

Milik Depdikbud
Tidak Diperdagangkan

**PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN,
DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL
PADA GENERASI MUDA
DI KOTA SURABAYA**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
JAKARTA
1997**

**PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN
DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL
PADA GENERASI MUDA DI KOTA SURABAYA**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
JAKARTA
1997**



PEENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL PADA GENERASI MUDA DI KOTA SUBARAYA

Penulis : Sri Mintosih
Ita Novita Adenan
Sri Guritno

Penyunting : Kencana S. Palawi

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang

Diterbitkan oleh : Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Pusat
Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal
Kebudayaan

Jakarta 1997

Edisi II

Dicetak oleh : CV. EKA DHARMA



SAMBUTAN DIREKTUR JENDERAL KEBUDAYAAN

Penerbitan buku sebagai upaya untuk memperluas cakrawala budaya masyarakat patut dihargai. Pengenalan aspek-aspek kebudayaan dari berbagai daerah di Indonesia diharapkan dapat mengikis etnosentrisme yang sempit di dalam masyarakat kita yang majemuk. Oleh karena itu, kami dengan gembira menyambut terbitnya buku hasil kegiatan Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Penerbitan buku ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai aneka ragam kebudayaan di Indonesia. Upaya ini menimbulkan kesalingkenalan. dengan harapan akan tercapai tujuan pembinaan dari pengembangan kebudayaan nasional.

Berkat kerjasama yang baik antara tim penulis dengan para pengurus proyek buku ini dapat diselesaikan. Buku ini belum merupakan hasil suatu penelitian yang mendalam sehingga masih terdapat kekurangan-kekurangan. Diharapkan hal tersebut dapat disempurnakan pada masa yang akan datang.

Sebagai penutup kami sampaikan terima kasih kepada pihak yang telah menyumbang pikiran dan tenaga bagi penerbitan buku ini.

Jakarta, November 1997

Direktur Jenderal Kebudayaan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'E. Sedyawati', written over a horizontal line.

Prof Dr. Edi Sedyawati

PENGANTAR

Pengenalan dan identifikasi terhadap hasil budaya merupakan suatu usaha yang sangat berharga sehingga perlu dijalankan secara terus menerus. Hal ini menunjang kebudayaan nasional dalam rangka memperkuat identitas dan kesatuan nasional. Usaha ini juga bertujuan untuk meningkatkan penghayatan masyarakat terutama generasi muda terhadap warisan budaya.

Bertitik tolak dari kondisi tersebut Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan melalui Proyek pengkajian dan pembinaan Nilai-nilai Budaya pusat menggali nilai-nilai budaya dari setiap suku bangsa atau daerah. Untuk melestarikannya, dilakukan penerbitan hasil-hasil penelitian yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat umum. Penerbitan buku berjudul *Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan dan Perilaku Budaya Tradisional pada Generasi Muda di Kota Surabaya* adalah upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

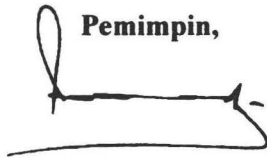
Kepada tim penulis dan semua pihak baik lembaga pemerintah maupun swasta yang telah membantu sehingga terwujudnya karya ini disampaikan terima kasih.

Kami menyadari bahwa karya tulis ini belum memadai, diharapkan kekurangan-kekurangan itu dapat disempurnakan pada masa yang akan datang. Semoga karya tulis ini ada manfaatnya bagi para pembaca serta memberikan petunjuk bagi kajian selanjutnya

Jakarta, November 1997

**Proyek Pengkajian dan Pembinaan
Nilai-nilai Budaya Pusat**

Pemimpin,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop at the top left, followed by a horizontal line, and ending with a small hook at the bottom right.

Soejanto, B.Sc.

NIP. 130 604 670

DAFTAR ISI

Halaman

Sambutan Direktur Jenderal Kebudayaan	v
Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Grafik	xiii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Balakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Kerangka Pemikiran	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
Bab II Gambaran Umum Kota Surabaya	
2.1 Letak, Luas dan Lingkungan Alam	11
2.2 Lingkungan Fisik	12
2.3 Kependudukan	15
2.4 Latar Belakang Sosial Budaya	21
2.5 Karakteristik Sampel	25

Bab III Media Komunikasi

3.1	Media Komunikasi Yang Digunakan	31
3.2	Program Siaran Televisi Yang disukai	42

Bab IV Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan dan Perilaku Budaya Tradisional Generasi Muda

4.1	Pengetahuan Tentang Budaya Tradisional	51
4.2	Sikap Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	56
4.3	Kepercayaan Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	64
4.4	Perilaku Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	67

Bab V Penutup

5.1	Simpulan	85
5.2	Saran-saran	90

Daftar Pustaka	91
-----------------------------	----

Lampiran	92
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel :

II. 1	Luas Wilayah Kota Surabaya	13
II. 2	Sensus Penduduk Menurut Kelompok Umur	16
II. 3	Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan	17
II. 4	Mutasi Penduduk Kotamadya Surabaya	18
II. 5	Banyaknya Sarana Pendidikan di Kotamadya Surabaya	18
II. 6	Banyaknya Murid Menurut Tingkat Pendidikan	19
II. 7	Jenis Matapencaharian Penduduk Kotamadya Surabaya	20
II. 8	Banyaknya Pemeluk Agama di Kotamadya Surabaya	20
II. 9	Banyaknya Tempat Ibadah di Kotamadya Surabaya	21
II. 10	Jenis Kelamin Responden	25
II. 11	Umur Responden	26
II. 12	Jumlah Saudara Kandung Responden	26
II. 13	Peringkat Responden di Kelas	27
II. 14	Pekerjaan Ayah Responden	28
II. 15	Pekerjaan Ibu Responden	29
II. 16	Tempat Tujuan responden Berlibur	29
II. 17	Kendaraan Bermotor Milik Responden	30

III. 1	Kebiasaan Membaca Surat Kabar	33
III. 2	Kebiasaan Membaca Komik	34
III. 3	Kebiasaan Membaca Majalah	34
III. 4	Kebiasaan Mendengarkan Radio	37
III. 5	Kebiasaan Menonton Film Bioskop	38
III. 6	Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari-hari Biasa	40
III. 7	Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari-hari Libur	41
III. 8	Kebiasaan Menonton Film Kartun	43
III. 9	Kebiasaan Menonton Opera Sabun	44
III. 10	Kebiasaan Menonton Film Action di Televisi	45
III. 11	Kebiasaan Menonton Acara Olahraga di Televisi	46
III. 12	Kebiasaan Menonton Acara Musik di Televisi	47
III. 13	Kebiasaan Menonton Game Show di Telivisi	49
III. 14	Program TV Yang Disukai	50
IV. 1	Budaya Indonesia Khas dan Unik Yang Berbeda dengan Budaya Lain di Dunia	52
IV. 2	Kebudayaan Indonesia Ditopang Oleh Kebudayaan Daerah	53
IV. 3	Budaya Indonesia dan Daerah Banyak Dipengaruhi Oleh Budaya Luar (asing)	54
IV. 4	Budaya Indonesia dan Daerah Harus Dipertahankan ...	54
IV. 5	Tidak Seluruh Budaya Luar Harus Ditolak	55
IV. 6	Program TV Yang Disukai	58
IV. 7	Lagu Yang Paling Disukai	59
IV. 8	Pakaian Yang Dianggap Lebih Bagus	60
IV. 9	Tradisi Yang Paling Disukai	61
IV. 10	Pengarang Novel Yang Paling Disukai	62
IV. 11	Animo Terhadap Museum dan Cagar Budaya	62
IV. 12	Mencintai dan Melestarikan Budaya Daerah Berarti Mendukung Budaya Sendiri	63
IV. 13	Sebelum Menyukai Budaya Asing, Saya Selalu Membandingkan Dengan Budaya Sendiri	64
IV. 14	Generasi Muda Sekarang Mencintai dan Menghargai Budaya-budaya Daerah	65
IV. 15	Budaya Daerah dan Nasional Tidak Akan Hilang	66
IV. 16	Banyak Generasi Muda Yang Lebih Senang Budaya Asing	67

DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik

1	Kebiasaan Membaca Surat Kabar	69
2	Kebiasaan Membaca Komik	70
3	Kebiasaan Membaca Majalah	71
4	Kebiasaan Mendengarkan radio	72
5	Kebiasaan Menonton Film Bioskop.....	73
6	Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari-hari Kerja	74
7	Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari Libur	74
8	Kebiasaan Menonton Film Kartun	75
9	Kebiasaan Menonton Opera Sabun	76
10	Kebiasaan Menonton Film Action	77
11	Kebiasaan Menonton Acara Olah Raga.....	78
12	Kebiasaan Menonton Acara Musik	79
13	Kebiasaan Menonton Game Show	80
14	Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock	81
15	Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Tradisional	82
16	Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Pop/Rock Asing	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar

Pembangunan nasional yang sedang gencar-gencarnya dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia ditandai dengan munculnya gejala baru, yaitu globalisasi. Untuk itu dalam pembangunan lima tahun keenam yang sekarang ini sedang berlangsung seringkali disebut sebagai era globalisasi. Dalam era globalisasi, pengaruh kebudayaan asing terhadap kebudayaan Indonesia intensitasnya cenderung semakin meningkat. Hal ini karena adanya dukungan kemajuan teknologi, khususnya teknologi di bidang transportasi dan komunikasi. Di samping kemajuan serta perkembangan yang dicapai karena pembangunan yang tengah dilaksanakan oleh pemerintah Republik Indonesia.

Akibat kemajuan di bidang transportasi sekarang ini, kita sama-sama dapat merasakan betapa mudahnya orang asing datang ke Indonesia, dan sebaliknya orang Indonesia bepergian ke luar negeri. Dengan demikian, maka tidak dapat dihindari bahwa kemajuan di bidang transportasi akan meningkatkan intensitas kontak-kontak kebudayaan, khususnya kontak-kontak dengan kebudayaan asing yang dibawa oleh para turis dan usahawan dari mancanegara, dan juga orang Indonesia yang bepergian ke luar negeri.

Sementara itu derasnya arus informasi dari luar yang akhir-akhir ini melanda bangsa Indonesia, mau tidak mau merupakan fenomena

sosial yang harus kita hadapi dan perlu diantisipasi. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya kebudayaan kita sudah sejak berabad-abad lamanya dipengaruhi dan diperkaya oleh kebudayaan yang dibawa oleh para penjajah. Sungguhpun demikian dalam suatu keadaan saling pengaruh-mempengaruhi tidak ada suatu masyarakat yang rela begitu saja kebudayaannya hilang "ditelan" oleh kebudayaan lain. Sehingga, walaupun ada pengaruh dan pengayaan unsur-unsur kebudayaan dari luar, akan tetapi identitas dan keunikan budayanya cenderung akan dipertahankan semaksimal mungkin. Dalam rangka inilah maka kita perlu melakukan tindakan, karena kekhawatiran-kekhawatiran akan hal tersebut telah disadari oleh masyarakat, khususnya mereka yang berkecimpung dalam bidang kebudayaan.

Demikian pula halnya dengan perkembangan teknologi komunikasi sekarang ini. Dengan sarananya yang sedemikian canggih dan berkembang pesat sangat mempermudah hubungan antar individu dengan mengurangi kendala jarak, waktu dan biaya. Dengan menggunakan antena parabola, acara televisi asing dengan mudah masuk dan diterima oleh masyarakat kita, sehingga satu keluarga sudah dapat menikmati acara televisi asing, seperti CNN, TV-3, Start-TV, atau bahkan apabila memanfaatkan jasa perusahaan penyedia acara televisi asing dapat pula menikmati saluran HBO, Discovery, TNT atau ESPN. Belum lagi perkembangan teknologi telepon yang digabung dengan komputer, atau lebih dikenal dengan nama internet. Dengan biaya yang relatif murah jika dibandingkan dengan pulsa telepon, dan dapat menampilkan teks, grafik, dan gambar, keberadaan internet makin digemari oleh masyarakat. Walaupun yang dapat mengaksesnya sebenarnya baru kalangan tertentu yang umumnya tinggal di kota-kota besar, akan tetapi perkembangannya sangat pesat sekali, terutama di kalangan generasi muda yang haus akan hal-hal yang baru dan menantang.

Berdasarkan hal ini maka perhatian khusus terhadap generasi muda merupakan fenomena sosial yang menarik untuk dikaji, karena merekalah penerus pendukung kebudayaan sekarang ini. Hal-hal yang menyangkut perubahan pandangan, pengetahuan, sikap, serta tingkahlaku mereka akan berdampak besar pada masa depan dari corak dan nuansa kebudayaan pada masa yang akan datang. Padahal di sisi

lain, mereka ini sangat mudah dipengaruhi oleh unsur-unsur kebudayaan asing yang masuk apabila tatanan masyarakat dan kebudayaan yang ada sekarang ini dirasa sudah tidak memenuhi scleranya lagi. Oleh karena itu, maka dirasa sangat perlu untuk melakukan suatu tindakan, khususnya dalam bentuk kampanye yang diarahkan pada generasi muda agar senantiasa mencintai budayanya sendiri sebagai identitas mereka.

Dalam pada itu, dengan cukup besarnya peran teknologi memasukkan unsur-unsur budaya asing ke Indonesia, maka tidaklah mengherankan apabila generasi muda yang paling dahulu menyerap unsur-unsur budaya tersebut adalah mereka yang tinggal di kota-kota besar. Hal ini karena di kota-kota besar biasanya mempunyai sarana yang relatif lebih lengkap, sehingga memungkinkan atau memudahkan mereka mengakses teknologi canggih dengan cepat berikut informasi atau unsur-unsur budaya asing yang melekat kepadanya. Dalam hal penyebarannya, kota-kota besar ini memegang peranan yang sangat penting, karena daerah yang letaknya ada di sekitarnya yang biasanya disebut *remote areas* cenderung akan mengacu pada kota-kota tersebut.

1.2 Permasalahan

Penelitian tentang Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional ini pada dasarnya merupakan bagian atau suatu langkah dari program kampanye dalam menanggulangi benturan-benturan budaya yang akan memperlemah jati diri bangsa, khususnya di kalangan generasi muda. Beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini di kalangan generasi muda. Beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini di antaranya :

1. Bagaimana pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi muda sekarang ini dalam lingkup budaya tradisional.
2. Media komunikasi apa saja yang saat ini digunakan oleh kelompok generasi muda dalam memperoleh informasi, dan bagaimana frekwensi pemakaiannya dari masing-masing media tersebut.
3. Aktivitas apa saja yang digunakan oleh generasi muda dalam rangka menyalurkan kreativitas dan kegiatan lainnya, baik di sekolah maupun di luar sekolah.

1.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian dan pengkajian aspek kebudayaan yang dilaksanakan oleh Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional ini pada prinsipnya merupakan pemasaran ide-ide atau tujuan-tujuan sosial tertentu yang bersifat abstrak. Oleh karena penekanannya pada masalah pemasaran, maka prinsip-prinsip marketing atau pemasaran tentunya dapat dipakai dalam segala kegiatan yang dilakukan. Kegiatan yang berkaitan dengan masalah ini biasanya disebut sebagai **social marketing**. Para ahli dan praktisi dalam bidang ini telah menyadari bahwa **social marketing** pada umumnya beroperasi pada pasar dan segmen pasar yang kurang menguntungkan, dimana kadangkala merupakan segmen yang susah disentuh. Adapun **commercial marketing** berada dalam pasar yang paling mudah disentuh.

Adapun beberapa hal yang membedakan **social marketing** dan **commercial marketing**, yang telah banyak diketahui oleh masyarakat umum. Dalam **social marketing** pada umumnya kompetisi tidak terlalu ketat, karena yang berkecimpung di dalamnya biasanya Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) atau instansi pemerintah saja. Di samping itu, masyarakat juga tidak harus selalu membayar untuk produk atau jasa yang ditawarkan, bahkan pada umumnya gratis. Namun tidak dipungkiri pula kadangkala dalam **social marketing** suatu instansi atau organisasi harus menantang suatu kelompok interest yang kuat, misalnya dalam kampanye anti-rokok harus menantang pabrik rokok yang kuat dari segi finansial. Selain itu, dapat saja dengan meningkatnya permintaan akan menyebabkan kurangnya sumber, misalnya dengan meningkatnya minat baca masyarakat, maka perpustakaan umum penuh dan dirasakan kurangnya buku bacaan.

Menurut Kotler bahwa tujuan dari **social marketing** pada umumnya mengacu pada perubahan sosial (Windahl, 1992:96). Ada empat jenis perubahan sosial yang direncanakan dalam **social marketing**. Pertama adalah perubahan pengetahuan (**cognitive**), sebagai contohnya kampanye untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang tingginya tingkat polusi di suatu wilayah. Kedua perubahan tindakan (**action**), misalnya kampanye yang meminta masyarakat untuk berdemonstrasi melawan polusi. Ketiga perubahan perilaku (**behavioral**),

seperti usaha atau kampanye yang meminta masyarakat untuk secara rutin mendaur ulang kertas atau plastik. Keempat adalah perubahan nilai (*value*), misalnya usaha untuk menyakinkan masyarakat akan tingginya nilai udara dan air bersih.

Sementara itu Sven Windahl et. al. (1992:95) mengatakan bahwa pada prinsipnya **social marketing** adalah menggunakan prinsip dan teknik marketing untuk mengajukan suatu maksud sosial, ide atau tingkahlaku sosial. Secara lebih khusus **social marketing** adalah mendesain, mengimplementasikan dan mengontrol program-program untuk meningkatkan penerimaan suatu ide atau maksud sosial dalam suatu kelompok target. Hal ini dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep segmentasi pasar, penelitian konsumen, pengembangan konsep, komunikasi, pemberian intensif, dan teori pertukaran untuk memaksimalkan respons dari kelompok target, yaitu generasi muda usia 15 - 20 tahun.

James William Coleman dan Donald Cressey (1989) mengatakan bahwa generasi muda pada kelompok usia tersebut mulai tumbuh kesadaran akan identitas diri dan keluarganya. Mereka dapat membedakan atau merasakan perbedaan etnik diri sendiri dengan teman-temannya. Demikian pula halnya dengan perbedaan sosial budaya dan ekonomi lainnya. Mereka mulai menentukan sikap bagaimana seharusnya berperilaku yang sesuai dengan atribut-atribut yang ada.

Menurut Robert Redfield bahwa dalam suatu masyarakat terdapat dua tradisi, yaitu tradisi besar dan tradisi kecil. Dengan mengacu pendapat ini maka kota-kota besar di Indonesia dapat digolongkan ke dalam kategori tradisi besar, sedangkan tradisi kecil atau desa-desa yang ada di sekitarnya mempunyai orientasi ke tradisi besar, yaitu kota-kota besar tersebut. Untuk itu maka penelitian ini pelaksanaannya akan dilakukan di beberapa kota besar di Indonesia yang menjadi acuan di wilayahnya masing-masing.

Dengan demikian apabila kita mengacu pada prinsip **social marketing** sebagaimana tersebut di atas, maka penelitian ini dilakukan dalam rangka mendesain, mengimplementasikan, dan mengontrol program yang akan dilaksanakan. Dengan segmen generasi muda sebagai target kampanye, maka perlu dilakukan penelitian untuk mendiskripsi

kan segmen tersebut. Menurut William R. Dillon (1994:3) bahwa dalam suatu strategi marketing, penelitian untuk mengetahui berbagai hal mengenai konsumen adalah sangat penting untuk kelanjutan dan kesuksesan strategi tersebut. Penelitian yang diperlukan minimal merupakan diskriptif dari keadaan kelompok generasi muda dalam rangka mengetahui bagaimana pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan utama penelitian tentang Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional ini adalah untuk memperoleh gambaran atau diskripsi tentang keadaan generasi muda yang berkaitan dengan :

1. Pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi muda dalam lingkup budaya tradisional.
2. Berbagai media komunikasi massa yang dimanfaatkan oleh generasi muda untuk memperoleh informasi, dan frekwensi pemanfaatan masing-masing media komunikasi tersebut.
3. Berbagai aktivitas generasi muda dalam menyalurkan kreativitas dan kegiatan lainnya.

Berbagai informasi tersebut diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan acuan "kampanye" dalam bentuk pembinaan kebudayaan terhadap generasi muda dewasa ini, khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka dalam lingkup budaya tradisional. Sehingga pada gilirannya dapat digunakan sebagai bahan pembinaan nilai-nilai budaya secara menyeluruh.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan sebagaimana terurai di atas, maka sasaran yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah generasi muda di kota-kota besar. Adapun yang dimaksud dengan generasi muda di sini adalah mereka yang masih berstatus sebagai pelajar tingkat Sekolah Menengah Umum (SMU) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), baik negeri maupun swasta khususnya yang duduk di kelas dua dan tiga.

Ruang lingkup wilayah yang dipilih dalam penelitian ini adalah kota Surabaya. Pemilihan ini didasarkan atas asumsi bahwa Surabaya sebagai salah satu kota besar di Indonesia mempunyai intensitas kontak-kontak dengan budaya asing yang cukup tinggi.

Adapun ruang lingkup materi tentang keadaan generasi muda di kota yang akan diteliti meliputi :

1. Kondisi lingkungan kota
2. Pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku yang berkaitan dengan :
 - (a) keberadaan museum dan atau cagar alam di daerahnya
 - (b) pagelaran seni tradisional
 - (c) pagelaran musik pop/rock
 - (d) budaya daerah setempat dan budaya daerah lainnya serta tradisi asli
 - (e) budaya dan tradisi asing
 - (f) pakaian buatan dalam dan luar negeri
 - (g) lagu-lagu bahasa Indonesia dan asing
 - (h) novel hasil karya pengarang dalam dan luar negeri
3. Generasi muda dan media komunikasi massa yang berkaitan dengan:
 - (a) jenis media massa yang diminati
 - (b) kebiasaan (frekwensi) memanfaatkan media massa tersebut
 - (c) jenis berita dan atau program acara
4. Berbagai kreativitas generasi muda, baik di sekolah, masyarakat maupun di lingkungan keluarga.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat diskriptif, dalam arti bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan fakta-fakta dan karakteristik dari generasi muda. Oleh karena itu dalam pengumpulan data difokuskan pada aspek kuantitatif guna menggambarkan keadaan populasi. Namun tidak berarti data kualitatif terabaikan, data ini diperlukan untuk melengkapi hal-hal yang tidak dapat terekam oleh kuesioner. Adapun kuesioner yang diedarkan kepada generasi muda di kota Surabaya jumlahnya ada 1.000 kuesioner.

Sebagaimana telah dikemukakan di atas bahwa generasi muda yang menjadi sampel penelitian ini adalah para siswa SMU dan SMK, baik negeri maupun swasta khususnya yang duduk di kelas dua dan tiga. Sementara itu jumlah SMU di Surabaya lebih kurang ada 181 sekolah, yang terdiri dari 21 SMU Negeri dan 160 SMU Swasta. Sedangkan jumlah SMK-nya lebih kurang ada 104 sekolah, yang terdiri dari 12 SMK Negeri dan 92 SMK Swasta. Dengan demikian jumlah SMU dan SMK, baik negeri maupun swasta di Surabaya lebih kurang ada 285 sekolah.

Mengingat banyaknya jumlah populasi yang ada, maka dalam pengambilan sampel dilakukan dengan cara mengkombinasikan antar cluster, stratified dan random sampling. Dengan cara tersebut, maka dari 285 SMU dan SMK, baik negeri maupun swasta di Surabaya terjaring 10 SMU dan SMK yang dianggap dapat mewakili. Di antaranya : 2 SMU Negeri, 4 SMU Swasta, 1 SMK Negeri, dan 3 SMK Swasta. Kesepuluh sekolah inilah kuesioner sebanyak 1.000 eksemplar disebarkan.

Pengumpulan data kualitatif dilaksanakan melalui wawancara dan pengamatan. Pihak-pihak yang diwawancarai diantaranya : kepala sekolah, guru; bimbingan penyuluhan, olah raga, agama, dan kesenian; penjaga sekolah : satpam, penjual makanan di sekitar sekolah; orang tua murid; dan siswa : ketua osis, murid berprestasi/kurang berprestasi, murid aktif/tidak aktif dalam organisasi sekolah.

1.7 Sistematika Penulisan

Hasil akhir penelitian ini pada dasarnya berupa naskah yang sistematika penulisannya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini diterangkan mengenai latar belakang penelitian beserta prosedur penelitian lainnya, seperti permasalahan termasuk pertanyaan empiris, kerangka pemikiran, tujuan, ruang lingkup, dan metode penelitian. Di samping itu, juga diterangkan kaitan antara penelitian dan kampanye yang akan dilakukan, bagaimana strateginya dan bagaimana penelitian ini menopang kampanye tersebut.

Bab II Gambaran Umum Daerah Penelitian

Bab ini berisi penjelasan tentang lingkungan fisik, penduduk, ekonomi, dan sosial-budaya masyarakat setempat. Hal-hal apa saja yang membuat daerah ini spesifik, kemudian juga kontak-kontak kebudayaan beserta sarana yang ada yang membuat kontak kebudayaan tersebut terjadi. Selain itu, latar belakang perekonomian juga dibahas dalam bab ini. Seperti mata pencaharian mayoritas penduduk serta industri dan bisnis yang sedang berkembang berikut prospeknya di masa yang akan datang. Kegiatan sosial-budaya masyarakat setempat juga dibahas dalam bab ini, termasuk jenis-jenis hiburan apa saja yang dengan mudah diakses masyarakat, bentuk kegiatan sosial apa saja yang masih berjalan, dan lebih khusus lagi kegiatan generasi muda.

Bab III Media Komunikasi

Dalam bab ini diuraikan tentang media komunikasi apa saja yang digunakan oleh generasi muda berikut frekwensi penggunaannya. Media komunikasi, baik elektronik maupun cetak, atau kombinasi dari keduanya. Selanjutnya, juga diuraikan program apa saja yang disukai oleh generasi muda sesuai dengan media komunikasinya.

Bab IV Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional pada Generasi Muda

Diskripsi dari data yang diperoleh dari lapangan yang berupa pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi muda diuraikan dalam bab ini. Selain keterangan detail, ditampilkan pula grafik dan tabel untuk mempermudah menginterpretasikan data dari lapangan berikut persentasenya.

Bab V Analisa dan Kesimpulan

Dalam bab ini akan dicoba untuk mengungkapkan data yang menarik dan berguna untuk kampanye. Apabila dirasa perlu akan dilakukan tabulasi silang diantara variabel-variabelnya sesuai kebutuhan untuk kampanye. Di samping itu, juga akan disimpulkan secara umum mengenai data yang didapat di lapangan dikombinasikan antara data kuantitatif dan kualitatif.

BAB II

GAMBARAN UMUM KOTA SURABAYA

2.1 Letak, Luas dan Lingkungan Alam

Surabaya adalah salah satu ibu kota propinsi dari 27 propinsi yang ada di wilayah Republik Indonesia, yaitu Propinsi Jawa Timur. Letaknya berada di pantai utara Pulau Jawa (Selat Madura), atau tepatnya antara 122°36' sampai dengan 122°54' Bujur Timur dan 07°21' Lintang Selatan. Luas wilayahnya kurang lebih ada 326,36 kilometer persegi.

Wilayah kota Surabaya merupakan daerah dataran rendah dengan ketinggian antara 3 sampai dengan 6 meter di atas permukaan air laut, kecuali di wilayah Surabaya bagian selatan yang ketinggiannya mencapai 25 sampai dengan 50 meter di atas permukaan air laut. Jenis tanahnya termasuk jenis tanah organosol (veen) yang kadar bahan organik dan kadar airnya cukup tinggi, dan biasanya bersifat asam (pH 3- 5). Oleh sebab itu, apabila jenis tanah tersebut dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian dan perkebunan kurang memuaskan.

Keadaan iklim di kota Surabaya adalah iklim tropis yang terbagi menjadi dua musim, yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Musim penghujan berlangsung antara bulan Oktober sampai dengan April, sedangkan musim kemarau berlangsung dari bulan April hingga

Oktober. Curah hujannya berkisar antara 299 sampai dengan 355,7 pertahun, dengan suhu udara antara 23,4^o C hingga 35,4^o C. Adapun kelembaban udaranya berkisar antara 73 sampai dengan 74 persen.

2.2 Lingkungan Fisik

Secara administratif, kota Surabaya terdiri dari lima wilayah Pembantu Walikotamadya, di antaranya: Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya Surabaya Pusat, Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya Surabaya Utara, Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya Surabaya Selatan, Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya Surabaya Timur, dan Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya Surabaya Barat. Kelima Wilayah Kerja Pembantu Walikotamadya ini terbagi menjadi 28 wilayah kecamatan dan 163 desa/kelurahan.

Batas-batas wilayah kota Surabaya dapat disebutkan sebagai berikut: di sebelah utara dan sebelah timur berbatasan dengan Selat Madura, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo, sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Gresik. Selain batas-batas tersebut, Surabaya juga merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah kota Jakarta.

Menurut data yang tercatat dalam buku Surabaya Dalam Angka (tt), bahwa sebagian besar wilayah kota Surabaya atau 12.472,42 hektar dimanfaatkan untuk perumahan, emplasemen dan kuburan; Tanah untuk perkantoran, perdagangan dan jasa 1.089,52 hektar; untuk perusahaan, industri dan gudang 1.561,48 hektar; tanah yang sudah diperuntukkan, seperti tempat-tempat ibadah dan rekreasi 649,44 hektar; tanah persawahan 6421,64 hektar; tanah tegalan 1998,92 hektar; tanah untuk tambak, penggarapan dan waduk 6409,98 hektar; tanah yang berupa hutan, rawa/pantai 1238,36 hektar; lain-lain (jalan-jalan, sungai dan saluran air) 229,04 hektar. Dengan demikian luas wilayah kota Surabaya menurut penggunaan tanah mencapai 32070,80 hektar (Tabel II.1).

Sarana dan prasarana transportasi darat di kota Surabaya cukup memadai, sehingga untuk mencapai tempat-tempat penting seperti ke pusat-pusat pemerintahan, ke pusat-pusat perdagangan, ke obyek-obyek wisata, ke bandara udara, ke stasiun kereta api, ke terminal bus, dan

TABEL II. 1
LUAS WILAYAH KOTA SURABAYA MENURUT
PENGUNAAN TANAH TAHUN 1994

No.	Jenis Penggunaan Tanah	Jumlah (Ha)
1.	Perumahan, emplasemen, kuburan	12.472,42
2.	Perkantoran, perdagangan, jasa	1.089,52
3.	Perusahaan, industri, gudang	1.561,48
4.	Tanah sudah diperuntukkan	649,44
5.	Sawah	6.421,64
6.	Tegalan	1.998,92
7.	Tambak, penggaraman, waduk	6.409,98
8.	Hutan, rawa/pantai	1.238,04
9.	Lain-lain (jalan, sungai, saluran air)	229,04
Jumlah		32.070,80

Sumber : Final Report Penyusunan Peta Data Pokok 1992 Digitasi dan Pembuatan Master Hasil Publikasi.

ke pelabuhan mudah ditempuh dengan biaya yang relatif murah. Adapun jenis-jenis kendaraan yang biasa digunakan sebagai sarana transportasi umum diantaranya : bus Damri, angkutan kota (mikrolet/bemo), Anggona (Angkutan Serba Guna), dan taksi.

Sungguhpun sarana berupa jalan-jalan di kota Surabaya cukup memadai, akan tetapi karena banyaknya kendaraan umum dan kendaraan pribadi yang lalu-lalang di jalan-jalan tersebut maka pada saat-saat tertentu, khususnya di jalan-jalan utama seringkali terjadi kemacetan lalu lintas.

Prasarana lainnya yang erat kaitannya dengan masalah transportasi adalah terminal angkutan dalam kota. Di kota Surabaya terdapat beberapa tempat terminal angkutan dalam kota, seperti terminal Jembatan Merah, terminal Bratang, terminal Jayabaya, terminal Tanjung Perak, dan sebagainya. Sedangkan terminal bis yang melayani trayek antarkota antarpropinsi dipusatkan di terminal Bungur Asih.

Selain terminal angkutan dalam kota dan terminal bis antar kota, antar propinsi, di kota Surabaya juga terdapat beberapa stasiun kereta

api, seperti stasiun Gubeng, stasiun Pasar Turi, stasiun Kota, stasiun Wonokromo, Stasiun Kalimas, dan stasiun Sidotopo. Berbagai jenis kereta api yang berangkat dari stasiun-stasiun tersebut pada umumnya menuju kota-kota yang ada di Pulau Jawa, seperti Jakarta, Bandung, Purwokerto, Banyuwangi, Yogyakarta, dan sebagainya.

Untuk sarana dan prasarana transportasi laut, di kota Surabaya terdapat dua buah pelabuhan, yaitu pelabuhan Kalimas dan pelabuhan Tanjungperak. Kapal-kapal yang biasa singgah di kedua pelabuhan tersebut diantaranya : KM Kerinci, KM Rinjani, KM Tidar, KM Umsini, KM Kalimutu, KM Sirimau, KM Tatmailau, dan KM Awu. Kota-kota yang dituju oleh kapal-kapal tersebut adalah kota-kota yang ada di wilayah Indonesia, seperti Ambon, Balikpapan, Ujungpandang, Banjarmasin, Merauke, dan sebagainya. Selain itu ada pula kapal-kapal yang hanya melayani penyeberangan dari Ujung - Kamal. Nama-nama kapal ini adalah KMP Tongkol, KMP Tawes, KMP Potre Koneng, KMP Jokotole, KMP Mahakam Raya, dan sebagainya. Sedangkan jadwal penyeberangannya setiap duabelas setengah menit sekali. ✓

Di samping sarana dan prasarana transportasi darat dan laut, di Surabaya juga terdapat sebuah bandara udara yang biasa digunakan untuk penerbangan domestik dan internasional, yaitu bandara udara Juanda. Perusahaan-perusahaan yang beroperasi di bandara tersebut adalah Garuda Indonesia Airways, Merpati Nusantara dan Sempati Air. Selain itu ada pula perusahaan penerbangan asing yang beroperasi di sana, yaitu Singapore Airlines.

Bangunan-bangunan fasilitas umum di kota Surabaya terdiri dari: pusat-pusat perbelanjaan; hotel-hotel dan penginapan; tempat-tempat ibadah, seperti masjid, musolla, gereja, pura dan vihara; tempat-tempat hiburan, seperti kebun binatang, night club/bar/diskotik dan taman hiburan pantai kenjeran; tempat-tempat olah raga; rumah-rumah sakit, seperti rumah sakit Darmo, rumah sakit Dr. Soetomo, rumah sakit Mardi Santoso, dan masih banyak lagi.

Bangunan-bangunan tersebut di atas diantaranya ada yang menyimpan makna sejarah. Bangunan yang sekarang ini digunakan untuk rumah sakit Darmo misalnya, pada masa penjajahan Jepang bangunan tersebut digunakan sebagai kamp interniran anak-anak dan

wanita. Setelah pasukan sekutu datang ke Surabaya kamp ini diambil alih, dan akhirnya digunakan sebagai pusat pertahanan pasukan Brigadir Jenderal Mallaby. Di depan gedung inilah insiden pertama meletus antara pasukan Mallaby dengan pejuang Indonesia. Demikian pula halnya dengan pusat-pusat pertokoan yang terletak di sepanjang jalan Tunjungan, bagi warga kota Surabaya jalan ini banyak menyimpan kenangan tersendiri, karena di sini pernah terjadi insiden bendera yang menyulut heroisme pada suatu kurun sejarah masa lalu. Kini berbagai keperluan warga kota Surabaya bisa diperoleh di pertokoan-pertokoan yang ada di sepanjang jalan Tunjungan.

2.3 Kependudukan

Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 1990, penduduk kota Surabaya menurut kelompok umur dan jenis kelamin jumlahnya berkisar 2.473.272 jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari 1.202.273 atau 48,6 persen laki-laki dan 1.270.999 atau 41,4 persen perempuan. Penduduk yang berusia antara 0 - 14 tahun berjumlah 679.690 jiwa atau 27,48 persen dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Penduduk yang berusia 65 tahun ke atas berjumlah 74.648 jiwa atau 3,02 persen dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Kedua kelompok umur ini dapat digolongkan sebagai penduduk usia non-produktif, sedangkan penduduk usia produktif jumlahnya ada 1.718.934 jiwa atau 69,50 persen dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Dengan demikian, besarnya beban tanggungan (*burden of dependency ratio*) penduduk kota Surabaya pada tahun 1990 ada 43,88 persen. Hal ini berarti bahwa setiap 100 orang penduduk usia produktif harus menanggung 43,88 persen penduduk usia non-produktif (Tabel II.2).

TABEL II. 2 ✓
SENSUS PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR DAN
JENIS KELAMIN DI KOTA SURABAYA TAHUN 1990

Kelompok umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	104.232	98.686	202.918
5 - 9	124.012	118.206	242.218
10 - 14	117.911	116.643	234.554
15 - 19	131.077	169.921	300.998
20 - 24	151.863	176.488	328.351
25 - 29	131.972	141.393	272.365
30 - 34	109.257	108.452	217.709
35 - 39	86.963	80.564	167.527
40 - 44	58.275	57.972	116.247
45 - 49	52.823	50.744	103.567
50 - 54	45.797	47.144	92.941
55 - 59	30.448	33.158	63.606
60 - 64	25.695	28.928	54.623
65 - 69	14.654	17.053	31.707
70 - 74	8.958	12.079	21.037
75 +	8.336	13.568	21.904
Jumlah	1.202.273	1.270.999	2.473.272

Sumber : Kantor Statistik Kotamadya Surabaya

Apabila ditinjau dari klasifikasi pembagian wilayah kota Surabaya, penyebaran penduduk kota tersebut cenderung tidak merata. Wilayah Surabaya Pusat misalnya, wilayah yang luasnya hanya 14,54 kilometer persegi ini kepadatan penduduknya mencapai 114.690 jiwa perkilometer persegi, dan merupakan wilayah terpadat penduduknya di kota Surabaya. Sementara itu wilayah yang paling jarang penduduknya adalah wilayah Surabaya Barat. Wilayah ini luasnya mencapai 107,41 kilometer persegi, sedangkan kepadatan penduduknya hanya mencapai 7.675 jiwa perkilometer persegi (Tabel II. 3). Tidak meratanya penyebaran penduduk di kota Surabaya ini barangkali karena kota tersebut banyak dikenal orang sebagai kota industri, di samping

TABEL II. 3
LUAS WILAYAH, JUMLAH PENDUDUK DAN KEPADATAN
PERKILOMETER PERSEGI TAHUN 1992

Wilayah	Luas (Km ²)	Penduduk	Kepadatan (Per KM ²)
Surabaya Utara	26,64	432.278	80.327
Surabaya Timur	85,88	555.060	46.922
Surabaya Selatan	55,77	602.582	63.446
Surabaya Pusat	14,54	399.874	144.690
Surabaya Barat	107,41	257.185	7.675
Jumlah	290,44	2.246.979	313.060

Sumber : Hasil Regrestasi Penduduk Kotamadya Surabaya 1992

sebagai kota perdagangan. Sehingga penduduknya cenderung memusat di wilayah yang dekat dengan fasilitas-fasilitas industri dan perdagangan.

Dengan dikenalnya Surabaya sebagai kota industri dan perdagangan ini, maka kesempatan untuk mencari pekerjaan yang berkaitan dengan kedua bidang tersebut relatif besar. Sehingga akan mempengaruhi pula terhadap besarnya perubahan penduduk yang terjadi di kota tersebut. Menurut data yang tercatat di Kantor Statistik Kotamadya Surabaya, besarnya jumlah penduduk yang datang pada tahun 1994 mencapai 53.119 jiwa, dengan perincian 27.008 laki-laki dan 26.111 perempuan. Penduduk yang pindah jumlahnya mencapai 60.614 jiwa, yang terdiri dari 30.851 laki-laki dan 29.736 perempuan. Adapun perubahan penduduk karena kelahiran sebesar 33.686 jiwa dengan perincian 17.518 laki-laki dan 16.168 perempuan. sedangkan perubahan penduduk karena kematian besarnya mencapai 9.684 jiwa, yang terdiri dari 5.338 laki-laki dan 4.346 perempuan (Tabel II. 4).

TABEL II. 4
MUTASI PENDUDUK KOTAMADYA SURABAYA
TAHUN 1994

Perubahan Penduduk	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Percmpuan	
Datang	27.008	26.111	53.119
Pindah	30.851	29.763	60.614
Lahir	17.518	16.168	33.686
Mati	5.338	4.346	9.684
Jumlah			157.103

Sumber : Kantor Statistik Kotamadya Surabaya

Di bidang pendidikan, kota Surabaya banyak terdapat berbagai jenis perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Perguruan tinggi negeri yang sudah cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah Universitas Airlangga (Unair) dan Institut Teknologi Surabaya (ITS). Demikian pula halnya dengan pendidikan tingkat Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sekolah Menengah Umum (SMU).

Sarana pendidikan untuk tingkat SD di kota Surabaya jumlahnya ada 1.027 buah, dengan perincian 614 buah dikelola oleh pemerintah dan 413 buah dikelola swasta. Tingkat SMTP berjumlah 345 buah, yang terdiri dari 39 buah dikelola oleh pemerintah dan 306 buah dikelola swasta. Tingkat SMU berjumlah 258 buah, dengan perincian 33 buah dikelola oleh pemerintah dan 225 buah dikelola swasta (Tabel II. 5).

TABEL II. 5
BANYAKNYA SARANA PENDIDIKAN DI KOTAMADYA
SURABAYA TAHUN AJARAN 1994 / 1995

No.	Jenis Sekolah	Status Sekolah		Jumlah
		Negeri	Swasta	
1.	SD	614	413	1.027
2.	SMTP	39	306	345
3.	SMTA	33	225	258

Sumber : Dinas P dan K Kotamadya Surabaya dan Kanwil Depdikbud

Adapun jumlah murid di kota Surabaya pada tahun ajaran 1994/1995 sesuai dengan tingkatannya, untuk murid SD jumlahnya ada 256.267 orang dengan perincian 168.693 orang bersekolah di SD negeri dan 87.574 orang bersekolah di SD swasta. Murid SMTP berjumlah 125.129 orang dengan perincian 35.230 orang bersekolah di SMTP negeri dan 89.899 orang bersekolah di SMTP swasta. Murid SMU berjumlah 109.003 orang dengan perincian 28.174 orang bersekolah di SMU negeri dan 80.829 murid bersekolah di SMU swasta (Tabel II. 6).

TABEL II. 6
BANYAKNYA MURID MENURUT TINGKAT PENDIDIKAN
DI KOTAMADYA SURABAYA
TAHUN AJARAN 1994 / 1995

No.	Jenis Sekolah	Banyaknya Murid		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	SD	168.693	87.574	256.267
2.	SMTP	35.230	89.889	125.129
3.	SMTA	28.174	80.829	109.003

Sumber : Dinas P dan K Kotamadya Surabaya dan Kanwil Depdikbud

Sebagian besar matapencaharian penduduk kota Surabaya adalah sebagai pedagang, yaitu mencapai 31,98 persen. Penduduk yang bekerja di bidang industri berkisar 20,76 persen, di bidang bangunan 4,51 persen, di bidang pengangkutan dan perhubungan 10,39 persen, di bidang jasa dan kemasyarakatan 27,57 persen, sedangkan yang bekerja di luar bidang-bidang tersebut 3,57 persen (Tabel II. 7). Dengan memperhatikan angka-angka tersebut, maka tidaklah berlebihan apabila orang mengatakan bahwa kota Surabaya merupakan kota industri dan perdagangan. Bahkan bidang industri dan perdagangan ini setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, sehingga prospeknya pada masa mendatang tentu akan lebih baik lagi.

TABEL II. 7
JENIS MATAPENCAHARIAN PENDUDUK
KOTAMADYA SURABAYA TAHUN 1990

No.	Matapencaharian	Persen
1.	Pertanian	1,39
2.	Industri	20,76
3.	Bangunan	4,51
4.	Perdagangan	31,98
5.	Pengangkutan dan perhubungan	10,39
6.	Jasa kemasyarakatan	27,40
7.	Lain-lain	3,57
Jumlah		100

Sumber : Dokumentasi Hasil-hasil Pelaksanaan Pembangunan Kabupaten/ Kotamadya se Jawa Timur 1990

Penduduk kota Surabaya pada umumnya menganut ajaran agama Islam. Menurut Kantor Departemen Agama Kotamadya Surabaya bahwa penduduk yang menganut ajaran agama tersebut berjumlah 2.942.910 jiwa atau 89,64 persen. Penduduk yang menganut agama Katholik jumlahnya ada 116.578 jiwa atau 3,55 persen, penduduk yang menganut ajaran agama Kristen berjumlah 176.623 jiwa atau 5,38 persen, penduduk yang menganut ajaran agama Hindu jumlahnya ada 29.093 jiwa atau 0,89 persen, sedangkan penduduk yang menganut ajaran agama Budha berjumlah 17.888 jiwa atau 0,54 persen (Tabel II. 8).

TABEL II. 8
BANYAKNYA PEMELUK AGAMA
DI KOTAMADYA SURABAYA TAHUN 1994

No.	Agama	Jumlah	Persen
1.	Islam	2.942.910	89,64
2.	Katholik	116.578	3,55
3.	Kristen	176.623	5,38
4.	Hindu	29.093	0,89
5.	Budha	17.888	0,54
Jumlah		3.283.092	100

Sumber : Kantor Departemen Agama Kotamadya Surabaya

Sementara itu sarana ibadah untuk umat Islam berupa masjid jumlahnya ada 972 buah dan mussola jumlahnya ada 1.677 buah. Sarana ibadah untuk umat Katholik berupa gereja katholik ada 84 buah. Sarana ibadah untuk umat Kristen berupa gereja Kristen ada 215 buah, sarana ibadah untuk umat Hindu berupa pura jumlahnya ada 35 buah, sedangkan sarana ibadah untuk umat Budha berupa Vihara berjumlah 8 buah (Tabe II. 9).

TABEL II. 9
BANYAKNYA TEMPAT IBADAH
DI KOTAMADYA SURABAYA TAHUN 1994

No.	Tempat Ibadah	Persen
1.	Masjid	972
2.	Langgar/mussola	1.677
3.	Gereja Katholik	84
4.	Gereja Kristen	215
5.	Pura	35
6.	Vihara	8

Sumber : Kantor Departemen Agama Kotamadya Surabaya

2.4 Latar Sosial Budaya

Nama Surabaya berasal dari sebuah desa yang letaknya berada di pinggir sungai. Menurut prasasti peninggalan kerajaan Majapahit, di desa tersebut pernah terjadi pertempuran antara dua ekor binatang yang sedang memperebutkan daerah kekuasaan, yaitu Sura (nama sejenis ikan) dan Baya (buaya). Pertempuran ini berakhir dengan matinya kedua binatang tersebut, sehingga dari tempat ini lahirlah sebutan Surabaya, yang sekarang ini menjadi ibu kota Propinsi Jawa Timur.

Di samping sebagai ibu kota Propinsi Jawa Timur, kota Surabaya juga mendapat julukan sebagai kota pahlawan. Hal ini karena pada masa revolusi di kota tersebut pernah terjadi suatu peristiwa penting yang erat kaitannya dengan sejarah berdirinya negara Republik Indonesia. Peristiwa ini berlangsung pada tanggal 10 Nopember 1945.

yaitu ketika "arek-arek Suroboyo" mempertahankan kemerdekaannya dari serangan pasukan Inggris dibawah pimpinan Brigadir Jenderal Mallaby. Untuk mengenang peristiwa tersebut, maka pada setiap tanggal 10 Nopember Pemerintah Republik Indonesia telah menetapkan secara nasional sebagai hari pahlawan. Atas dasar inilah maka julukan kota Surabaya sebagai kota pahlawan diberikan.

Julukan lainnya untuk kota Surabaya adalah sebagai kota Indamardi, yaitu kota industri, perdagangan, maritim, dan kota pendidikan. Julukan ini kiranya tidak berlebihan, karena letak kota Surabaya yang didukung oleh lancarnya arus perhubungan, baik melalui darat, laut maupun udara telah menyebabkan kontak-kontak antar budaya menjadi semakin intensif. Dengan sendirinya, pengaruh-pengaruh budaya luar pun banyak memasuki kehidupan masyarakat kota Surabaya, sehingga menumbuhkan dinamika tersendiri bagi perkembangan masyarakat dan kebudayaannya.

Menurut para ahli, ciri karakteristik kota-kota yang letaknya di pinggir pantai utara Pulau Jawa, seperti kota Surabaya dan daerah lainnya di sepanjang pantai Jawa Timur dahulu merupakan wilayah pertumbukan dan perkembangan agama Islam, sehingga sampai sekarang kebudayaan dan adat-istiadatnya banyak mendapat pengaruh dari kebudayaan Islam.

Schubungan dengan perkembangan agama Islam di Jawa Timur, C. Geertz (1983) mengatakan bahwa penganut agama Islam di Jawa dapat digolongkan menjadi dua golongan, yaitu golongan santri dan abangan. Golongan santri adalah mereka yang menganut agama Islam dan yang dengan tertib melaksanakan ajaran agama Islam sebagai tiang agama, seperti sholat lima waktu, melaksanakan puasa wajib pada bulan Ramadhan, membayar zakat, dan menunaikan ibadah haji. Sedangkan abangan adalah mereka yang mengaku beragama Islam dan percaya adanya Tuhan/Gusti Allah serta Nabi Muhammad atau Kanjeng Nabi Muhammad sebagai utusan Allah, akan tetapi tidak melaksanakan sholat lima waktu, berpuasa wajib, tidak membayar zakat, dan tidak melakukan ibadah haji.

Sungguhpun agama Islam dianut oleh sebagian besar penduduk kota Surabaya, namun demikian sistem kepercayaan asli yang

keberadaannya jauh sebelum agama Islam masuk masih tetap dipertahankan, sehingga melahirkan bentuk-bentuk kepercayaan baru, yaitu terwujudnya Islam Indonesia atas dasar kebudayaan Jawa. Syahnya perkawinan (akhad nikah), sistem pewarisan, perceraian, selamatan dengan bacaan doa-doa Islam adalah merupakan perpaduan antara agama Islam dengan kepercayaan-kepercayaan asli.

Menurut konsep Geertz, agama Islam abangan ini adalah suatu sinkritisme yang seimbang dari kepercayaan berdasarkan pantheon Hinduisme, penghormatan kepada para Nabi/Rasul dan ulama Islam serta kepercayaan kepada roh halus, seperti jin, hantu dan danyang. Pandangan hidupnya didasarkan atas konsep keserasian dan keseimbangan, suatu ciri pandangan Hindu Jawa Kuno. Dari kalangan mereka inilah dikenal suatu pandangan bahwa hidup di dunia adalah sekedar singgah, sedangkan hidup yang lebih abadi berada di seberang kematian, yaitu dunia akherat.

Sementara itu jenis kesenian tradisional yang ada di Jawa Timur umumnya dan di Surabaya pada khususnya adalah tari Ngremo.

Jenis tari ini bisa dibawakan baik oleh penari putra maupun penari putri, sedangkan gaya tarinya pun ada dua macam, yaitu gaya tari putra dan gaya tari putri. Tari Ngremo biasanya dipentaskan dalam pesta-pesta seperti dalam pesta perkawinan, dan selalu merupakan pertunjukan yang paling awal, sehingga bisa ditafsirkan bahwa tarian ini dimaksudkan sebagai tarian penghormatan atau ucapan selamat datang kepada para tamu yang hadir.

Dalam perkembangannya yang sekarang ini tari Ngremo nampaknya juga telah mendapatkan tempat. Di kalangan generasi muda, khususnya para pelajar. Hal ini dapat dilihat pada saat diselenggarakan perayaan hari-hari besar nasional seperti perayaan hari kemerdekaan Republik Indonesia, dimana tarian ini sering dipentaskan secara massal oleh 100 sampai 200 pelajar Surabaya.

Di samping tari Ngremo, jenis kesenian tradisional lainnya adalah Ludruk, yaitu sejenis pertunjukan teater rakyat. Semua pemain ludruk biasanya laki-laki, juga untuk peran wanita dimainkan oleh laki-laki pula. Adapun jumlah pemainnya tergantung dari banyaknya peran dalam lakon atau cerita yang dipentaskan.

Pementasan kesenian ludruk selengkapnya terdiri dari beberapa bagian. Pertama adalah tarian ngremo gaya putra dan putri, tarian ini seakan-akan sudah menjadi keharusan untuk mengawali pertunjukan ludruk dan merupakan bagian yang tidak pernah ditinggalkan. Sehingga ada sementara orang yang menyebutnya sebagai tari ludruk. Kedua adalah lawakan yang dilakukan oleh beberapa pemain, baik dalam peran laki-laki maupun wanita. Bagian ini selalu diawali dengan nyanyian yang disebut kidungan dan diiringi dengan lagu Surabaya. Ketiga adalah kidungan yang dibawakan oleh beberapa orang laki-laki yang berdandan cantik dan luwes mirip wanita sembari berjalan lenggang-lenggok secara erotis. Keempat adalah menginjak pada pementasan lakon yang sebenarnya, yang biasanya dibagi dalam beberapa babak. Pada pergantian babak selalu diselengi dengan kidungan lagi dengan membawakan parikan-parikan sindiran.

Dalam perkembangannya yang sekarang ini cerita kesenian ludruk banyak pula yang mengambil dari cerita-cerita film India atau Indonesia kemudian disusun sebagai lakon baru dalam kesenian ludruk.

Dari aspek bahasa, penduduk kota Surabaya yang sebagian besar terdiri atas orang Jawa, dengan sendirinya bahasa yang dominan dan banyak dipergunakan oleh sebagian besar penduduknya adalah bahasa Jawa Timur. Namun demikian pengaruh dari Madura, yang letaknya tidak begitu jauh dengan kota Surabaya, juga nampak kuat.

Dalam hal hubungan kekerabatan, di Jawa Timur umumnya dan di Surabaya pada khususnya berlaku sistem kekerabatan yang bersifat bilateral. Keluarga berfungsi mengurus segala kepentingan dari semua anggota keluarga, seperti kebutuhan hidup sehari-hari, pendidikan, kebahagiaan, dan sebagainya. Di samping itu, ada pula kelompok-kelompok kekerabatan berdasarkan usia, yaitu kelompok orang tua disebut pinisepuh dan kelompok muda yang disebut nom-noman. Kelompok yang disebut terakhir ini biasanya dibagi atas kelompok laki-laki yang disebut sinoman dan kelompok wanita yang disebut biyada.

Dalam hal perkawinan biasanya merupakan urusan kerabat, tetapi kecenderungan yang terjadi sekarang ini-karena pengaruh pergaulan modern-tidak jarang berlangsungnya suatu perkawinan atas dasar

kehendak mereka sendiri. Keberadaan orang tua biasanya hanya berperan sebagai orang yang dimintai doa restu dan berkewajiban melangsungkan perkawinan tersebut. Namun tidak berarti bahwa berlangsungnya suatu perkawinan atas inisiatif dari kedua mempelai, melainkan dapat pula terjadi karena sebab-sebab lain.

2.5 Karakteristik Sampel

Sebagaimana telah dikemukakan dalam Bab I bahwa Penelitian dan Pengkajian Aspek Kebudayaan Nasional tentang Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional di Kota Surabaya menggunakan 1.000 responden sebagai sampelnya.

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, khususnya tentang bio data responden, dapat diketahui bahwa dari 1.000 responden itu, yang laki-laki berjumlah 434 orang dan wanitanya 566 orang, atau berdasarkan persentasenya, laki-laki 43,4 persen, sedangkan wanitanya 56,6 persen (tabel II. 10).

TABEL II. 10
JENIS KELAMIN RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Laki-laki	434	43,4
2.	Perempuan	566	56,6
Jumlah		1000	100

Apabila dilihat dari variasi umur responden, jumlah yang terbesar adalah pelajar SMU dan SMK berumur 17 tahun, mereka ini jumlahnya ada 435 orang atau 43,5 persen. Urutan kedua adalah pelajar SMU dan SMK berumur 16 tahun, jumlah mereka ada 259 orang atau 25,9 persen. Kedua kelompok umur ini pada umumnya duduk di kelas dua. Adapun pelajar yang duduk di kelas tiga biasanya telah berumur 18 tahun, sedangkan pelajar usia ini jumlahnya ada 218 orang atau 21,8 persen (tabel II. 11).

TABEL II. 11
UMUR RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	15 tahun	43	4,3
2.	16 tahun	259	25,9
3.	17 tahun	435	43,5
4.	18 tahun	218	21,8
5.	19 tahun	38	3,8
6.	20 tahun	7	0,7
Jumlah		1000	100

Dari 1000 orang responden tersebut di atas pada umumnya mempunyai saudara kandung yang jumlahnya bervariasi, yaitu antara satu sampai sebelas orang. Dari tabel II. 12 dapat dilihat bahwa angka yang tertinggi adalah responden yang mempunyai dua saudara kandung, yaitu mencapai 322 orang atau 32,2 persen. Urutan kedua adalah responden yang mempunyai tiga saudara kandung, yakni mencapai 237 orang atau 23,7 persen. Adapun responden yang tidak memiliki saudara kandung jumlahnya ada 37 orang atau 3,7 persen.

TABEL II. 12
JUMLAH SAUDARA KANDUNG RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak memiliki saudara kandung	37	3,7
2.	1 orang	152	15,2
3.	2 orang	322	32,2
4.	3 orang	237	23,7
5.	4 orang	116	11,6
6.	5 orang	62	6,2
7.	6 orang	34	3,4
8.	7 orang	22	2,2
9.	8 orang	11	1,1
10.	9 orang	3	0,3
11.	10 orang	3	0,3
12.	11 orang	1	0,1
Jumlah		1000	100

Mengenai peringkat responden di kelas, jumlah responden yang menduduki peringkat pertama di kelasnya ada 39 orang atau 3,9 persen. Peringkat kedua berjumlah 33 orang atau 3,3 persen, sedangkan responden yang tidak memiliki peringkat kelas ada 526 orang atau 52,6 persen (tabel II. 13).

TABEL II. 13
PERINGKAT RESPONDEN DI KELAS

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak ada peringkat	526	52,6
2.	Peringkat 1	39	3,9
3.	Peringkat 2	33	3,3
4.	Peringkat 3	63	6,3
5.	Peringkat 4	54	5,4
6.	Peringkat 5	50	5
7.	Peringkat 6	51	5,1
8.	Peringkat 7	50	5
9.	Peringkat 8	40	4
10.	Peringkat 9	38	3,8
11.	Peringkat 10	56	5,6
Jumlah		1000	100

Jenis pekerjaan ayah responden pada umumnya bekerja di swasta. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa responden yang ayahnya bekerja di swasta jumlahnya ada 425 orang atau 42,5 persen. Responden yang ayahnya bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 155 orang atau 15,5 persen, sedangkan responden yang ayahnya bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil jumlahnya ada 95 orang atau 9,5 persen. Adapun mengenai pekerjaan ayah responden secara terperinci dapat dilihat dalam tabel II. 14.

TABEL II. 14
PEKERJAAN AYAH RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Pengawai Negeri Sipil	95	9,5
2.	Dosen/Guru		
3.	ABRI	30	3
4.	BUMN	38	3,8
5.	Dokter	10	1
6.	Swasta	425	42,5
7.	Wiraswasta	155	15,5
8.	Pedagang	25	2,5
9.	Pendeta	2	0,2
10.	Sopir	35	3,5
11.	Satpam	15	1,5
12.	Petani	26	2,6
13.	Buruh	15	1,5
14.	Purnakarya	36	3,6
15.	Tidak bekeja	32	2,3
16.	Tidak menjawab	31	3.1
Jumlah		1000	100

Di samping itu, sebagai responden juga menyatakan bahwa ibu mereka juga bekerja di luar rumah tangga. Dari tabel II. 15 terlihat bahwa responden yang mengatakan ibunya bekerja sebagai wiraswasta jumlahnya ada 106 orang atau 10,8 persen, sedangkan yang bekerja di swasta berjumlah 76 orang atau 7,6 persen. Sungguhpun demikian, sebagian besar responden, yakni 725 orang atau 72,5 persen menyatakan bahwa ibu mereka tidak bekerja di luar rumah tangga.

TABEL II. 15
PEKERJAAN IBU RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak bekerja (IRT)	725	72,5
2.	Pegawai Negeri Sipil	36	3,6
3.	Swasta	76	7,6
4.	Wiraswasta	106	10,6
5.	BUMN	7	0,7
6.	Dosen/Guru	17	1,7
8.	Apoteker	2	0,2
9.	Bidan	1	0,1
10.	Perawat	1	0,1
11.	Tidak menjawab	26	2,6
Jawab		1000	100

Sementara itu mengingat sampel penelitian ini adalah para pelajar, maka setiap siswa pada saat-saat liburan biasanya pergi ke suatu tempat untuk berlibur. Adapun tempat tujuan responden berlibur pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua tujuan, yaitu pergi ke luar dan dalam kota. Responden yang pada saat liburan pergi ke luar kota berjumlah 232 orang atau 23,2 persen, sedangkan yang perlu ke dalam kota jumlahnya ada 76 orang atau 76,8 persen (tabel II. 16).

TABEL II. 16
TEMPAT TUJUAN RESPONDEN BERLIBUR

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Dalam kota	768	76,8
2.	Luar kota	232	23,2
Jumlah		1000	100

Adapun mengenai kendaraan bermotor yang dimiliki responden berdasarkan tabel II. 17 dapat dikemukakan sebagai berikut : responden yang hanya memiliki motor saja jumlahnya ada 406 orang atau 40,6 persen; responden yang hanya memiliki mobil saja berjumlah 94 orang atau 9,4 persen; responden yang memiliki motor dan mobil jumlahnya ada 260 orang atau 26 persen sedangkan responden yang tidak memiliki motor dan mobil berjumlah 230 orang atau 23 persen.

TABEL II. 17
KENDARAAN BERMOTOR MILIK RESPONDEN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak memiliki kendaraan	230	23
2.	Memiliki motor	406	40,6
3.	Memiliki mobil	94	9,4
4.	Memiliki motor dan mobil	260	26
Jumlah		1000	100

BAB III

MEDIA KOMUNIKASI

3.1 Media Komunikasi yang Digunakan Generasi Muda

Munculnya media komunikasi dalam kehidupan manusia menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses memperoleh informasi yang bersifat massa dan cepat. Sementara itu globalisasi informasi dalam setiap media massa dapat melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan nilai-nilai sosial dan budaya manusia.

Untuk itu maka kehadiran media komunikasi yang terdiri dari media cetak dan media elektronik menjadi penting artinya bagi masyarakat untuk memantau dirinya dalam kehidupan sosial. Pemantauan ini bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap terhadap ideologi tertentu. Hal ini tergantung bagaimana kesiapan masyarakat sendiri untuk menghadapi komunikasi tersebut. Di sini, faktor pendidikan merupakan filter dan tolak ukur untuk memantau sampai sejauh mana informasi tersebut benar-benar memiliki arti penting bagi kehidupan masyarakat secara moral maupun edukasi.

Kehadiran media cetak yang terdiri dari surat kabar, tabloid, majalah, dan komik serta media elektronik yang terdiri dari radio, televisi dan film bioskop, apabila kurang tepat penggunaannya dapat membawa dampak negatif dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Di samping itu, keberadaan televisi sebagai

media yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan radio, tampaknya mampu memberikan nilai yang spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup masyarakat dewasa ini.

Tidak terkecuali dengan generasi muda yang ada di kotamadya Surabaya yang menjadi daerah penelitian ini. Dalam memanfaatkan media komunikasi, mereka juga menggunakan media cetak dan media elektronika. Bagaimana frekwensi penggunaan masing-masing media itu akan diuraikan seperti di bawah ini.

3.1.1 Media Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu media cetak yang sebagian besar digunakan oleh masyarakat dari semua lapisan, termasuk kelompok generasi muda. Barangkali hal ini karena surat kabar mudah diperoleh, baik dengan cara membeli secara eceran maupun dengan berlangganan setiap hari. Di samping itu, harga surat kabar relatif murah sehingga mudah dijangkau dan pembaca bebas menentukan surat kabar apa yang ingin mereka beli, apakah itu surat kabar terbitan lokal daerahnya atau surat kabar terbitan ibukota.

Alasan lainnya yang mendorong masyarakat memanfaatkan media surat kabar sebagai sarana untuk mendapatkan informasi adalah karena surat kabar mengetengahkan berita-berita yang aktual, baik yang menyangkut tentang informasi politik, sosial, ekonomi, dan budaya. Biasanya setiap lapisan masyarakat akan memilih atau menentukan surat kabar apa yang ingin dibacanya sesuai dengan kebutuhannya saat itu, baik bagi mereka yang sudah bekerja, belum bekerja maupun mereka yang masih mengenyam pendidikan di sekolah-sekolah. Tidak terkecuali dengan para pelajar Sekolah Menengah Umum (SMU) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang mewakili generasi muda Kotamadya Surabaya.

Dengan memperhatikan Tabel III. 1 tentang kebiasaan membaca surat kabar terlihat bahwa kebiasaan membaca surat kabar bagi pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya berbeda-beda. Dari enam pilihan yang ada pada kolom tabel, mereka yang membaca surat kabar setiap hari adalah kelompok yang paling dominan. Jumlah mereka yang membaca surat kabar setiap hari ini hampir mendekati separoh

TABEL III. 1
KEBIASAAN MEMBACA SURAT KABAR

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Hampir tidak pernah	105	10,5
2.	Sekitar sebulan sekali	42	4,2
3.	Sekitar seminggu sekali	158	15,8
4.	2 - 3 kali seminggu	166	16,6
5.	4 - 5 kali seminggu	113	11,3
6.	Setiap hari	416	41,6
Jumlah		1000	100

dari seluruh responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yaitu mencapai 416 orang (41,6 persen). Sedangkan pelajar yang membaca surat kabar dua sampai tiga kali seminggu jumlahnya juga cukup banyak, yakni mencapai 166 orang (16,6 persen). Demikian pula pelajar yang mempunyai kebiasaan membaca surat kabar satu kali dalam seminggu, jumlah mereka hampir mendekati pembaca surat kabar dua sampai tiga kali seminggu, yaitu mencapai 15 orang (1,5 persen). Bagi pelajar yang agak sering membaca surat kabar (empat sampai lima kali seminggu) berjumlah 113 orang (11,3 persen). Di samping itu, para pelajar yang jarang sekali membaca surat kabar (satu bulan sekali) hanya ada 42 orang (4,2 persen). Selain pelajar yang setiap hari membaca surat kabar, sering, dan agak sering membaca surat kabar, ada pula kelompok pelajar yang tidak pernah membaca surat kabar. Mereka ini jumlahnya ada 105 orang (10,5 persen) dan merupakan jumlah yang cukup banyak. Namun demikian apabila dibandingkan dengan kelompok pelajar yang mempunyai kebiasaan membaca surat kabar setiap hari jumlah ini hanya mencapai seperempatnya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas dapat dilihat bahwa 41,6 persen pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya menggunakan surat kabar yang merupakan media pandang cetak sebagai sumber informasi aktual guna memperluas pengetahuan mereka.

3.1.2 Komik

Bagi pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya, media cetak berupa komik agaknya kurang diminati, karena hampir separuh dari seluruh responden yang menjadi penelitian ini menyatakan tidak pernah membaca komik.

Dari Tabel III. 2 terlihat bahwa pelajar yang menyatakan membaca komik setiap hari hanya ada 38 orang (3,8 persen). Pelajar yang sering membaca komik berjumlah 124 orang (12,4 persen), jumlah ini terdiri dari 84 orang (8,4 persen) membaca komik dua sampai tiga kali seminggu dan 40 orang (4 persen) membaca komik empat sampai lima kali seminggu.

TABEL III. 2
KEBIASAAN MEMBACA KOMIK

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Hampir tidak pernah	497	49,7
2.	Sekitar sebulan sekali	180	18
3.	Sekitar seminggu sekali	158	15,8
4.	2 - 3 kali seminggu	84	8,4
5.	4 - 5 kali seminggu	40	4
6.	Setiap hari	38	3,8
7.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

Di samping hanya sebagian kecil yang senang membaca komik, ada pula pelajar yang menyatakan jarang sekali membaca komik, yaitu hanya sekali dalam satu bulan. Mereka ini jumlahnya mencapai 180 orang (18 persen), sedangkan yang suka membaca komik, walaupun hanya sekitar seminggu sekali berjumlah 158 orang (15,8 persen).

Selain kelima pilihan tersebut di atas, ada satu kelompok pelajar lagi yang tidak pernah membaca komik, yang jumlahnya mencapai 497 orang (49,7 persen). Mereka ini adalah kelompok yang jumlahnya paling dominan, karena hampir mendekati separoh dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian ini.

Kelompok dominan yang hampir tidak pernah membaca komik ini barangkali disebabkan bacaan komik dianggap kurang menarik, sedangkan bagi kelompok pelajar yang tidak suka membaca komik, jangankan disuruh membaca, melihat-lihat secara selintas saja mereka kurang berminat. Padahal komik merupakan bacaan ringan untuk menghilangkan beban pikiran sementara dari rutinitas kerja sehari-hari. Sungguhpun komik merupakan bacaan ringan, akan tetapi sebenarnya ada pula komik yang mengandung unsur positif, seperti pendidikan, dan sebagainya.

3.1.3 Majalah

Sebagai salah satu media cetak pandang bergambar, majalah merupakan media komunikasi yang cukup digemari oleh generasi muda, khususnya pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya. Bagaimana para pelajar SMU dan SMK tersebut membiasakan diri mendapatkan informasi dari majalah, dapat dilihat dari Tabel III.3.

TABEL III. 3
KEBIASAAN MEMBACA MAJALAH

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Hampir tidak pernah	184	18,4
2.	Sekitar sebulan sekali	309	30,9
3.	Sekitar seminggu sekali	260	26
4.	2 - 3 kali seminggu	148	14,8
5.	4 - 5 kali seminggu	38	3,8
6.	Setiap hari	57	5,7
7.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Berdasarkan tabel tersebut maka kelompok pelajar yang paling mendominasi adalah mereka yang mempunyai kebiasaan membaca majalah sekitar satu bulan sekali, jumlah mereka mencapai 309 orang (30,9 persen). Kelompok pelajar yang mempunyai kebiasaan membaca majalah sekitar seminggu sekali berjumlah ada 260 orang (26 persen).

Di samping banyak yang gemar membaca majalah-walaupun hanya sekitar sebulan sekali atau seminggu sekali - kelompok pelajar yang senang membaca majalah dan lebih sering frekwensinya (sekitar dua sampai tiga kali seminggu) berjumlah 148 orang (14,8 persen). Kelompok pelajar yang mempunyai kebiasaan membaca majalah empat sampai lima kali seminggu jumlahnya ada 38 orang (3,8 persen). Selain itu ada pula kelompok pelajar yang paling gemar sekali membaca majalah, yaitu mereka yang setiap hari membaca majalah, yang jumlahnya mencapai 57 orang (5,7 persen). Sedangkan kelompok pelajar yang hampir tidak membaca majalah jumlahnya sekitar 184 orang (18,4 persen).

Di samping kelompok pelajar yang memilih enam jawaban sebagaimana terurai di atas, ada pula kelompok pelajar yang tidak memberikan jawaban apapun. Mereka ini jumlahnya hanya 4 orang (0,4 persen), dan merupakan kelompok minoritas.

Bagi mereka yang suka membaca majalah - walaupun frekwensinya tidak tetap - cara mendapatkan media tersebut bermacam-macam, di antaranya ada yang orang tuanya memang berlangganan majalah dan ada yang membeli eceran setiap kali terbit. Di samping itu, ada pula yang membaca majalah dengan cara meminjam atau tukar menukar membaca dengan teman di sekolah.

3.1.4 Radio

Radio merupakan salah satu media komunikasi yang sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk generasi muda. Hal ini karena radio merupakan salah satu media komunikasi yang sangat efisien yang dapat mengirimkan pesan pada sejumlah komunikan dalam waktu yang bersamaan.

Bagi generasi muda di Kotamadya Surabaya, khususnya pelajar SMU dan SMK, frekwensi mendengarkan radio pada setiap harinya tampaknya sangat beragam. Hal ini terlihat dari angka-angka yang terdapat dalam Tabel III. 4. Bagi kelompok pelajar yang gemar mendengarkan radio, dalam sehari waktunya bisa lebih dari lima jam, sedangkan bagi mereka yang kurang senang mendengarkan radio, dalam sehari boleh dikata tidak pernah mendengarkan radio. Adapun mengenai

frekwensi para pelajar dalam mendengarkan radio sehari-harinya berdasarkan Tabel III. 4 dapat dikemukakan seperti berikut ini.

TABEL III. 4
KEBIASAAN MENDENGARKAN RADIO

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak mendengarkan radio	111	11,1
2.	Kurang dari sejam sehari	170	17
3.	Sekitar 1 - 2 jam sehari	373	37,3
4.	Sekitar 3 - 4 jam sehari	230	23
5.	Sekitar 5 jam lebih sehari	116	11,6
Jumlah		1000	100

Menurut tabel tersebut, kebiasaan mendengarkan radio yang dilakukan oleh responden sehari-hari frekwensinya berbeda-beda. Para pelajar yang paling banyak mendengarkan radio dalam sehari adalah satu sampai dua jam, yaitu berjumlah 373 orang (37,3 persen). Mereka yang mendengarkan radio dalam satu hari tiga sampai empat jam jumlahnya juga cukup banyak, yaitu mencapai 230 orang (23 persen). Demikian pula dengan kelompok pelajar yang mempunyai kegemaran mendengarkan radio sampai lima jam lebih sehari, mereka ini jumlahnya mencapai 116 orang (11,6 persen).

Apabila diperhatikan jumlah kelompok pelajar yang sangat gemar mendengarkan radio (sekitar lima jam lebih sehari) dengan kelompok pelajar yang tidak suka mendengarkan radio maka jumlahnya hampir sama, yaitu hanya berbeda 0,5 persen saja, dan ternyata masih lebih tinggi kelompok pelajar yang sangat gemar mendengarkan radio.

Dari data kuesioner ternyata mengenai jenis-jenis program siaran radio tidak terjaring, tetapi dari hasil wawancara dengan para informan pada umumnya mengatakan bahwa mereka mendengarkan radio karena acara musik atau lagu-lagu yang diputarkan di radio dapat diminta oleh pendengar melalui kontak pendengar. Alasan lainnya dari kelompok pelajar yang mendengarkan radio sekitar lima jam lebih dalam sehari

karena pada saat itu mereka sedang tidak ada tugas atau pekerjaan rumah. Di samping itu, ada juga sebagian kecil yang menjawab bahwa mendengarkan radio sambil mengerjakan pekerjaan rumah adalah hal yang menyenangkan. Sungguhpun demikian, sebagian besar responden mengatakan bahwa mereka mendengarkan radio terutama acara musik atau lagu-lagu pada saat mereka pulang dari sekolah.

3.1.5 Film di Bioskop

Film yang diputar di bioskop merupakan wadah komunikasi berupa media elektronika yang sudah cukup lama dikenal masyarakat. Pada akhir-akhir ini menonton film di bioskop tampaknya kurang menarik minat generasi muda, khususnya pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya. Untuk mengetahui sampai sejauh mana frekwensi mereka menonton film di bioskop, dapat dilihat dalam Tabel III. 5.

TABEL III. 5
KEBIASAAN MENONTON FILM BIOSKOP

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak pernah	299	29,9
2.	Sekitar 1 - 2 kali setahun	110	11
3.	Beberapa kali setahun	217	21,7
4.	Sekitar sebulan sekali	239	23,9
5.	Beberapa kali dalam sebulan	135	13,5
Jumlah		1000	100

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah responden yang paling mendominasi adalah kelompok pelajar yang tidak pernah menonton film di bioskop, yakni mencapai 299 orang (29,9 persen). Sedangkan mereka yang jarang menonton film di bioskop berjumlah 327 orang (32,7 persen). Jumlah ini terdiri dari 217 orang (21,7 persen) menonton beberapa kali dalam setahun dan 110 orang (11 persen) hanya menonton sekitar satu sampai dua kali setahun.

Di samping banyak kelompok pelajar yang jarang menonton film di bioskop, banyak pula kelompok pelajar yang suka menonton,

walaupun hanya sekitar sebulan sekali. Mereka ini jumlahnya mencapai 239 orang (23,9 persen), sedangkan mereka yang gemar menonton jumlahnya juga cukup banyak, yaitu mencapai 135 orang (13,5 persen), mereka ini menonton beberapa kali dalam sebulan.

Bagi mereka yang jarang menonton film di bioskop kemungkinan di rumahnya mempunyai video atau laser disc, sehingga tidak perlu lagi membuang waktu ke luar rumah untuk menonton film di bioskop. Bahkan mereka yang menonton video atau laser disc ini juga dapat dilakukan dengan teman-temannya di rumah.

3.1.6 Televisi

Keberadaan media televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, sebagaimana ketika pertama kali ada. Kini, media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi. Dengan kata lain, informasi sudah merupakan bagian dari hak manusia untuk aktualitas diri.

Perkembangan pertelevisian di Indonesia sangat pesat, terbukti dengan bermunculannya televisi swasta dibarengi deregulasi pertelevisian Indonesia oleh pemerintah sejak tanggal 24 Agustus 1990. Ada berbagai alternatif tontonan melalui media televisi bagi masyarakat Indonesia saat ini, diantaranya : TVRI, TVRI Programa 2, RCTI, SCTV, TPI, AN-TV, dan IVM (Indosiar Visual Mandiri). Dalam kaitannya dengan alternatif tontonan siaran televisi inilah pemirsa bebas memilih acara dari masing-masing stasiun televisi sesuai dengan keinginannya.

Mengenai frekwensi menonton televisi bergantung pada waktu yang ada, apakah itu pada hari-hari biasa (kerja) atau pada hari libur. Namun biasanya pada saat hari kerja waktu yang digunakan untuk menonton televisi agak terbatas jika dibandingkan dengan saat hari libur. Bagaimana para pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya memanfaatkan waktu untuk menonton televisi pada hari-hari biasa (kerja) dapat dilihat pada Tabel III. 6.

Menurut tabel tersebut, kelompok pelajar SMU dan SMK yang tidak pernah menonton televisi berjumlah 28 orang (2,8 persen), dan

TABEL III. 6
KEBIASAAN MENONTON TELEVISI PADA HARI-HARI
BIASA (KERJA)

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak pernah menonton TV	28	2,8
2.	Kurang dari sejam sehari	66	6,6
3.	1 - 2 jam sehari	369	36,9
4.	3 - 4 jam sehari	395	39,5
5.	5 jam lebih sehari	139	13,9
6.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

merupakan kelompok minoritas dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian ini. Demikian pula dengan mereka yang menonton kurang dari sejam sehari yang jumlahnya hanya mencapai 66 orang (6,6 persen).

Kelompok pelajar yang senang menonton televisi jumlahnya mencapai 903 orang, yang terdiri dari 139 orang (13,9 persen) menonton televisi lebih dari lima jam sehari, 395 orang (39,5 persen) menonton televisi tiga sampai empat jam sehari, dan 369 orang (36,9 persen) menonton televisi hanya satu sampai dua jam sehari.

Berdasarkan data yang telah diungkapkan di atas, tampak bahwa animo para pelajar dalam menikmati acara-acara yang disajikan oleh televisi, sesuai dengan acara-acara kegemaran mereka cukup besar. Adapun acara-acara yang biasanya mereka tonton adalah siaran berita yang ditayangkan pukul 17.00 WIB. dan dunia dalam berita yang ditayangkan pukul 21.00 WIB. Menurut alasan mereka, karena acara tersebut dapat memperluas cakrawala pengetahuan, baik secara nasional maupun internasional.

Kegemaran menonton televisi ini tidak hanya terbatas pada TVRI dan stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia, melainkan - bagi mereka yang mempunyai parabola - juga dapat menonton acara televisi luar negeri, seperti CNN, MTV, dan sebagainya. Sehingga dapat

menambah wawasan pengetahuan yang tidak saja dengan menonton film-film yang mengandung unsur pendidikan, tetapi juga berita-berita aktual sebagai tambahan media informasi.

Berbeda dengan menonton televisi pada hari-hari biasa (kerja), frekwensi menonton televisi pada hari-hari libur cenderung lebih banyak. Jumlah kelompok pelajar yang menonton televisi lebih dari lima jam sehari cukup mendominasi, yaitu hampir mendekati separoh dari seluruh responden. Selanjutnya, disusul oleh kelompok pelajar yang menonton televisi tiga sampai empat jam sehari. Di samping itu, ada pula sekelompok kecil dari mereka yang menyatakan tidak memanfaatkan televisi pada hari libur. Adapun mengenai kebiasaan menonton televisi pada hari libur secara rinci dapat dilihat pada Tabel III. 7.

TABEL III. 7
KEBIASAAN MENONTON TELEVISI PADA HARI LIBUR

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tidak pernah menonton TV	18	1,8
2.	Kurang dari sejam sehari	14	1,4
3.	1 - 2 jam sehari	116	11,6
4.	3 - 4 jam sehari	370	37
5.	5 jam lebih sehari	479	47,9
Jumlah		1000	100

Dengan memperhatikan tabel tersebut, maka kelompok pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya pada saat hari libur sebagian besar menghabiskan waktunya untuk menonton televisi lebih dari lima jam sehari. Mereka ini jumlahnya mencapai 479 orang (47,9 persen) dari jumlah responden secara keseluruhan, dan merupakan jawaban mayoritas dari kelima jawaban pilihan. Sementara itu bagi kelompok pelajar yang menghabiskan waktunya pada hari libur untuk menonton televisi tiga sampai empat jam sehari jumlahnya mencapai 370 orang (37 persen), sedangkan mereka yang menonton televisi hanya satu sampai dua jam sehari berjumlah 116 orang (11,6 persen).

Di samping ketiga kelompok yang disebut di atas, masih ada dua kelompok lagi yang jumlahnya minoritas, yaitu kelompok pelajar yang hanya menghabiskan waktu di depan televisi kurang dari sejam sehari dan kelompok pelajar yang tidak pernah menonton televisi, yang masing-masing berjumlah 14 orang (1,4 persen) dan 18 orang (1,8 persen).

Kelompok pelajar yang menyatakan tidak pernah menonton televisi pada hari libur, biasanya mereka mempunyai kegiatan lain, seperti pergi dengan orang atau keluarga untuk mengunjungi saudara dan rekreasi atau sekedar jalan-jalan, baik di dalam kota maupun di luar kota. Demikian pula halnya dengan kelompok minoritas yang menonton televisi kurang dari sejam sehari, biasanya mereka hanya menonton siaran berita atau dunia dalam berita yang mereka anggap penting untuk ditonton sebagai sumber informasi dalam dan luar negeri.

Adapun bagi mereka yang banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi biasanya karena tidak mempunyai acara kemana-mana atau hanya tinggal di rumah saja. Walaupun mereka pergi ke luar rumah tetapi hanya untuk sekedar mengunjungi teman atau jalan-jalan yang sifatnya hanya menghabiskan waktu sebentar saja, setelah kembali ke rumah biasanya mereka akan menonton televisi lagi.

3.2 Program Siaran Televisi yang Disukai Generasi Muda

Apabila diperhatikan data yang ada maka tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar minat dan perhatian para pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya dalam mendayagunakan pesawat televisi sebagai media pandang merupakan salah satu sumber informasi ilmiah, budaya dan sebagai media hiburan. Dalam konteks inilah maka perlu dikemukakan tentang jenis-jenis program siaran televisi yang digemari generasi muda di Kotamadya Surabaya. Masih dalam kaitannya dengan acara atau programa yang disukai, maka uraian berikut ini akan mendiskripsikan kebiasaan para pelajar SMU dan SMK yang mewakili generasi muda di Kotamadya Surabaya dalam menonton acara atau programa televisi yang ditayangkan setiap hari.

3.2.1 Kebiasaan Menonton Film Kartun

Berdasarkan data lapangan dalam kuesioner menunjukkan bahwa generasi muda di Kotamadya Surabaya kurang berminat pada tayangan film kartun. Hal ini terlihat dari Tabel III. 8, dimana kelompok pelajar yang hampir tidak pernah menonton film kartun sebanyak 310 orang (31 persen), dan hampir mendekati sepertiga dari jumlah responden secara keseluruhan.

TABEL III. 8
KEBIASAAN MENONTON FILM KARTUN

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	85	8,5
2.	Sekitar satu program sehari	146	14,6
3.	Beberapa kali dalam seminggu	281	28,1
4.	Beberapa kali dalam sebulan	174	17,4
5.	Hampir tidak pernah menonton	310	31
6.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Kelompok pelajar yang pernah menonton film kartun, walaupun hanya beberapa kali dalam sebulan sebanyak 174 orang (17,4 persen). Hal ini mungkin disebabkan sebagian kecil generasi muda beranggapan bahwa film kartun kurang pantas ditonton oleh orang seusianya. Dengan kata lain, film kartun hanya pantas ditonton oleh anak-anak usia Sekolah Dasar.

Sungguhpun demikian, sebagian besar pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya sebenarnya juga gemar menonton film kartun, walaupun frekwensinya tidak tentu, misalnya saja ada yang menonton film tersebut beberapa kali dalam seminggu, jumlah mereka sebanyak 21 orang (2,1 persen). Demikian pula dengan kelompok pelajar yang menyempatkan diri menonton film kartun sekitar satu program sehari, jumlah mereka mencapai 146 orang (14,6 persen).

Di samping banyak yang menonton film kartun - walaupun frekwensinya jarang - ternyata yang gemar menonton film kartun sampai

beberapa program sehari jumlahnya juga cukup banyak, yaitu mencapai 85 orang (8,5 persen) dari jumlah responden secara keseluruhan. Bagi mereka yang menggemari film kartun ini karena menganggap filmnya lucu dan tidak perlu banyak berfikir untuk mengikuti jalan ceritanya karena memang ditujukan kepada anak-anak.

3.2.2 Kebiasaan Menonton Opera Sabun

Pada tabel sebelumnya, yaitu Tabel III. 8 telah dikemukakan bahwa jumlah mereka yang tidak pernah menonton film kartun cukup banyak, tetapi ternyata yang tidak berminat pada tayangan opera sabun jumlahnya lebih banyak lagi, yaitu mencapai 463 orang (46,3 persen). Barangkali hal ini karena opera sabun ditayangkan pada saat mereka sedang belajar di sekolah dari pagi hari sampai dengan siang hari, bahkan bagi pelajar yang mengikuti pelajaran ekstra kurikuler bisa pulang sampai sore hari, sehingga tidak ada kesempatan lagi untuk menonton opera sabun. Sedangkan opera sabun yang ditayangkan pada siang sampai dengan sore hari waktunya bertepatan untuk mereka gunakan beristirahat setelah pulang dari sekolah. Hal ini yang mendorong mereka untuk tidak menonton karena memang kurang menyukai acara tersebut. Adapun mengenai frekwensi pelajar dalam menonton opera sabun secara terperinci dapat dilihat dalam Tabel III. 9.

TABEL III. 9
KEBIASAAN MENONTON OPERA SABUN (SOAP OPERA)

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	85	8,5
2.	Sekitar satu program sehari	146	14,6
3.	Beberapa kali dalam seminggu	281	28,1
4.	Beberapa kali dalam sebulan	174	17,4
5.	Hampir tidak pernah menonton	310	31
6.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

3.2.3 Kebiasaan Menonton Film Action

Berbeda dengan tabel sebelumnya, yaitu mengenai kebiasaan menonton film kartun dan film opera sabun, menurut Tabel III. 10 yang memuat informasi tentang kebiasaan menonton film action di televisi menunjukkan bahwa minat pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya sangat besar. Minat terhadap film action ini jumlahnya mencapai 916 orang (91,6 persen), walaupun frekwensinya berbeda-beda.

TABEL III. 10
KEBIASAAN MENONTON FILM ACTION DI TELEVISI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	176	17,6
2.	Sekitar satu program sehari	280	2
3.	Beberapa kali dalam seminggu	292	29,2
4.	Beberapa kali dalam sebulan	168	16,8
5.	Hampir tidak pernah menonton	81	8,1
6.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

Berdasarkan data yang tertera dalam tabel tersebut di atas, jumlah kelompok minoritas adalah mereka yang hampir tidak pernah menonton film action di layar kaca atau termasuk mereka yang tidak suka menonton film action. Di samping ada kelompok minoritas, ada pula kelompok mayoritas dalam menjawab pilihan, yaitu mereka yang dalam seminggu bisa beberapa kali menonton film action. Jumlah mereka cukup besar, yaitu mencapai 292 orang (29,2 persen).

Selain dua kelompok pilihan yang sudah disebut di atas ternyata masih ada tiga kelompok pilihan lagi, yaitu termasuk mereka yang menyukai film action dengan frekwensi yang berbeda. Kelompok tersebut adalah sebagai berikut : mereka yang menonton film action satu program sehari berjumlah 280 orang (28 persen), mereka yang jarang menonton tapi menyukai walaupun hanya beberapa kali dalam

sebulan berjumlah 168 orang (16, 8 persen). Satu kelompok lagi yang sangat gemar sekali menonton film action, yaitu sampai beberapa program sehari. Mereka ini ternyata jumlahnya cukup besar, yakni mencapai 176 orang (17,6 persen).

3.2.4 Kebiasaan Menonton Olah Raga

Menonton acara olah raga di televisi rupanya kurang diminati oleh generasi muda di Kotamadya Surabaya, khususnya bagi pelajar SMU dan SMK. Jumlah pelajar SMU dan SMK hampir tidak pernah menonton acara olah raga berjumlah 299 orang (29,9 persen). Sebaliknya, selain banyak yang tidak minat, ternyata banyak pula kelompok pelajar yang suka menonton, walaupun hanya kadang kala. Adapun minat generasi muda yang diwakili pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya terhadap acara olah raga dengan frekwensi menonton dapat dilihat pada Tabel III. 11.

TABEL III. 11
KEBIASAAN MENONTON ACARA OLAH RAGA DI TELEVISI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	63	6,3
2.	Sekitar satu program sehari	203	20,3
3.	Beberapa kali dalam seminggu	228	22,8
4.	Beberapa kali dalam sebulan	206	20,6
5.	Hampir tidak pernah menonton	299	29,9
6.	Tidak menjawab	1	0,1
Jumlah		1000	100

Dari tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa frekwensi jumlah masing-masing kelompok yang suka menonton acara olah raga tidak terlalu berbeda dengan jumlah mereka yang tidak pernah menonton acara olah raga di televisi. Jumlah mereka yang rutin menonton satu program sehari adalah 203 orang (20,3 persen), sedangkan yang menyukai olah raga namun hanya beberapa kali dalam seminggu

berjumlah 228 orang (22,8 persen). Jawaban ini merupakan jawaban terbanyak dari mereka yang menyukai acara olah raga. Bagi mereka yang suka program atau acara olah raga tapi jarang menonton, yaitu hanya beberapa kali dalam sebulan berjumlah 206 orang (20,6 persen).

Di samping itu, ada sekitar 63 orang (6,3 persen) yang sangat menyukai acara olah raga sampai beberapa program sehari. Apabila dibandingkan dengan jawaban-jawaban kelompok pelajar yang lainnya, jumlah kelompok pelajar yang sangat menyukai acara olah raga ini merupakan kelompok minoritas.

Bagi kelompok pelajar yang menyukai acara olah raga, biasanya mereka menonton acara olah raga yang paling digemari seperti sepak bola atau olah raga lainnya yang menjadi kegemarannya. Bahkan tidak jarang kelompok pelajar yang mempunyai kegemaran menonton acara olah raga ini mempunyai tokoh idola dari cabang olah raga yang diminati tersebut.

3.2.5 Kebiasaan Menonton Acara Musik

Berbeda dengan acara olah raga, acara musik tampaknya banyak diminati oleh generasi muda di Kotamadya Surabaya. Sehingga tidaklah mengherankan apabila ada kelompok pelajar yang menonton acara ini sampai beberapa program sehari. Kebiasaan generasi muda menonton acara musik di televisi dengan frekwensinya dapat dilihat dalam Tabel III. 12.

TABEL III. 12
KEBIASAAN MENONTON ACARA MUSIK DI TELEVISI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	342	34,2
2.	Sekitar satu program sehari	253	25,3
3.	Beberapa kali dalam seminggu	228	22,8
4.	Beberapa kali dalam sebulan	129	12,9
5.	Hampir tidak pernah menonton	45	4,5
6.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

Menurut data yang tertera dalam tabel tersebut, ada sekitar 95,2 persen generasi muda yang menyukai acara musik di televisi, sedangkan 4,5 persen menyatakan hampir tidak pernah menonton acara musik di televisi. Adapun responden yang tidak ada jawaban suka atau tidaknya relatif sangat kecil, yaitu mencapai 0,3 persen.

Dari kelima pilihan jawaban yang ada, jawaban yang paling mendominasi adalah mereka yang gemar sekali musik dengan cara menonton acara musik sampai beberapa program sehari. Mereka ini jumlahnya mencapai 342 orang (34,2 persen). Sedangkan yang suka menonton acara musik secara rutin sekitar satu program sehari berjumlah 253 orang (25,3 persen). Bagi mereka yang menyukai acara musik tapi hanya menonton beberapa kali dalam seminggu jumlahnya cukup banyak, yaitu mencapai 228 orang (22,8 persen). Mereka yang senang acara musik tetapi agak jarang menonton acara musik adalah yang hanya menonton beberapa kali dalam sebulan. Jumlah mereka lebih sedikit bila dibandingkan dengan ketiga kelompok yang telah disebutkan di atas, yaitu berjumlah 129 orang (12,9 persen).

Disamping 952 yang memberikan jawaban menyukai acara musik di televisi dengan frekwensi menonton yang berbeda, juga terdapat kelompok kecil dengan jumlah 45 orang (4,5 persen) menyatakan hampir tidak pernah menonton acara musik di televisi. Kelompok ini merupakan kelompok minoritas dari keseluruhan jawaban responden yang berjumlah 1.000 orang.

3.1.6 Kebiasaan Menonton Acara Game Show

Animo pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya terhadap acara game show di televisi cukup rendah apabila dibanding dengan animo mereka terhadap acara musik di televisi. Bagi kelompok pelajar yang hampir tidak pernah menonton game show di televisi berjumlah 288 orang (28,8 persen) dari jumlah responden secara keseluruhan. Selanjutnya, untuk mengetahui jumlah penonton game show dalam frekwensi yang berbeda dapat dilihat pada Tabel III. 13.

Berdasarkan data pada tabel tersebut di atas, jumlah terbesar adalah mereka yang hampir tidak pernah menonton game show di televisi, yaitu mencapai 288 orang (28,8 persen). Sedangkan jawaban tertinggi

TABEL III. 13
KEBIASAAN MENONTON ACARA OLAH RAGA DI TELEVISI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Beberapa program sehari	104	10,4
2.	Sekitar satu program sehari	239	23,9
3.	Beberapa kali dalam seminggu	223	22,3
4.	Beberapa kali dalam sebulan	133	13,3
5.	Hampir tidak pernah	288	28,8
6.	Tidak menjawab	13	1,3
Jumlah		1000	100

kedua adalah mereka yang rutin menonton game show sehari satu program, yakni berjumlah 239 orang (23,9 persen). Bagi mereka yang menonton game show beberapa kali dalam seminggu berjumlah 223 orang (22,3 persen). Sedangkan mereka yang suka menonton game show, walaupun hanya beberapa kali dalam satu bulan berjumlah 133 orang (13,3 persen). Di samping keempat jawaban pilihan tersebut, ada satu lagi kelompok minoritas yang berjumlah 104 orang (10,4 persen). Mereka ini adalah kelompok pelajar yang gemar sekali menonton game show sampai beberapa program sehari.

3.1.7 Program Televisi yang Disukai

Program yang dibuat oleh para stasiun televisi jenisnya sangat beragam. Ada produk murni buatan dalam negeri (Indonesia) dan ada yang memang produk buatan luar negeri. Selain itu, ada pula yang produk dalam negeri namun diilhami oleh produk luar negeri. Informasi secara rinci mengenai pendapat generasi muda terhadap program TV yang disukai dapat dilihat dalam Tabel III. 14.

Menurut data yang tertera dalam tabel tersebut, sebanyak 243 orang (24,3 persen) menyatakan sangat menyukai program buatan luar negeri. Besar kemungkinan, pernyataan ini dipengaruhi oleh film-film import yang banyak di putar di stasiun-stasiun televisi swasta. Sedang

TABEL III. 14
PROGRAM TV YANG DISUKAI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat menyukai program buatan Indonesia	194	19,4
2.	Sedikit lebih menyukai program buatan Indonesia	150	15
3.	Sedikit lebih menyukai program buatan luar negeri	405	40,5
4.	Sangat menyukai program buatan luar negeri	243	24,3
5.	Tidak menjawab	8	0,8
Jumlah		1000	100

kan mereka yang sangat menyukai program buatan Indonesia, mungkin disebabkan adanya drama seri sinetron yang bagus dan baik untuk ditonton.

Di samping ada kelompok pelajar yang menyukai program buatan luar negeri dan buatan Indonesia, ada pula kelompok pelajar yang menyukai program buatan Indonesia, tetapi hanya sedikit saja, mereka jumlahnya 160 orang (16 persen). Kelompok pelajar yang hanya sedikit menyukai program buatan luar negeri jumlahnya cukup banyak, yaitu mencapai 405 orang (40,5 persen) dari seluruh responden yang menjadi sampel penelitian ini.

BAB IV

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL PADA GENERASI MUDA

4.1 Pengetahuan tentang Budaya Tradisional

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan Poerwo darminta (1985), kata "pengetahuan" mempunyai dua pengertian. Pertama, pengetahuan adalah segala apa yang diketahui; kepandaian. Kedua, pengetahuan adalah segala apa yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Dalam pembahasan ini, penulis mengartikan kata "pengetahuan" sesuai dengan pengertian yang kedua, yaitu segala apa yang diketahui berkenaan dengan suatu hal.

Sementara itu kata "budaya" sebenarnya berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu "buddhayah", yang artinya budi dan akal. Menurut Koentjaraningrat (1982), kata "budaya" dapat diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal. Adapun kata "tradisional" menyangkut segala sesuatu yang bersifat turun-temurun, seperti tentang pandangan hidup, kepercayaan, kesenian, upacara, tari-tarian, dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dimaksud dengan pengetahuan tentang Budaya Tradisional dalam sub bab ini adalah segala apa yang diketahui oleh generasi muda berkenaan dengan hal-hal yang bersangkutan dengan budi dan akal yang bersifat turun-temurun.

Bertolak dari kerangka berfikir seperti tersebut di atas, maka dari data yang berhasil diperoleh di lapangan yang telah penulis susun berupa tabel-tabel yang memuat informasi tentang satu variabel penelitian, maka dapat diketahui hasil diskripsinya mengenai pengetahuan generasi muda tentang budaya tradisional.

Menurut jawaban responden kami, yang menjawab pertanyaan bahwa Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia, 848 orang atau 84,8 persen menjawab sangat setuju. Responden yang menjawab agak setuju jumlahnya ada 125 orang atau 12,5 persen, 17 orang atau 1,7 persen menjawab kurang setuju, 7 orang atau 0,7 persen menjawab tidak setuju, sedangkan yang tidak memberi jawaban apapun jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen (tabel IV. 1).

TABEL IV. 1
BUDAYA INDONESIA KHAS DAN UNIK YANG BERBEDA
DENGAN BUDAYA LAIN DI DUNIA

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	848	84,8
2.	Agak setuju	125	12,5
3.	Kurang setuju	17	1,7
4.	Tidak setuju	7	0,7
5.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

Dengan memperhatikan angka-angka dari deskripsi tabel IV. 1 tersebut di atas, tampak bahwa sebagian besar responden (84,4 persen) memberi jawaban sangat setuju dengan pernyataan : Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya sangat kecil, yaitu hanya 0,7 persen saja.

Dari pertanyaan kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan-kebudayaan daerah, ternyata dari 1000 responden, sejumlah 777 orang atau 77,7 persen menjawab sangat setuju; 118 orang atau

BAB IV

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL PADA GENERASI MUDA

4.1 Pengetahuan tentang Budaya Tradisional

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan Poerwo darminta (1985), kata "pengetahuan" mempunyai dua pengertian. Pertama, pengetahuan adalah segala apa yang diketahui; kepandaian. Kedua, pengetahuan adalah segala apa yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Dalam pembahasan ini, penulis mengartikan kata "pengetahuan" sesuai dengan pengertian yang kedua, yaitu segala apa yang diketahui berkenaan dengan suatu hal.

Sementara itu kata "budaya" sebenarnya berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu "buddhayah", yang artinya budi dan akal. Menurut Koentjaraningrat (1982), kata "budaya" dapat diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal. Adapun kata "tradisional" menyangkut segala sesuatu yang bersifat turun-temurun, seperti tentang pandangan hidup, kepercayaan, kesenian, upacara, tari-tarian, dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dimaksud dengan pengetahuan tentang Budaya Tradisional dalam sub bab ini adalah segala apa yang diketahui oleh generasi muda berkenaan dengan hal-hal yang bersangkutan dengan budi dan akal yang bersifat turun-temurun.

Bertolak dari kerangka berfikir seperti tersebut di atas, maka dari data yang berhasil diperoleh di lapangan yang telah penulis susun berupa tabel-tabel yang memuat informasi tentang satu variabel penelitian, maka dapat diketahui hasil diskripsinya mengenai pengetahuan generasi muda tentang budaya tradisional.

Menurut jawaban responden kami, yang menjawab pertanyaan bahwa Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia, 848 orang atau 84,8 persen menjawab sangat setuju. Responden yang menjawab agak setuju jumlahnya ada 125 orang atau 12,5 persen, 17 orang atau 1,7 persen menjawab kurang setuju, 7 orang atau 0,7 persen menjawab tidak setuju, sedangkan yang tidak memberi jawaban apapun jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen (tabel IV. 1).

TABEL IV. 1
BUDAYA INDONESIA KHAS DAN UNIK YANG BERBEDA
DENGAN BUDAYA LAIN DI DUNIA

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	848	84,8
2.	Agak setuju	125	12,5
3.	Kurang setuju	17	1,7
4.	Tidak setuju	7	0,7
5.	Tidak menjawab	3	0,3
Jumlah		1000	100

Dengan memperhatikan angka-angka dari deskripsi tabel IV. 1 tersebut di atas, tampak bahwa sebagian besar responden (84,4 persen) memberi jawaban sangat setuju dengan pernyataan : Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya sangat kecil, yaitu hanya 0,7 persen saja.

Dari pertanyaan kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan-kebudayaan daerah, ternyata dari 1000 responden, sejumlah 777 orang atau 77,7 persen menjawab sangat setuju; 118 orang atau

11,8 persen menjawab agak setuju; 46 orang atau 4,6 persen menjawab kurang setuju; 55 orang atau 5,5 persen menjawab tidak setuju; sedangkan sisanya, yaitu 4 orang atau 0,4 persen tidak memberikan jawaban apapun (tabel IV. 2).

TABEL IV. 2
BUDAYA NASIONAL INDONESIA DITOPANG OLEH
KEBUDAYAAN-KEBUDAYAAN DAERAH

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	777	77,7
2.	Agak setuju	118	11,8
3.	Kurang setuju	46	4,6
4.	Tidak setuju	55	5,5
5.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Deskripsi tabel IV. 2 ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden (77,7 persen) memberikan jawaban sangat setuju dengan pernyataan : kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan-kebudayaan daerah. Adapun responden yang menjawab tidak setuju besarnya mencapai 5,5 persen, dan merupakan jawaban yang paling rendah.

Selanjutnya, penulis juga menanyakan kepada responden dengan pertanyaan bahwa budaya Indonesia dan daerah akhir-akhir ini banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing). Dari 1000 responden yang menjawab sangat setuju jumlahnya ada 261 orang atau 26,1 persen; 385 orang atau 38,5 persen menjawab agak setuju; 202 orang atau 20,2 persen menjawab kurang setuju; 140 orang atau 14 persen menjawab tidak setuju; sedangkan responden yang tidak memberi jawaban jumlahnya ada 12 orang atau 1,2 persen (tabel IV. 3).

Berdasarkan deskripsi tabel IV. 3 tersebut di atas, maka responden yang memberikan jawaban agak setuju dengan pernyataan : budaya Indonesia dan daerah akhir-akhir ini banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing) besarnya mencapai 38,5 persen, dan merupakan pilihan

TABEL IV. 3
BUDAYA INDONESIA DAN DAERAH BANYAK
DIPENGARUHI OLEH BUDAYA LUAR (ASING)

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	261	26,1
2.	Agak setuju	385	38,5
3.	Kurang setuju	202	20,2
4.	Tidak setuju	140	14
5.	Tidak menjawab	12	1,2
Jumlah		1000	100

jawaban yang paling banyak. Sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut besarnya mencapai 14 persen, dan merupakan jawaban yang paling rendah.

Pada waktu penulis menanyakan dengan pertanyaan budaya Indonesia dan daerah harus dipertahankan belum banyak dipengaruhi budaya luar (asing), ternyata dari 1000 responden, sejumlah 791 orang atau 79,1 persen memberi jawaban sangat setuju; 154 orang atau 15,4 persen menjawab agak setuju; 37 orang atau 3,7 persen menjawab kurang setuju; 13 orang atau 1,3 persen menjawab tidak setuju; sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 5 orang atau 0,5 persen (tabel IV. 4).

TABEL IV. 4
BUDAYA INDONESIA DAN DAERAH HARUS DIPERTAHANKAN
SEBELUM DIPENGARUHI OLEH BUDAYA LUAR (ASING)

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	791	79,1
2.	Agak setuju	154	15,4
3.	Kurang setuju	37	3,7
4.	Tidak setuju	13	1,3
5.	Tidak menjawab	5	0,5
Jumlah		1000	100

Tabel IV. 4 yang telah dideskripsikan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (79,1 persen) memberikan jawaban sangat setuju dengan pernyataan : budaya Indonesia dan daerah harus dipertahankan sebelum dipengaruhi oleh budaya luar (asing). Sementara itu responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya paling sedikit, yaitu hanya mencapai 1,3 persen saja.

Di samping itu, penulis juga menanyakan kepada responden dengan pertanyaan tidak seluruh budaya luar harus ditolak oleh bangsa Indonesia. Responden yang menjawab sangat setuju jumlahnya ada 657 orang atau 65,7 persen; yang menjawab agak setuju berjumlah 288 orang atau 28,8 persen; yang menjawab kurang setuju jumlahnya ada 34 orang atau 3,4 persen; yang menjawab tidak setuju berjumlah 14 orang 1,4 persen; sedangkan yang tidak menjawab jumlahnya ada 7 orang atau 0,7 persen (tabel IV. 5).

TABEL IV. 5
TIDAK SELURUH BUDAYA LUAR HARUS DITOLAK
OLEH BANGSA INDONESIA

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	657	65,7
2.	Agak setuju	288	28,8
3.	Kurang setuju	34	3,4
4.	Tidak setuju	14	1,4
5.	Tidak menjawab	7	0,7
Jumlah		1000	100

Deskripsi tabel IV. 5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (65,7 persen) menjawab sangat setuju dengan pernyataan : tidak seluruh budaya luar harus ditolak oleh bangsa Indonesia. Adapun responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya hanya mencapai 1,4 persen saja, dan merupakan jawaban yang paling rendah.

Adapun upaya yang umumnya dilakukan oleh sekolah-sekolah SMU dan SMK, baik negeri maupun swasta di kota Surabaya untuk

menambah pengetahuan generasi muda tentang budaya tradisional adalah dengan memasukkan pengetahuan tersebut sebagai mata pelajaran ekstra kurikuler. Di SMU Negeri II misalnya, pelajaran tentang pengetahuan budaya tradisional ini diberikan seminggu sekali, sedangkan jenis pengetahuan yang diberikan di antaranya : kesenian, theater atau drama dan tari-tarian. Demikian pula di SMU Katholik Frateran, kegiatan ekstra kurikuler yang menyangkut pengetahuan tentang budaya tradisional ini juga diberikan seminggu sekali, sedangkan jenis kegiatannya diantaranya drama, kesenian, tari-tarian modern/pemandu sorak, dan tari-tarian tradisional.

4.2 Sikap Generasi Muda terhadap Budaya Tradisional

Menurut disiplin ilmu Psikologi, sikap atau dalam bahasa inggris nya disebut **attitude** selalu berkenaan dengan obyek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, dan itu memberi kecenderungan kepada seseorang untuk bertindak/berbuat sesuai dengan sikapnya terhadap sesuatu obyek sikap (Gerungan, 1978).

Dalam kehidupan sehari-hari, keberadaan sikap mempunyai peranan yang sangat penting. Hal ini karena sikap yang ada pada diri seseorang akan memberikan warna atau corak pada tingkahlaku atau perbuatan orang tersebut. Ada sementara orang yang bersikap menerima dalam menanggapi suatu gejala sosial yang ada di luar dirinya. Di lain pihak, ada pula orang yang bersikap menolak dalam menanggapi gejala sosial yang ada di luar dirinya.

Sungguhpun demikian, pengaruh luar sebenarnya hanya merupakan salah satu faktor yang dapat menimbulkan atau membentuk sikap seseorang. Menurut Bimo Walgito (1980), pembentukan atau perubahan sikap pada dasarnya ditentukan oleh dua faktor. Pertama, faktor individu atau faktor dalam. Seorang individu biasanya menanggapi dunia luarnya secara selektif. Dengan kata lain, apa yang datang dari luar tidak begitu saja akan diterima, tetapi terlebih dahulu akan diseleksi, mana yang akan diterima atau ditolak. Dengan demikian faktor individu ini sesungguhnya justru merupakan faktor penentu apakah suatu gejala sosial yang datangnya dari luar akan diterima atau ditolak.

Kedua, faktor luar (ekstern), yang artinya bahwa hal-hal atau keadaan yang ada di luar individu merupakan stimulus untuk membentuk atau mengubah sikap. Dalam hal ini dapat berjalan secara langsung, seperti adanya hubungan langsung antara individu dengan individu lainnya, atau antara individu dengan kelompok, atau antara kelompok dengan kelompok. Di samping itu, dapat pula berjalan secara tidak langsung, misalnya hubungan antara individu atau kelompok dengan media massa, baik yang berupa media cetak maupun elektronika.

Demikian pula halnya dengan sikap generasi muda yang berkenaan dengan obyek tertentu, yaitu budaya tradisional. Pembentukan dan perubahan sikap mereka terhadap budaya tradisional pun pada dasarnya juga dipengaruhi oleh faktor intern yang berasal dari dalam diri generasi muda itu sendiri dan faktor ekstern yang berasal dari media massa, baik yang berupa media elektronika maupun media cetak. Adapun tabel-tabel yang berkaitan dengan sikap generasi muda terhadap budaya tradisional dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan akan didiskripsikan seperti di bawah ini.

Berdasarkan pertanyaan yang menyangkut program TV yang disukai, maka jawaban responden dapat penulis kemukakan sebagai berikut : responden yang menjawab sangat menyukai program TV buatan Indonesia jumlahnya ada 194 atau 19,4 persen; responden yang menjawab sedikit lebih menyukai program TV buatan Indonesia berjumlah 150 orang atau 15 persen; responden yang menjawab sedikit lebih menyukai program TV buatan luar negeri jumlahnya ada 405 orang atau 40,5 persen; responden yang menjawab sangat menyukai program TV buatan luar negeri berjumlah 243 orang atau 24,3 persen; sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya ada 8 orang atau 0,8 persen (tabel IV. 6).

TABEL IV. 6
PROGRAM TV YANG DISUKAI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat menyukai program buatan Indonesia	194	19,4
2.	Sedikit lebih menyukai program buatan Indonesia	150	15
3.	Sedikit lebih menyukai program buatan luar negeri	405	40,5
4.	Sangat menyukai program buatan luar negeri	243	24,3
5.	Tidak menjawab	8	0,8
Jumlah		1000	100

Berdasarkan deskripsi tabel IV. 6 tersebut di atas, tampak bahwa sebagian besar responden (40,5 persen) memberikan jawaban sedikit lebih menyukai program TV buatan luar negeri, sedangkan responden yang menjawab sedikit lebih menyukai program TV buatan Indonesia hanya mencapai 15 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang paling rendah.

Mengenai jawaban responden terhadap pertanyaan lagu yang paling disukai, sejumlah 387 orang atau 38,7 persen menjawab sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia, 190 orang atau 19 persen menjawab sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Indonesia, 280 orang atau 28 persen menjawab sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Inggris (asing), 137 orang atau 13,7 persen menjawab sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (asing). Adapun responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya ada 6 orang atau 0,6 persen (tabel IV. 7).

TABEL IV. 7
LAGU YANG PALING DISUKAI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia	387	38,7
2.	Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Indonesia	190	19
3.	Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Inggris (asing)	280	28
4.	Sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (asing)	137	13,7
5.	Tidak menjawab	6	0,6
Jumlah		1000	100

Berdasarkan angka-angka yang telah dideskripsikan dalam tabel IV. 7 di atas, maka responden yang menjawab sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia daripada lagu yang berbahasa Inggris (asing) besarnya mencapai 3,7 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang terbanyak. Sementara itu responden yang menjawab sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (asing) daripada lagu yang berbahasa Indonesia besarnya mencapai 13,7 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang paling sedikit.

Ketika responden kami mewawancarai dengan pertanyaan pakaian yang paling disukai, sejumlah 152 orang atau 15,2 persen menjawab pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus, 238 orang atau 23,8 persen menjawab pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus, 214 orang atau 21,4 persen menjawab pakaian buatan Indonesia sedikit lebih bagus, 387 orang atau 38,7 persen menjawab pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 9 orang atau 0,9 persen (tabel IV. 8).

TABEL IV. 8
PAKAIAN YANG DIANGGAP LEBIH BAGUS

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus	152	15,2
2.	Pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus	238	23,8
3.	Pakaian buatan Indonesia sedikit lebih bagus	214	21,4
4.	Pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus	387	38,7
5.	Tidak menjawab	9	0,9
Jumlah		1000	100

Berdasarkan diskripsi tabel IV. 8 tersebut di atas, maka sebagian besar responden (38,7 persen) memberi jawaban bahwa pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus jika dibandingkan dengan pakaian buatan luar negeri. Sungguhpun demikian, walaupun responden yang menjawab pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus daripada buatan Indonesia merupakan jawaban yang jumlahnya paling sedikit, akan tetapi responden yang memilih jawaban ini ternyata jumlahnya cukup banyak, yaitu mencapai 15,2 persen.

Selanjutnya, penulis juga mewawancarai responden dengan pertanyaan tradisi apa yang bagus menurut responden. Dari 1000 responden, yang memberi jawaban tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus jumlahnya ada 726 orang atau 72,6 persen. Responden yang menjawab tradisi asli Indonesia sedikit lebih bagus berjumlah 155 orang atau 15,5 persen. Responden yang menjawab tradisi barat sedikit lebih bagus jumlahnya ada 86 orang atau 8,6 persen. Responden yang menjawab tradisi barat jauh lebih bagus berjumlah 23 orang atau 2,3 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya ada 10 orang atau 1 persen (tabel IV. 9).

TABEL IV. 9
TRADISI YANG PALING DISUKAI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus	726	72,6
2.	Tradisi asli Indonesia sedikit lebih bagus	155	15,5
3.	Tradisi barat sedikit lebih bagus	86	8,6
4.	Tradisi barat jauh lebih bagus	23	2,3
5.	Tidak menjawab	10	1
Jumlah		1000	100

Berdasarkan memperhatikan diskripsi tabel IV. 9 tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjawab tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus daripada tradisi barat besarnya mencapai 72,6 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang paling banyak. Sebaliknya, responden yang menjawab tradisi barat jauh lebih bagus daripada tradisi asli Indonesia jumlahnya relatif kecil, yaitu hanya mencapai 2,3 persen saja.

Pada waktu penulis mewawancarai responden dengan pertanyaan pengarang novel mana yang paling disukai, pengarang Indonesia atau luar negeri, sejumlah 160 orang atau 16 persen menjawab sangat menyukai pengarang luar negeri. Responden yang menjawab sedikit lebih suka pengarang luar negeri. Responden yang menjawab sedikit lebih suka pengarang luar negeri jumlahnya ada 233 orang atau 23,3 persen. Responden yang menjawab sedikit lebih suka pengarang Indonesia berjumlah 207 orang atau 20,7 persen. Responden yang menjawab sangat menyukai pengarang Indonesia berjumlah 388 orang atau 38,8 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 12 orang atau 1,2 persen (tabel IV. 10).

TABEL IV. 10
PENGARANG NOVEL YANG PALING DISUKAI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat menyukai pengarang luar negeri	160	16
2.	Sedikit lebih suka pengarang negeri	233	23,3
3.	Sedikit lebih suka pengarang Indonesia	207	20,7
4.	Sangat menyukai pengarang Indonesia	388	38,8
5.	Tidak menjawab	12	1,2
Jumlah		1000	100

Berdasarkan diskripsi tabel IV. 10 tersebut di atas, tampak bahwa responden yang memberi jawaban sangat menyukai pengarang novel Indonesia daripada pengarang novel dari luar negeri jumlahnya paling banyak, yaitu mencapai 38,8 persen. Adapun responden yang menjawab sangat menyukai pengarang luar negeri daripada pengarang Indonesia besarnya mencapai 16 persen, dan merupakan jawaban yang jumlahnya paling sedikit.

Dari hasil penelitian terhadap 1000 responden, dengan pertanyaan bagaimana animo atau perhatian mereka pada museum atau cagar budaya, sejumlah 301 orang atau 30,1 persen menjawab sangat tertarik, 501 orang atau 50,1 persen menjawab cukup tertarik, 160 orang atau 16 persen menjawab kurang tertarik, sedangkan 30 orang atau 3 persen menjawab tidak tertarik. Adapun responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 8 orang atau 0,8 persen (tabel IV. 11).

TABEL IV. 11
ANIMO TERHADAP MUSEUM DAN CAGAR ALAM

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat tertarik	301	30,1
2.	Cukup tertarik	501	50,1
3.	Kurang tertarik	160	16
4.	Tidak tertarik	30	3
5.	Tidak menjawab	8	0,8
Jumlah		1000	100

Dengan memperhatikan uraian tabel IV. 11 di atas, maka responden yang menjawab cukup tertarik terhadap museum dan benda cagar budaya besarnya mencapai 50,1 persen, dan merupakan jawaban yang jumlahnya paling banyak, sedangkan responden yang menjawab tidak tertarik besarnya hanya 3 persen saja, dan merupakan jawaban yang jumlahnya paling sedikit.

Pada waktu penulis mewawancarai responden dengan pertanyaan mencintai dan melestarikan budaya daerah berarti mendukung kebudayaan nasional, maka dari 1000 responden, sejumlah 915 orang atau 91,5 persen menjawab sangat setuju. Responden yang menjawab agak setuju jumlahnya ada 69 orang atau 6,9 persen. Responden yang memberikan jawaban kurang setuju berjumlah 8 orang atau 0,8 persen. Sementara itu tidak ada satu responden pun yang menjawab dengan jawaban tidak setuju, sedangkan responden yang tidak memberi jawaban apapun jumlahnya ada 8 orang atau 0,8 persen (tabel IV. 12).

TABEL IV. 12
MENCINTAI DAN MELESTARIKAN BUDAYA DAERAH
BERARTI Mendukung KEBUDAYAAN NASIONAL

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	915	91,5
2.	Agak setuju	69	6,9
3.	Kurang setuju	8	0,8
4.	Tidak setuju	0	0
5.	Tidak menjawab	8	0,8
Jumlah		1000	100

Dari diskripsi tabel IV. 12 ini, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden (91,5 persen) memberi jawaban sangat setuju dengan pernyataan : mencintai dan melestarikan budaya daerah berarti mendukung budaya nasional. Sementara itu responden yang menjawab kurang setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya sangat kecil, yaitu hanya 0,8 persen saja.

Adapun jawaban responden terhadap pertanyaan sebelum menyukai budaya asing, saya selalu membandingkan dengan budaya sendiri.

sejumlah 322 orang atau 32,2 persen menjawab sangat setuju. Responden yang memberi jawaban agak setuju jumlahnya ada 346 orang atau 34,6 persen. Responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 299 orang atau 29,9 persen. Responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 29 orang atau 2,9 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban berjumlah 4 orang atau 0,4 persen (tabel IV. 13).

TABEL IV. 13
SEBELUM MENYUKAI BUDAYA ASING, SAYA SELALU
MEMBANDINGKAN DENGAN BUDAYA SENDIRI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	322	32,2
2.	Agak setuju	346	34,6
3.	Kurang setuju	299	29,9
4.	Tidak setuju	29	2,9
5.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Apabila diperhatikan dari diskripsi tabel IV. 13 tersebut di atas, tampak bahwa responden yang menjawab agak setuju dengan pernyataan: sebelum menyukai budaya asing, saya selalu membandingkan dengan budaya sendiri jumlahnya memang paling banyak, yaitu mencapai 34,6 persen. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan responden yang memberi jawaban sangat setuju dan kurang setuju tidak menunjukkan perbedaan yang tajam. Bahkan responden yang menjawab sangat setuju jumlahnya hampir sama dengan responden yang menjawab agak setuju, yakni mencapai 32,2 persen. Adapun jawaban yang jumlahnya paling rendah adalah responden yang menjawab tidak setuju, yaitu hanya 2,9 persen saja.

4.3 Kepercayaan Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional

Membicarakan masalah "kepercayaan" seringkali orang mengkaitkannya dengan dunia gaib yang ada di luar batas panca indra manusia atau di luar batas akal manusia. Sebagai contohnya, kepercayaan terhadap makhluk-makhluk halus, kekuatan-kekuatan sakti, tentang dunia akhirat, dan sebagainya. Kepercayaan seperti ini dalam

disiplin ilmu Antropologi merupakan salah satu unsur dasar dari tujuh unsur kebudayaan yang bersifat universal, yaitu sistem religi.

Di samping itu, istilah "kepercayaan" juga dapat diartikan sebagai "orang yang dipercaya". Misalnya, Bapak Direktur telah mengutus orang kepercayaannya untuk menghadiri seminar yang diselenggarakan oleh LIPI. Adapun yang dimaksud dengan istilah "kepercayaan" dalam tulisan ini adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau nyata (poerwodarminto, 1985). Kata "sesuatu" yang dimaksud di sini tentunya hal-hal yang berkaitan dengan budaya tradisional.

Berdasarkan pengertian ini, maka penulis telah mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden, yang hasilnya telah penulis susun berupa tabel-tabel yang memuat informasi tentang kepercayaan generasi muda terhadap budaya tradisional.

Menurut jawaban responden yang penulis wawancarai dengan pertanyaan bahwa generasi muda sekarang mencintai dan menghargai budaya-budaya daerah, dari 1000 responden yang diteliti, sejumlah 476 orang atau 47,6 persen menjawab sangat setuju. Responden yang menjawab agak setuju jumlahnya ada 320 orang atau 32 persen. Responden yang menjawab kurang setuju jumlahnya ada 140 orang atau 14 persen. Responden yang menjawab tidak setuju jumlahnya ada 59 orang atau 5,9 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban berjumlah 5 orang atau 0,5 persen (tabel IV. 14).

TABEL IV. 14
GENERASI MUDA SEKARANG MENCINTAI DAN
MENGHARAGAI BUDAYA-BUDAYA DAERAH

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	476	47,6
2.	Agak setuju	320	32
3.	Kurang setuju	140	14
4.	Tidak setuju	59	5,9
5.	Tidak menjawab	5	0,5
Jumlah		1000	100

Dengan memperhatikan deskripsi tabel IV. 14 tersebut di atas tampak bahwa sebagian besar responden (47,6 persen) menjawab sangat setuju dengan pernyataan : generasi muda sekarang mencintai dan menghargai budaya-budaya daerah, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut jumlahnya mencapai 5,9 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit.

Di samping itu, penulis juga mewawancarai responden dengan pertanyaan budaya Indonesia tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia. Responden yang memberikan jawaban sangat setuju jumlahnya ada 443 orang atau 44,3 persen, responden yang menjawab agak setuju berjumlah 254 orang atau 25,4 persen, responden yang menjawab kurang setuju jumlahnya ada 220 orang atau 22 persen, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 83 orang atau 8,3 persen (tabel IV. 15).

TABEL IV. 15
BUDAYA DAERAH DAN NASIONAL TIDAK AKAN HILANG WALAUPUN
BANYAK UNSUR BUDAYA ASING YANG MASUK KE INDONESIA

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	322	32,2
2.	Agak setuju	346	34,6
3.	Kurang setuju	299	29,9
4.	Tidak setuju	29	2,9
5.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Dengan demikian sebagian besar responden (44,3 persen) menjawab sangat setuju dengan pernyataan : budaya Indonesia tidak akan hilang walaupun banyak terdapat unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia. Adapun responden yang memberi jawaban tidak setuju dengan pernyataan tersebut besarnya mencapai 8,3 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit.

Pada waktu penulis mewawancarai responden dengan pertanyaan banyak generasi muda yang mengadopsi budaya asing sekarang ini, sejumlah 364 orang atau 36,4 persen menjawab sangat setuju. Responden yang menjawab agak setuju jumlahnya ada 358 orang atau 35,8 persen. Responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 208 orang atau 20,8 persen. Responden yang menjawab tidak setuju jumlahnya ada 66 orang atau 6,6 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun berjumlah 4 orang atau 0,4 persen (tabel IV. 16).

TABEL IV. 16
BANYAK GENERASI MUDA YANG LEBIH SENANG PADA
BUDAYA ASING SEKARANG INI

No.	Variasi Jawaban	Jumlah	Persen
1.	Sangat setuju	364	36,4
2.	Agak setuju	358	35,8
3.	Kurang setuju	208	20,8
4.	Tidak setuju	66	6,6
5.	Tidak menjawab	4	0,4
Jumlah		1000	100

Apabila diperhatikan angka-angka dari diskripsi tabel IV. 16 tersebut di atas, tampak bahwa responden yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan : banyak generasi muda yang mengadopsi budaya asing sekarang ini, jumlahnya paling banyak, yaitu mencapai 36,4 persen. Akan tetapi, jumlah tersebut tidak terpaut banyak dengan responden yang menjawab dengan jawaban agak setuju, yakni mencapai 35,8 persen. Adapun responden yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut besarnya hanya mencapai 6,6 persen saja, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit.

4.4 Perilaku Generasi Muda terhadap Budaya Tradisional

Pengertian yang umumnya ditangkap tentang istilah "perilaku" adalah kelakuan atau perbuatan atau tingkahlaku. Dalam tulisan ini,

istilah "perilaku" penulis artikan dengan tingkahlaku. Dengan demikian, maka yang dimaksud dengan perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional dalam tulisan ini adalah tingkahlaku generasi muda terhadap budaya tradisional.

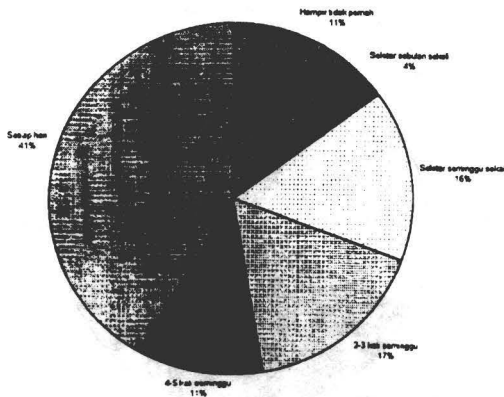
Seperti apa yang telah dikemukakan dalam Bab I bahwa selain tabel, dalam Bab IV ini juga akan ditampilkan grafik. Sehingga dapat mempermudah menginterpretasikan data lapangan berikut persentasenya. Di samping itu, isi sub bab ini sebenarnya telah banyak dibicarakan dalam membahas frekwensi penggunaan media komunikasi dalam Bab III, untuk itu, dalam sub bab ini tidak lagi ditampilkan tabel, melainkan berupa grafik.

Akan tetapi, sebelum penulis menguraikan diskripsi tabel yang berkaitan dengan perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional, kiranya perlu diketahui bahwa angka-angka persentase dalam diskripsi tabel ini ada sedikit perbedaan dengan angka-angka persentase dalam grafik. Hal ini semata-mata karena angka-angka persentase dalam grafik telah mengalami pembulatan. Adapun tabel-tabel yang memuat data tentang perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional akan didiskripsikan seperti di bawah ini.

Berdasarkan jawaban responden tentang perilaku mereka yang berkaitan dengan kebiasaan membaca surat kabar, sejumlah 105 orang atau 10,5 persen (11 persen) menjawab hampir tidak pernah, 42 orang atau 4,2 persen (4 persen) menjawab sekitar sebulan sekali, 158 orang atau 15,8 persen (16 persen) memberi jawaban sekitar seminggu sekali, 166 orang atau 16,6 persen (17 persen) menjawab dua sampai tiga kali seminggu, 113 orang atau 11,3 persen (11 persen) menjawab empat sampai lima kali seminggu, 416 orang atau 41,6 persen (41 persen) memberi jawaban setiap hari.

Dari deskripsi tabel tersebut di atas, tampak bahwa responden yang menjawab setiap hari membaca surat kabar menunjukkan persentase yang paling tinggi, yaitu mencapai 41,6 persen atau 41 persen. Sementara itu responden yang menjawab membaca surat kabar sekitar sebulan sekali besarnya mencapai 4,2 persen atau 4 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit (grafik 1).

Grafik 1 Kebiasaan Membaca Surat Kabar

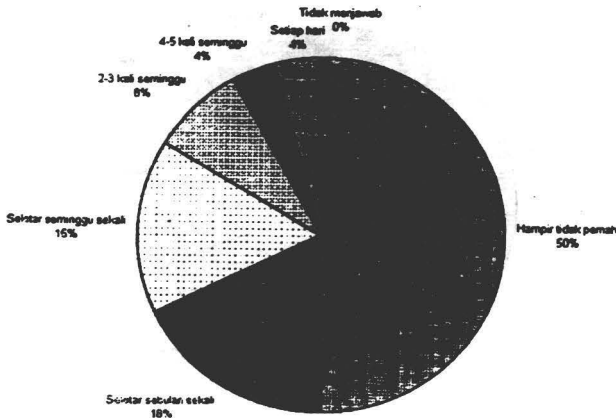


Perilaku responden yang berkaitan dengan pertanyaan kebiasaan membaca komik, sebanyak 497 orang atau 49,7 persen (50 persen) menjawab hampir tidak pernah, 180 orang atau 18 persen (18 persen) menjawab sekitar sebulan sekali, 158 orang atau 15,8 persen (16 persen) memberi jawaban sekitar seminggu sekali, 84 orang atau 8,4 persen (8 persen) menjawab dua sampai tiga kali seminggu, 40 orang atau 4 persen (4 persen) menjawab empat sampai lima kali seminggu, 38 orang atau 3,8 persen (4 persen) memberi jawaban setiap hari, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen (0 persen).

Berdasarkan deskripsi tabel tersebut di atas, tampak bahwa sebagian besar responde, yaitu 49,7 persen atau 50 persen memberi jawaban hampir tidak pernah membaca komik, sedangkan responden yang menjawab setiap hari membaca komik jumlahnya relatif kecil yaitu hanya 3,8 persen saja, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit (grafik 2).

Pada waktu penulis mewawancarai responden dengan pertanyaan kebiasaan mereka membaca majalah, dari 1000 responden yang menjawab hampir tidak pernah membaca berjumlah 184 orang atau

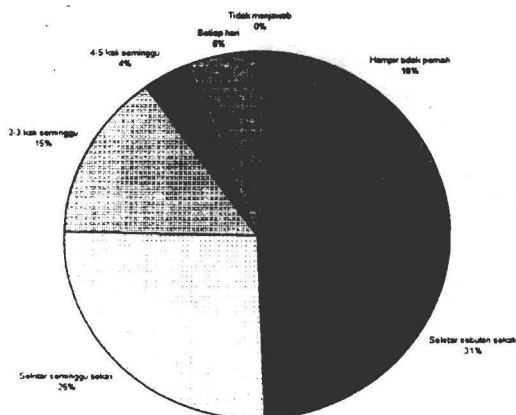
Grafik 2 Kebiasaan Membaca Komik



18,4 persen (18 persen), responden yang menjawab sekitar sebulan sekali jumlahnya ada 309 orang atau 30,9 persen (31 persen), responden yang menjawab sekitar seminggu sekali berjumlah 260 orang atau 26 persen, responden yang menjawab dua sampai tiga kali seminggu jumlahnya ada 148 orang atau 14,8 persen (15 persen), responden yang menjawab empat sampai lima kali seminggu berjumlah 38 orang atau 3,8 persen (4 persen), responden yang menjawab setiap hari jumlahnya ada 57 orang atau 5,7 persen (6 persen). Adapun responden yang tidak memberikan jawaban apapun berjumlah 4 orang atau 0,4 persen (0 persen).

Dari diskripsi tabel tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa jawaban responden yang paling banyak adalah yang menjawab dengan jawaban sekitar sebulan sekali, yaitu mencapai 30,9 persen atau 31 persen. Urutan yang kedua adalah responden yang menjawab dengan jawaban sekitar seminggu sekali, yakni mencapai 26 persen. Sedangkan responden yang menjawab empat sampai lima kali seminggu besarnya mencapai 3,8 persen atau 4 persen, dan merupakan jawaban yang jumlahnya paling sedikit (grafik 3).

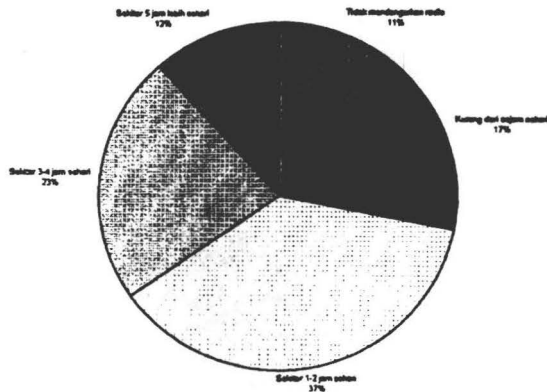
Grafik 3 Kebiasaan Membaca Majalah



Pertanyaan lainnya yang mengacu pada perilaku adalah kebiasaan mendengarkan radio. Responden yang menjawab tidak mendengarkan radio jumlahnya ada 111 orang atau 11,1 persen (11 persen), responden yang memberi jawaban kurang dari sejam sehari berjumlah 170 orang atau 17 persen, responden yang menjawab sekitar satu sampai dua jam sehari jumlahnya ada 373 orang atau 37,3 persen (37 persen), responden yang menjawab tiga sampai empat jam sehari berjumlah 230 orang atau 23 persen, responden yang menjawab sekitar lima jam lebih sehari jumlahnya ada 116 orang atau 11,6 persen (12 persen).

Dengan memperhatikan angka-angka dari jawaban responden, tampak bahwa responden yang mendengarkan radio sekitar satu sampai dua jam sehari mencapai 37,3 persen atau 37 persen, dan merupakan jawaban responden yang paling banyak jumlahnya. Adapun responden yang tidak mendengarkan radio jumlahnya mencapai 11,1 persen atau 11 persen, dan merupakan jawaban responden yang paling sedikit jumlahnya (grafik 4).

Selanjutnya, penulis juga mewawancarai responden dengan pertanyaan kebiasaan menonton film di bioskop. Dari 1000 responden yang menjawab tidak pernah menonton jumlahnya ada 299 orang atau

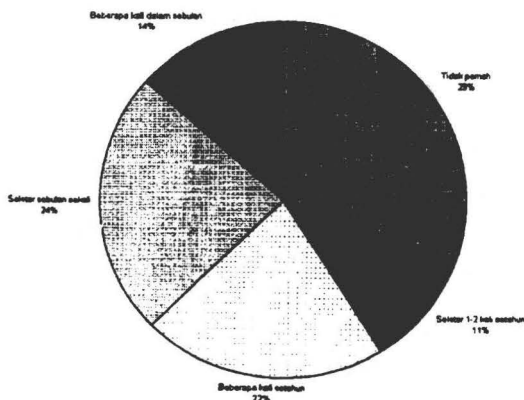
Grafik 4 Kebiasaan Mendengarkan Radio

29,8 persen (29 persen). Responden yang menjawab sekitar satu sampai dua kali setahun berjumlah 110 orang atau 11 persen, responden yang menjawab beberapa kali setahun jumlahnya ada 217 orang atau 21,7 persen (22 persen), responden yang menjawab sekitar sebulan sekali berjumlah 239 orang atau 23,9 persen (24 persen), sedangkan responden yang menjawab beberapa kali dalam sebulan jumlahnya ada 135 orang atau 13,5 persen (14 persen).

Dengan demikian jawaban responden yang paling banyak adalah responden yang memberi jawaban tidak pernah menonton film di bioskop, yaitu mencapai 29,8 persen atau 29 persen. Adapun jawaban yang paling sedikit jumlahnya adalah responden yang menjawab menonton film di bioskop sekitar satu sampai dua kali setahun, yakni mencapai 11 persen (grafik 5).

Ketika responden penulis wawancara dengan pertanyaan kebiasaan menonton televisi pada hari-hari biasa (kerja), sejumlah 28 orang atau 2,8 persen (3 persen) menjawab tidak pernah menonton televisi. Responden yang menjawab kurang dari sejam sehari jumlahnya ada 66 orang atau 6,6 persen (7 persen), responden yang menjawab satu sampai dua jam sehari berjumlah 369 orang atau 36,9 persen (37 persen),

Grafik 5 Kebiasaan Menonton Film Bioskop

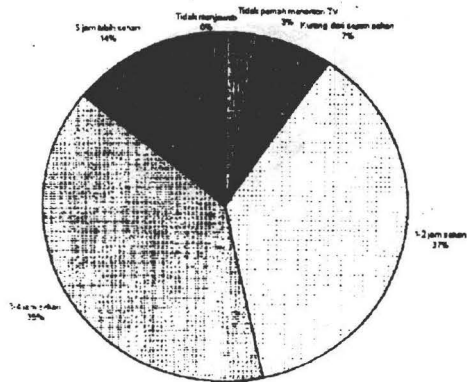


responden yang menjawab tiga sampai empat jam sehari jumlahnya ada 395 orang atau 39,5 persen (39 persen), responden yang menjawab lima jam lebih sehari berjumlah 139 orang atau 13,9 persen (14 persen), sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen (0 persen).

Berdasarkan deskripsi tabel di atas, maka responden yang memberi jawaban tiga sampai empat jam sehari merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling banyak, yaitu mencapai 39,5 persen atau 39 persen, sedangkan responden yang memberi jawaban tidak pernah menonton televisi merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit, yakni hanya mencapai 2,8 persen atau 3 persen saja (grafik 6).

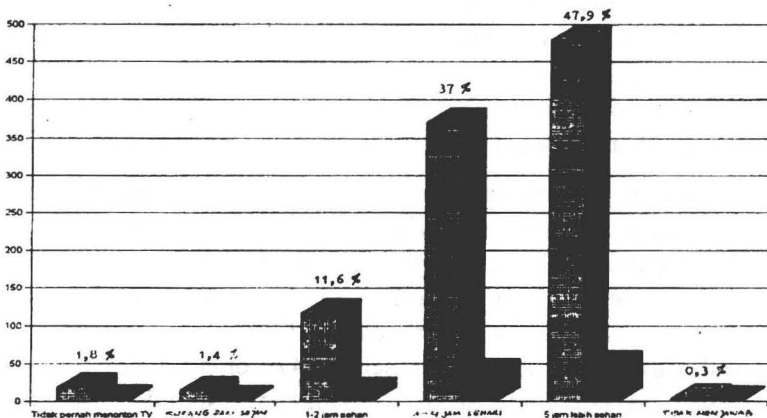
Perilaku responden yang berkaitan dengan pertanyaan tentang kebiasaan mereka menonton televisi pada hari libur, sejumlah 18 orang atau 1,8 menjawab tidak pernah menonton televisi, 14 orang atau 1,4 menjawab kurang dari sejam sehari, 116 orang atau 11,6 persen menjawab satu sampai dua jam sehari, 370 orang atau 37 persen menjawab tiga sampai empat jam sehari, 479 orang atau 47,9 persen menjawab lima jam lebih sehari, sedangkan responden yang tidak memberi jawaban jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen.

Grafik 6 Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari-hari Biasa (Kerja)



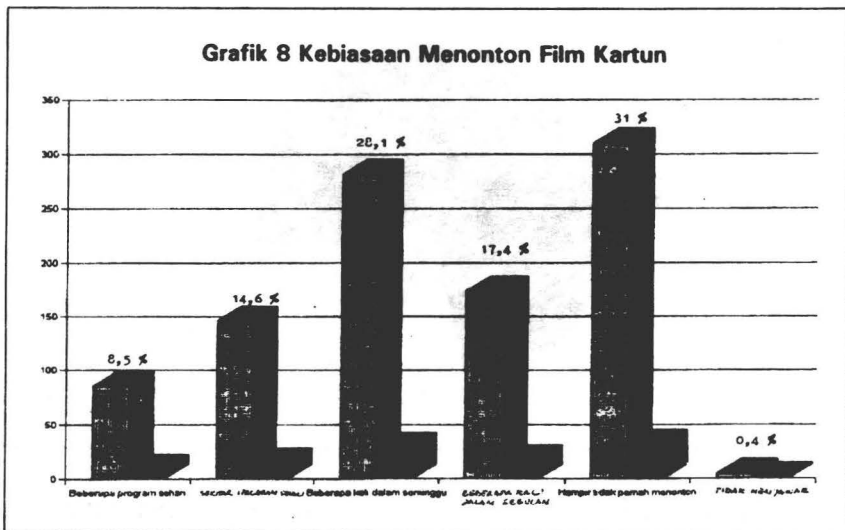
Dengan memperhatikan deskripsi tabel tersebut di atas, maka jawaban yang paling banyak adalah responden yang pada hari libur menonton televisi lima jam lebih sehari, yaitu mencapai 47,9 persen. Sedangkan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit adalah responden yang pada hari libur menonton televisi kurang dari sejam sehari, yakni hanya mencapai 1,4 persen saja (grafik 7).

Grafik 7 Kebiasaan Menonton Televisi pada Hari Libur



Mengenai perilaku responden yang berkaitan dengan pertanyaan kebiasaan menonton film kartun, sejumlah 85 orang atau 8,5 persen menjawab beberapa program sehari, responden yang menjawab sekitar satu program sehari jumlahnya ada 146 orang atau 14,6 persen, responden yang menjawab beberapa kali dalam seminggu berjumlah 281 orang atau 28,1 persen, responden yang menjawab beberapa kali dalam sebulan jumlahnya ada 174 orang atau 17,4 persen, responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton berjumlah 310 orang atau 31 persen, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 4 orang atau 0,4 persen.

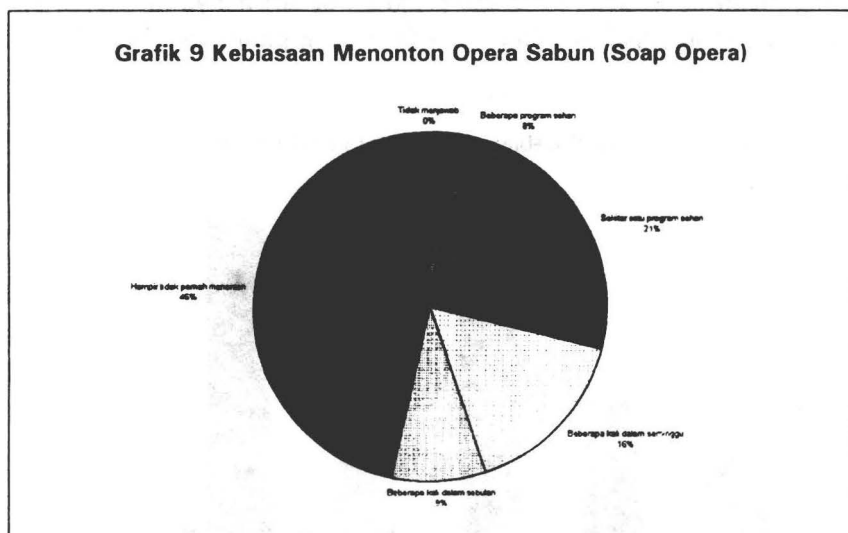
Dari diskripsi tabel di atas, maka jawaban responden yang paling banyak atas pertanyaan kebiasaan menonton film kartun adalah hampir tidak pernah menonton, yaitu mencapai 31 persen, sedangkan responden yang memilih jawaban beberapa program sehari hanya mencapai 8,5 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang paling kecil (grafik 8).



Di samping itu, penulis juga menanyakan kepada responden dengan pertanyaan kebiasaan menonton opera sabun (soap opera). Dari 1000 responden yang menjawab beberapa program sehari jumlahnya ada 79 orang atau 7,9 persen (8 persen), responden yang menjawab sekitar

satu program sehari jumlahnya ada 210 orang atau 21 persen, responden yang menjawab beberapa kali dalam seminggu berjumlah 157 orang atau 15,7 persen (16 persen), responden yang menjawab beberapa kali dalam sebulan jumlahnya ada 87 orang atau 8,7 persen (9 persen), responden yang hampir tidak pernah menonton berjumlah 463 orang atau 46,3 persen, sedangkan responden yang tidak menjawab jumlahnya ada 4 orang atau 0,4 persen (0 persen).

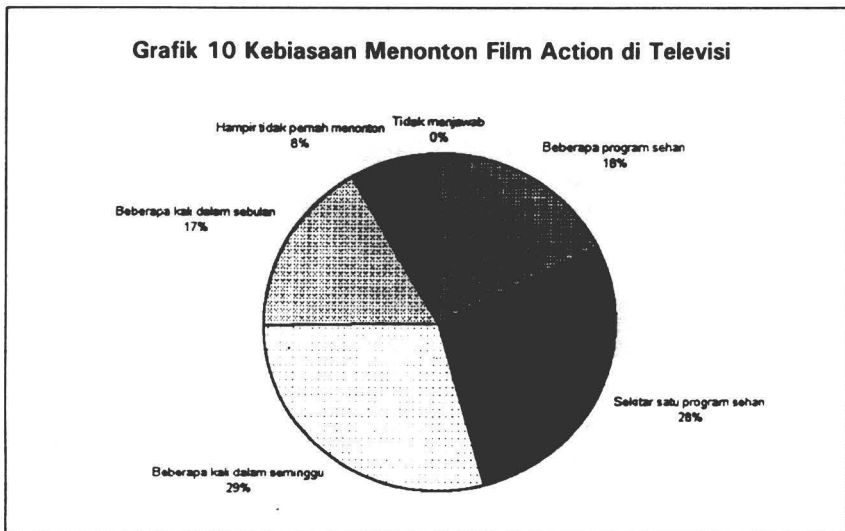
Dengan demikian jawaban responden yang jumlahnya paling besar adalah responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton, mereka ini jumlahnya mencapai 46,3 persen atau 46 persen, sedangkan jawaban yang jumlahnya paling sedikit adalah responden yang menjawab beberapa program sehari, yakni sekitar 7,9 persen atau 8 persen (grafik 9).



Sementara itu jawaban responden yang berkaitan dengan pertanyaan kebiasaan menonton film action di televisi, sejumlah 176 orang atau 17,6 persen (18 persen) menjawab beberapa program sehari, 280 orang atau 28 persen menjawab sekitar satu program sehari, 292 orang atau 29,2 persen (29 persen) menjawab beberapa kali dalam seminggu, 168 orang atau 16,8 persen (17 persen) menjawab beberapa kali dalam

sebulan, 81 orang atau 8,1 persen (8 persen) menjawab hampir tidak pernah menonton, sedangkan 3 orang atau 0,3 persen (0 persen) tidak memberikan jawaban apapun.

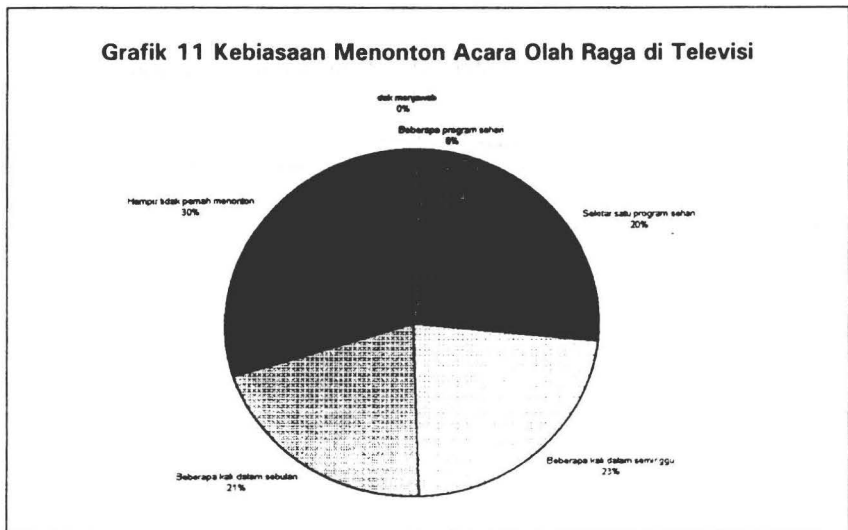
Berdasarkan diskripsi tabel di atas, maka responden yang mempunyai kebiasaan menonton film action di televisi beberapa kali dalam seminggu mencapai 29,2 persen atau 29 persen, dan merupakan jawaban responden yang paling banyak. Di urutan kedua adalah responden yang memilih jawaban sekitar satu program sehari, yaitu mencapai 28 persen. Adapun responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton film action di televisi besarnya mencapai 8,1 persen atau 8 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit (grafik 10).



Selanjutnya, responden juga penulis wawancara dengan pertanyaan kebiasaan menonton acara olah raga di televisi. Dari 1000 responden yang menjawab beberapa program sehari jumlahnya ada 63 orang atau 6,3 persen (6 persen), responden yang menjawab sekitar satu program sehari berjumlah 203 orang atau 20,3 persen (20 persen), responden yang menjawab beberapa kali dalam seminggu jumlahnya ada 228 orang atau 22,8 persen (23 persen), responden yang menjawab beberapa

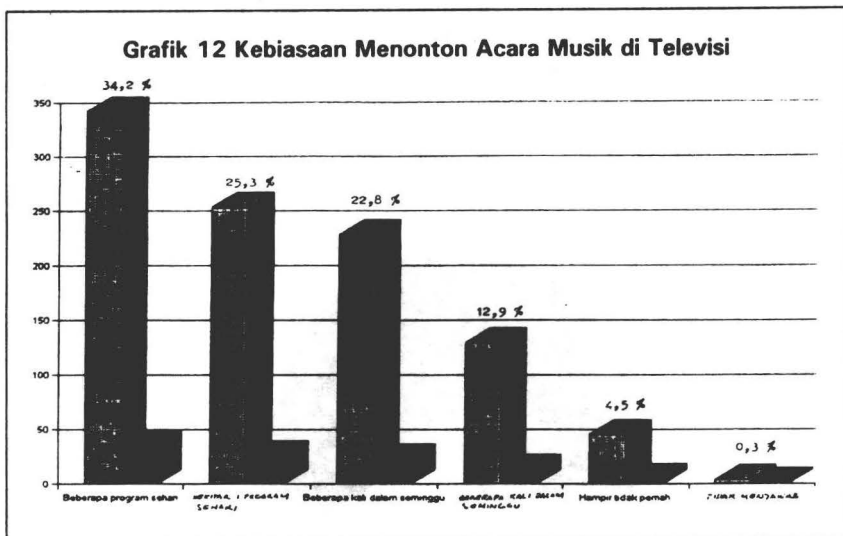
kali dalam sebulan berjumlah 206 orang atau 20,6 persen (21 persen), responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton jumlahnya ada 299 orang atau 29,9 persen (30 persen), sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban apapun jumlahnya hanya ada 1 orang atau 0,1 persen (0 persen).

Dengan demikian, responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton jumlahnya mencapai 29,9 persen atau 30 persen, dan merupakan pilihan jawaban yang terbanyak, sedangkan responden yang menjawab dengan jawaban beberapa program sehari jumlahnya mencapai 6 persen, dan merupakan jawaban yang paling sedikit (grafik 11).



Pertanyaan lainnya yang berkaitan dengan perilaku adalah kebiasaan menonton acara musik di televisi. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, sejumlah 342 orang atau 34,2 persen menjawab beberapa program sehari, 253 orang atau 25,3 persen menjawab sekitar satu program sehari, 228 orang atau 22,8 persen menjawab beberapa kali dalam seminggu, 129 orang atau 12,9 persen menjawab beberapa kali dalam sebulan, 45 orang atau 4,5 persen menjawab hampir tidak

pernah, sedangkan responden yang tidak memberikan jawaban jumlahnya ada 3 orang atau 0,3 persen (grafik 12).

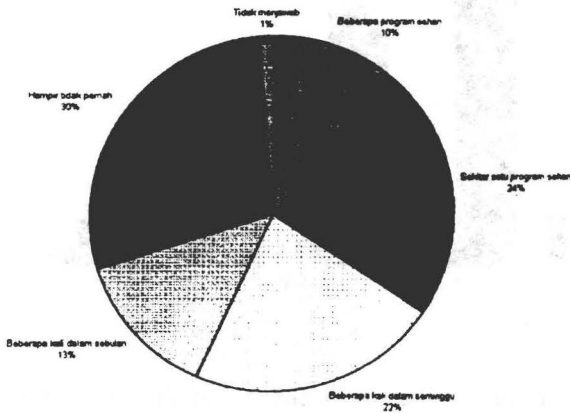


Dengan memperhatikan deskripsi tabel di atas, maka responden yang menjawab mempunyai kebiasaan menonton acara musik di televisi sampai beberapa program sehari besarnya mencapai 34,2 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling banyak. Responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton acara musik di televisi hanya berkisar 4,5 persen saja, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit.

Ketika responden penulis wawancara dengan pertanyaan tentang kebiasaan mereka menonton game show di televisi, sebanyak 104 orang atau 10,4 persen (10 persen) menjawab beberapa program sehari, 239 orang atau 23,9 persen (24 persen) menjawab sekitar satu program sehari, 223 orang atau 22,3 persen (22 persen) menjawab beberapa kali dalam seminggu, 133 orang atau 13,3 persen (13 persen) menjawab beberapa kali dalam sebulan, 288 orang atau 28,8 persen (30 persen) menjawab hampir tidak pernah, sedangkan 13 orang atau 1,3 persen (1 persen) tidak memberi jawaban.

Berdasarkan dekripsi tabel tersebut di atas, tampak bahwa responden yang menjawab hampir tidak pernah menonton game show di televisi besarnya mencapai 28,8 persen atau 30 persen, dan merupakan jawaban yang paling banyak. Jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit adalah responden yang menjawab beberapa program sehari, yang hanya mencapai 10,4 persen atau 10 persen saja (grafik 13).

Grafik 13 Kebiasaan Menonton Game Show di Televisi

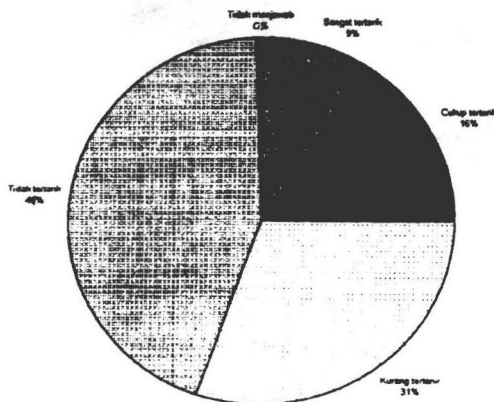


Pertanyaan mengenai perilaku responden yang berkaitan dengan kebiasaan menonton pagelaran musik pop/rock dalam negeri, responden yang memberi jawaban sangat tertarik berjumlah 90 orang atau 9 persen, responden yang menjawab cukup tertarik jumlahnya ada 159 orang atau 15,9 persen (16 persen), responden yang menjawab kurang tertarik berjumlah 305 orang atau 30,5 persen (31 persen), responden yang menjawab tidak tertarik jumlahnya ada 441 orang atau 44,1 persen (44 persen), sedangkan 5 orang responden atau 0,5 persen (0 persen) tidak memberikan jawaban apapun.

Dengan demikian responden yang menjawab tidak tertarik terhadap pagelaran musik pop/rock dalam negeri jumlahnya paling banyak, yaitu mencapai 44,1 persen atau 44 persen. Adapun responden yang memberi jawaban sangat tertarik terhadap musik pop/ rock dalam negeri besarnya

hanya mencapai 9 persen saja dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit (grafik 14).

Grafik 14 Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock Dalam Negeri

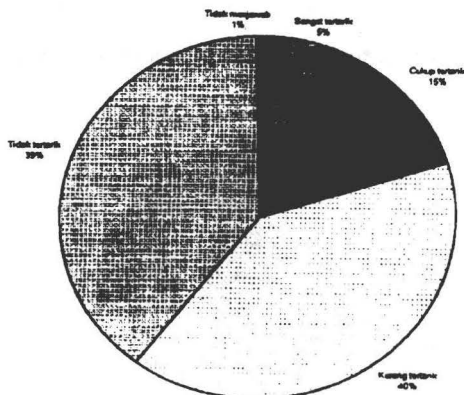


Pada waktu penulis menanyakan perilaku responden yang berkaitan dengan kebiasaan mereka menonton pagelaran seni tradisional, sejumlah 51 orang atau 5,1 persen (5 persen) menjawab sangat tertarik, 150 orang atau 15 persen menjawab cukup tertarik, 402 orang atau 40,2 persen (40 persen) menjawab kurang tertarik, 392 orang atau 39,2 persen (39 persen) menjawab tidak tertarik. Responden yang tidak menjawab atas pertanyaan tersebut jumlahnya da 5 orang atau 0,5 persen (1 persen).

Dengan memperhatikan deskripsi tabel tersebut di atas, maka responden yang menjawab sangat tertarik menonton pagelaran seni tradisional jumlahnya relatif kecil, yaitu hanya mencapai 5,1 persen atau 5 persen saja. Sebaliknya, responden yang menjawab kurang tertarik menonton pagelaran seni tradisional besarnya mencapai 40,2 persen atau 40 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling banyak (grafik 15).

Adapun jawaban responden atas pertanyaan yang berkaitan dengan perilaku mereka dalam menonton pagelaran musik pop/rock asing,

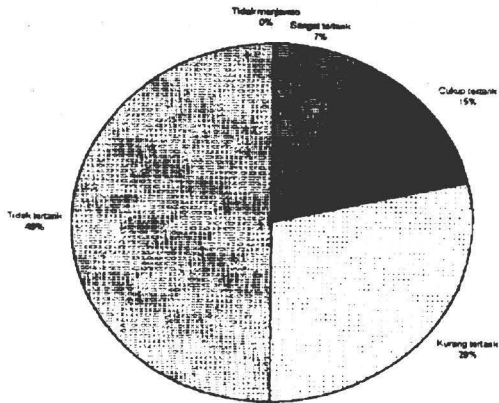
Grafik 15 Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Tradisional



sebanyak 67 orang atau 6,7 persen (7 persen) menjawab sangat tertarik, 145 orang atau 14,5 persen (15 persen) menjawab cukup tertarik, 286 orang atau 28,6 persen (29 persen) menjawab kurang tertarik, 499 orang atau 49,9 persen (49 persen) menjawab tidak tertarik, sedangkan 3 orang atau 0,3 persen (0 persen) tidak memberi jawaban.

Dari deskripsi tabel tersebut di atas, tampak bahwa responden yang menjawab tidak tertarik menonton pagelaran musik pop/rock asing besarnya mencapai 49,9 persen atau 49 persen, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling banyak. Sebaliknya, responden yang menjawab sangat tertarik menonton pagelaran musik pop/rock asing jumlahnya hanya mencapai 6,7 persen atau 7 persen saja, dan merupakan jawaban responden yang jumlahnya paling sedikit (grafik 16).

Grafik 16 Kebiasaan Menonton Pagelaran Seni Pop/Rock Asing





BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pada akhir-akhir ini melanda di berbagai negara - termasuk Indonesia - tampaknya telah menimbulkan terjadinya tranformasi nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat. Menurut Umar Khayam (1986), transformasi nilai-nilai ini mengandaikan suatu proses peralihan total dari suatu bentuk sosok baru yang akan mapan.

Tranformasi diandaikan sebagai tahap terakhir dari suatu perubahan yang mengarah ke era globalisasi. Tranformasi dapat dibayangkan sebagai suatu titik balik yang cepat.

Seperti apa yang telah dikemukakan oleh Murniatmo dan kawan-kawan (1996/1997), bahwa pengaruh globalisasi informasi dan komunikasi yang kini telah melanda bangsa Indonesia sebenarnya merupakan konsekwensi pasal 32 UUD 1945, yang mana dalam penjelasannya menunjukkan bahwa kita bangsa Indonesia tidak menolak unsur-unsur baru dari kebudayaan asing yang dapat memperkembangkan atau memperkaya kebudayaan bangsa sendiri serta mempertinggi derajat kemanusiaan bangsa Indonesia.

Adapun wujud konkrit dari apa yang dimaksud dalam penjelasan pasal 32 UUD 1945 tersebut di atas adalah terjadinya kontak-kontak

budaya bangsa kita dengan budaya asing. Gejala ini sesungguhnya merupakan suatu kenyataan bahwa bangsa Indonesia sebagai makhluk sosial tidak dapat melepaskan diri dari keterikatan dengan bangsa-bangsa lain, dengan konsekwensi menerima pengaruh globalisasi informasi dan komunikasi, yang memperkenalkan kepada bangsa kita ilmu pengetahuan dan produk-produk teknologi baru, termasuk teknologi informasi dan komunikasi.

Sebagai akibat dari pengaruh globalisasi informasi dan komunikasi ini: adalah timbulnya gejala-gejala mulai ditinggalkannya nilai-nilai budaya bangsa yang telah lama berakar dalam alam pikiran masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda. Hal ini karena generasi muda yang umumnya haus akan informasi cenderung mudah dipengaruhi oleh unsur-unsur budaya asing. Padahal keberadaan mereka sebenarnya merupakan penerus pendukung kebudayaan sekarang ini.

Nilai-nilai budaya bangsa tersebut bersifat abstrak, sedangkan ujud konkritnya dapat berupa pengetahuan dan kepercayaan. Sistem pengetahuan dan kepercayaan ini ditransformasikan menjadi nilai-nilai yang akan menentukan sikap dan perilaku generasi muda. Agar dalam proses kontak-kontak budaya generasi muda tidak kehilangan identitas dirinya sebagai bangsa Indonesia, maka penanaman dan pembinaan nilai-nilai budaya yang menyangkut pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku budaya tradisional perlu dilakukan.

Schubungan dengan hal tersebut di atas, maka dalam bab ini akan disimpulkan mengenai hasil penelitian tentang Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional pada Generasi Muda, yang diwakili oleh sebanyak 1000 pelajar SMU dan SMK di Kotamadya Surabaya.

Mengenai pengetahuan generasi muda terhadap budaya tradisional berdasarkan deskripsi tabel-tabel yang memuat satu variabel penelitian yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya tampaknya telah menunjukkan adanya gejala yang positif. Artinya, bahwa pengetahuan budaya tradisional pada dasarnya masih tetap tertanam dalam diri generasi muda di Kotamadya Surabaya.

Dalam tabel IV. 1 yang berisi informasi tentang budaya Indonesia khas dan unik berbeda dengan budaya lain di dunia misalnya, dimana

responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan informasi tersebut besarnya mencapai 84,8 persen. Demikian pula dengan tabel IV. 2 yang memuat informasi tentang kebudayaan Indonesia ditopang oleh kebudayaan-kebudayaan daerah, responden yang menjawab sangat setuju dengan informasi tersebut besarnya mencapai 77,7 persen. Tabel-tabel lainnya yang mendukung bahwa pengetahuan budaya tradisional masih tetap tertanam dalam arti generasi muda adalah Tabel IV. 3, yang berisi informasi tentang budaya Indonesia dan daerah akhir-akhir ini banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing); tabel IV. 4, yang memuat informasi tentang budaya Indonesia dan daerah harus dipertahankan sebelum banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing); dan tabel IV. 5, yang berisi informasi bahwa tidak seluruh budaya luar harus ditolak oleh bangsa Indonesia. Pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada ketiga tabel tersebut oleh responden pada umumnya dijawab sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang budaya tradisional masih tetap tertanam dalam diri generasi muda.

Masih tertanamnya pengetahuan tentang budaya tradisional pada generasi muda di Kota Surabaya ini sebenarnya tidak lepas dari upaya sekolah-sekolah SMU dan SMK di kota tersebut, baik negeri maupun swasta, dalam memasukkan pengetahuan tersebut sebagai mata pelajaran ekstra kurikuler, seperti kesenian dan tari-tarian tradisional.

Mengenai sikap generasi muda di Kotamadya Surabaya terhadap budaya tradisional sudah barang tentu pembentukannya tidak terjadi dengan sendirinya. W.A. Gerungan (1981) mengatakan bahwa pembentukan sikap senantiasa berlangsung dalam interaksi manusia dan berkenaan dengan obyek tertentu. Interaksi sosial baik di dalam kelompok maupun di luar kelompok akan dapat merubah atau membentuk sikap yang baru. Selanjutnya dikatakan bahwa interaksi di luar kelompok di sini adalah interaksi dengan hasil kebudayaan manusia yang sampai kepadanya melalui alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian di Kotamadya Surabaya, sikap generasi muda terhadap budaya tradisional ini tampaknya juga dipengaruhi oleh faktor intern dari dalam diri generasi muda itu sendiri, yaitu faktor

"selectivity" atau minat perhatiannya untuk menerima dan mengubah pengaruh-pengaruh yang datangnya dari luar. Hal ini terlihat dari Tabel IV. 13 yang memuat informasi sebelum menyukai budaya asing, saya selalu membandingkan dengan budaya sendiri. Berdasarkan tabel ini maka responden yang mendukung informasi tersebut jumlahnya mencapai 66,8 persen dari jumlah responden secara keseluruhan. Jumlah sebanyak itu terdiri dari 32,2 persen jawaban sangat setuju dan 34,6 persen jawaban agak setuju.

Sementara itu adanya kecenderungan generasi muda lebih menyukai program TV buatan luar negeri tampaknya hanya sebatas menyaksikan sebagai pemirsa saja, karena apabila diperhatikan dari sisi lain, seperti mengenai lagu yang paling disukai, pakaian yang paling disukai, tradisi yang paling disukai, dan pengarang novel yang paling disukai, sebagian besar jawaban-jawaban responden ternyata lebih menyukai produk Indonesia.

Mengenai kepercayaan generasi muda terhadap budaya tradisional di Kotamadya Surabaya berdasarkan informasi dari tabel-tabel yang berkaitan dengan kepercayaan tersebut, seperti kepercayaan bahwa generasi muda sekarang mencintai dan menghargai budaya-budaya daerah, serta budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk tampaknya menunjukkan gejala yang positif. Hal ini karena kedua pernyataan tersebut didominasi oleh jawaban sangat setuju dan tidak setuju.

Sungguhpun demikian, jika memperhatikan Tabel IV. 16 yang berisi informasi tentang kepercayaan bahwa banyak generasi muda yang lebih senang pada budaya asing sekarang ini, tampaknya generasi muda di Kotamadya Surabaya banyak mengenal budaya asing. Hal ini karena responden yang menjawab sangat setuju dan agak setuju dengan informasi tersebut jumlahnya cukup dominan, yaitu mencapai 36,4 persen dan 35 persen.

Dalam pada itu, diskripsi tabel-tabel yang memuat informasi tentang perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional pada dasarnya menggunakan beberapa sarana komunikasi, diantaranya : media cetak (surat kabar, majalah dan komik), media elektronika (radio dan televisi) dan melalui pertunjukan langsung atau pagelaran.

Mengenai perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional yang berkaitan dengan media cetak di Kotamadya Surabaya menunjukkan bahwa kebiasaan membaca surat kabar dan majalah tampaknya belum menjadi bagian dari kehidupan generasi muda di sana. Hal ini karena responden yang menyatakan hampir tidak pernah membaca surat kabar dan majalah relatif besar, yaitu mencapai 10,5 persen (11persen) dan 18,4 persen (18 persen). Lain halnya dengan kebiasaan responden membaca komik, banyaknya responden yang hampir tidak pernah membaca komik ini barangkali karena mereka menganggap bahwa komik bukan lagi menjadi konsumsi mereka, melainkan konsumsi anak-anak.

Mengenai perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional yang berkaitan dengan media elektronika, khususnya televisi menunjukkan bahwa media tersebut telah menjadi bagian dari kehidupan generasi muda di Kotamadya Surabaya. Hal ini terlihat dari jawaban-jawaban responden yang berkaitan dengan kebiasaan mereka menonton televisi, baik pada hari-hari biasa (kerja) maupun pada hari libur.

Adapun perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional yang menarik untuk dikaji adalah perilaku yang berkaitan dengan pertunjukan langsung atau pagelaran, khususnya perilaku yang menyangkut kebiasaan menonton pagelaran seni tradisional. Berdasarkan Grafik 15 yang memuat informasi tentang kebiasaan menonton pagelaran seni tradisional ternyata responden yang menyatakan kurang tertarik besarnya mencapai 40 persen, sedangkan yang menyatakan tidak tertarik ada 39 persen dari jumlah responden secara keseluruhan.

Sementara itu apabila kita perhatikan sikap generasi muda terhadap budaya tradisional pada Tabel IV. 9 yang berisi informasi tentang tradisi yang paling disukai tampaknya sikap generasi muda tidak konsisten dengan perilakunya. Di satu pihak responden menyatakan bahwa tradisi asli Indonesia jauh/sedikit lebih bagus daripada tradisi barat, akan tetapi di lain pihak mereka menyatakan kurang/tidak tertarik dengan pagelaran seni tradisional.

Kurang/tidak tertariknya generasi muda terhadap pagelaran seni tradisional ini salah satunya tampaknya disebabkan oleh tidak adanya kepedulian orang tua untuk memperkenalkan budaya tradisional

terhadap anak-anaknya. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang telah kami lakukan dengan beberapa orang tua responden.

Keberadaan keluarga sebenarnya mempunyai peranan yang sangat penting untuk menanamkan nilai-nilai budaya kepada anak-anak. Hildred Geertz (1983) dalam bukunya yang berjudul *Keluarga Jawa* mengatakan bahwa keluarga yang biasanya terdiri dari orang tua dan anak-anak yang dalam hal ini, suami dan istri tersebut merupakan orang yang terpenting di dunia. Mereka inilah yang memberikan kepada anak-anak rasa kesejahteraan emosional serta titik keseimbangan dalam orientasi sosial. Mereka juga memberikan bimbingan moral, membantu dari masa kanak-kanak menempuh usia tua dengan mempelajari nilai-nilai budaya Jawa.

5.2 SARAN-SARAN

Dengan memperhatikan hasil kesimpulan sebagaimana tersebut di atas menunjukkan bahwa penanaman dan pembinaan nilai-nilai budaya yang menyangkut pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku budaya tradisional pada generasi muda di Kotamadya Surabaya pada dasarnya masih perlu dilakukan.

Sehubungan dengan hal di atas, maka upaya yang sekarang ini telah dilakukan oleh sekolah-sekolah SMU dan SMK dengan jalan memasukkan pengetahuan budaya tradisional sebagai mata pelajaran ekstra kulikuler perlu ditingkatkan.

Di samping itu, agar penanaman dan pembinaan tentang pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku budaya tradisional ini dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka dalam pelaksanaan perlu melibatkan para orang tua generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Budhistoso, S. 1992/1993 "Pengaruh Globalisasi Informasi Terhadap Sistem Nilai, Struktur dan Jaringan Sosial Masyarakat Pedesaan" dalam Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan, Nomer : 31, Badan Litbang Penerangan, Departemen Penerangan Republik Indonesia.
- Geertz, Hildred. 1983, Keluarga Jawa, Cetakan I, Grafiti Pers, Jakarta.
- Gerungan, W.A. 1981, Psikologi Sosial Suatu Ringkasan, Cetakan II, Eresco, Bandung.
- Kayam, Umar, 1986, Transformasi Budaya Kita, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar pada Fakultas Sastra, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Koentjaraningrat, 1982, Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan, Cetakan IX, Gramedia, Jakarta.
- Kuswandi, Wawan. 1993, Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi, Rineka Cipta, Jakarta.
- Murniatmo, Gatut dkk. 1996/1997, Dampak Globalisasi Informasi Terhadap kehidupan Sosial Budaya Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta, Proyek P2NB, DIY.
- Poerwadarinto, wjs, 1985 Kamus Umum Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta
- Suparman, 1990, Statistik Sosial, Cetakan II, Rajawali, Jakarta.
- Susanto, Astrid, 1979, Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial, Binacipta, Bandung.
- Walgito, Bimo, 1980, Psikologi Sosial : Suatu Pengantar, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

KUEISIONER**PENELITIAN DAN PENGAKAJIAN ASPEK KEBUDAYAAN :****Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya
Tradisional pada Generasi Muda**

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memilih *satu dari jawaban* yang tersedia dengan membubuhi tanda X pada jawaban yang anda pilih.

01. Bagaimana kebiasaan anda membaca surat kabar ?
(a) hampir tidak pernah (d) 2 - 3 kali seminggu
(b) sekitar sebulan sekali (e) 4 - 5 kali seminggu
(c) sekitar seminggu sekali (f) setiap hari.
02. Bagaimana kebiasaan anda membaca komik ?
(a) hampir tidak pernah (d) 2 - 3 kali seminggu
(b) sekitar sebulan sekali (e) 4 - 5 kali seminggu
(c) sekitar seminggu sekali (f) setiap hari.
03. Bagaimana kebiasaan anda membaca majalah ?
(a) hampir tidak pernah (d) 2 - 3 kali seminggu
(b) sekitar sebulan sekali (e) 4 - 5 kali seminggu
(c) sekitar seminggu sekali (f) setiap hari.
04. Bagaimana kebiasaan anda mendengarkan radio ?
(a) tidak mendengarkan radio (d) sekitar 3 - 4 jam sehari
(b) kurang dari sejam sehari (e) Lima jam lebih sehari
(c) sekitar 1 - 2 jam sehari
05. Bagaimana kebiasaan anda menonton film di bioskop ?
(a) tidak pernah pergi ke bioskop (d) sekitar sebulan sekali
(b) sekitar 1 - 2 kali setahun (e) berapa kali sebulan
(c) beberapa kali setahun
06. Berapa jam anda menonton televisi pada hari-hari biasa (kerja) ?
(a) tidak pernah menonton TV (d) 3 - 4 jam sehari
(b) kurang dari sejam sehari (e) Lima jam lebih sehari
(c) 1 - 2 jam sehari

07. Berapa jam anda menonton televisi pada hari libur ?
(a) tidak pernah menonton TV (d) 3 - 4 jam sehari
(b) kurang dari sejam sehari (e) Lima jam lebih sehari
(c) 1 - 2 jam sehari
08. Bagaiman kebiasaan anda menonton film kartun ?
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali dalam sebulan
09. Bagaimana kebiasaan anda menonton opera sabun (soap opera) ?
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali sebulan
10. Bagaimana kebiasaan anda menonton film action di televisi (seperti film detektif). ?
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali sebulan
11. Bagaimana kebiasaan anda menonton acara olahraga di televisi
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali sebulan
12. Bagaimana kebiasaan anda menonton acara musik di televisi ?
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali sebulan
13. Bagaimana kebiasaan anda menonton game show di televisi ?
(a) beberapa program sehari (d) beberapa kali seminggu
(b) sekitar 1 program sehari (e) hampir tak pernah menonton
(c) beberapa kali sebulan

Pertanyaan berikut ini agak sedikit berbeda. Jawablah dengan memilih *satu jawapan* yang tersedia dengan menandai X di muka jawapan yang anda pilih.

14. Program TV apa yang anda sukai, yang buatan Indonesia atau negeri lain ?
 - (a) Sangat menyukai program buatan Indonesia
 - (b) Sedikit lebih menyukai program buatan Indonesia
 - (c) Sedikit lebih menyukai program buatan luar negeri
 - (d) Sangat menyukai program buatan luar negeri
15. Lagu apa yang anda sukai, lagu yang berbahasa Indonesia atau lagu yang berbahasa Inggris (asing) ?
 - (a) Sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia
 - (b) Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Indonesia
 - (c) Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Inggris (asing)
 - (d) Sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (asing)
16. Pakaian mana yang anda sukai, pakaian buatan Indonesia atau pakaian buatan luar negeri ?
 - (a) Pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus
 - (b) Pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus
 - (c) Pakaian buatan Indonesia sedikit lebih bagus
 - (d) Pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus.
17. Tradisi mana yang anda sukai, tradisi asli Indonesia (atau daerah) atau tradisi barat (luar negeri) ?
 - (a) Tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus
 - (b) Tradisi asli Indonesia sedikit lebih bagus
 - (c) Tradisi barat sedikit lebih bagus
 - (d) Tradisi barat jauh lebih bagus.
18. Pengarang novel mana yang anda sukai, pengarangl Indonesia atau luar negeri ?
 - (a) Sangat menyukai pengarang luar negeri
 - (b) Sedikit lebih suka pengarang luar negeri
 - (c) Sedikit lebih suka pengarang Indonesia
 - (d) Sangat menyukai pengarang Indonesia

Pertanyaan berikut ini adalah mengenai opini anda. Bacalah secara cermat dan jawablah dengan cara memilih *satu jawaban saja* yang menurut anda paling cocok.

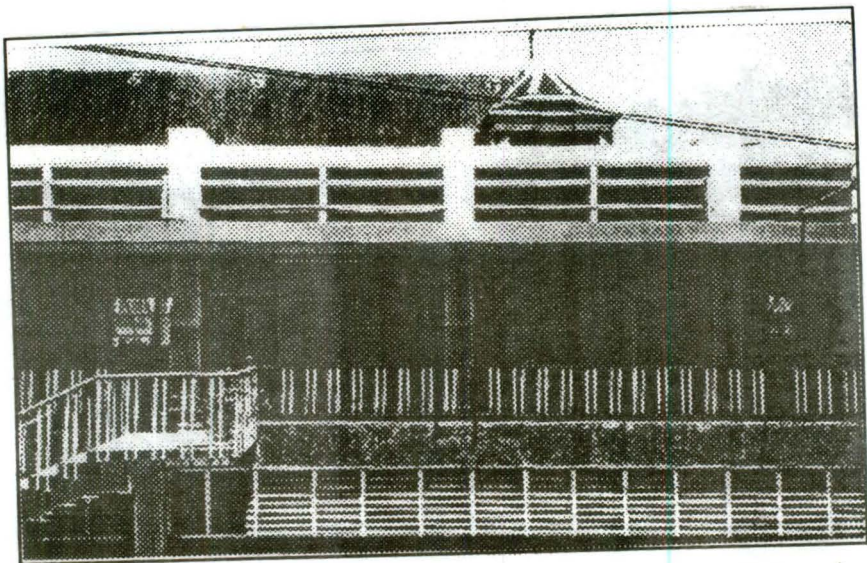
19. Bagaimana anomo atau perhatian anda pada museum dan cagar budaya ?
(a) sangat tertarik (c) kurang tertarik
(b) cukup tertarik (d) tidak tertarik
20. Bagaimana kebiasaan anda menonton pagelaran musik pop/rock dalam negeri ?
(a) sangat tertarik (c) kurang tertarik
(b) cukup tertarik (d) tidak tertarik
21. Bagaimana kebiasaan anda menonton pagelaran seni tradisional ?
(a) sangat tertarik (c) kurang tertarik
(b) cukup tertarik (d) tidak tertarik
22. Bagaimana kebiasaan anda menonton pagelaran musk pop/rock asing ?
(a) sangat tertarik (c) kurang tertarik
(b) cukup tertarik (d) tidak tertarik
23. Indonesia mempunyai kebudayaan khas dan uni yang berbeda dengan budaya lainnya di dunia ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
24. Kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan-kebudayaan daerah ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
25. Budaya Indonesia dan daerah akhir-akhir ini banyak dipengaruhi oleh budaya luar (asing) ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju

26. Budaya Indonesia dan daerah harus dipertahankan sebelum banyak dipengaruhi budaya luar (asing) ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
27. Tidak seluruh budaya luar (asing) harus ditolak oleh bangsa Indonesia ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
28. Mencintai dan melestarikan budaya daerah berarti pula mendukung kebudayaan nasional ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
29. Generasi muda sekarang mencintai dan menghargai budaya-budaya daerah ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
30. Sebelum menyukai budaya asing, saya selalu membandingkan dengan budaya sendiri ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
31. Budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia ?
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju
32. Banyak generasi muda yang lebih senang pada budaya asing sekarang ini.
(a) sangat setuju (c) kurang setuju
(b) agak setuju (d) tidak setuju

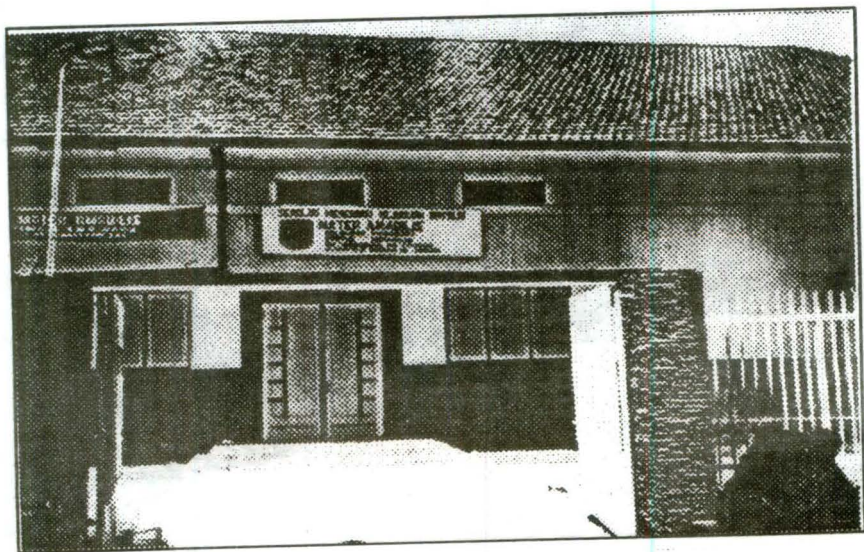
Ahirnya, ada beberapa pertanyaan mengenai pribadi diri anda yang sangat penting bagi kami

33. Saya berumur tahun

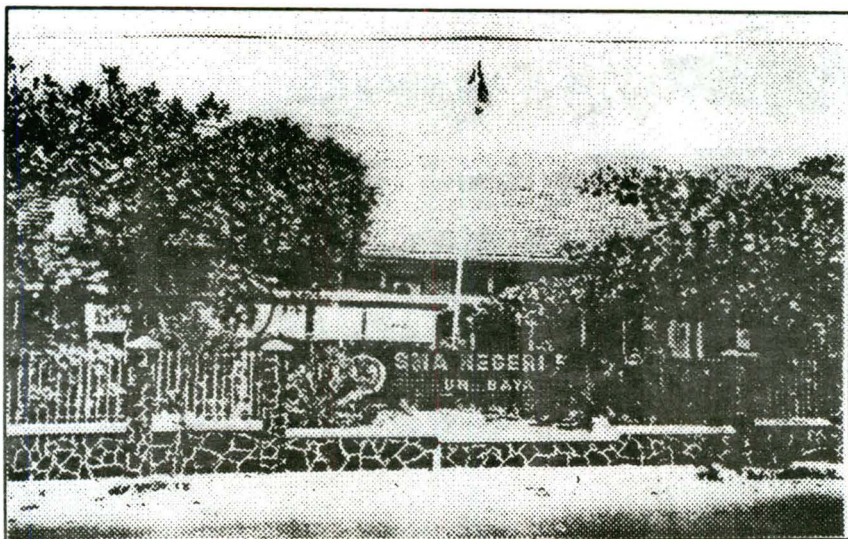
34. Jenis kelamin saya : (a) laki-laki (b) perempuan
35. Saya ranking ke di kelas
36. Ayah saya bekerja di sebagai
37. Ibu saya bekerja di sebagai
38. Apabila berlibur, saya pergi ke
39. Saudara kandung saya berjumlah
40. Keluarga saya memiliki buah sepeda motor dan mobil.



Gambar 1 : Sekolah Menengah Umum Katholik Frateran di Kotamadya Surabaya



Gambar 2 : Sekolah Menengah Kejuruan Mater Amabilis di Kotamadya Surabaya



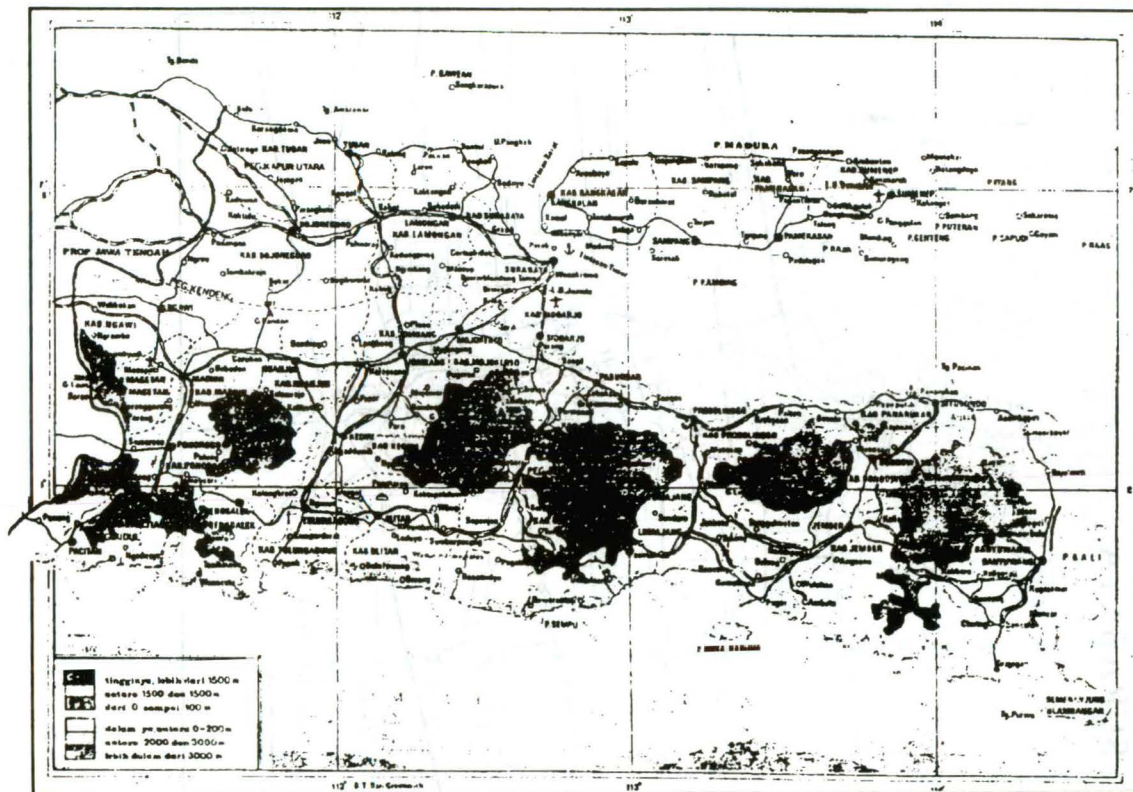
Gambar 3 : Sekolah Menengah Umum Negara 5 di Kotamadya Surabaya



Gambar 4 : Tempat parkir mobil pelajar SMU Negeri 5 bagi pelajar yang membawa mobil

PROPINSI JAWA TIMUR

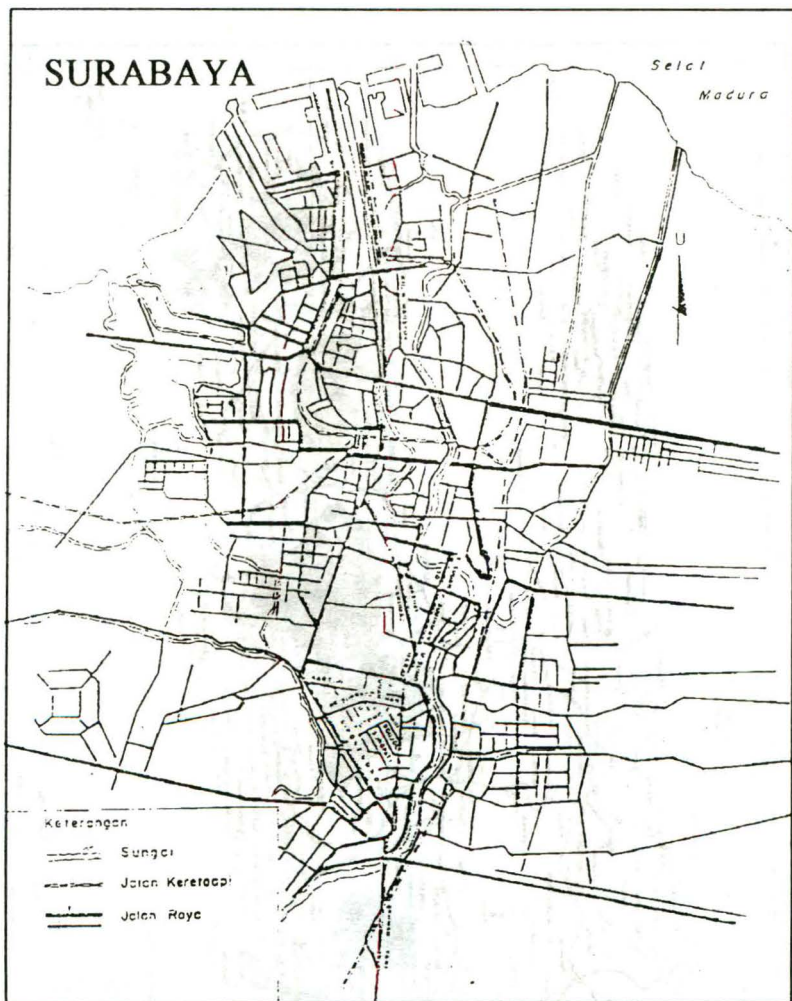
SKALA 1:250.000



SURABAYA

Selat

Madura



Keterangan

 Sungai

 Jalan Keretaapi

 Jalan Raya

