

MEDIA DIFUSI EFEKTIF UNTUK SOSIALISASI KEBIJAKAN AKSELERASI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL MENUJU SEMI MODERN

by Saudah Sasa

Submission date: 16-Jun-2020 06:29AM (UTC+0700)

Submission ID: 1344507931

File name: 03_MEDIA_DIFUSI_EFEKTIF_publisia_16.pdf (769.73K)

Word count: 4324

Character count: 29218

MEDIA DIFUSI EFEKTIF UNTUK SOSIALISASI KEBIJAKAN AKSELERASI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL MENUJU SEMI MODERN

SAUDAH

Program Studi Ilmu Komunikasi - FISIP Universitas Merdeka Malang
saudah@unmer.ac.id

Abstract

1 *The development of traditional market to become a modern one requires a comprehensive participative approach involving the concerned stakeholders. All parties such as central and local government agency along with market traders should come together to sit one table for discussing the matter. By doing so, the parties can voice their interest; the government agency can socialize the proposed policy while the traditional market traders respond to it attentively. Besides face-to-face communication means, the government can make use of another means of communication media such as letters, and paid mass advertising to win public appreciation. This shows the crucial role of mass media communication in propagating government policies. Publicizing government policy is a means to develop the parties' commitment to device norms, rules, and values that are to be institutionalized in an attempt to have the related policies sustainable. It is through this means the proposed government project eventually be implemented well. Added to that, it will open opportunity for traditional merchants to defend as well as develop their venue in such way so that they can adapt to the changing social and political environments.*

Keywords: Acceleration, Market, Policy, Communication Media

Intisari

Akselerasi pengembangan pasar tradisional menuju semi modern tidak hanya bertumpu pada upaya yang digagas oleh pemerintah saja baik pada tingkatan pusat maupun daerah. Pengikutsertaan pelaku pasar juga menjadi faktor penentu bagi penyelarasan setiap kebijakan pemerintah melalui proses sosialisasi yang melibatkan institusi media. Difusi kebijakan pada dasarnya merupakan upaya membangun komitmen antara pemangku kepentingan dan masyarakat, yaitu secara bersama-sama memiliki kepentingan menciptakan kebiasaan-kebiasaan yang dinormakan sebagai budaya pasar. Disinilah institusi media memiliki peran sentral dalam rangka mendekatkan seluruh elemen pasar, sehingga dapat mempermudah pelaksanaan secara optimal kebijakan pemerintah. Tujuan dari akselerasi pengembangan pasar, secara normatif membuka ruang argumentatif bagi setiap pelaku pasar untuk mempertahankan dan mengembangkan pasar tradisional agar tidak akan tergerus oleh jaman. Demikian pula keberadaan masyarakat pasar dengan kompleksitasnya, tetap memiliki kelonggaran untuk berkomunikasi secara langsung. Kemajemukan aturan yang diterapkan di pasar tradisional menuju semi modern, akan tetap konsisten berupaya memberikan keleluasaan bagi masyarakat pasar menentukan pilihan melalui proses pertukaran informasi.

Kata kunci: Akselerasi, Pasar, Kebijakan, Media Komunikasi.

PENDAHULUAN

Dinamika Perubahan Pasar

Kajian ekonomis pasar sebagai lembaga sebagai dasar pembangunan bisa diwujudkan dengan melirik sektor yang lebih

komprehensif. Ditinjau dari aspek sosial budaya, akan selalu berkaitan dengan perubahan yang terjadi di masyarakat. Salah satu aspek penting yang ada adalah kelembagaan tukar menukar yang melibatkan

pedagang, pembeli, hingga aparat secara langsung bersentuhan dengan keberadaan pasar. Kelembagaan yang terstruktur secara formal adalah dengan adanya kebijakan nyata disusun dan dilaksanakan hingga mengetengahkan berbagai aspek untuk bisa menyeimbangkan posisi pedagang dan pengambil kebijakan. Secara non formal, ikatan yang kuat diantara komunitas yang ada, akan membentuk pola yang tidak terbantahkan.

Memahami pasar sebagai bagian tidak terpisahkan dari perputaran kehidupan masyarakat, mensyaratkan adanya aktivitas yang bisa mendukung perputaran dari pasar itu sendiri. Adanya kebijakan secara berkesimbangan serta memperhatikan keberadaan pedagang, maka diharapkan laju dari roda perekonomian di pasar tersebut mampu membagi kue-kue pembangunan secara merata. Pembangunan masyarakat dipahami sebagai pembangunan manusia seutuhnya atau memang benar-benar dimaksudkan untuk memperbaiki mutu hidup setiap individu dan masyarakatnya, dan bukannya mengorbankan manusia dalam setiap aspek yang ada demi tercapainya tujuan pembangunan (Theresia, 2014:5). Sehingga dapat dipahami bahwa kebijakan pemerintah yang memang ditujukan kepada masyarakat sejatinya dalam rangka melakukan percepatan dan pemerataan guna peningkatan kehidupan masyarakat.

Akselerasi pembangunan merupakan sebuah terobosan yang tepat dalam menyikapi perubahan saat ini. Sejalan dengan pergerakan di sektor lainnya, salah satunya aspek pengembangan penopang sendi kehidupan masyarakat, yaitu melalui sinerjitas pasar tradisional untuk menuju ke semi modern. Konsentrasi dari pemikiran mendasar tentang keberadaan pasar itu sendiri telah terbukti hingga saat ini. Pasar yang pada dasarnya merupakan wadah untuk transaksi jual beli, akhirnya mampu memunculkan ikatan persaudaraan, mampu memberikan kekuatan emosional di antara para pelaku. Utamanya adalah bahwa keberadaan pasar hingga saat ini terus dibutuhkan oleh masyarakat. Munculnya pasar semi modern sendiri tidak menghilangkan ciri khas yang dimiliki pasar tradisional. Yang terlihat adalah perubahan fisik serta peralatan pendukung berdirinya sebuah pasar. Penataan kios, los yang rapi, sentralisasi berdasarkan jenis dagangan serta kemudahan akses menuju pasar tersebut.

Dari waktu ke waktu, pasar mulai berbenah. Tidak hanya pada faktor fisik saja, khususnya bangunan yang tepat, tetapi juga pada aspek *softskill* dari pedagang, yaitu menonjolkan kemampuan berkomunikasi secara tepat tanpa meninggalkan ciri khas dari pasar tersebut. Kemampuan berinteraksi dengan pembeli, kembali pada pemahaman dasar bahwa komunikasi akan berjalan

dengan baik, apabila komunikator memahami secara cermat kebutuhan dari masyarakat serta strategi dalam menumbuhkan keberlanjutan dari proses yang telah dibangun.

Dengan perubahan secara cepat di beberapa wilayah, menunjukkan bahwa pemerintah serius menangani pasar sebagai penopang kehidupan masyarakat. Tidak terkecuali dengan mengatur sedemikian rupa pergerakan dari jenis pasar itu sendiri, dan peraturan tentang keberadaan pasar modern yang memang bisa ditakutkan untuk menggeser keberadaan pasar tradisional. Pemerintah sejatinya sebagai fasilitator berupaya memaksimalkan keberadaan pasar tradisional untuk bisa dijangkau oleh masyarakat.

Pada kenyataan yang ada, perubahan pasar dari waktu ke waktu seringkali memunculkan gejolak. Perubahan tersebut tidak hanya mengacu pada upaya untuk menjadikan pasar sebagai institusi yang tidak dapat tersentuh, tetapi memang semua akan kembali ke habit (kebiasaan) dari masyarakat sendiri. Perubahan secara cepat di masyarakat akan berdampak pada institusi yang selama ini menaunginya. Aturan atau juga kebijakan sejatinya mengarah pada tumbuh kembangnya kedisiplinan serta harmonisasi di masyarakat.

Masyarakat pada dasarnya akan selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhannya,

tidak hanya untuk kebutuhan primer saja. Salah satu yang harus dicukupi adalah dari aspek ekonomi. Manusia dilahirkan untuk mampu beradaptasi serta memiliki tanggungjawab untuk memenuhi kebutuhan dasar. Pasar merupakan institusi yang bisa mendukung hal tersebut. Pasar tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan pokok manusia, tetapi pasar juga dijadikan gantungan hidup guna memperoleh kehidupan yang layak. Pasar tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk aktifitas perdagangan saja, tetapi juga bisa dikaitkan dengan unsur-unsur lain yang hanya dapat dijelaskan dengan pendekatan proses sosial. Pasar adalah suatu institusi sosial ekonomi terpenting dan menjadi bagian dari masyarakat untuk masuk dalam proses sosial, budaya, politik dan lain-lainnya (Belshaw, 1981:10).

Perkembangan Kebijakan Pasar

Munculnya kebijakan tidak terlepas dari munculnya informasi yang semakin beragam dan didukung oleh penyampai pesan yang juga memiliki keterlibatan langsung serta membutuhkan sebuah aturan untuk dapat diterapkan secara bersama dengan tujuan yang positif. Kebijakan pasar yang dalam hal ini tentang status pasar, memerlukan campur tangan dari pemerintah dalam upaya untuk menyeimbangkan proses yang ada. Dari kaca mata ekonomi, secara nyata terlihat bahwa masing-masing individu memiliki

ketergantungan pada pasar yang selama ini berada di sektor swasta. Sedangkan pemerintah sendiri, sebagai pihak pembuat kebijakan, memiliki fungsi penting dalam perekonomian. Fungsi tersebut terealisasi dalam bentuk stabilisasi pasar, alokasi secara menyeluruh serta distribusi yang merata sesuai dengan aturan yang ada.

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: ³ 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern menyatakan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Miliki Negara dan badan Usaha Milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los dan Tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Dari perkembangan pasar tradisional hingga saat ini, yang paling memberatkan adalah bahwa para pedagang berhadapan dengan pasar modern yang menjual barang/komoditi yang sama. Masalah infrastruktur sampai dengan saat ini juga masing perlu dikaji ulang. Pasar tradisional yang memiliki dua lantai, pasti akan mengalami kondisi yang hampir sama, bahwa lantai dua kurang bisa tersentuh oleh pembeli.

Di samping itu, yang biasa menjadi persoalan adalah berkaitan dengan kebersihan, kurang terpeliharanya lahan parkir serta pembuangan sampah yang kurang maksimal. Jika persoalan yang selama ini dihadapi pasar tradisional tidak cepat teratasi, maka akan bisa membawa dampak yang tidak baik bagi keberlangsungan pasar tradisional, terutama untuk pedagang yang selama ini menggantungkan hidupnya melalui pasar tradisional. Pedagang Pasar tradisional secara potensi dan aktual bisa mengalami kemerosotan "trust" (kepercayaan), akumulasi eksistensi mengarah pada trend yang negatif (Leksono, 2009:2).

Kebijakan tentang pasar melihat bahwa potensi yang dimiliki pasar, memunculkan perilaku yang dibangun oleh interaksi pelaku sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran. Tidak hanya pertukaran barang atau jasa yang menjadi ciri khas dari institusi pasar. Dalam proses tersebut, rasionalisasi produksi barang dan jasa juga melibatkan pembentukan lingkup ekonomi yang mengimplementasi dan memonitor pilihan-pilihan konsumsi dan investasi melalui kekuatan pembelian. Tindakan ekonomi adalah sebuah tindakan yang melibatkan perhitungan impersonal dan teknis, yang orientasinya pada perolehan keuntungan (Scott, 2012:286). Pasar bukanlah merupakan ciri khas dalam modernitas, tetapi Weber melihat rasionalisasi aktivitas ekonomi

memungkinkan berlakunya hubungan pertukaran yang murni instrumental dan kalkulatif.

Kebijakan itu sendiri erat kaitannya dengan terwujudnya sebuah prinsip yang ditujukan untuk kepentingan umum, di dalamnya ada kelompok sasaran untuk meraih tujuan bersama. Kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah memang secara signifikan menyangkut kepentingan umum. Pada sistem yang ada, kebijakan juga memuat dua hal, yaitu internal dalam arti mengikat manajerial di dalam dan eksternal yang berarti menyangkut masyarakat umum. Kebijakan yang dituangkan dalam peraturan pemerintah akan memberikan tata aturan secara detail sehingga tidak merugikan masyarakat. Peraturan tentang pasar tradisional juga disikapi secara serius oleh pemerintah.

Peraturan menteri dalam negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional, pasal 1 menyatakan bahwa pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan dan pengendalian pasar tradisional. Sedangkan pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern. Dijelaskan

dalam aturan yang ada, bahwa kriteria pasar tradisional antara lain dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah, transaksi dilakukan secara tawar-menawar, tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama serta sebagian besar barang atau jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika sebuah kebijakan dibuat, sudah menyentuh hingga aspek terkecil dari sebuah institusi yang dituju.

Komunikasi Pemerintah dengan Pelaku Pasar

Secara sosiologis, keeratan yang dibangun antara pemerintah dengan pelaku pasar akan memunculkan hubungan timbal balik sehingga terdapat interaksi secara berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan karena interaksi yang terjalin melibatkan hubungan antar-pribadi, sehingga akan berkaitan dengan karakter personal, status sosial, latar belakang pribadi serta keahlian dari masing-masing personal. Pedagang memiliki jaringan yang kuat, dan dalam proses interaksi tersebut mensyaratkan adanya komunikasi untuk bisa memfasilitasi hubungan diantara pedagang serta dengan pihak lain. Ukuran dari efektivitasnya tentunya juga harus didukung oleh pihak-pihak yang terlibat. Hubungan yang terjalin akan memunculkan kebersamaan yang pada akhirnya bisa menumbuhkan trust

(kepercayaan), empati, serta persamaan persepsi.

Pelaku pasar dalam menjalin hubungan dengan pemerintah juga mempertimbangkan terpilihnya saluran komunikasi lain, tidak hanya sebatas antarpribadi, tetapi komunikasi bermedia dipilih ketika komunikasi tatap muka secara langsung tidak memungkinkan. Saat ini perkembangan teknologi komunikasi memberikan keleluasaan bagi pelaku pasar dan pemerintah untuk bertukar informasi. *Mutual understanding* (kebersamaan dalam makna) dalam komunikasi, akan mempermudah tercapainya saling mengerti dan juga keterbukaan satu dengan yang lain. Komunikasi yang dilandasi dengan tindakan sadar memberikan informasi akan membentuk sebuah sistem yang terpola.

Komunikasi pemerintah pada dasarnya dapat dipahami sebagai proses penyampaian gagasan serta pikiran lainnya yang berkaitan dengan kemaslahatan hidup masyarakat. Pada tingkatan ini, pemerintah berada pada posisi sebagai komunikator, yang harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan masyarakat, sehingga setiap kebijakan yang akan diterapkan, dapat disosialisasikan sehingga kebijakan yang diambil tepat sasaran. Komunikasi yang secara nyata dipahami sebagai proses yang melibatkan ide-ide atau gagasan baik secara verbal maupun non verbal dalam bentuk simbol-simbol dengan tujuan untuk merubah

sikap atau perilaku seseorang. Hal ini tentu saja identik dengan komunikasi manusia, yang di dalamnya memuat kebersamaan, dan masing-masing lekat dengan karakter yang dimiliki, sehingga komunikasi yang dijalankan memberikan arti yang positif dan bermakna untuk mendukung perolehan informasi satu dengan yang lain.

Harold Lasswell dalam Bungin (2006:79), mengidentifikasi tiga macam aktivitas komunikasi, yaitu (1) pengawasan lingkungan. (2) korelasi antar bagian dari masyarakat dalam menanggapi lingkungan. (3) transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Aktivitas tersebut apabila diterapkan pada lingkungan pasar, maka akan menemukan gambaran nyata bahwa masyarakat tidak hanya menjadi pihak yang pasif dalam sebuah proses interaksi. Lebih dari itu, komunikasi yang dijalankan dengan memainkan gerak gerik memunculkan perilaku pada masing-masing individu. Perilaku komunikasi sendiri merupakan sebuah tindakan atau respon atas situasi yang ada, yang ditunjukkan melalui bagaimana seseorang berpikir, bagaimana melakukan sebuah perilaku tertentu hingga bagaimana cara memproduksi dan mendistribusikan sebuah pesan. Aktivitas yang menekankan pada korelasi antar bagian di masyarakat juga didasari sebuah pemikiran bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri, manusia merupakan makhluk yang kompleks sehingga tetap

tumbuh keinginan untuk saling melengkapi. Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial (Effendy, 2008:5).

Komunikasi pemerintah dengan pelaku pasar melibatkan kepentingan satu dengan yang lain dengan melihat bahwa kemanfaatan untuk saling melengkapi akan memberikan kemudahan dalam proses perdagangan karena mekanisme kerja yang terstruktur. Informasi yang ada sifatnya dinamis, sehingga masing-masing harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi. Pemerintah dan pelaku pasar tentu harus mampu menyampaikan informasi secara tepat. Ketepatan menyampaikan informasi kepada pihak lain didukung oleh bagaimana pengertian bisa dibangun bersama hingga terwujudnya sebuah tindakan untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi yang dibangun dalam lingkungan pasar, akan mewujudkan sebuah hubungan sosial yang bertahap.

Lingkungan pasar itu sendiri juga menginginkan adanya ketertiban lingkungan sehingga akan mendukung aktivitas yang dilakukan setiap hari. Hubungan yang terjalin baik secara verbal maupun non verbal pastinya akan mendapat reaksi dari pihak yang terlibat, karena komunikasi sebagai interaksi mensyaratkan adanya feedback atau umpan balik. Dari situ akan bisa dimaknai

bahwa interaksi yang dijalankan memang mampu menyenangkan kedua belah pihak.

Tren Difusi Informasi

Dalam setiap proses sosialisasi selalu memosisikan komunikasi sebagai faktor dominan, dengan harapan akan tumbuh secara konstruktif interaksi diantara yang terlibat di dalamnya, baik menyangkut persoalan sumber informasi sampai dengan sasaran utama yang sudah ditetapkan sebelumnya. Perguliran informasi dapat terukur secara efektif, apabila masing-masing pihak berada dalam kepentingan yang sama terhadap isi atau muatan informasi. Sedangkan situasi yang ada pada komunikasi berlangsung, akan selalu menentukan signifikansi dampak yang diselaraskan dengan tinggi atau rendahnya harapan semua pihak yang terlibat dalam proses tersebut. Disinilah media komunikasi mengambil peran penting dalam sosialisasi, mengingat media bukan hanya dipandang sebagai alat buatan yang membantu sebuah proses interaksi, namun sebenarnya media harus dipandang sebagai institusi yang memiliki komponen normatif yang terstruktur.

Salah satu aspek positif dari munculnya orientasi kebutuhan akan media informasi sudah menjadi ciri khas masyarakat saat ini. Tidak dapat dielakkan lagi bahwa setiap saat, masyarakat bergulat dengan kebutuhan memperoleh sebaran informasi. Tumbuhnya

berbagai macam media informasi dan keterdukungan teknologi komunikasi yang semakin canggih, menjadikan kecepatan dan ketepatan memperoleh informasi adalah dengan melengkapi alat komunikasi. Situasi ini disebut dengan kondisi tren difusi informasi yang mengarahkan, bahwa proses penyaluran informasi secara komunikatif dengan menggunakan media tertentu untuk mencapai efektifitas, mengalami pergerakan dalam jangka waktu tertentu yang terjadi pada sistem sosial tertentu. Media difusi informasi dengan keterdukungan teknologi, akan memberikan energi tambahan untuk mempercepat proses perubahan dalam struktur dan fungsi sosial sesuai harapan, sehinggadapat mengurangi ketidakpastian informasi serta menjadi sesuatu rmanfaat bagi masyarakat (Littlejohn, 2005:308-309).

Dengan memandang pasar sebagai sistem sosial, maka media difusi informasi akan bisa menjadi pengendali efektif yang tidak ada bandingannya. Hal ini dapat memberikan kesadaran organis kepada seluruh anggota sistem sosial, bahkan secara normatif mengarah kepada semakin berkembangnya segala kreatifitas dimiliki pelaku pasar. Dengan adanya tanda-tanda perubahan pada sikap dan perilaku pelaku pasar, maka setiap informasi yang terdifusikan akan selalu diindahkan dengan mengkonfirmasi pada perkembangan dunia luar sistem sosial pasar. Pasar

mengajarkan kepada setiap pelaku yang ada di dalam sistem sosialnya, bahkan tidak ada kultur dan sistem yang lebih memiliki kompleksitas persoalan kecuali pasar, dan tentu menyorotinya dengan menggunakan dimensi yang utuh.

PEMBAHASAN

Kebijakan pemerintah dalam kaitannya dengan keberadaan pasar tradisional adalah satu upaya yang memang ditujukan untuk kepentingan umum. Pasar tradisional saat ini sedang mempersiapkan untuk menjadi pasar semi modern. Hal ini tidak dalam upaya mempersiapkan diri menjadi pasar modern, tetapi lebih pada memperbaiki segala hal yang berkaitan dengan pasar tradisional, utamanya adalah tata kelola bedak/los serta memperbaiki fasilitas umum. Sedangkan ciri khas yang melekat pada pasar tradisional tidak akan hilang. Pasar semi modern adalah diciptakan sebagai gagasan baru yang menjdikan pasar tradisional tetap menjadi pilihan bagi masyarakat untuk melakukan proses perdagangan.

Saat ini masyarakat memiliki kapasitas sebagai warga yang merdeka dan berhak menentukan segala tindakan secara baik. Tidak luput juga dalam menentukan pilihan untuk melakukan proses jual beli. Transaksi yang ada merupakan suatu hal yang lumrah, ketika alat jual beli masih bisa disepakati oleh kedua belah pihak. Pertemuan secara

langsung antara pembeli dan penjual, produsen dengan konsumen, pedagang dengan konsumennya adalah tumbuh secara turun temurun.

Pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dengan pasar memunculkan keamatan yang tidak terbantahkan, karena rutinitas yang ada saling bersinggungan. Saat ini kebijakan menentukan media untuk melaksanakan proses jual beli sudah sangat beragam. Mulai dari tatap muka secara langsung, menggunakan perangkat teknologi serta media yang lain. Teknologi komunikasi saat ini sudah sampai pada tahap lahirnya ¹⁰ *cyber* media. Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet (Bungin, 2013:113). Media juga menjadi pilihan untuk mensosialisasikan kebijakan, sehingga masyarakat tidak lagi terhalangi untuk mendapatkan informasi.

¹ Sosialisasi kebijakan akselerasi pengembangan pasar tradisional menuju semi modern di media massa juga bisa mendapat tanggapan dari masyarakat, opini tersebut bisa semakin menguatkan atau juga melemahkan kebijakan yang akan diberlakukan. Secara terstruktur, masyarakat mulai terbiasa untuk menyikapi semua informasi yang ada di media. Korelasi

positifnya adalah bahwa informasi yang berkaitan dengan pengembangan pasar tradisional menuju modern akan menjadi bahan perbincangan umum dan pihak yang terkait akan mulai mempersiapkan diri dan berbenah.

¹³ Dalam menentukan apa yang harus dilakukan untuk menghadapi suatu tantangan, masyarakat menggunakan sistem komunikasi sebagai sebuah forum atau ajang diskusi (Rivers (2003:34). Sistem komunikasi sebagai ciri khas dari suatu masyarakat melahirkan karakter masyarakat yang beda dengan yang lain. Konsekuensi dari gabungan berbagai pola pikir masyarakat akan menuju pada satu tujuan bersama dan menyederhanakan berbagai kendala sebagai pijakan untuk menentukan langkah berikutnya. Masyarakat bebas membuat keputusan-keputusan untuk mengubah lingkungan sosialnya sesuai dengan apa yang diharapkan (Fahrudin, 2011:26). Hal ini akan bisa membantu masyarakat dalam menyikapi lingkungan sekitarnya serta mempertimbangkan berbagai hal serta merencanakan apa yang akan dilakukan. Usaha mendorong interaksi manusia akan bisa berjalan apabila sikap dan keyakinan yang dimiliki bisa berubah menjadi positif serta menunjukkan etika yang baik bagi keberlangsungan interaksi yang dijalankan. Partisipasi masyarakat akan terlihat apabila didukung oleh adanya kesempatan, adanya kemauan serta adanya kemampuan.

Kesadaran dan keyakinan bahwa dalam dirinya memiliki kesempatan yang sama untuk bisa mengaktualisasikan dirinya untuk meraih tujuan bersama.

Media adalah sarana untuk mengakses informasi dan merupakan sebuah aspek yang sangat penting bagi masyarakat (Thomas, 2007:80). Media juga dapat memberikan pengaruh kepada opini publik. Media yang digunakan dalam berkomunikasi tidak terbatas. Media komunikasi tatap muka secara langsung, atau juga media massa baik itu media elektronik maupun media cetak. Media massa selama ini memiliki peran penting untuk mensosialisasikan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Noelle-Neumann menjelaskan bahwa media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realitas secara terbatas dan sempit. Media massa memiliki tiga sifat atau karakteristik yang berperan dalam pembentukna opini publik, yaitu ubikuitas, kumulatif dan konsonan (Morissan, 2013:531). Sifat ubikuitas (*ubiquity*) mengacu pada fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang sangat luas karena terdapat di mana saja sehingga media menjadi instrumen yang sangat penting, dapat diandalkan dan selalu tersedia ketika orang membutuhkan informasi. Sifat kumulatif (*cumulativeness*) media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-

ulang apa yang disampaikannya. Sedangkan sifat konsonan (*consonant*) mengacu pada kesamaan kepercayaan, sikap dan nilai-nilai yang dianut media. Ketiga sifat tersebut memberikan kontribusi terhadap munculnya spiral kebuisan karena media memiliki kemampuan untuk menentukan dan menyebarkan pandangan-pandangan yang dinilai lebih dapat diterima publik secara umum.

Selain media massa, saluran komunikasi dengan menggunakan media komunikasi personal, atau tatap muka secara langsung juga menjadi pilihan yang tepat guna mensosialisasikan kebijakan. Komunikasi antarpribadi akan dengan segera mampu menciptakan perbincangan-perbincangan secara dalam jumlah kapasitas orang dalam jumlah tertentu, sehingga terjadi proses pertukaran informasi bisa berpengaruh terhadap sikap atau perilaku seseorang. Perubahan yang ada di masyarakat juga tidak terlepas dari berjalannya sebuah sistem secara berkelanjutan.

Masyarakat sebagai salah satu pelaku pasar membawa arti penting dalam membentuk perekonomian sebuah bangsa. Perekonomian sebuah negara dikatakan cepat apabila dalam setiap proses yang ada, mampu menyeimbangkan kebijakan serta terdukung oleh sarana dan prasarana di berbagai bidang, karena hal ini adalah merupakan bukti nyata bahwa kinerja untuk

mendukung proses akselerasi harus dimulai dari proses yang terus menerus. Mengkaji sebuah kebijakan tentu bisa dilihat dari sudut pandang yang berbeda, sehingga kompleksitas terhadap munculnya alasan-alasan yang menguatkan serta melemahkan mampu didukung oleh pola pikir yang komprehensif.

Pengembangan pasar tradisional menuju semi modern, melibatkan tata kelola yang lebih mempertimbangkan aspek yang melekat dalam diri pelaku pasar. Dengan semakin berkembangnya masyarakat, maka segala hal yang melekat akan menjadi pertimbangan guna menentukan langkah berikutnya. Pasar merupakan sebuah institusi di mana masyarakat memenuhi kebutuhan jual beli, maka pasar tradisional yang dari waktu ke waktu terus mengalami perkembangan dalam beberapa hal. Dalam hal aksesibilitas yang memungkinkan pencapaian dari dan menuju kawasan maka diperlukan kemudahan transportasi maupun jalan. Sedangkan dari aspek kompatibilitas, maka pasar harus memiliki keserasian dan keterpaduan antara kawasan dan lingkungannya. Kemudian fleksibilitas memungkinkan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dan dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan sarana. Sedangkan yang berikutnya adalah aspek ekologis, yang melihat keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya.

Dengan adanya tingkat kesadaran yang tinggi akan keterkaitan antara keberadaan pasar, masyarakat dan aparatur, maka kesempatan untuk bisa mengembangkan diri dalam proses jual beli di pasar tradisional. Adanya pembagian kerja secara merata menunjukkan aspek positif bahwa kebijakan yang dituangkan oleh pemerintah, terwadahi secara maksimal.

Pengorganisasian kerja yang terstruktur di masyarakat juga memberikan pengaruh pada sosialisasi kebijakan akselerasi yang sedang dirancang. Pada aspek tertentu, masyarakat dituntut untuk dapat menerima konsekuensi dari berjalannya penerapan kebijakan. Pengorganisasian kerja di lingkungan pasar tradisional dan semi modern memang menjadi salah satu upaya untuk menyelaraskan kinerja dari para pelaku pasar. Aspek positif yang ada adalah bahwa pihak-pihak tersebut dapat secara langsung memberikan respon terhadap aturan yang dijalankan. Pada dewasa ini, kesempatan sangat luas diberikan kepada masyarakat guna menyesuaikan kondisi realistis dengan harapan atau cita-cita yang sedang dibangun. Tindakan beralasan pada dasarnya mengiringi masyarakat dalam menentukan pilihan.

Media difusi yang efektif adalah media yang mampu memberikan gambaran secara menyeluruh, baik dari aspek positif serta negatifnya. Tidak mengherankan apabila media difusi yang efektif akan mampu

mendukung perkembangan perekonomian Indonesia saat ini. Salah satu tolak ukurnya adalah maraknya pembangunan pusat perdagangan, baik tradisional maupun modern. Tidak sedikit pusat perbelanjaan modern dan tradisional memiliki banyak kesamaan baik fungsi hingga produk yang diperjualbelikan sehingga menimbulkan persaingan. Meskipun masing-masing telah memiliki segmentasi tersendiri, tetap tidak bisa lepas dari "perebutan" konsumen.

PENUTUP

Difusi informasi dapat berproses secara efektif dalam sosialisasi, apabila dapat beradaptasi secara cepat sesuai dengan struktur dan sistem sosial pasar, dilandasi pula dengan upaya untuk mengkonstruksi kultur pasar yang selalu berkembang sesuai tuntutan jaman. Hal ini secara simultan akan memberi dampak signifikan terhadap perubahan normatif pasar, sehingga terjadi peningkatan dari satu strata menuju strata yang lebih tinggi. Media difusi kebijakan juga memiliki pengaruh terhadap pelaku pasar yang setiap saat bergelut dengan aktivitas maupun dengan orang yang sama. Untuk itulah penentuan media difusi dapat secara cepat mendukung tersampainya kebijakan, dan sesegera mungkin menjadi landasan yang mampu mengungkap persoalan di dalam institusi pasar.

Kebijakan akselerasi pengembangan dari tingkat golongan tradisional menuju tingkat semi modern, membutuhkan adanya proses yang terstruktur dalam bentuk perubahan kultural pasar, yaitu dengan melibatkan seluruh komponen pelaku pasar mulai dari pemangku kebijakan pemerintah sampai dengan pedagang yang beraktivitas di dalamnya. Keterlibatan secara sadar (*participant oriented*), menjadi faktor dominan untuk mempercepat terwujudnya struktur sosial baru pasar, dengan meningkatkan intensitas interaksional pelaku pasar yang terakomodasi dalam bentuk jaringan kelompok sosial (*community network*), dan selanjutnya menjadi media difusi yang sarat dengan komunikasi konteks personal.

Faktor keekatan (*proximity factor*) yang telah menjadi ciri khas pasar tradisional pada proses yang ada, akan mampu mengungkap tingkatan komunikasi yang diberlakukan secara normatif oleh pelaku pasar, mengingat masing-masing mampu memperhitungkan kesempatan pertukaran secara terbuka. Komunikasi tetap memainkan peran sentral berlandaskan motivasi dari masing-masing pelaku pasar, yaitu dengan manajemen pesan untuk mampu mengubah sikap atau perilaku, karena sebuah pesan harus mampu dimengerti, dipersepsi dan menghasilkan sebuah reaksi.

8

DAFTAR PUSTAKA

Belshaw, Cyril S. 1981. *Tukar Menukar Tradisional dan Pasar Modern*. Jakarta. PT Gramedia

27

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta. Kencana Pranada Media Group

-----2013. *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta. Kencana Pranada Media Group

Effendy, Onong U. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya

21

Fahrudin, Adi. 2011. *Pemberdayaan Partisipasi dan penguatan Kapasitas Masyarakat*. Bandung. Humaniora

5

Leksono, S. 2009. *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional. Perspektif Emic Kualitatif*. Malang. Citra

19

Littlejohn, Stephen. Foss, Karen A. 2004. *Theories Of Human Communication Eighth Edition*. Kanada. Wadsworth.

5

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta. Kencana Prenada Media

4

Rivers, William L. Jensen, Jay W. Peterson, Theodore. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta. Kencana Prenada Media

20

Scott, John. 2012. *Teori Sosial Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*. Yogyakarta. Pusata Pelajar

5

Theresia Aprillia, Andini Krisnha, Nugraha Prima G.P, Mardikanto Totok. 2014. *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung. Alfabeta.

24

Thomas, Linda. Wareing, Shan. 2007. *Bahasa, Masyarakat dan Kekuasaan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

MEDIA DIFUSI EFEKTIF UNTUK SOSIALISASI KEBIJAKAN AKSELERASI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL MENUJU SEMI MODERN

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

worldwidescience.org

Internet Source

4%

2

docobook.com

Internet Source

3%

3

repository.ump.ac.id

Internet Source

2%

4

eprints.umm.ac.id

Internet Source

1%

5

www.scribd.com

Internet Source

1%

6

es.scribd.com

Internet Source

1%

7

www.jdih.setjen.kemendagri.go.id

Internet Source

1%

8

id.scribd.com

Internet Source

1%

9	www.jurnalkommas.com Internet Source	1%
10	repository.usu.ac.id Internet Source	1%
11	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
12	unsri.portalgaruda.org Internet Source	1%
13	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
14	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
15	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%
16	manfrednabuasa.blogspot.com Internet Source	<1%
17	media.neliti.com Internet Source	<1%
18	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
19	Submitted to 82820 Student Paper	<1%
20	iezzsididmitry.blog.com Internet Source	

<1%

21

jurnalmahasiswa.unesa.ac.id

Internet Source

<1%

22

www.psikologmuda.com

Internet Source

<1%

23

hijaber.org

Internet Source

<1%

24

ikipggrimadiun.ac.id

Internet Source

<1%

25

saidhamzali.wordpress.com

Internet Source

<1%

26

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

<1%

27

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On