah untuk mengakomodir dan menyelesaikan permasalahan yang ada pada pondokan/kos. KCC memiliki beberapa tujuan diantaranya : a). mempertahankan reputasi kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan kota budaya, b). memberikan informasi tentang pendidikan, social, budaya dan kos-kosan di Yogyakarta., c). meningkatkan komunikasi antara pemerintah, masyarakat, pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta., d). memberikan solusi konkrit dalam kehidupan masyarakat kota Yogyakarta khususnya kehidupan anak kost, e). menemukan konsep yang strategis untuk kemajuan dan perkembangan Kota Yogyakarta. Bidang kerja KCC terdiri dari : a). bidang informasi dan komunikasi, b). bidang pendidikan dan pelatihan, c). bidang konsultasi dan pendampingan, f). bidang seni, budaya dan olahraga.

Siapa yang dapat memanfaatkan KCC adalah pelajar, mahasiswa yang berasal dari Yogyakarta maupun dari luar daerah Yogyakarta, induk semang/pemilik kos/pondokan/orang tua pemondok, masyarakat dan pemerintah. Dalam menjalankan tugasnya KCC bermitra dengan Pemerintah Kota Yogyakarta, Poltabes Yogyakarta, Napza crisis center dan forum komunikasi pemilik pondokan/kos di setiap kelurahan dan kecamatan. Dengan demikian KCC siap diajak berbagi rasa, tempat curhat untuk mencari solusi bersama bagi masyarakat umum yang berminat menyalurkan ide, pemikiran, kreasi ataupun bantuan materi serta bersedia memediasi kepentingan positif dari masyarakat untuk masyarakat. Semua biaya operasional KCC dibebankan pada anggaran Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta melalui berbagai dinas terkait dalam naungan Tim Penggerak PKK Kota Yogyakarta.

Sejak berdiri sampai tahun 2011 aktivitas yang sudah dilakukan oleh KCC antara lain: deklarasi KCC dan Penerbitan Buku Harian Anak Kos; *roadshow* ke 14 kecamatan dengan acara forum komunikasi antar anak kos dan pemilik pondokan; menyelenggarakan acara buka puasa bersama anak kos se-kota Yogyakarta; sidak pondokan secara bertahap; menyelenggarakan lomba kebersihan dan ketertiban pondokan, bedah buku harian anak kos; penerbitan buletin "SAPA";

menyelenggarakan saarasehan kesehatan reproduksi remaja dan kekerasan dalam pacaran, menyelenggarakan *focus group discussion* (FGD) pemuda kota Yogyakarta, *reshuffle* pengurus KCC; menyelenggarakan rembug budaya bekerjasama dengan Gayam; menyelenggarakan bakti pemuda nusantara bekerjasama dengan Kesbangpor; menyelenggarakan ngabuburit Asyik Bareng KCC; pendataan pondokan se-kota Yogyakarta; pelatihan kewirausahaan bidang percetakan dan sablonase bekerjasama dengan asisten Deputi Kader Kewirausahaan Kemenegpora RI; kemah bakti pemuda nusantara kerjasama dengan kantor Kesbang POR Kota Yogyakarta, dialog interaktif remaja Yogyakarta, menyelenggarakan diskusi remaja cerdas: *No Free Sex, No Aids*; pelatihan jurnalistik workshop ESQ, pelatihan kader NAPZA dan anjang sana ke PSPP "Pamardi Putra" (Panti Rehabilitasi Narkoba); pelatihan jurnalistik; peninjauan dan pembinaan anjungan asrama daerah; menyelenggarakan workshop pengembangan potensi diri dengan peserta pelajar dan mahasiswa; anak kos dan karang taruna; seminar Pembelajaran Politik yang cerdas dan Santun; pembinaan rumah pondokan di 14 kecamatan se Kota Yogyakarta; penerbitan buku anak kos, *road show* dan silaturahmi ke pondokan; seminar, kajian dan seresehan serta workshop; penerbitan bulletin; bakti sosial; lomba antar kos; konsultasi dan pendampingan.

Walapun kota Yogyakarta di gonjang gempa, pernah ditimpa isu-isu negatif dan erupsi merapi sampai saat ini Yogyakarta tetap tegar dengan identitas Yogyakarta kota pendidikan sebagai pilar utama. Hal ini membuktikan bahwa Yogyakarta memiliki morfologi pendidikan sejak kelahirannya sampai saat ini dan sampai waktu yang tidak terbatas dan selalu memiliki manfaat. Kondisi ini sejalan dengan pendapat E. Durkheim (1893), menegaskan bahwa pendidikan mempunyai tiga fungsi: memperkuat solidaritas social, memperkuat peranan social dan mempertahankan pembagian kerja. Pendapat ini terbukti oleh masyarakat Yogyakarta, hal ini menjadi sumber melacak keberadaan Kota Yogyakarta dari waktu ke waktu berkaitan dengan proses terbentuknya Yogyakarta sebagai kota pendidikan.

Menurut Sugiyanto (2004 :191) 90% pelaku usaha level mikro semua memberi pelayanan kepada mahasiswa dan pelajar, dalam

proses pelayanan masyarakat dan pelaku bisnis kepada mahasiswa dan pelajar cenderung dengan sikap jujur, murah, penuh rasa kesungguhan, empati dan memiliki rasa bertanggungjawab serta bekerjasama dengan berbagai pihak yang terkait. Sikap masyarakat Yogyakarta yang diseliputi rasa budaya yang tinggi penuh dengan sopan santun dan egaliter membuat para pendatang baru menjadi krasan/betah dan meyebarluaskan informasi bahwa hidup di Yogyakarta merasa aman, didukung oleh berbagai fasilitas yang disediakan oleh pemerintah setempat dan harga terjangkau. Sikap dan budaya ini yang mendorong tumbuh kembangnya pelaku urban ke Yogyakarta khususnya generasi muda (pelajar dan mahasiswa) dan pelaku usaha. Sikap dan budaya masyarakat yang mentradisi halus, lembah manah, jujur dan beretika karena pengaruh aura kerajaan Purapakualaman dan kerajaan Mataram.

Identitas melintas waktu dan ruang, identitas diri dan pribadi adalah universal sebab dipengaruhi oleh ragam budaya yang unik dan variasi, hal ini menunjukkan bahwa manusia selalu tenggelam dalam social budaya akhirnya membentuk metafisik identitas. Menurut Hecht, 1993 identitas sebagai komulatif, identitas terbentuk, dipertahankan dan dimodifikasi dalam proses komunikatif. Sumber yang sama menjelaskan identitas pada gilirannya bertindak keluar dan dipertukarkan melalui komunikasi. Hecht (1993), dalam komunikasi identitas menempatkan dua cara, dimana komunikasi diinternalisasikan sebagai identitas :1). Makna simbolis dari fenomena social diciptakan dan dipertukarkan melalui interaksi sosial. Identitas terbentuk ketika makna simbolik relevan melekat dan terorganisir dalam individu diberbagai situasi melalui interaksi social. 2). Ketika individu menempatkan dirinya dalam katagori social dikenali, sebagaimana diyantakan oleh teori identitas social mereka mengkonfirmasi atau memvalidasi melalui interaksi social apakah kategori ini relevan untuk mereka, dan diwujudkan melalui harapan dan motivasi.

Pernyataan Liversey (2004), struktur social beranggapan bahwa identitas seseorang adalah produk dari masyarakat, sebaliknya masyarakat juga membentuk individu, sehingga identitas seseorang selalau mengalir dan tidak statis. Kehidup masyarakat Yogyakarta dengan pemimpin Raja sekaligus Gubernur dalam bentuk

kehidupan kolektif yang masing-masing pihak telah memberikan kerelaan yang diperhitungkan sebagai sebuah pilihan. Hal ini senada dengan teori pertukaran, sebab teori ini menggambarkan bahwa pertukaran merupakan pilihan rasional yang dilandasi perilaku individu dan perilaku kolektif. Perilaku actor dan stakeholder dalam proses kehidupan membentuk lingkungan horizontal, vertical dan diagonal serta dipilih menjadi cermin bagi warganya. Dalam hal ini masing-masing pihak memperoleh *reward*, butuh pengorbanan sebagai *cost* dan mendapat profit non materi atau materi.

KCC sebagai salah satu organisasi social yang telah berupaya membantu mewujudkan kesejahteraan para pelajar dan mahasiswa yang berorientasi pada harmonisasi nasionalisme. KCC sebagai organization cultures atau jamak diperkuat oleh Martin bahwa budaya itu bukan tunggal tetapi jamak, ada tiga hal yang menunjukkan jamak tersebut yaitu: 1). Integrasi, pendekatan homogenitas, 2). Deferensiasi, tiap group punya budaya berbeda dan 3). Fragmentasi, budaya tidak bisa dikotak-kotak bukan perspektif tunggal.

Organisasi sebagai Culture : organis memiliki budaya, sebagai variable yang dapat *dimanage*, dalam kajian tentang budaya yang melembaga pada umumnya organisasi miliki budaya/variable-variabel yang lain. Budaya berfungsi sebagai variable yang dapat diubah dan diatur untuk meningkatkan performance organisasi, sehingga budaya menjadi over atau tidak menarik. Oleh pimpinan organisasi budaya diciptakan dan dibuat slogan dengan harapan budaya menjadi harapan yang *strong culture*. Ketika terjadi *strong culture* maka implikasi satu keseluruhan organisasi memiliki budaya tunggal yang sangat kuat/strong. Jika budaya tidak kuat maka pengaruhnya terhadap kinerja menjadi buruk (inilah pandangan yang sangat umum dari perpektif manajemen). Budaya harus dilihat dari historis, kalau visi misi organisasi ini menjadi lipstick yang salah maka budaya dapat dikuantitatifkan melalui survey atas itu peran pendiri organisasi menjadi satu-satunya *Father* yang harus dikuantitatifkan, melalui analisis kuantitatif dengan survey maka budaya menjadi variable yang *termanage*.

KCC berupaya mencegah terjadinya disfungsi social anak kos dalam

kehidupan sehari-hari yang disebabkan banyak hal, ketidak berfungsi sosial menunjukkan ketidakmampuannya melaksanakan peran sosial yang diamanahkan oleh nilai-nilai masyarakat atas itu KCC siap menjadi jembatan antara anak kos dengan masyarakat setempat, lingkungan dan pemilik pondokan dalam proses harmonisasi. Sebab status anak kos merupakan status yang banyak diperhitungkan dan dipermasalahan dalam tantangan positif dan negative. Setiap status akan menimbulkan hak dan kewajiban, hak dan kewajiban (tanggungjawab) disebut sebagai *role* dan menyangkut perilaku orang.

Fenomena anak kos yang kurang mampu dalam melakukan proses adaptasi sehingga fungsi social dan kapasitas individu kurang terakomodir dan kurang maksimal dalam menyatu dengan masyarakat local Yogyakarta maupun sesama anak kos, atas itu perlu KCC memaksimalkan anak kos dalam memainkan peran fungsi social dan kapasitas anak kos dalam menjalankan tugas-tugas kehidupannya sesuai dengan status sosialnya. Atas itu KCC menyakini dengan strategi komunikasi dan model-model komunikasi KCC mampu berpartisipasi bersama anak kos dan induk semang untuk berkontribusi mempertahankan identitas Yogyakarta sebagai kota pendidikan.

Strategi komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari Bahasa Latin “*comunis*”, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Vardiansyah, 2004:3). Dalam artikel ini, komunikasi yang terjadi adalah antara *stake holder* yaitu KCC, anak kos, induk semang dan masyarakat lokal. Komunikasi yang telah dilakukan merupakan proses untuk membangun kebersamaan. KCC sebagai organisasi social melaksanakan madat untuk mediasi kebersamaan antara anak kos, induksemang dan masyarakat local, di sinilah letak kebersamaan tersebut.

Dalam hal ini masing-masing *stake holder* telah menempatkan diri dalam berkomunikasi seperti yang dijelaskan Lasswell (dalam Effendy 1984 : 14), dengan menjawab beberapa pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak

komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu. Dalam hal ini, pihak komunikator yaitu KCC Kota Yogyakarta membuat pesan kepada anak kos, induk semang, dan masyarakat lokal untuk melakukan komunikasi kelompok melalui forkom pondokan tingkat kelurahan dan forkom kecamatan melalui undangan resmi dengan efek anak kos dan induk semang melaksanakan pesan tersebut tentunya demi terciptanya suasana yang aman, nyaman dan tentram dilingkungan kosnya.

KCC kota Yogyakarta tidak sendiri dalam memediasi anak kos dengan induk semang dan masyarakat, KCC bekerjasama dengan pihak seperti Kesbangpor, BNK, Karang Trauna, Ikatan Pelajar Mahasiswa Daerah yang ada di Yogyakarta, Poltabes, dan stakeholder tingkat kelurahan dan kecamatan.

Agenda KCC yang dilakukan seperti yang dijelaskan pada bagian akhir pendahuluan, sehingga komunikasi sebagai suatu proses dimana suatu pesan dipindahkan atau dioperkan (lewat suatu saluran) dari suatu sumber kepada penerima dengan maksud mengubah perilaku, perubahan dalam pengetahuan, sikap dan atau perilaku *overt* lainnya. Atas itu para *stakeholder* mampu berperan sebagai sumber (*the source*), saluran (*the channel*) dan penerima (*the receiver*) dan ketiganya mampu membawa pesan (*the message*). Oleh sebab itu komunikasi yang diciptakan KCC cenderung bersifat akrab dan dekat karena bersifat hiburan yang edukatif, diantaranya diskusi dan sharing bersama.

Kendala dalam Melaksanakan program KCC : jumlah asrama yang banyak, jumlah anak kos yang banyak dan berganti-ganti, sehingga ketika KCC mengundang anak kos pada acara tertentu yang hadir selalu anak kos yang baik, tidak semua kos-kosan ada induk semangnya. Hal ini membuat komunikasi tidak sepenuhnya sampai ke seluruh anak kos dan induk semang. Dalam hal ini efek yang ditimbulkan tidak semuanya berpengaruh kepada seluruh pelaku anak kos dan induk semang yang ada di Kota Yogyakarta, hal ini memungkinkan pesan yang disampaikan KCC tidak dapat menjangkau seluruh anak kos dan induk semang tersebut.

Istilah strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (*stratus* = militer, dan *ag* = memimpin), yang berarti seni atau ilmu untuk

menjadi seorang jenderal. (Tjiptono, 1997:3). Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert, Jr (1995) dalam Tjiptono (1997:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif, yaitu :

a). *intends to do*, perspektif apa yang organisasi ingin lakukan. Artinya program sebagai *tools* untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Artinya adalah bahwa para pimpinan organisasi atau individu dalam organisasi yang berada pada tingkatan atas memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.

b). *eventually does*, perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan. Perspektif ini mendasarkan pada pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya. Kedua perspektif di atas mengilustrasikan bahwa setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit.

KCC sebagai organisasi masuk kedalam perspektif pertama, karena disebutkan bahwa strategi adalah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi serta mengimplementasikan misinya. Selain itu, pimpinan organisasi berperan aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Strategi organisasi yang dilakukan KCC Kota Yogyakarta dirasa berhasil karena peran pimpinan/pengurus yang aktif dan tentunya juga mendorong individu yang berada di tingkatan bawah turut serta aktif melakukan apa yang telah menjadi misi organisasi. Jadi Strategi yang digunakan KCC Kota Yogyakarta dalam memberdayakan anak kos dan induk semang menggunakan strategi komunikasi *bottom up*.

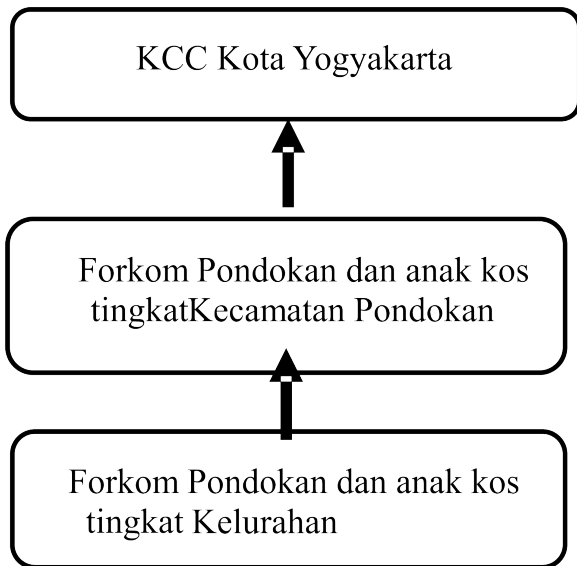
Strategi komunikasi *bottom up* yaitu sebuah strategi yang dilakukan dengan cara membentuk forum-forum komunikasi di tiap kelurahan dan kecamatan di Kota Yogyakarta. Pada tingkatan kelurahan melalui asrama daerah dan kos-kosan membahas segala sesuatu yang menjadi keluhan dan masalah para anak kos dan induk semang, selanjutnya naik ke tingkat kecamatan. Pada akhirnya akan naik di tingkat kota dan memunculkan rencana aksi maupun solusi dari KCC Kota Yogyakarta.

Forum-forum komunikasi tersebut merupakan salah satu bentuk komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang

hanya memusatkan perhatiannya pada proses komunikasi dalam kelompok-kelompok kecil (Goldberg dan Larson, 1985:7). Langkah-langkah yang dilakukan adalah identifikasi masalah, analisis masalah, kriteria untuk mengevaluasi cara pemecahan masalah, kemungkinan cara pemecahan masalah beserta akibatnya, langkah terakhir adalah pemilihan dan uji coba atas cara pemecahan yang terbaik.

Pada proses identifikasi masalah, tiap kos-kosan dan asrama daerah yang terdiri dari induk semang dan anak kos harus mengerti terlebih dahulu apa masalahnya dan mendefinisikan secara hati-hati batasan masalah agar proses diskusi lebih terarah. Analisis masalah dilakukan untuk pengumpulan data, pembagian informasi tentang sebab-sebab timbulnya masalah, sejarahnya dan faktor-faktor yang mempengaruhi masalah. Langkah selanjutnya dicari kriteria untuk mengevaluasi cara pemecahan masalah yang bertujuan untuk mengidentifikasi secara eksplisit patokan-patokan yang akan digunakan oleh anak kos dan induk semang untuk menilai berbagai cara pemecahan yang akan dilaksanakan pada langkah selanjutnya. Selanjutnya cara penyelesaian masalah dan akibat yang mungkin ditimbulkan ditemukan oleh kelompok komunikasi maka langkah selanjutnya adalah penentuan cara yang terbaik pemecahan masalah.

Cara-cara yang telah didapatkan pada tingkat asrama, kos-kosan di wilayah kelurahan akan diteruskan pada tingkat kecamatan dan selanjutnya tingkat kota. Bentuk pola komunikasi seperti ini disebut komunikasi dari bawah ke atas atau *bottom up*. Dalam struktur organisasi, komunikasi dari bawah ke atas berarti alur informasi berasal dari bawahan menuju keatasan. Alur informasi ini pada akhirnya akan didiskusikan di tingkat kota oleh KCC Kota Yogyakarta dan nantinya akan menghasilkan rencana aksi yang tepat bagi anak kos, dan induk semang. Jadi program kerja KCC yang dilaksanakan dapat memecahkan masalah yang dihadapi anak kos, induk semang, dan asrama daerah. Pola komunikasi *bottom up* di KCC Kota Yogyakarta secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:



Model-model komunikasi

Deutch (1952) dan Casey & Ritchey (1997), memetakan model-model komunikasi menjadi enam model, yaitu model Laswell (1948), model Westely-Mclean (1950-an), model Newcomb (1953), model Osgood-Schramm (1954), model Berlo (1960), model Shnon dan Weaver (1972). KCC dalam mengandeng anak kos dan induk semang dalam berkontribusi mempertahankan predikat kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan menggunakan tiga model dari keenam model tersebut, yaitu :

1. Model Westely-Mclean (1957)

Model Westely-Mclean menekankan semua pihak yang berkomunikasi saling memiliki peran sebagai pengirim, sebab keduanya saling berbagi pengalaman, sehingga masing-masing akan memperoleh respon dan berfungsi sebagai komunikator.

Prakteknya sebelum KCC melakukan komunikasi kepada induk semang dan anak kos terutama berkaitan dengan kebijakan pemerintah kota maka KCC sebelum memformulasikan pesan telah menerima banyak informasi dan pesan dari berbagai dinas di kawasan pemerintah kota Yogyakarta, seperti dari Badan narkotika, Dinas kesehatan, Kantor kesatuan bangsa pemuda dan olahraga, masukan tokoh masyarakat, dll. Dari berbagai masukan/pesan KCC membuat formulasi kebijakan yang di sampaikan kepada Induk semang dan induk semang di sampaikan kepada anak kos. Tetapi induk semang suatu ketika juga mendapat berbagai pesan dari dinas

tata kota, dari masyarakat setempat, PKK kota, Kepolisian dan lain-lain, seluruh pesan dari berbagai sumber di formulasikan juga akhirnya dikirim kepada anak kos.

2. Model Newcomb (1953)

Model ini berlaku dalam komunikasi inter-personal yang simetris dimana dua orang mengkomunikasi ide-ide, obyek membicarakan orang ketiga secara seimbang. aplikasi dalam konteks ini ada tiga subyek, yaitu subyek pertama KCC dengan Induk semang, kedua Induk semang dengan anak Kos dan ketiga KCC bersama stakeholder lain.

3. Model Osgood-Schramm (1954)

Pusat pemberitaan dari berbagai sumber, penerima pesan dari berbagai sumber untuk disampaikan kepada penerima akhir melalui agen pemberitaan.

Dalam hal ini KCC, induk semang dan anak kos ketiganya dapat berfungsi sebagai komunikator, artinya KCC memiliki kebijakan yang di transfer kepada induk semang dan anak kos. Induk semang menyampaikan harapan dan keluhan kepada KCC atas evaluasi terhadap anak kos dan hasilnya dikembalikan kepada anak kos. Dan anak kos mengirim pesan/berita kepada induk semang atas hal-hal yang terjadi dalam interaksi antar anak kos ke pada induk semang dan KCC.

Aliran komunikasi KCC dengan induk semang dan anak kos pada ujungnya mengkristal saling memberdayakan, sehingga ketiganya dapat berperan sebagai subyek dan suatu ketika berperan sebagai obyek. Atas ini masing-masing memiliki dan memberikan kekuasaan, dan terbentuknya kekuasaan memerlukan proses komunikasi. Menurut Randi RW dan Riant ND (2007:3) pemberdayaan komunikasi memiliki tiga sisi, yaitu kesadaran, pengkapsitan dan pendayagunaan. Ron Johnson dan David Redmod (1992) dalam *The Art of Empowerment/ seni proses alamiah*. Sumber yang menjelaskan bahwa dasar-dasar pemberdayaan terdiri dari *behaviorisme*, sukses, nilai dan stimulus.

Akhirnya anak kos tidak mengalami *power less*, tidak disharmoni, mampu mengakses nilai-nilai masyarakat local di kota Yogyakarta, dengan kehadiran KCC induk semang merasa diuntungkan dalam *manage* kos-kosan dan menjadi nyaman dalam suasana multikultur di rumahnya, hal ini terjadi karena upaya

menyampaikan sesuatu (informasi) kepada masyarakat luas terutama anak kos dan induk semang agar diketahui dan menjadi milik bersama dalam praktek kehidupan sehari-hari (Totok Mardikanto, 2010:53).

Penutup

Terbentuknya Yogyakarta sebagai kota pendidikan melalui proses panjang dan kehendak public maka sebagai konsekuensinya masyarakat local berkewajiban menjaga dan mewariskan predikat tersebut dari generasi ke generasi. Agar terwujud proses pewarisan tersebut maka setiap masyarakat pendatang berkewajiban berpartisipasi sesuai dengan profesi masing-masing. Anak kos yang notabnya sebagai pelajar dan mahasiswa digandeng oleh pemerintah melalui KCC untuk berkontribusi dalam mempertahankan kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan.

Metode KCC dalam mengandeng anak kos dan induk semang dengan menggunakan strategi komunikasi dan model komunikasi tertentu. KCC dalam mengandeng induk semang dan anak kos di Yogyakarta dalam berpartisipasi mempertahankan Yogyakarta sebagai kota pendidikan menggunakan strategi komunikasi *bottom up* dengan membentuk dan menyelenggarakan berbagai forum komunikasi, kunjungan asrama, pembinaan bersama dengan stakeholder lain dan menduudkan induk semang dan anak kos dalam porsi yang sejajar.

Strategi komunikasi *bottom up* di operasionalkan dengan tiga model komunikasi, yaitu model model Laswell (1948), model Westely-Mclean, model Newcomb, dan model Osgood-Schram.

Dengan strtegi dan model komunikasi tersebut induk semang dan anak kos dapat diterima ditengah masyarakat kota Yogyakarta karena keduanya saling berdapasi dan saling mengembangkan kesadaran akan kedudukan, fungsi masing-masing.

Daftar Pustaka

- Amiroh (2004), Buku *Harian Anak Kos*, PKK Kota Yogyakarta.
- Casey, S and J. Ritchey (1997), *Toword The Concepts and Theory Of Organization –Public Relationship*, Journal of Public Relation Research 9 (2):83.
- Charles Zastrow, (2004), *Introduction to Social Work and Social Welfare*, Thomson Higher Education
- Durkheim. E, (1893), *The Role of Sociological Method*, London, Macmillan.
- Deutch. K.W., (1952), *On Communication Models In The Social Sciencs*. Public Opinion Quarterly 16 (3). 356.
- Effendi, O.U, (1984), *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung. CV. Remaja Karya.
- Freeman, Stoner dan Gilbert, Jr (1995), *Empowerment : The Politics of Alternative Development*. Cambridge, Blackwell.
- Golberg dan Larson, (1985), *Komunikasi Kelompok Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*, Jakarta, Universitas Indonesia Press
- Gunawan (2003), “*Yogyakarta Kota Pendidikan*”, Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat edisi 27 Desember, Halaman 15.
- Hariyono Suyono, (2008), *Membangun Budaya Cerdas dan Kerja Produktif Menuju Keluarga Sejahtera*, Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan Sosial, Jakarta
- Hecht (1993), *Urban Amirica in the Eighties*, Prespectives and prospects. New Brunswick
- Laswell, H.D. and Kaplan, (1984), *Power and Society : a Framework for Political Inquiry*, London , Yale University.
- Liversey (2004), *Cultur and Identity, Sociological Pathway*, Available at <http://www.Sociology.org.uk/pathway2>. Htm diakses 30 Oktober 2010.
- Newcomb. T.M, (1953), “*An Approach In The Study Of Communicative Acts*” Psychological Review 60 (6):393.
- Peraturan Pemerintah DIY Nomor 6 Tahun 2003 : *Rencana Strategis Daerah DIY 2004-2008*
- Randy R. Wrihatnolo dan Riant Nugroho Dwidjowijoto, (2007), *Manajemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar Dan Panduan Untuk Pemberdayaan*

- Masyarakat*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo-Kompas
- Ron Johnson dan David Redmod, (1992), "Agency" Dalam *Essays On Actions And Events*, Oxford. Clarendom Press.
- Santoso, Budi W (2009), *Pendidikan Yogyakarta Pembentuk Karakter Bangsa*, Kopertis Wilayah V Yogyakarta.
- Schramm, Osgood, (1954), "How Communication Work", In W. Schramm (ed) *The Proces and Effects Of Masss Communication*. Urban : University of Illnois Press.
- Sugiyanto, (2004), *Yogyakarta Kota Pendidikan dan Ekonomi Alternatif*, Cakrawala Pendidikan. Th.XXIII.No.3. Yogyakarta. LPM UNY.
- Sugiyanto, (2004), *Organisasi Non Pemerintah dan Pemberdayaan*, Prodi Ilmu Sosiatri, STPMD "APMD" Yogyakarta. (modul matakuliah tidak diterbitkan).
- Sobirin. A, (2010), *Hakekat Identitas Diri : Sebuah Kajian Filosofis dan Psikologis*. Working Paper, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia.
- Supardi, (2003), "Gerakan Yogyakarta Kota Pendidikan Termuka", Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat. Edisi 27 Desember halaman 15.
- Sri Sultan HB X (2004), dalam Yogyakarta *in Corparated* menyatakan bahwa "Yogyakarta Sebagai Kota Pendidikan, Kota Budaya Dan Kota Pariwisata"., Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat Halaman 11.
- Suwondo, Bambang, (1997), *Sejarah Daerah Istimewa Yogyakarta*, Pusat Penelitian Sejarah dan Budaya, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Suyanto, (2004), "Kota Pendidikan", Yogyakarta, Kedaulatan Rakyat Edisi 20 Januari halaman 1
- Tjiptono, Fandi, (1997), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta, Andi Offset.
- Totok Mardikanto (2010), *Komunikasi Pembangunan*, Surakarta, UNS Press.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistim Pendidikan Nasional
- Vardiansyah, Dani, (2004), *Pengantar Ilmu Komunikasi Pendekatan Taksonomi Konseptual*, Bogor, Ghalelia Indonesia.
- Westely, B.H.-Mclean and M.S. McLean, (1957), "A Conceptual For Communications Research" *Junarlim Quarterly* 34 (1):31-38