

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

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
JAKARTA
1997**

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN, DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL GENERASI MUDA DI AMBON

1. BUKU DILAKUKAN
DIT. TRADING UNIT MUSF
DENGAN MASA
DARI REV : 3110
PEROLEHAN :
TEL : 25-5-109

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL GENERASI MUDA DI AMBON

Penulis : T. Sigit Widiyanto
Elizabeth T. Gurning

Penyunting : Dahlia Silvana

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 I 1997

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 etnossentrisme 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 read "Edi Sedyawati". It is written in a cursive style with a horizontal line underneath it.

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.

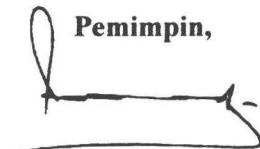
Bertitik tolak dari kondisi tersebut Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan melalui Proyek pengkajian dan pembinaan Nilai-nilai Budaya pusat menggali nilai-nilai budaya dari setiap suku bangsa atau daerah. Untuk melestarikannya, dilakukan 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 Ambon* 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,

Soejanto, B.Sc.
NIP. 130 604 670

DAFTAR ISI

Sambutan Direktur Jenderal Kebudayaan	v
Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar dan Peta	xi
Daftar Tabel	xiii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Kerangka Pemikiran	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian	7
Bab II Gambaran Umum Daerah Penelitian	
2.1 Letak, Luas dan Lingkungan Alam	11
2.2 Lingkungan Fisik dan Pola Pemukiman	12
2.3 Penduduk	17
2.4 Keadaan Sosial Budaya	20
2.5 Karakteristik Responden	23
Bab III Media Kemonikasi	
3.1 Bentuk Media Komunikasi yang digunakan	30

3.2	Penggunaan dan Frekuensinya	31
3.3	Cara Memperoleh Media.....	37
3.4	Program/Rubrik yang disenangi.....	38
Bab IV	Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan dan Perilaku Budaya Tradisional Generasi Muda	
4.1	Pengetahuan Tentang Budaya Tradisional	47
4.1.1	Pengetahuan Terhadap Rasa memilih Tradisional Indonesia	48
4.1.2	Pengetahuan Terhadap Kebinekaan Budaya	51
4.2	Sikap Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	54
4.2.1	Sikap Terhadap Musium Cagar alam	55
4.2.2	Sikap Terhadap Lagu-lagu Yang Disukai	57
4.2.3	Sikap Terhadap Jenis pakaian Yang Disukai	59
4.2.4	Sikap Terhadap Pengarang Novel Yang Disukai.....	61
4.3	Kepercayaan Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	62
4.3.1	Beberapa Besar Kepercayaan Generasi Muda Pada Budaya Tradisional	62
4.3.2	Kepercayaan Terhadap Budaya Tradisional	64
4.4	Perilaku Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional	65
4.4.1	Perilaku Generasi Muda Terhadap Seni Tradisional	66
4.4.2	Perilaku Generasi Muda Terhadap Musk	67
Bab V	Analisis dan Simpulan	71
Daftar Pustaka		75

DAFTAR GAMBAR DAN PETA

Halaman

Gambar

1. Gedung Taman Budaya di Kodya Ambon	25
2. Stadion Olah Raga Mandala di Kodya Ambon.....	25
3. Gedung SMA Pertiwi di Kodya Ambon	26
4. Gedung SMA Negeri 1 di Kodya Ambon	26
5. Latihan Paduan Suara Siswa SMA di Kodya Ambon	27

Peta

1. Pulau Ambon	28
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Halaman

Bab II

2.1 Mata Pencaharian Penduduk Kotamadya Ambon	19
2.2 Tingkat Pendidikan yang Telah Dicapai	20

Bab III

3.1 Kebiasaan Membaca Koran	31
3.2 Kebiasaan Membaca Majalah	32
3.3 Kebiasaan Membaca Komik	34
3.4 Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari Biasa	34
3.5 Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari Libur	35
3.6 Kebiasaan Menonton Bioskop	36
3.7 Kebiasaan Mendengarkan Radio	37
3.8 Kebiasaan Menonton Acara Musik di Televisi	39
3.9 Kebiasaan Menonton Film Action	41
3.10 Kebiasaan Menonton Opera Sabun	42
3.11 Kebiasaan Menonton Film Kartun di Televisi	43
3.12 Kebiasaan Menonton Acara Olahraga	44
3.13 Kebiasaan Menonton Game Show	45

Bab IV

4.1	Tradisi yang Disukai	49
4.2	Program Televisi yang Disukai.....	50
4.3	Indonesia Mempunyai Budaya Khas dan Unik yang Berbeda dengan Budaya Lain di Dunia.	51
4.4	Kebudayaan Nasional Indonesia Ditopang oleh Kebudayaan Daerah	52
4.5	Tidak Seluruh Budaya Asing Ditolak Oleh Bangsa Indonesia	53
4.6	Mencintai dan Meletasikan Budaya Daerah Berarti Mendukung Kebudayaan Nasional	54
4.7	Perhatian Museum dan Cagar Budaya	56
4.8	Lagu yang Disukai.....	58
4.9	Pakaian yang Disukai	60
4.10	Pengarang Novel yang Disukai	61
4.11	Generasi Muda Sekarang Mencintai dan Menghargai Budaya-budaya Daerah	62
4.12	Banyak Generasi Muda yang Lebih Senang pada Budaya Asing	63
4.13	Budaya Daerah dan Nasional Tidak Akan Hilang Walaupun Banyak Unsur Budaya Asing yang Masuk ke Indonesia	65
4.14	Kebiasaan Menyaksikan Pergelaran Seni Tradisional	66
4.15	Kebiasaan Menyaksikan Pergelaran Musik Pop/Rock Dalam Negeri	68
4.16	Kebiasaan Menonton Pagelaran Musik Pop/Rock Asing	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar

Dalam era globalisasi akhir-akhir ini, pengaruh kebudayaan asing terhadap kebudayaan Indonesia makin meningkat intensitasnya. Hal ini sangat didukung oleh kemajuan teknologi, terutama teknologi di bidang transportasi dan komunikasi, di samping kemajuan dan perkembangan pembangunan yang dicapai oleh pemerintah Republik Indonesia.

Di bidang transportasi sekarang ini, dapat dirasakan betapa mudahnya orang asing ke Indonesia dan sebaliknya orang Indonesia mudah berpergian ke luar negeri. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan di bidang transportasi telah meningkatkan intensitas kontak kebudayaan, terutama seiring dengan semakin derasnya kedatangan wisatawan mancanegara yang kemudian berinteraksi dengan masyarakat Indonesia.

Derasnya budaya asing yang masuk ke Indonesia, mau tidak mau harus siap dihadapi, sebab tidak semua budaya asing tersebut berguna bagi bangsa Indonesia. Oleh karena itu penerimaan budaya asing harus dinilai dari segi manfaatnya. Pengertian yang seperti itu muncul sebab tidak ada satu masyarakat yang mau begitu saja kebudayaannya hilang "ditelan" oleh kebudayaan lain. Walaupun ada pengaruh akibat penerimaan unsur kebudayaan dari luar, tetapi identitas dan keunikan

budaya sendiri harus dipertahankan semaksimal mungkin. Dalam rangka tersebut perlu dilakukan tindakan untuk menekan kekhawatiran yang berpengaruh negatif bagi masyarakat.

Demikian halnya dengan perkembangan teknologi komunikasi sekarang ini. Prasarana dan sarananya yang semakin canggih dan terus berkembang dengan pesat, akan mempermudah hubungan antarindividu sehingga mengurangi dalam jarak, waktu, dan biaya.

Acara televisi asing dapat dengan mudah masuk dan diterima oleh masyarakat Indonesia dengan menggunakan antena parabola. Kesempatan yang demikian mempunyai arti bahwa keluarga dapat dengan mudah menikmati acara televisi asing, seperti CNN, TV-3, dan Stra TV, bahkan kalau menggunakan jasa perusahaan penyedia acara televisi asing lebih dapat menikmati saluran seperti HBO, Discovery, TNT dan ESPN. Belum lagi perkembangan teknologi telepon yang digabung, dengan komputer, yang lebih dikenal dengan internet sudah berkembang dengan sangat pesatnya. Dengan menggunakan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pulsa telepon, dapat menampilkan teks, grafik, dan gambar; internet ini semakin banyak khususnya yang tinggal digunakan masyarakat. Walaupun baru kalangan tertentu di kota-kota besar yang dapat mengaksesnya, namun perkembangannya sangat pesat sekali terutama di kalangan generasi muda yang senang akan hal-hal yang baru dan menantang.

Perhatian khusus bagi generasi muda merupakan hal yang menarik karena mereka sebagai penerus dan pendukung kebudayaan sekarang ini. Perubahan pandangan, pengetahuan, sikap, dan tingkah laku pada diri mereka akan berdampak besar pada corak dan nuansa kebudayaan pada masa depan suatu bangsa. Pada hal di sisi lain, mereka ini sangat mudah dipengaruhi oleh unsur kebudayaan asing yang masuk apabila tatanan masyarakat dan kebudayaan yang ada sekarang ini dirasakan tidak memenuhi selera mereka. Oleh karena itu sangat dirasakan perlu untuk melakukan suatu tindakan, terutama dalam **bentuk kampanye**, yang bertujuan untuk mengarahkan mereka mencintai budaya sendiri identitas mereka.

Cukup besarnya peran teknologi dalam pemasukan unsur-unsur budaya asing ke Indonesia, tidaklah mengherankan kalau generasi muda yang tinggal di kota-kota besarlah yang paling dahulu menyerap unsur

budaya asing tersebut. Sebab kota-kota besar mempunyai prasarana dan sarana yang relatif lebih lengkap dibandingkan kota-kota kecil, sehingga memungkinkan dan memudahkan mereka mengakses teknologi canggih dengan cepat berikut unsur budaya asing yang melekat padanya. Selanjutnya dalam hal penyebarannya, kota-kota besar ini memegang peranan yang sangat penting, karena daerah sekitarnya yang biasanya disebut sebagai *remote areas* akan mengacu pada kota tersebut.

1.2 *Permasalahan*

Penelitian ini merupakan bagian atau satu langkah dari program kampanye dalam menanggulangi benturan budaya yang akan memperlemah jati diri budaya bangsa terutama di kalangan generasi penerus. Beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. bagaimakah pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku genetasi muda sekarang ini dalam ruang lingkup budaya tradisional.
2. media komunikasi yang saat ini dipakai kelompok generasi muda dalam mendapatkan informasi, dan bagaimana frekuensi pemakaiannya dari masing-masing media tersebut;
3. aktivitas apa saja yang dipakai generasi muda dalam menyalurkan kreativitas dan kegiatan lainnya, baik dalam ruang lingkup sekolah maupun luar sekolah.

1.3 *Kerangka Pemikiran*

Pada intinya apa yang selalu dilakukan oleh Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional adalah memasarkan ide dan tujuan sosial tertentu yang bersifat abstrak. Sifatnya yang memasarkan itulah, sebenarnya prinsip-prinsip *marketing* pemasaran dapat dipakai dalam segala kegiatan yang dilakukan. Kegiatan demikian umumnya disebut sebagai *social marketing*. Para ahli dan praktisi dalam bidang ini telah menyadari bahwa sosial marketing biasanya beroperasi pada pasar dan segmen pasar yang kurang menguntungkan, yang kadangkala merupakan segmen yang sudah disentuh, sedangkan *commercial marketing* berada dalam pasar yang paling mudah disentuh.

Selanjutnya, ada beberapa hal yang membedakan *social marketing* dan *commercial marketing* yang telah banyak diketahui oleh masyarakat umum. Umumnya dalam social marketing, kompetisi tidak terlalu ketat karena LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) atau instansi pemerintah saja yang berkecimpung. 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. Yang terakhir, dapat saja dengan meningkatnya permintaan akan menyebabkan kurangnya sumber, misalnya dengan meningkatnya minat baca masyarakat, perpustakaan umum penuh dan dirasakan kurangnya buku bacaan.

Menurut Kotler tujuan dari social marketing adalah perubahan sosial (Widhal, 1992: 96). Ada empat jenis perubahan sosial yang direncanakan dalam social marketing. Pertama perubahan *cognitive* (pengetahuan), misalnya kampanye untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang mengenai tingginya tingkat polusi di suatu wilayah. Kedua, perubahan tindakan (*action*), misalnya kampanye yang meminta masyarakat untuk berdemonstrasi melawan polusi. Ketiga, perubahan perilaku (*behavioral*), misalnya kampanye yang meminta masyarakat untuk secara rutin mendaur-ulang kertas dan plastik. Keempat, adalah perubahan nilai (*value*), misalnya usaha untuk meyakinkan masyarakat akan tingginya nilai udara dan air bersih.

Menurut Sven Windahl et.al (1992:95) pada prinsipnya social marketing menggunakan prinsip dan teknik marketing untuk mengajukan suatu maksud sosial, ide, dan tingkah laku sosial. Secara lebih khusus social marketing digunakan untuk mendesain, mengimplementasikan, dan mengontrol program-program untuk meningkatkan penerimaan suatu ide atau maksud sosial dalam suatu kelompok target. Hal itu dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep segmentasi pasar, penelitian konsumen, pengembangan konsep, komunikasi, pemberian insentif, dan teori pertukaran untuk memaksimalkan respon dari kelompok target, yakni generasi muda (15 - 20 tahun).

Menurut James William Coleman dan Donald Cressey (1989), pada kelompok usia ini mulai tumbuh kesadaran akan identitas diri dan

keluarganya. Mereka dapat membedakan atau merasakan perbedaan etnik diri sendiri dengan teman-temannya, demikian pula dengan perbedaan sosial-budaya dan ekonomi lainnya. Dan, mereka mulai menentukan sikap bagaimana mereka berperilaku sesuai dengan atribut-atribut yang ada.

Mengacu kepada pendapat Robert Redfield yang mengatakan bahwa terdapat dua tradisi dalam suatu masyarakat yaitu tradisi besar dan tradisi kecil, maka dalam hal ini kota-kota besar di Indonesia dapat dimasukkan ke dalam kategori tradisi besar. Sebab tradisi kecil atau desa-desa di sekitarnya mempunyai orientasi ke tradisi besar yaitu kota-kota besar tersebut.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mendesain, mengimplementasikan, dan mengontrol program-program yang akan dilaksanakan. Dengan segmen generasi muda sebagai target kampanye, maka perlu dilakukan penelitian untuk mendeskripsikan keadaan segmen tersebut. Menurut William R. Dillon (1994:3) dalam suatu strategi marketing, penelitian untuk mengetahui berbagai hasil mengenai konsumen adalah sangat penting untuk kelanjutan dan kesuksesan strategi tersebut. Penelitian yang diperlukan minimal merupakan deskriptif dari keadaan kelompok generasi muda, utamanya mengetahui bagaimana pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang keadaan generasi muda sebagai berikut:

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

Berbagai informasi tersebut 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 ruang lingkup budaya tradisional dapat digunakan sebagai bahan pembinaan nilai-nilai budaya secara menyeluruh.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Sesuai dengan latar dan permasalahan tersebut sasaran penelitian adalah segmen generasi muda di kota-kota besar yang masih berstatus pelajar SLTA, baik negeri maupun swasta. Khususnya, mereka yang duduk di kelas 2 dan 3.

Ruang lingkup wilayah dipilih Kota Ambon dengan asumsi bahwa kota tersebut mempunyai intensitas kontak dengan budaya luar cukup tinggi.

Ruang lingkup materi tentang keadaan generasi muda di kota yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan kota.
2. Generasi muda dan media komunikasi massa berkaitan dengan:
 - a. jenis media massa yang diminati;
 - b. kebiasaan (frekuensi) memanfaatkan media massa tersebut;
 - c. jenis berita dan atau program acara.
3. Pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku yang berkaitan dengan:
 - a. keberadaan museum dan atur cagar budaya di daerah;
 - b. pagelaran seni tradisional;
 - c. pagelaran musik pol/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.
4. Berbagai kreativitas generasi muda, baik di dalam sekolah, masyarakat (luar sekolah), maupun di lingkungan keluarga.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dalam arti bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan fakta-fakta dan karakteristik dari populasi generasi muda. Penelitian ini memfokuskan pada aspek kuantitatif untuk mendapatkan gambaran keadaan populasi, namun demikian data kualitatif pun diperlukan untuk melengkapi hal-hal yang tidak dapat diliput oleh kuesioner. Jumlah kuesioner yang diedarkan bagi generasi muda di Ambon adalah 1.000 eksemplar.

Populasi penelitian generasi muda adalah para siswa SLTA kelas 2 dan 3, negeri dan swasta. Pengambilan sampel populasi dengan mempertimbangkan keberadaan sekolah negeri dan sekolah swasta. Walaupun pendidikan semua sekolah mengacu pada kurikulum yang dibakukan, namun dalam proses pembelajaran siswa, banyak atau sedikit terdapat perbedaan antara sekolah negeri dan sekolah swasta. Cara pengambilan populasi generasi muda merupakan kombinasi antara cluster, setratiifed, dan random sampling dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Peneliti mencari data yang berkaitan dengan jumlah sekolah lanjutan tingkat atas, baik negeri maupun swasta di kota wilayah penelitian.
2. Mencari perbandingan (proporsi) antara SLTA negeri dan swasta.
3. Mencari jumlah kuesioner yang harus diedarkan ke SLTA negeri dan swasta, sesuai dengan proporsi tersebut.

Bila kondisi jumlah siswa tidak memenuhi dengan jumlah kuesioner yang harus diedarkan, maka alternatifnya adalah; pengumpulan data primer, selain dengan mengedarkan kuesioner juga akan dilaksanakan melalui wawancara dan pengamatan. Wawancara akan dilakukan terhadap:

1. kepala sekolah;
2. guru (BP, olah raga, agama, kesenian);
3. penjaga sekolah, penjual makanan di dan sekitar sekolah;
4. orang tua (POMG);
5. siswa (ketua OSIS, berprestasi, kurang berprestasi, aktif dan tidak aktif dalam organisasi sekolah).

Dalam kegiatan penelitian, pada tahap awal atau persiapan, dilakukan penyusunan TOR sebagai pedoman pengumpulan data. Dalam rangka persiapan tersebut dilakukan pembuatan kuesioner dan pedoman wawancara.

Setelah tahap persiapan, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan penelitian lapangan berupa penyebaran kuesioner dan wawancara, serta pengamatan. Setelah data terkumpul, data yang dijaring dengan kuesioner yang lebih bersifat kuantitatif diberi kode dan dimasukkan ke komputer (*coding and entrying data*). Sedangkan data yang didapatkan dengan wawancara diklasifikasikan dan ditulis sebagai laporan sementara dari lapangan.

Tahap selanjutnya adalah analisis data, dengan menampilkan secara deskriptif dalam bentuk grafik dan tabel dari data kuantitatif, kemudian dikombinasikan dengan hasil wawancara untuk membentuk sebuah laporan penelitian. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut.

Bab 1. Pendahuluan

Dalam bab ini diterangkan latar penelitian beserta prosedur penelitian lainnya seperti permasalahan termasuk pertanyaan empiris, ruang lingkup, tujuan, kerangka pemikiran, metode dan sejenisnya, yang berkaitan dengan teknis penelitian. Dalam bab ini pula diterangkan kaitan antara penelitian dan kampanye yang akan dilakukan, bagaimana strateginya dan bagaimana penelitian ini akan menopang kampanye tersebut.

Bab 2. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Dalam bab ini dijelaskan bagaimana lingkungan fisik, penduduk, ekonomi, dan sosial-budaya masyarakat setempat. Hal-hal apa saja yang membuat daerah ini spesifik, kemudian juga kontak kebudayaan beserta sarana yang ada yang membuat kontak kebudayaan tersebut terjadi. Latar perekonomian pun akan dibahas dalam bab ini, seperti mata mayoritas penduduk, dan industri dan bisnis yang sedang berkembang berikut prospeknya di masa yang akan datang. Kegiatan sosial-budaya masyarakat setempat pun dalam bab ini akan dibahas, termasuk jenis-jenis hiburan

apa saja yang dengan mudah diakses masyarakat, bentuk kegiatan sosial-budaya apa saja yang masih berjalan, dan lebih khusus lagi kegiatan generasi mudanya.

Bab 3. Media Komunikasi

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

Bab 4. Pengetahuan, Sikap, Kepercayaan, dan Perilaku Budaya Tradisional Generasi Muda

Deskripsi dari data yang didapatkan di lapangan yang berupa pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan perilaku generasi muda diuraikan dalam bab ini. Selain keterangan detail, akan ditampilkan juga grafik dan tabel untuk mempermudah menginterpretasikan data-data dari lapangan berikut persentasinya.

Bab 5. Analisis dan Simpulan

Dalam bab ini akan dicoba untuk mengungkapkan data yang menarik dan berguna untuk kampanye. Apabila dirasakan perlu akan dilakukan **crosstab** (tabulasi silang) di antara variabel-variabelnya sesuai dengan kebutuhan untuk kampanye. Dalam bab ini akan disimpulkan secara umum mengenai data-data yang didapatkan di lapangan dikombinasikan antara data kuantitatif dan kualitatif.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

2.1 *Letak, Luas, dan Lingkungan Alam*

Letak Kotamadya Dati II Ambon secara administratif merupakan bagian dari wilayah Pulau Ambon, dan termasuk dalam Propinsi Maluku (Peta 1). Letak geografisnya berada pada 3° - 4° LS dan 128° - 129° BT, dengan batas di sebelah utara petuanan Desa Hitu, Hila dan Kaitetu (Kecamatan Leihitu/Kabupaten Dati II Maluku Tengah), di sebelah selatan berbatasan dengan Laut Banda (Kecamatan Banda/Kabupaten Dati II Maluku Tengah), di sebelah timur dengan petuanan Desa Suli (Kecamatan Salahutu/Kabupaten Dati II Maluku Tengah), dan di sebelah barat dengan petuanan Desa Hatu (Kecamatan Leihitu/Kabupaten Dati II Maluku Tengah).

Luas wilayah Kotamadya Dati II Ambon sesuai hasil survey Tata Guna Tanah tahun 1980 adalah $359,45 \text{ km}^2$ yang terbagi atas tiga kecamatan, yaitu (1) kecamatan Teluk Ambon Baguala dengan luas $158,79 \text{ km}^2$; (2) kecamatan Sirimau seluas $112,31 \text{ km}^2$; dan (3) kecamatan Nusaniwe seluas $88,35 \text{ km}^2$. Dari ketiga kecamatan yang memiliki jarak terjauh dari ibukota Kotamadya Dati II Ambon adalah Passo (ibukota Kecamatan Teluk Ambon Baguala) sejauh 12 km, kemudian ibukota Kecamatan Nusaniwe (Amahu) sejauh 9 km, dan jarak terdekat adalah Karang Panjang (ibukota Kecamatan Sirimau) 2,80 km.

Pulau Ambon memiliki tanah yang mengandung *brown forests oil* (75 %). Umumnya pulau ini dibentuk oleh batuan seperti aluvium, undak, terumbu, koral, sedikit kasa, basa menengah dan trias. Kotamadya Dati II Ambon mempunyai wilayah yang sebagian besar terdiri dari daerah berbukit dengan lereng terjal seluas $\pm 186,90 \text{ km}^2$ (83 %), dan dengan gunung kemiringan sekitar 10 % meliputi luas wilayahnya $\pm 55 \text{ km}$ atau 17 % dari luas seluruh wilayah daratannya. Keadaan berbukit ini dibuktikan dengan adanya sepuluh buah gunung di kotamadya ini, dengan gunung tertingginya adalah Gunung Nona.

Di samping itu kotamadya Ambon dilalui juga oleh beberapa sungai, dengan sungai terpanjangnya adalah Sungai Sikula. Wilayah daratan kotamadya ini tersebar dalam tiga kecamatan dan dapat dikelompokkan ke dalam tujuh lokasi yaitu: pusat Kota dan sekitarnya; desa Rumah Tiga dan sekitarnya; desa Passo dan sekitarnya; desa Laha dan sekitarnya; desa Hutumuri dan sekitarnya; desa Kilang dan sekitarnya; dan desa Latuhalat dan sekitarnya.

Kotamadya Dati II Ambon beriklim laut tropis dan beriklim musim. Hal ini disebabkan letak Pulau Ambon yang dikelilingi oleh laut, sehingga iklim sangat dipengaruhi oleh lautan dan terjadinya bersamaan dengan iklim musim daerah ini, yaitu musim barat atau utara, dan musim timur dan tenggara. Temperatur rata-rata Kotamadya Ambon selama tahun 1994 sekitar $25,9^\circ\text{C}$.

2.2 Lingkungan Fisik dan Pola Pemukiman

2.2.1 Lingkungan Fisik

Kedudukan Kotamadya Ambon sebagai kota perdagangan dan terletak pada satu pulau (sebagian dari Pulau Ambon) telah menyebabkan transportasi darat memegang peranan penting, walaupun keadaan jalan belum semua dalam kondisi baik. Namun keadaan tersebut sudah cukup membantu kelancaran mobilitas penduduk setiap harinya, baik dari tempat tinggal ke pusat kota maupun dari pusat kota ke daerah sekitarnya.

Jarak dari Bandara Pattimura ke pusat kota sekitar 36 km, jarak ini dapat ditempuh dengan taksi dalam waktu 1,5 jam. Lamanya waktu tempuh ini disebabkan keadaan jalan yang harus mengelilingi Teluk Ambon dan kondisinya yang kurang bagus. Untuk mempersingkat waktu tempuh dan jarak, banyak pemakai jalan yang menggunakan jalan alternatif, yaitu menyeberangi Teluk Ambon dengan menggunakan ferry dari Desa Poka (Kecamatan Teluk Baguala) ke Desa Galala (Kecamatan Sirimau) selama 2 menit. Dengan menyeberangi Teluk Ambon tersebut, berarti telah memotong perjalanan sekitar 17 km. Ferry ini melayani penyeberangan dari pukul 8.00 sampai dengan pukul 18.00. Sampai saat ini ferry yang berfungsi hanya satu sehingga bila lalu lintas padat, maka sering menimbulkan antrean yang panjang.

Kotamadya Ambon memiliki berbagai prasarana kesehatan, seperti rumah sakit, rumah sakit bersalin, balai pengobatan, BKIA, Puskesmas dan Puskesmas Pembantu. Di antara rumah sakit itu, ada yang merupakan milik misi gereja Katolik. Banyaknya prasarana kesehatan ini menunjukkan juga bahwa kendaraan masyarakat kota Ambon untuk menggunakan pelayanan kesehatan relatif tinggi.

Kota Ambon memiliki Taman Budaya (gambar 1) yang dipakai untuk menampung kegiatan dan kreativitas anak-anak muda dalam kesenian. Biasanya latihan kesenian seperti tari-tarian, dan seni musik diadakan pada pagi atau sore hari, terutama di luar jam sekolah. Selain sarana kesenian, juga terdapat sarana olahraga, seperti Gedung Sport Hall yang berkapasitas 10.000 orang dan lapangan olahraga Stadion Mandala (gambar 2) yang terletak di depan Benteng Victoria yang sering dipergunakan dalam merayakan hari ulang tahun Kota Ambon atau hari ulang tahun Gereja Protestan Maluku.

Kehidupan beragama masyarakat setempat memiliki tingkat kerukunan dan toleransi yang relatif sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat pada kegiatan keagamaan yang sering dilaksanakan bersama-sama, misalnya pada saat peresmian lomba STQ, pengisian paduan suara dilakukan oleh seluruh siswa Sekolah Menengah Atas baik yang beragama Islam maupun siswa yang beragama lain.

Kerukunan beragama ini didukung oleh sarana peribadatan yang banyak tersebar di seluruh kota Ambon dan terletak dekat pemukiman penduduk. Hal itu terlihat dari beberapa gereja Protestan terbesar yang

terdapat di Kota Ambon seperti Gereja Maranatha, Bethania, Silo, Bethel dan Rehoboth. Adapun gereja Katolik terbesar adalah Fransiscus Xaverius, Emaus dan Bintang Laut. Selain itu, ada beberapa masjid besar yaitu Masjid Raya Al-Fatah, Jame, dan Batu Merah. Rumah ibadah agama Budha dan Hindu terdapat juga di Kota Ambon yaitu satu Vihara, dan satu Pura yang terletak dekat Museum Siwa Lima di Kelurahan Nusaniwe.

Kota Ambon juga memiliki 25 obyek wisata yang tersebar di ketiga kecamatan. Obyek wisata tersebut ada yang merupakan keindahan alam seperti Dusun Wisata; keindahan pantai seperti pantai Amahusu; keindahan taman laut seperti Taman Laut Latuhalat; dan yang mengandung unsur kesejarahan seperti Benteng Victoria, Tugu Christina Martha Tiahahu, dan Museum Siwa Lima. Obyek wisata ini banyak dikunjungi baik oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Sarana pendidikan yang tersedia di Kota Ambon terdapat dari tingkat Sekolah Dasar sampai ke Perguruan Tinggi. Kemajuan sektor pendidikan ini semakin dapat dirasakan masyarakat, dengan bertambahnya gedung-gedung sekolah dan fasilitas penunjangnya disertai juga dengan peningkatan kualitas guru dan dosennya.

Saat ini di Kota Ambon terdapat 165 buah SD, 33 buah SMP/sederajat, 27 buah SMA/sederajat (gambar 3 dan 4), dan beberapa perguruan tinggi antara lain Universitas Pattimura, dan Universitas Kristen Indonesia Maluku. Beberapa sekolah Menengah Atas, seperti SMAN 1 yang merupakan sekolah terbaik di Ambon bahkan telah memiliki fasilitas yang menunjang kegiatan belajar mengajar seperti ruang perpustakaan, aula, laboratorium, ruang guru yang terpisah dari ruang kepala sekolah dan tata usaha, lapangan olahraga, kantin, dan kamar mandi. Sekolah kejuruan seperti SMEAN 1 sudah memiliki bursa tenaga kerja khusus, agen perjalanan, dan koperasi yang dikelola oleh siswanya sendiri. Sementara itu STMN 2 yang termasuk juga satu dari sekolah terbaik di Kotamadya Ambon memiliki tempat praktek tersendiri yang terletak di halaman sekolahnya.

Masing-masing sekolah berusaha terus untuk meningkatkan kualitasnya. Ada hal yang perlu dicatat bahwa para siswa tidak pernah terlibat perkelahian antarsekolah seperti siswa di kota Jakarta, perkelahian

biasanya hanya terjadi antarsiswa di dalam satu sekolah yang disebabkan hanya karena salah paham. Hampir tidak adanya perkelahian ini karena adanya koordinasi yang kuat antara kepala sekolah di kota ini. Setiap bulan sekali diadakan pertemuan para kepala sekolah, yang membicarakan kerjasama antarsekolah baik dalam bidang pelajaran maupun kegiatan ekstra kurikuler lainnya.

Disamping itu hampir setiap SMA mempunyai kegiatan ekstra kulikuler yang salah satunya harus diikuti oleh siswa. Kegiatan keolahragaan seperti basket, volly dan bela diri lebih banyak dipilih diswa laki-laki dan biasanya latihan dilakukan saat sebelum sekolah untuk yang bersekolah siang atau sesudah sekolah untuk yang bersekolah pagi.

Kegiatan kesenian seperti seni tari, paduan suara, musik, teater, dan vokal dilaksanakan di sanggar bagi sekolah yang tidak memiliki fasilitasnya atau di sekolah bagi yang memiliki fasilitasnya. Kegiatan kepramukaan juga dipilih siswa, bahkan ada sekolah yang menjadikan pramuka sebagai kewajiban bagi seluruh siswa tanpa terkecuali. Latihan pramuka diadakan setiap hari Minggu dan pakaian seragam pramuka dijadikan salah satu seragam sekolah pada hari Sabtu.

Selain kegiatan tersebut, siswa-siswi SMA juga ada yang memilih untuk mengikuti Palang Merah Remaja (PMR), atau Patroli Keamanan Sekolah (PKS). Bahkan Pemda Kotamadya Ambon seringkali meminta Kepala Sekolah SMA untuk mengikutsertakan murid-muridnya dalam kegiatan paduan suara (gambar 5), dan tari-tarian apabila ada tamu negara yang harus disambut kedatangannya di Kota Ambon, serta dalam mengisi hari ulang tahun Kota Ambon.

Sarana komunikasi merupakan satu sarana yang tersedia di Kota Ambon untuk memperoleh informasi dari luar kota Ambon dan berkomunikasi dengan sanak saudara di luar kota. Karena itu keinginan masyarakat untuk menjadi pelanggan telepon relatif tinggi, baik yang memiliki maupun di rumah sendiri yang hanya menggunakan jasa warung telekomunikasi. Apalagi wartel cukup banyak tersedia dan tersebar di Kota Ambon, bahkan di beberapa tempat seperti di pinggir jalan, dan di hotel-hotel tersedia telepon kartu yang dapat dipergunakan untuk percakapan interlokal.

2.2.2 Pola Pemukiman

Pola pemukiman di Kodya Ambon terlihat mengelompok dan adanya pemisahan pemukiman antaretnis, antaragama dan antarsukubangsa yang memang terjadi sejak dahulu kala. Pecinan (Kampung Cina) merupakan kampung yang terpisah secara eksklusif dan sekaligus sebagai pusat perniagaan karena terletak dekat pelabuhan. Tempat tinggal penduduk pribumi sendiri berkelompok menurut agama yang dianut, kadang juga berkelompok menurut asal suku bangsanya sehingga dapat dibedakan antara pemukiman yang mayoritas Kristen dan pemukiman mayoritas Islam, atau pemukiman orang Buton dan pemukiman orang Maluku.

Pemukiman penduduk yang mayoritas beragama Islam antara lain Kampung Batumerah, dan Kampung Waehong, sementara itu pemukiman dengan penduduk yang mayoritas agama Kristen adalah Kampung Halong Mardika, Belakang Soya, Batu Gajah, dan Batu Gantong. Selain kampung-kampung tersebut penduduk tinggal menyebar di kampung lainnya tidak secara berkelompok.

Ciri yang membedakan antara kampung Kristen dengan kampung Islam adalah jarak rumah. Biasanya antara rumah-rumah di kampung penduduk beragama Kristen memiliki jarak yang agak berjauhan, sedangkan jarak antar rumah penduduk beragama Islam berdekatan satu sama lain. Hal ini sebenarnya merupakan akibat dari politik *divide et impera* jaman penjajah Belanda, yang menginginkan adanya perpecahan di antara masyarakat.

Rumah-rumah penduduk yang berada di dalam gang dihubungkan oleh jalan-jalan setapak yang terbuat dari semen, sedangkan yang berada di pinggir jalan raya dihubungkan dengan jalan tersebut. Bentuk rumah penduduk Kota Ambon seperti rumah masyarakat Indonesia pada umumnya, berdinding tembok dan beratap genteng.

Masyarakat yang tinggal di kelurahan pusat kota kebanyakan adalah kelompok pengusaha besar seperti pedagang, pengusaha hotel atau bioskop, dan kontraktor, yang merupakan warga negara Indonesia keturunan Arab atau Cina. Mereka ini adalah kelompok masyarakat golongan atas, tetapi ada juga golongan bawah yang tinggal di pusat kota antara lain pedagang kaki lima, tukang bakul, calo bahan makanan dan minuman, tukang becak yang mangkal di Kelurahan Urtetu dan

Honipopu. Mereka ini pada umumnya mengontrak rumah Gotong Royong.

Masyarakat yang berada pada golongan menengah menempati kelurahan di pinggir kota sebagian besar terdiri atas pegawai negeri sipil, perwira ABRI, pengusaha industri menengah dan kecil, misalnya perumahan pegawai tinggi dan menengah Kantor Gubernur terletak di Kelurahan Karang Panjang, perumahan Dosen Unpatti di kawasan Nusaniwe, dan perumahan perwira ABRI di kawasan Manggadua dan Benteng.

2.3 Penduduk

Jumlah penduduk Kodya Dati II Ambon berdasarkan hasil Registrasi Penduduk pada tahun 1994 adalah 283.827 jiwa, yang terdiri atas 143.886 laki-laki dan 139.941 perempuan dengan laju pertumbuhan sejak tahun 1990 sekitar 0,71 persen. Berdasarkan luas wilayah Kotamadya Dati II Ambon dapat diketahui bahwa persebaran penduduk adalah 790 jiwa/km². Pada kenyataannya persebaran tersebut tidak merata ke seluruh wilayah.

Kecamatan Sirimau merupakan daerah terbanyak penduduknya, yaitu 110.312 jiwa (38,86 persen) karena terletak dekat pusat pemerintahan, kemudian Kecamatan Nusaniwe yaitu 88.885 jiwa (31,32 persen), dan terakhir Kecamatan Teluk Ambon Baguala yaitu 84,630 jiwa (29,82 persen) yang jaraknya relatif jauh dari pusat kota. Jika dihitung berdasarkan luas wilayah, maka Kecamatan Nusaniwe merupakan daerah terpadat penduduknya sekitar 1006 jiwa/km², kemudian Kecamatan Sirimau sekitar 982 jiwa/km², dan terjarang penduduknya adalah Kecamatan Teluk Ambon Baguala sekitar 533 jiwa/km².

Komposisi penduduk apabila dilihat dari jenis kelamin menunjukkan bahwa penduduk perempuan lebih sedikit (49,31 persen) jika dibandingkan dengan penduduk laki-laki (50,69 persen). Berdasarkan keadaan ini, dapat diketahui rasio jenis kelamin di kotamadya Ambon menunjukkan bahwa pada setiap 100 penduduk perempuan terdapat 103 penduduk laki-laki.

Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk Kotamadya Dati II Ambon pada tahun 1990 terdapat 275.888 jiwa yang terdiri atas 141.033 laki-laki dan 134.855 perempuan, sedangkan lima tahun kemudian menjadi 286.475 jiwa, berarti telah terjadi pertambahan penduduk sekitar 10.587 jiwa. Rasio jenis kelamin juga tetap menunjukkan jumlah laki-laki lebih banyak dari perempuan. Pertambahan penduduk ini dapat terjadi secara alami seperti kelahiran, kematian, dan mobilitas penduduk baik yang merupakan pendatang untuk mencari pekerjaan maupun yang keluar untuk mencari pekerjaan atau melanjutkan pendidikan.

Penduduk Kotamadya Ambon tergolong heterogen, artinya dari seluruh penduduk yang ada mayoritas (53,5 persen) beragama Kristen Protestan dan sejumlah penduduk yang beragama lain, seperti yang beragama Islam sebanyak 41 persen, yang beragama Katolik sebanyak 5,26 persen yang beragama Hindu sebanyak 0,09 persen, dan yang beragama Budha sebanyak 0,05 persen.

Selain itu penduduknya terdiri atas berbagai suku bangsa baik yang datang dari wilayah Ambon lainnya (orang Saparua, Haruku, Seram, Maluku Utara dan Maluku Tenggara), maupun yang berasal dari luar Pulau Ambon yaitu orang Jawa, Bugis, Toraja, Manado, Padang, Flores, Batak, Buton, Pontianak, orang Cina, dan Arab. Menurut hasil registrasi terdapat sekitar 0,28 persen warga negara asing yang menetap di Kota Ambon.

Penduduknya Kotamadya Ambon terbanyak bekerja dalam bidang jasa kemasyarakatan antara lain pegawai Pemda, perawat, dokter, dosen, guru, bidan, pramuwisata dan supir (42,79 persen), kemudian pedagang besar/eceran (26,42 persen), transportasi (7,70 persen), bangunan (6,75 persen), pertanian dan perikanan (5,99 persen), industri (5,58 persen), dan lain-lain (4,77 persen). Penjelasan lebih lanjut lihat dalam tabel 2.1.

Apabila usia 10-65 tahun ke atas dianggap usia kerja, maka penduduk yang berada dalam usia ini sekitar 79 persen (224,619 jiwa), sedangkan yang berada dalam usia bukan usia kerja termasuk kelompok usia muda (0-10 tahun) adalah 21 persen. Padahal berdasarkan tabel 2.1 penduduk usia kerja hanya mencapai 96.333 jiwa. Hal ini karena tidak semua penduduk dalam usia kerja adalah pekerja, karena mereka termasuk pelajar, ibu rumah tangga dan pensiunan.

Tabel 2.1
Mata Pencarian Penduduk Kotamadya Ambon

Mata Pencaharian	Jumlah	Persen
Jasa kemasyarakatan	35.094	42.79
Pedagang besar/eceran	21.665	26.42
Transportasi	6.317	7,70
Bangunan	5.539	6,75
Pertanian & Perikanan	4.913	5,59
Industri	4.576	5,58
Dan lain-lain	3.908	4,77
Mencari pekerjaan	14.321	6,38
: Jumlah	96.333	100,00

Sumber : Kotamadya Ambon dalam Angka 1994

Jumlah penduduk yang telah menjalani tingkat pendidikan dari SD sampai ke perguruan tinggi menurut data tahun 1994 telah mencapai 98,5 persen (221.245 jiwa). Angka ini cukup tinggi dan menunjukkan bahwa penduduk (laki-laki maupun perempuan) sudah menyadari pentingnya pendidikan bagi setiap orang. Penjelasan lebih lanjut lihat tabel 2.2.

Tabel 2.2
Tingkat Pendidikan yang Telah Dicapai

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persen
Tidak / Tamat SD	83.109	37,00
SMP	54.497	24,62
SMA Umum	46.419	20,67
MSA Kejuruan/DI	27.714	12,34
Akademi/Universitas	9.506	4,23
Tidak sekolah	3.374	1,50
: Jumlah	224.619	100,00

Sumber : Kotamadya Ambon dalam angka 1994

Tingkat pendidikan yang telah dijalani adalah SD (baik yang tamat maupun yang tidak tamat), SMP, SMU, Akademi dan Perguruan Tinggi. Kalau dikaitkan antara tingkat pendidikan dengan mata pencarian penduduk, maka rata-rata penduduk yang sudah menjalani pendidikan minimal tamat sekolah dasar menyadari perlunya bekerja demi mempertahankan kelangsungan hidup. Banyaknya penduduk yang tidak tamat SD lebih disebabkan keadaan ekonomi yang tidak memungkinkan untuk meneruskan sekolah atau karena jumlah anggota keluarga yang banyak sehingga jarus membantu orang tua mencari nafkah.

2.4. Keadaan Sosial Budaya

Masyarakat Kotamadya Ambon, baik pendatang maupun penduduk asli mengembangkan bentuk kerja sama dalam hal gotong royong yang bersifat tolong menolong, bahkan sampai menjadi sejeni asosiasi. Kegiatan yang menonjol terlihat dalam peristiwa kematian. Asosiasi yang bergerak dalam kegiatan ini disebut "muhabet", yang setiap anggotanya tidak terikat pada suku, agama, dan tempat tinggal.

Disamping ada juga asosiasi lain yang khusus bergerak dalam bidang keagamaan atau etnis. Biasanya yang bergerak dalam bidang keagamaan dilakukan dalam bentuk ibadah bersama, sedangkan yang bersifat etnis, ditunjukkan dengan pembentukan pemukiman dalam etnis tertentu. Hubungan etnis dalam perkampungan ini sangat kuat, terutama apabila ada anggota pemukiman yang disakiti oleh anggota pemukiman lain.

Sistem kekerabatan yang berlaku secara umum pada masyarakat Ambon adalah yang berdasarkan hubungan patrilineal, yang diikuti dengan pola menetap patrilokal (Koentjaraningrat 1985:170). Unit terkecil dalam sistem kekerabatan ini adalah keluarga batih yang terdiri atas ayah, ibu, dan anak-anak. Namun kesatuan kekerabatan selain keluarga inti juga berperan penting dalam mengisi gerak kehidupan seluruh kegiatan masyarakat yang bertalian dengan adat setempat.

Sistem kekerabatan berdasarkan hubungan patrilineal yang lebih besar dari keluarga batih adalah *matarumah* atau *fam*. Matarumah merupakan kesatuan dari laki-laki dan perempuan yang belum kawin dan para isteri dari laki-laki yang telah kawin. Matarumah ini penting dalam hal mengatur perkawinan warganya secara eksogami.

Pada masyarakat Ambon juga dikenal kesatuan kekeberatan yang bersifat bilineal yaitu *famili*. Famili ini merupakan kesatuan kekerabatan di sekeliling individu yang terdiri dari yang masih hidup dari *matarumah* asli. Walaupun mereka memiliki hubungan berdasarkan patrilineal, tetapi mereka juga tetap memiliki hubungan yang akrab dengan keluarga pihak ibu.

Bentuk kekerabatan lainnya yang bersifat informal dan juga terdapat dalam masyarakat Ambon adalah organisasi *pela*. Organisasi ini terbentuk karena persahabatan antarwarga yang berdasarkan adat. Anggota dari organisasi ini memiliki berbagai kewajiban satu sama lain, tetapi dapat juga mengharapkan bantuan spontan dari sesama anggota apabila dalam keadaan bahaya atau kesusahan. Seringkali anggota *pela* ini tidak memandang perbedaan agama. Pada dasarnya minum darah dikenal dua macam *pela*, yaitu *pela keras* atau *pela tulen* atau *pela minum darah*, dan *pela tempat sirih*.

Anggota dari *pela keras* dahulu saling membantu dalam peperangan atau bahaya serangan pihak lain, sehingga mereka mengadakan perjanjian untuk menjalin persahabatan akibatnya perkawinan dilarang terjadi antaranggota *pela keras*. Dengan kata lain hubungan persahabatan itu akhirnya menjadi seperti hubungan persaudaraan, bahkan persatuan persahabatan tersebut terus dipelihara sampai saat ini. Tiap *pela keras*, biasanya mempunyai suatu dongeng yang berhubungan dengan suatu insiden yang berakibat terbentuknya *pela* tersebut.

Anggota *pela tempat sirih* berkewajiban saling membantu dan bergotong-royong dalam hal pembangunan balai desa, gereja, mesjid, sekolah, atau dalam kehidupan sosial lainnya. Mereka wajib memberi sagu atau makanan kepada anggota *se-pela* yang memerlukan, dan juga wajib menerima seorang anggota *se-pela* yang ingin menginap di rumahnya. Kewajiban ini berlaku baik di pemukiman yang penduduknya beragama Islam atau Kristen, tanpa ada perbedaan. Larangan perkawinan antaranggota *pela tempat sirih* tidak sekemas dalam *pela keras*.

Selain organisasi seperti *pela* masyarakat Ambon juga mempunyai organisasi informasi lainnya yang terdiri dari pemuda dan pemudi yang sudah dewasa yang belum menikah. Organisasi pemuda disebut *ngungare*, sedangkan organisasi pemudinya disebut *jojaro*. Biasanya kedua organisasi ini melakukan berbagai kegiatan antara lain, olahraga, paduan suara, vokal grup, menari, kegiatan bersih kampung, atau mengadakan pesta kampung di setiap akhir tahun sebagai tanda awal tahun baru.

Selain itu organisasi pemuda dan pemudi ini juga banyak membantu dalam kehidupan sosial baik secara tenaga ataupun materi, terutama apabila terjadi bencana alam, dukacita, kecelakaan, pesta perkawinan atau pembangunan gereja dan mushola. Selain itu mereka juga mengadakan kebaktian bersama (bagi yang beragama Kristen) dan mengajari bersama (bagi yang beragama Islam).

Tingkat interaksi antarwarga relatif baik, karena mereka sering terlihat berkumpul sambil mengobrol di warung makan atau sekedar menyapa di pinggir jalan apabila bertemu di jalan. Dalam berkomunikasi antarwarga sukunya dipergunakan bahasa Ambon, tetapi jika berhadapan dengan bukan orang Ambon mereka akan menggunakan bahasa Indonesia.

2.5 Karakteristik Responden

Dari 27 Sekolah Menengah Atas/sederajat yang terdapat di Kota Ambon, diambil sampel sebanyak 13 sekolah yang terdiri atas lima sekolah negeri dan delapan sekolah swasta. Dalam penulisan ini identitas sekolah dirahasiakan. Dari 1000 responden yang diambil dari sekolah-sekolah tersebut, hanya 980 responden yang mengembalikan kuesioner.

Responden terdiri atas perempuan sejumlah 574 siswa (58,6 persen) dan laki-laki sejumlah 406 (41,4 persen). Usia responden berkisar antara 15-20 tahun, dengan usia terbanyak adalah 17 tahun yaitu 421 siswa (43 persen), 16 tahun sebanyak 264 siswa (27 persen), 18 tahun sebanyak 216 siswa (22 persen), 19 tahun sebanyak 51 siswa (5,2 persen), 15 tahun sebanyak 19 siswa (2 persen), 20 tahun sebanyak 8 siswa (0,8 persen) menuliskan usianya hanya 1 siswa (0,1 persen).

Responden sebagian besar berasal dari keluarga yang jumlah anggotanya banyak yaitu 500 siswa (51 persen) mempunyai empat atau lebih saudara kandung, 199 siswa (20,3 persen) mempunyai tiga saudara kandung, 188 siswa (19,2 persen) mempunyai dua saudara kandung, 62 siswa (6,3 persen) mempunyai satu saudara kandung, dan 31 siswa (3,2 persen) yang merupakan anak tunggal.

Rangking responden juga bervariasi antar rangking satu sampai rangking enam dan selebihnya. Sebanyak 578 siswa (59 persen) berada dalam rangking keenam atau lebih, lalu yang tidak menjawab 123 siswa (12,6 persen), rangking satu sebanyak 72 siswa (7,3 persen), rangking tiga sebanyak 56 siswa (5,7 persen), rangking lima sebanyak 55 siswa (5,6 persen), rangking dua sebanyak 49 siswa (5 persen), dan terakhir adalah rangking empat sebanyak 47 siswa (4,8 persen).

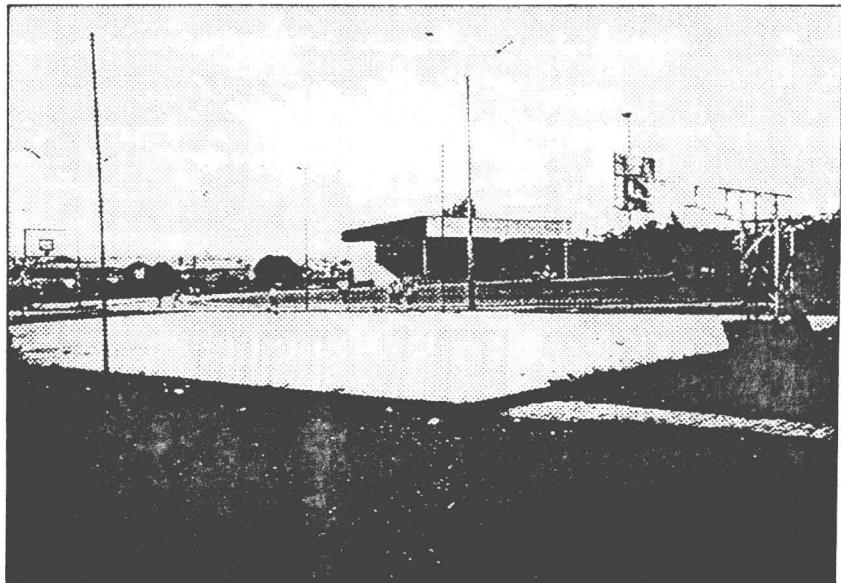
Mengenai kepemilikan motor, 745 siswa (76 persen) tidak menjawabnya, lalu 201 siswa (20,5 persen) memiliki satu motor, 32 siswa (3,3 persen) memiliki dua motor, dan hanya dua siswa (0,2 persen) yang memiliki lebih dari dua motor. Sementara mengenai kepemilikan mobil, 889 siswa (90,7 persen) tidak memberikan jawaban, 72 siswa (7,3 persen) menyatakan memiliki satu mobil, 13 siswa (1,3 persen) memiliki dua mobil, dan yang menyatakan memiliki lebih dari dua mobil hanya 6 siswa (0,6 persen).

Pekerjaan ayah yang bervariasi juga terlihat dari jawaban responden. Sebanyak 187 siswa (19,1 persen) menjawab ayahnya bekerja sebagai pegawai negeri sipil, 181 siswa (18,5 persen) menjawab ayahnya bekerja sebagai wiraswasta, 141 siswa (14,4 persen) ayahnya bekerja sebagai karyawan swasta, 126 siswa (12,9 persen) bekerja sebagai petani, 102 siswa (10,4 persen) tidak memberi jawaban, 58 siswa (5,9 persen) bekerja sebagai dosen/guru, 51 siswa (5,2 persen) ayahnya pensiunan/purnawirawan, 39 siswa (4 persen) ayahnya bekerja sebagai ABRI, 30 siswa (3,1 persen) bekerja sebagai pelaut, 22 siswa (2,2 persen) bekerja sebagai buruh, 11 siswa (1,1 persen) bekerja sebagai supir, 10 siswa (1,02 persen) menjawab ayahnya telah meninggal, 6 siswa (0,6 persen) tidak bekerja, 5 siswa (0,51 persen) ayahnya bekerja sebagai pendeta, 4 siswa (0,41 persen) bekerja sebagai perawat, 3 siswa (0,3 persen) bekerja sebagai tukang, dan lain-lain sebanyak 4 siswa (0,41 persen).

Jenis pekerjaan ibu responden yang memberi jawaban terbanyak adalah tidak bekerja 335 siswa (34,2 persen), dan 335 siswa (34,2 persen) juga yang tidak memberi jawaban, 96 siswa (9,8 persen) bekerja sebagai guru/dosen, 56 siswa (5,7 persen) bekerja sebagai pegawai negeri sipil, 50 siswa (5,1 persen) bekerja sebagai petani, 49 siswa (5 persen) bekerja sebagai wiraswasta, 23 siswa (2,3 persen) bekerja sebagai karyawati, 16 siswa (1,6 persen) bekerja sebagai perawat, 10 siswa (1,02 persen) bekerja sebagai buruh, 3 siswaa (0,3 persen) menjawab ibunya telah meninggal, 2 siswa (0,2 persen) menjawab ibunya telah pensiun 1 siswa (0,1 persen) bekerja sebagai dokter.



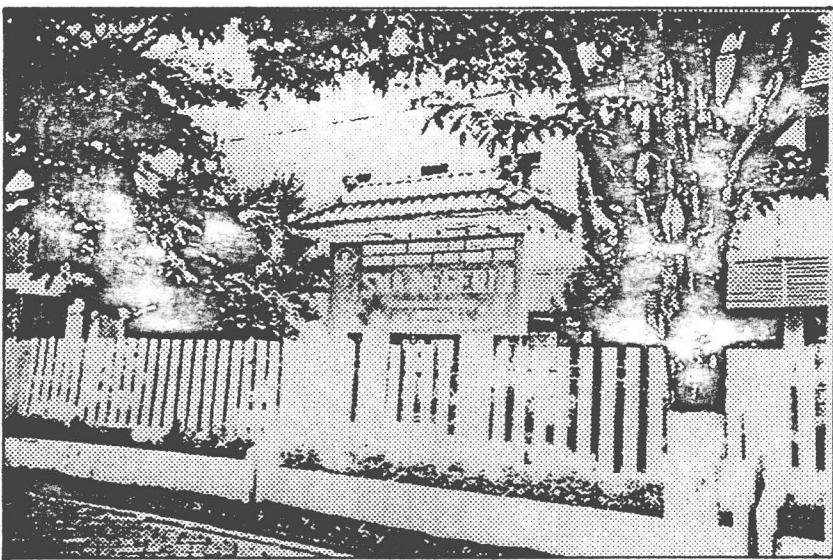
Gambar 1 : Gedung Taman Budaya di Kodya Ambon



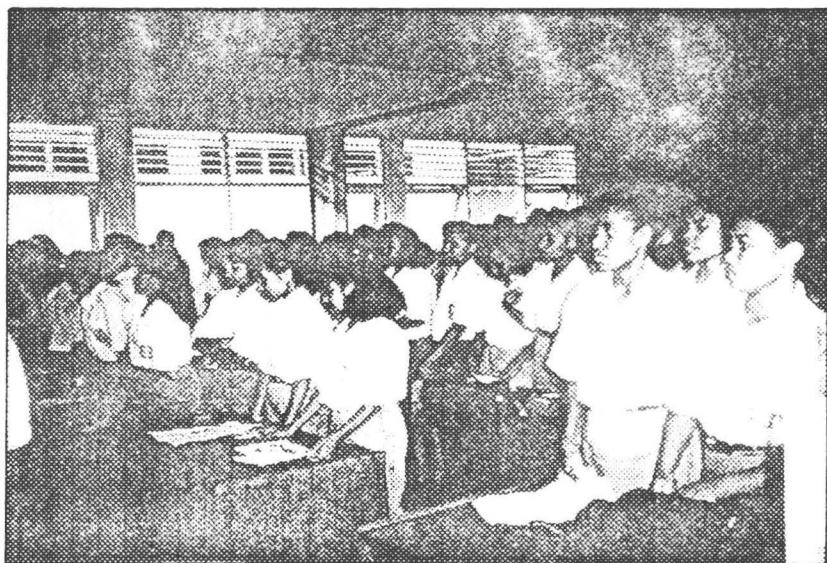
Gambar 2 : Stadion Olahraga Mandala di Kodya Ambon



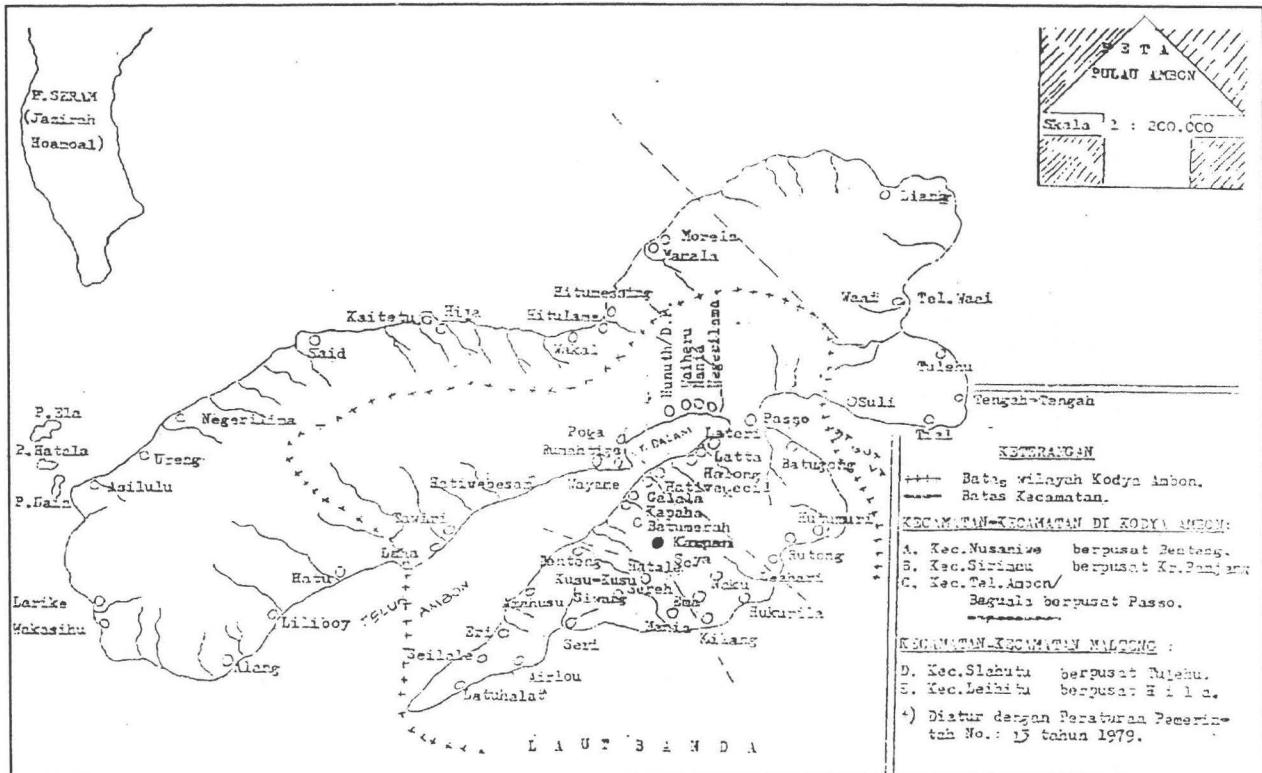
Gambar 3 : Gedung SMA Pertiwi di Kodya Ambon



Gambar 4 : Gedung SMA Negeri di Kodya Ambon



Gambar 5 : Latihan Paduan Suara Siswa SMA di Kodya Ambon



Gambar Peta Pulau Ambon

BAB III

MEDIA KOMUNIKASI

Perkembangan media komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik di dunia ini sangat pesat. Sedemikian pesatnya sehingga hampir setiap manusia dapat menikmati kemajuan tersebut dimanapun ia berada dan dari lapisan manapun ia berasal. Revolusi komunikasi telah melahirkan peradaban baru, sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan dan juga dapat meningkatkan interaksi sosial, tanpa memperhatikan ruang dan waktu. Oleh karena itu media komunikasi itu sendiri sudah menjadi kebutuhan manusia yang sangat penting untuk mendapatkan informasi demi memenuhi kebutuhan hidupnya.

Melalui media komunikasi, manusia memperoleh informasi mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya, dan juga dapat memperluas cakrawala pengetahuannya, serta dapat memahami kedudukan serta peranannya dalam masyarakat. Dengan kata lain, media komunikasi juga berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma (Mc. Quail, 1994:3), karena media komunikasi ini menyuguhkan nilai-nilai tersebut yang dicampurkan dalam acara berita atau hiburan.

Perkembangan media komunikasi sebagai sarana informasi bagi masyarakat Indonesia umumnya, dan masyarakat Kota Ambon khususnya

tentu tidak pernah terlepas dari jalannya pembangunan bangsa Indonesia di semua sektor kehidupan. Karena itu media komunikasi sebenarnya berfungsi juga dalam memotivasi masyarakatnya untuk berpartisipasi dalam pembangunan, seperti menciptakan lapangan kerja dan industri-industri lainnya yang terkait. Walaupun pada kenyataannya seringkali tidak dapat memotivasi ke arah yang benar, apalagi jika manusianya tidak dapat mengolah pesan yang disampaikan melalui media komunikasi secara benar.

3.1 Bentuk Media Komunikasi yang Digunakan

Masyarakat Kotamadya Ambon, khususnya siswa Sekolah Menengah Atas dan sederajat mengenal dua bentuk media komunikasi, yaitu media cetak dan media elektronik. Yang dimaksud dengan media cetak adalah sarana media yang dicetak dan diterbitkan secara berkala, seperti surat kabar, majalah, komik, dan novel. Sedangkan yang dimaksud dengan media elektronik yaitu sarana media yang mempergunakan alat-alat elektronik modern, seperti radio, televisi, dan film.

Bentuk media cetak yang beredar dan banyak dibaca generasi muda Kota Ambon seperti surat kabar, majalah, komik dan novel. Surat kabar yang paling banyak dibaca antara lain Harian *Kompas*, Harian *Suara Maluku*, dan Harian *Jawa Pos*. Memang tidak semua harian yang ada di kota ini berasal dari Ambon, seperti Harian *Kompas* dan *Jawa Pos* yang sebenarnya berasal dari Pulau Jawa, hanya Harian *Suara Maluku* yang berasal dari kota Ambon.

Majalah yang beredar dan juga banyak dibaca, seperti majalah *Femina*, *Gatra*, *Hidup*, *Forum*, *Gadis*, dan *P4*. Memang ada juga beberapa majalah lainnya tetapi para siswa cenderung hanya menyukai beberapa majalah saja. Majalah tersebut kebanyakan berasal dari Pulau Jawa. Di samping membaca surat kabar dan majalah, di antara mereka juga ada yang suka membaca komik dan novel sebagai tambahan informasi walaupun sifatnya tidak tetap.

Bentuk media elektronik yang banyak diikuti oleh generasi muda Ambon adalah siaran radio dan televisi. Beberapa siaran radio swasta yang disukai generasi muda Ambon yang tergabung dalam Persatuan Radio-radio Swasta Indonesia, seperti Radio Merpati dan Kayumanis, Radio ini disukai karena memang dirancang untuk anak-anak muda. Ini terlihat dari lagu-lagu yang disuguhkan, tips-tips dan info lain yang disampaikan, serta gaya bicara penyiar yang terkesan berjiwa muda dan penuh semangat.

Siaran televisi juga menjadi salah satu kegemaran siswa untuk memperoleh informasi, antara lain melalui RCTI, SCTV, TPI dan TVRI. Di samping itu bagi mereka yang memiliki parabola dapat menonton siaran luar negeri dari TV-3, MTV, CNN, Channel V, dan sebagainya. Media lainnya seperti komputer tidak banyak dimiliki secara pribadi oleh generasi muda, apalagi internet.

Bentuk-bentuk media komunikasi tersebut untuk generasi muda Kota Ambon pengaruh mempunyai positif dan negatif. Pengaruh positifnya natara lain untuk menambah wawasan, menambah pengetahuan dan ilmu, mendapatkan pendidikan, dan juga untuk mempelajari watak manusia informasi sehingga dapat menempatkan diri dalam pergulatan dan mengatasi persoalan dengan baik, serta tidak ketinggalan jaman. Sementara itu, pengaruh negatifnya antara lain siswa jadi kecanduan menonton televisi lupa belajar, dan secara tidak sadar sering mencontoh kelakuan-kelakuan buruk dari tokoh-tokoh dalam film di televisi.

3.2. Penggunaan dan Frekuensinya

Penggunaan media komunikasi yang terdapat di Kota Ambon berbeda pada setiap jenisnya dan juga berbeda antara anak laki-laki dan perempuan. Namun pada prinsipnya mereka menggunakan di antara waktu senggang yang mereka miliki, misalnya sebelum atau sesudah sekolah, atau hari libur, dan ketika tidak ada kegiatan lainnya.

Kebiasaan membaca surat kabar pada siswa SMTA dan sederajat Kota Ambon terlihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 3.1
Kebiasaan Membaca Koran

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Hampir tidak pernah	48	4,9	72	7,3
Sekitar sebulan sekali	67	6,8	93	9,5
Sekitar seminggu sekali	110	11,2	158	16,1
2 - 3 kali seminggu	115	11,7	172	17,6
4 - 5 kali seminggu	37	3,8	31	3,2
Setiap hari	29	3,0	46	4,7
Tidak menjawab	-	-	2	0,2
Jumlah	406	41,4	574	58,6

Mereka biasa membaca koran pada saat pulang sekolah atau ketika santai. Siswa laki-laki (11,7 persen) maupun perempuan (17,6 persen), ternyata sama-sama menunjukkan angka yang tinggi dalam membiasakan diri membaca koran sekitar 2-3 kali seminggu. Kemudian disusul dengan kebiasaan membaca sekitar seminggu sekali (11,2 persen siswa laki-laki dan 16,1 persen siswa perempuan). Jawaban selanjutnya adalah kebiasaan membaca satu bulan sekali (6,8 persen siswa laki-laki dan 9,8 persen siswa perempuan dan tidak pernah membaca koran (4,9 persen siswa laki-laki dan 7,3 persen siswa perempuan). Sebanyak 3,8 persen siswa laki-laki menyatakan 4-5 kali seminggu dalam membaca koran dan siswa perempuan hanya 3,2 persen. Sebanyak 4,7 persen siswa perempuan menyatakan membaca koran setiap hari membaca setiap hari dan hanya 3 persen siswa laki-laki yang membaca setiap hari. Bagi para siswa, koran merupakan sumber informasi untuk mengetahui apa yang tengah terjadi di belahan bumi lainnya, karena itu lebih dari 50 persen siswa menyempatkan diri dalam membaca koran baik 2-3 kali seminggu maupun hanya seminggu sekali. Kebiasaan membaca koran yang relatif tinggi ini didukung dengan kemampuan orang tuanya untuk membeli koran. Sementara itu, bagi siswa yang tidak pernah membaca koran, lebih disebabkan kesibukan mereka membantu orang tua atau lebih memilih menonton televisi daripada membaca koran.

Kebiasaan membaca majalah pada setiap siswa juga berbeda dan terlihat dalam tabel berikut. Kebiasaan membaca majalah dilakukan saat santai, baik waktu pulang sekolah atau menjelang tidur malam.

Tabel 3.2
Kebiasaan Membaca Majalah

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Hampir tidak pernah	63	6,3	67	6,8
Sekitar sebulan sekali	100	10,2	160	16,3
Sekitar seminggu sekali	128	13,1	166	16,9
2 - 3 kali seminggu	75	7,7	99	10,1
4 - 5 kali seminggu	18	1,8	32	3,3
Setiap hari	22	2,2	48	5,0
Tidak menjawab	-	-	2	0,2
Jumlah	406	41,4	574	58,6

Jumlah tertinggi adalah 16,9 persen siswa perempuan dan 13,1 persen siswa laki-laki menyempatkan diri membaca majalah sekitar seminggu sekali. Kemudian 10,2 persen siswa laki-laki dan 16,3 persen siswa perempuan membaca majalah sekitar sebulan sekali. Diikuti oleh 7,7 persen siswa laki-laki dan 10,1 persen siswa perempuan membaca 2-3 kali seminggu. Namun 6,4 persen siswa laki-laki dan 6,8 persen siswa perempuan hampir tidak pernah membaca majalah. Hal ini karena kesibukan mereka dalam membantu orang tua bekerja dan juga keadaan ekonomi yang tidak memungkinkan untuk membeli majalah. 5 persen siswa perempuan membaca setiap hari, sedangkan siswa laki-laki hanya 2,2 persen. Sementara 3,3 persen siswa perempuan menyatakan membaca sekitar 4-5 kali seminggu, dan siswa laki-laki hanya 1,8 persen.

Kebiasaan membaca komik dapat dibaca pada tabel berikut. Sekitar 15,8 persen siswa laki-laki dan 23,1 persen siswa perempuan tidak pernah membaca komik. Angka ini relatif tinggi untuk kota besar seperti Ambon, apalagi ini merupakan jawaban tertinggi. Mereka tidak pernah membaca komik, karena tidak suka membaca komik dan tidak mampu membeli dengan pertimbangan lebih baik membeli buku pelajaran dengan keadaan ekonomi yang relatif cukup 10,2 persen siswa laki-laki membaca komik sekitar sebulan sekali, sedangkan sekitar sebulan sekali 13,8 persen siswa perempuan 7,9 persen siswa laki-laki dan 11,7 persen siswa perempuan mempunyai kebiasaan membaca sekitar seminggu sekali. Kemudian 4,8 persen siswa laki-laki dan 5,5 persen siswa perempuan biasa membaca 2-3 kali seminggu. Siswa perempuan sebanyak 2,1 persen membiasakan membaca 4-5 kali seminggu dan sebanyak 1,4 persen siswa laki-laki dan 2,1 persen siswa perempuan membaca setiap hari, dan hanya 1,1 persen siswa yang membaca 4-5 kali seminggu. Sementara yang tidak memberi jawaban sekitar 0,4 persen masing-masing untuk siswa laki-laki maupun siswa perempuan.

Tabel 3.3
Kebiasaan Membaca Komik

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Hampir tidak pernah	155	15,8	226	23,1
Sekitar sebulan sekali	100	10,2	134	13,7
Sekitar seminggu sekali	77	7,9	115	11,7
2 - 3 kali seminggu	47	4,8	55	5,6
4 - 5 kali seminggu	11	1,1	21	2,1
Setiap hari	14	1,4	21	2,1
Tidak menjawab	4	0,4	4	0,4
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Kebiasaan menonton televisi juga berbeda pada setiap siswa, terutama antara siswa perempuan dan laki-laki dan terlihat pada tabel berikut.

Tabel 3.4
Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari Biasa

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Tidak pernah menonton	4	0,4	7	0,7
Kurang dari sejam sehari	41	4,2	62	6,3
1 - 2 jam sehari	173	17,6	211	21,5
3 - 4 jam sehari	125	12,8	213	21,8
Lima jam lebih sehari	62	6,3	76	7,8
Tidak menjawab	1	0,1	5	0,5
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Pada hari biasa siswa laki-laki sebanyak 127,6 persen menghabiskan waktu 1-2 jam sehari untuk menonton, sementara siswa perempuan dengan waktu yang sama sebanyak 21,5 persen. Siswa perempuan terbanyak (21,8 persen) menghabiskan waktu menonton televisi sekitar 3-4 jam sehari lebih banyak dari siswa laki-laki (12,8 persen) 7,8 persen siswa perempuan dan 6,3 persen siswa laki-laki biasa menonton 5 jam lebih sehari. 6,3 persen siswa perempuan dan 4,2 persen siswa laki-

laki biasa menonton kurang dari sejam sehari. Hanya 0,4 persen siswa laki-laki dan 0,7 persen siswa perempuan yang tidak pernah menonton. Di samping itu ada juga siswa yang tidak memberikan jawaban (0,1 persen siswa laki-laki dan 0,5 persen siswa perempuan). Menurut beberapa informan, siswa laki-laki ada pula yang mampu menghabiskan waktu selama 12 jam/hari di depan televisi karena waktu belajar dilakukan sambil menonton televisi.

Pola menonton biasanya dilakukan 1-2 jam setelah pulang sekolah atau saat berita malam dan apabila ada film-film laga atau drama yang ditayangkan, khususnya jika diperankan oleh aktor terkenal seperti Arnold Sz, Andy Lau, Van Damme.

Kebiasaan menonton televisi pada waktu hari libur juga menunjukkan perbedaan. Jika hari tiba mereka rata-rata menghabiskan sekitar 5 jam lebih sehari. Angka pada siswa perempuan (22,9 persen) dan siswa laki-laki (17,4 persen) sama-sama menempati urutan teratas. Kemudian 12,7 persen siswa laki-laki dan 22,2 persen siswa perempuan menonton selama 3-4 jam sehari. Sebanyak 9,6 persen siswa laki-laki dan 9,3 siswa perempuan menonton 1-2 jam sehari. 1,5 persen siswa laki-laki dan 2,6 persen siswa perempuan menonton kurang dari sejam sehari sementara itu tidak pernah menonton sebanyak 0,2 persen siswa laki-laki dan 1,5 persen siswa perempuan.

Tabel 3,5
Kebiasaan Menonton Televisi Pada Hari Libur

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Tidak pernah menonton	2	0,2	15	1,5
Kurang dari sejam sehari	15	1,5	26	2,7
1 - 2 jam sehari	94	9,6	91	9,3
3 - 4 jam sehari	124	12,7	218	22,2
Lima jam lebih sehari	171	17,4	224	22,9
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Kebiasaan menonton bioskop dilakukan hanya pada malam minggu itupun, hanya sekitar sebulan sekali, dan tidak setiap siswa melakukannya karena mereka lebih suka menonton televisi daripada pergi menonton ke bioskop. Siswa yang sibuk membantu orang tua dalam mencari nafkah tentu mempunyai kesempatan yang relatif kecil untuk pergi menonton ke bioskop. Berdasarkan hasil pengumpulan data (tabel 3.6), lebih dari 50 persen baik siswa laki-laki maupun perempuan kota Ambon tidak pernah pergi ke bioskop.

Tabel 3.6
Kebiasaan Menonton Bioskop

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Tidak pernah pergi ke bioskop	253	24	390	39,8
Sekitar 1 - 2 kali Setahun	36	3,7	55	5,6
Beberapa kali setahun	39	3,9	46	4,7
Sekitar sebulan sekali	59	6	54	5,5
Beberapa kali dalam sebulan	36	3,7	26	2,7
Tidak menjawab	1	0,1	3	0,3
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Sementara bagi siswa yang mampu secara ekonomi lebih memilih menonton melalui parabola atau video. Siswa laki-laki biasanya lebih banyak menonton bioskop daripada siswa perempuan.

Sebanyak 6 persen laki-laki menonton sekitar sebulan sekali, sedangkan siswa perempuan hanya 5,5 persen. Sebanyak 3,9 persen siswa laki-laki menonton beberapa kali setahun, sedangkan siswa perempuan hanya 4,7 persen. 3,7 persen siswa laki-laki biasanya menonton sekitar 1-2 kali setahun atau beberapa kali dalam sebulan. 5,6 persen siswa perempuan menonton sekitar 1-2 kali setahun, sedangkan 2,7 persen siswa perempuan menonton beberapa kali dalam sebulan. Sementara itu sebanyak 0,1 persen siswa laki-laki tidak menjawab dan 0,3 persen siswa perempuan tidak menjawab (lihat tabel 3.6).

Kebiasaan mendengarkan radio pada generasi muda Ambon terlihat pada tabel 3.7. Kebiasaan mendengarkan radio selama 1-2 jam sehari pada siswa perempuan (15,3 persen) dan siswa laki-laki (24 persen) ternyata sama-sama menjadi jawaban terbanyak. Diikuti kebiasaan

mendengarkan radio kurang dari sejam sehari pada siswa laki-laki sebanyak 12,1 persen dan 15,6 persen pada siswa perempuan . Sementara 6,73 persen siswa laki-laki dan 7,9 persen siswa perempuan mendengar sekitar 3-4 jam sehari adalah jawaban selanjutnya. Kemudian jawaban berikutnya sebanyak 5 persen siswa laki-laki dan 7,2 persen siswa perempuan tidak pernah mendengarkan radio. Sedangkan 2,3 persen siswa laki-laki dan 3,9 persen perempuan biasa mendengarkan lebih dari 5 jam sehari. Kebiasaan mendengarkan radio dilakukan mereka sambil belajar atau membaca majalah/koran.

Tabel 3.7
Kebiasaan Mendengarkan Radio

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Tidak mendengar radio	49	5	71	7,2
Kurang dari sejam sehari	119	12,1	153	15,6
1 - 2 jam sehari	150	15,3	235	23,4
3 - 4 jam sehari	66	6,7	77	7,9
Lima jam lebih sehari	22	2,3	38	3,9
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

3.3 Cara Memperoleh Media

Generasi muda Kota Ambon biasanya menggunakan berbagai cara untuk memperoleh mediaa cetak atau elektronik terutama yang mereka butuhkan. Media cetak seperti koran dan majalah ada yang memang berlangganan secara tetap karena orang tuanya mampu secara ekonomi, dan ada yang hanya membelinya sesekali saja. Bagi mereka yang tidak berlangganan tetapi ada keinginan untuk membaca, biasanya dengan cara meminjam di rumah mereka yang berlangganan atau membelinya. Bisa juga mereka membaca di perpustakaan sekolah, perpustakaan Pemda, atau di tempat penjualannya.

Cara memperoleh komik atau novel biasanya dengan meminjam dari teman, perpustakaan atau membelinya. Ada juga yang hanya

memperoleh infoemasi tanpa membaca majalah/koran/komik, tetapi melalui percakapan dengan teman-teman yang sudah membacanya.

Sementara untuk mendapatkan informasi melalui media elektronik, mereka yang mempunyai televisi dapat menonton dirumah. Bagi yang tidak memiliki televisi dapat menonton di rumah teman, toko/warung, atau di rumah saudara. Hampir semua siaran televisi Indonesia dapat diterima di Kota Ambon, yaitu RCTI, SCTV, TPI, TVRI, Indosiar, dan Anteve. Hanya saja untuk siaran TPI malam hari harus dibantu dengan parabola, begitu juga dengan stasiun Anteve dan Indosiar yang harus dibantu parabola sepanjang hari karena belum ada stasiun transmisinya di kota ini. Bagi keluarga yang mampu secara ekonomi, dapat membeli parabola sehingga dapat menangkap siaran televisi luar negeri.

Cara untuk memperoleh informasi melalui radio dilakukan mereka yang memiliki dengan memutar chanel radio dan mendengarkannya kapan saja. Sementara yang tidak memiliki hanya mendengar dari rumah tetangga atau tempat lain di sekitarnya.

3.4. Program/Rublik yang Disenangi

Informasi bagi generasi muda Kota Ambon biasanya didapatkan melalui media cetak maupun elektronik yang memuat berita aktual, mulai dari berita politik, olahraga, musik, kriminal, sampai yang hanya bersifat hiburan.

Di samping berita dari media cetak yang memuat berita hangat yang tengah melanda dunia, mereka juga membaca rublik surat pembaca, kiat orang-orang terkenal sampai mencapai kesuksesan, kisah nyata, kisah perjalanan wisata, dan artikel menarik lainnya seperti kisah mengenai tokoh idola mereka, dan pengetahuan lainnya yang dapat menambah wawasan. Hal ini juga berlaku terhadap majalah yang mereka baca.

Siswa laki-laki cenderung lebih tertarik membaca artikel seperti otomotif, olahraga, dan penyanyi/grup musik yang mereka suka. Sementara siswa perempuan biasanya suka membaca cerita pendek atau ceritra bersambung, melihat mode yang sedang tren, tips khusus untuk merawat tubuh dan memelihara kecantikan, kisah-kisah nyata, dan resep masakan.

Berita yang dapat diperoleh melalui media elektronik juga bervariasi. Untuk memperoleh informasi yang aktual mereka sangat suka menonton acara Liputan Enam (SCTV), Seputar Indonesia (RCTI), Buletin Siang (RCTI), Berita Malam (TVRI), dan sesekali Dunia Dalam Berita (TVRI). Semetara siaran berita televisi luar negeri seperti CNN sering diikutip oleh beberapa informan yang memiliki parabola.

Siaran musik merupakan salah satu acara televisi yang banyak disukai generasi muda Ambon. Hal ini tidak mengherankan, karena masyarakat Ambon adalah masyarakat yang gemar menyanyi dan cinta musik. Menurut salah satu informan, biasanya setiap puluhan kerja atau sekolah mereka akan menyempatkan diri untuk melepaskan lelah sambil bermain musik atau bernyanyi bahkan seringkali mereka mencoba menciptakan sebuah lagu. Kecintaan terhadap seni musik sudah berdarah daging dan bersifat turun temurun. Walaupun jenis musik yang disukai oleh generasi muda saat ini sudah berbeda dengan kesukaan para orang tua.

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, didapatkan jawaban kebiasaan mereka meluangkan waktu untuk menonton acara musik di televisi yang termuat dalam tabel 3.8 berikut.

Tabel 3.8
Kebiasaan Menonton Acara Musik di Televisi

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	154	15,7	241	24,5
Sekitar 1 program sehari	171	17,4	209	21,3
Beberapa kali seminggu	39	4,0	44	4,5
Beberapa kali sebulan	30	3,1	55	5,6
Hampir tidak pernah menonton	4	0,4	16	1,6
Tidak ada jawaban	8	0,8	9	1,0
Jumlah	406	41,4	574	58,6

Jawaban terbanyak adalah menonton sekitar satu program sehari bagi siswa laki-laki (17,4 persen) dan menonton beberapa program sehari bagi siswa perempuan (24,6 persen). Diikuti jawaban dari siswa perempuan (21,3 persen) adalah menonton sekitar satu program sehari, sedangkan untuk siswa laki-laki (15,7 persen) adalah menonton beberapa program sehari. Selanjutnya jawaban dari siswa perempuan adalah menonton beberapa kali dalam sebulan (5,6 persen), sementara siswa laki-laki sebanyak 4 persen menjawab beberapa kali dalam seminggu. Kemudian jawaban berikutnya sebanyak 4,5 persen siswa perempuan menonton beberapa kali dalam seminggu, dan 3,1 persen siswa laki-laki menonton beberapa kali dalam sebulan. Namun tetap saja ada siswa laki-laki (0,4 persen) dan 1,6 persen siswa perempuan yang tidak pernah menonton acara musik di televisi. Dan ada juga yang tidak memberi jawaban sama sekali.

Siaran musik televisi dalam negeri yang banyak disukai seperti Zinomi (STCV), Delta (RCTI), dan MTV (Anteve) terutama bagi mereka yang memiliki parabola. Jenis musik yang disukai para generasi muda kota Ambon biasanya bertema Pop atau slow. Sebagian besar dari siswa-siswi ini relatif menyukai penyanyi atau grup musik Indonesia, seperti Yana Julio, Kahitna, Katon Bagaskara, KLA Project, Broery Pesolima, dan Utha Likumahuwa. Penyanyi luar negeri yang disukai antara lain Phil Collins, Michael Learns To Tock, dan Michael Jackson.

Siaran film di televisi termasuk acara yang juga banyak diminati generasi muda Kota Ambon. Pemutaran film action seperti Layar Emas (RCTI), dan Minggu Emas (SCTV), serta film drama seperti Selasa Drama (SCTV) merupakan saat yang paling dinantikan oleh para siswa. Pada tabel berikut dapat dilihat bagaimana tingkat ketertarikan generasi muda Ambon terhadap film action, yang selalu menyempatkan diri untuk menonton walaupun tidak setiap hari.

Tabel 3.9
Kebiasaan Menonton Film Action

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	124	12,7	132	13,5
Sekitar 1 program sehari	137	14,0	175	17,9
Beberapa kali seminggu	68	6,9	103	10,5
Beberapa kali sebulan	64	6,5	121	12,3
Hampir tidak pernah menonton	11	1,1	40	4,1
Tidak ada jawaban	2	0,2	3	0,3
Jumlah	406	41,4	574	58,6

Film action terbanyak ditonton sekitar satu program sehari, baik untuk siswa laki-laki (14 persen) maupun siswa perempuan (17,9 persen). Kemudian disusul dengan kebiasaan menonton beberapa program sehari, baik siswa laki-laki (12,7 persen) maupun siswa perempuan (13,5 persen). Ada siswa laki-laki (6,9 persen) dan siswa perempuan (10,5 persen) yang menonton beberapa kali dalam seminggu, dan ada pula yang mempunyai kebiasaan menonton film action hanya beberapa kali dalam sebulan yaitu 6,5 persen siswa laki-laki dan 12,3 persen siswa perempuan.

Film action lebih banyak ditonton oleh siswa laki-laki. Menurut beberapa informan, film action dapat membangkitkan semangat, menghilangkan kejemuhan dan kelelahan yang dialami. Mereka cenderung merasa puas setelah menonton film action, walaupun banyak ketegangan yang dirasakan ketika saat menonton.

Pemutaran film opera sabun juga banyak disukai oleh anak muda kota Ambon. Lebih 50 persen siswa laki-laki dan perempuan menyatakan pernah menonton opera sabun, hanya dalam frekuensi yang berbeda.

Hasil pengumpulan kuesioner menunjukkan bahwa siswa laki-laki yang memberikan jawaban terbanyak (20,5 persen) tidak pernah menonton opera sabun, begitu pula dengan siswa perempuan yang memberikan jawaban terbanyak (25 persen). Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut

Tabel 3.10
Kebiasaan Menonton Opera Sabun

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	28	2,9	91	9,3
Sekitar 1 program sehari	72	7,3	104	10,6
Beberapa kali seminggu	55	5,6	61	6,2
Beberapa kali sebulan	47	4,8	69	7,1
Hampir tidak pernah menonton	201	20,5	245	25,0
Tidak ada jawaban	3	0,3	4	0,4
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Kesukaan menonton bagi siswa perempuan (10,6 persen) adalah sekitar satu program sehari, begitu juga untuk siswa laki-laki (7,3 persen). Kemudian beberapa siswa perempuan biasa menonton beberapa program sehari (9,3 persen), dan beberapa kali dalam sebulan (7,1 persen), atau beberapa kali seminggu (6,2 persen). Siswa laki-laki biasanya menonton beberapa kali dalam seminggu (5,6 persen), beberapa kali dalam sebulan (4,8 persen), dan beberapa program sehari (2,9 persen). Mereka biasanya menonton telenovela yang diputar oleh RCTI atau SCTV, sebelum atau sesudah pulang sekolah. Yang memiliki parabola, biasanya mereka senang menonton telenovela Indosiar yang berjudul Mari Mar.

Selain kedua jenis film tersebut responden juga suka menonton film kartun. Film kartun disukai karena bersifat menghibur walaupun keadaan kadangkala tidak masuk akal sehingga seringkali di waktu senggang mereka memilih menonton film kartun dari film lainnya. Khususnya siswa laki-laki memberikan jawaban terbanyak adalah menonton sekitar satu program sehari (12,1 persen), sedangkan siswa perempuan memberikan jawaban terbanyak adalah hampir tidak pernah menonton film kartun (15,7 persen). Sementara itu, siswa perempuan cenderung lebih banyak menghabiskan waktu untuk membantu orang tua di rumah, sedangkan siswa laki-laki mempunyai waktu lebih banyak untuk menonton televisi khususnya sore hari saat film kartun banyak diputar. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 3.11.

Tabel 3.11
Kebiasaan Menonton Film Kartun Di Televisi

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	62	6,3	87	8,9
Sekitar 1 program sehari	118	12,1	128	13,1
Beberapa kali seminggu	70	7,1	112	11,4
Beberapa kali sebulan	55	5,6	90	9,2
Hampir tidak pernah menonton	99	10,1	154	15,7
Tidak ada jawaban	2	0,2	3	0,3
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Diikuti jawaban yang diberikan siswa laki-laki adalah hampr tidak pernah menonton (10,1 persen), dan jawaban dari siswa perempuan adalah sekitar satu program sehari (13,1 persen). Selanjutnya laki-laki (7,1 persen) menonton beberapa kali dalam seminggu dan beberapa kali dalam sebulan (5,6 persen). Demikian pula dengan siswa perempuan sebanyak 11,4 persen menonton beberapa kali dalam seminggu, 9,2 persen menonton beberapa klai dalam sebulan, dan sebanyak 8,9 persen menonton beberapa program sehari.

Program televisi lainnya yang disukai oleh generasi muda Kota Ambon adalah olahraga, baik siaran langsung maupun siaran ulangan. Siswa perempuan dan siswa laki-laki menunjukkan tingkat kekuasaan yang relatif sama terhadap siaran olah raga di televisi. Hal ini terlihat dari kebiasaan mereka menonton acara olahraga yang terlihat dalam tabel 3.12.

Tabel 3.12
Kebiasaan Menonton Acara Olahraga

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	110	11,2	82	8,4
Sekitar 1 program sehari	124	12,7	169	17,4
Beberapa kali seminggu	90	9,2	126	12,9
Beberapa kali sebulan	90	9,2	126	12,9
Hampir tidak pernah menonton	66	6,7	54	5,5
Tidak ada jawaban	-	-	4	0,4
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Jawaban terbanyak adalah menonton sekitar satu program sehari bagi siswa laki-laki (12,7 persen) dan siswa perempuan (17,2 persen). Diikuti jawaban dari siswa laki-laki adalah beberapa program sehari (11,2 persen) dan untuk siswa perempuan adalah beberapa kali dalam sebulan (14,2 persen). Selanjutnya dari siswa perempuan (12,9 persen) dan siswa laki-laki (9,26) adalah beberapa kali dalam seminggu.

Program lainnya dalam acara televisi yang tak kalah banyak penggemarnya adalah game show, yang lebih banyak disukai oleh siswa laki-laki, Namun ada keseimbangan jawaban dengan siswa laki-laki yang hampir tidak pernah menonton game show. Keterangan lebih jelas lihat tabel 3.13.

Jawaban terbanyak dalam kebiasaan menonton game show dari siswa laki-laki adalah sekitar atau program sehari dan yang hampir tidak pernah menonton (10,9 persen). Sedangkan jawaban terbanyak dari siswa perempuan adalah hampir tidak pernah menonton (16,6 persen). Hal ini disebabkan siswa perempuan lebih suka menghabiskan waktu luang dengan membaca majalah atau membantu orang tua daripada menonton game show.

Tabel 3.13
Kebiasaan Menonton Game Show

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Beberapa program sehari	43	4,4	93	9,5
Sekitar 1 program sehari	107	10,9	118	12,1
Beberapa kali seminggu	74	7,6	82	8,4
Beberapa kali sebulan	66	6,7	94	9,6
Hampir tidak pernah menonton	10,7	10,9	163	16,6
Tidak ada jawaban	9	1,0	24	2,4
J u m l a h	406	41,4	574	58,6

Diikuti jawaban dari siswa perempuan adalah kebiasaan menonton sekitar satu program sehari (12,1 persen), sedangkan dari siswa laki-laki jawabannya selanjutnya adalah beberapa kali dalam seminggu (7,6 persen). Selanjutnya 6,7 persen siswa laki-laki menyempatkan diri untuk menonton beberapa kali dalam sebulan, dan beberapa program sehari (4,4 persen). Sementara itu, sebanyak 9,6 persen perempuan yang menonton beberapa kali dalam sebulan, beberapa program sehari (9,5 persen), dan beberapa kali dalam seminggu (8,4 persen).

Jenis-jenis hiburan lainnya yang disukai dari televisi adalah Dunia Bintang (SCTV), dan Sensasi (SCTV).

Acara di radio yang banyak disukai adalah tangga lagu-lagu, baik lagu-lagu Indonesia maupun lagu berbahasa Inggris yang diputar seminggu sekali. Kemudian acara yang menyuguhkan tips khusus, misalnya tentang kecantikan, kesehatan, dan acara pengiriman lagu dari dan untuk pendengar.

BAB IV

PENGETAHUAN, SIKAP, KEPERCAYAAN DAN PERILAKU BUDAYA TRADISIONAL GENERASI MUDA

4.1 Pengetahuan Tentang Budaya Tradisional

Pengetahuan menurut kamus umum Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka tahun 1989 adalah segala sesuatu yang diketahui, sedangkan kebudayaan menurut Parsudi Suparlan adalah keseluruhan pengetahuan yang dipunyai oleh manusia sebagai makhluk sosial yang isinya adalah perangkat model-model pengetahuan yang secara selektif dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan yang dihadapi dan untuk mendorong serta menciptakan tindakan yang diperlukan (1992:1).

Penggunaan kebudayaan oleh para pendukungnya dalam kehidupan nyata yaitu bagaimana masyarakat dalam tindakannya sehari-hari menjalankan pranata-pranata sosial yang dipunyainya. Pranata sosial adalah merupakan sistem antar hubungan dan norma-horma yang terwujud sebagai tradisi untuk usaha-usaha pemenuhan kebutuhan sosial yang dirasakan perlunya oleh para warga masyarakat yang bersangkutan (Suparlan, 1992:).

4.1.1 *Pengetahuan Terhadap Rasa Memiliki Tradisi Indonesia*

Perkembangan budaya tradisional di Ambon dapat dikatakan cukup menggembirakan. Kenyataan tersebut tidak lepas dari pembinaan pihak sekolah untuk memupuk dan menumbuh kembangkan berbagai kesenian daerah. Di samping itu pembinaan seperti P4 tidak bisa dilupakan peranannya dalam memberikan kontribusi pengetahuan generasi muda terhadap tradisi Indonesia.

Rasa untuk mencintai budaya dengan memupuk minat dan bakat generasi muda telah menyebabkan mereka sangat menghormati dan menjunjung tinggi tradisi Indonesia. Hal ini tercermin dari jawaban 980 responden, sebesar 88,16 % (Tabel 14.1.) menyatakan bahwa tradisi asli Indonesia jauh lebih bagus. Jawaban ini juga sekaligus menggambarkan bahwa generasi muda di Ambon, walaupun informasi dari luar sudah diterima tetapi mereka masih belum meninggalkan budayanya. Sedangkan yang menjawab tradisi Barat jauh lebih bagus hanya 1,53% . Angka ini sebenarnya masih tergolong kecil, sekaligus menunjukkan bahwa generasi muda di Ambon belum begitu terkena dampak globalisasi sedangkan yang menjawab tradisi Indonesia sedikit lebih bagus sebesar 8, 06 % dan jawaban tradisi Barat sedikit lebih bagus 1,63%.

Generasi muda yang menjawab tradisi Indonesia sedikit lebih bagus sebenarnya hal ini merupakan bentuk dari sifat ragu-ragu karena di satu sisi mereka menyukai tradisi.

Tabel 4.1
Tradisi yang Disukai

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Tradisi Indonesia jauh lebih bagus	351	513	864	88,16
Tradisi Indonesia sedikit lebih bagus	36	43	79	8,06
Tradisi Barat sedikit lebih bagus	10	6	16	1,63
Tradisi Barat jauh lebih bagus	5	10	15	1,53
Tidak ada jawaban	4	2	6	0,62
Jumlah	406	574	980	100,00

Indonesia tetapi pengetahuan mereka terhadap tradisi luar negeri yang juga mereka percaya. Begitu pula dengan yang menjawab budaya luar negeri sedikit lebih bagus, merupakan akibat rasa bimbang yang ada di dalam hati mereka .

Untuk mempertegas pandangan generasi muda tersebut, bisa dikaitkan dengan intensitas mereka menonton televisi, sebab intensitas dalam menonton televisi dalam program tertentu akan berpengaruh pada pembinaan rasa cinta terhadap budaya dan juga memperluas pengetahuan budaya.

Tabel 4.2 menunjukkan dari sejumlah 980 dan responden yang menjawab selalu menonton program buatan Indonesia adalah 49,39 %. Hal ini berarti akan sangat membantu memelihara pengetahuan tentang berbagai budaya tradisional, dan sekaligus mempertebal rasa rasionalisme. sehingga lebih menyadari kebhinekaan bangsa sedangkan yang menjawab sedikit menyukai program buatan Indonesia ada 15,72 % atau lebih kecil dari jawaban sedikit menyukai program buatan luar negeri yang mencapai 22,65 %.

Tabel 4.2
Program Televisi yang Disukai

Uraian	Laki-laki	Persen	Perempuan	Persen
Sangat menyukai program buatan Indonesia	199	285	484	49,39
Sedikit lebih menyukai Program buatan Indonesia	54	100	154	15,72
Sedikit lebih menyukai Program buatan luar negeri	83	139	222	22,65
Sangat menyukai program buatan luar negeri	62	47	109	11,12
Tidak ada jawaban	8	3	11	1,2
J u m l a h	406	574	980	100.00

Generasi muda yang menyukai program buatan luar negeri terdapat 109 orang atau 11,12%. Besarnya siswa yang menjawab demikian sebenarnya merupakan hal yang cukup memprihatinkan, sebab dengan semakin seringannya mereka menonton program-program buatan luar negeri maka pengetahuan terhadap budaya Indonesia pun menjadi semakin kecil dan secara berangsur-anggsur akan menimbulkan perasaan apatis terhadap budaya sendiri.

Berbagai kendala tersebut dapat dterjadi sebab televisi sebagai salah satu media elektronika, di samping berfungsi sebagai media hiburan juga berfungsi sebagai penanaman nilai seperti cinta tanah air, persatuan dan kesatuan. Semakin rendahnya anak-anak menonton program-program buatan dalam negeri, maka akan semakin cepat informasi asing ditangkap dan akan berpengaruh pula pada kepribadian generasi muda. Oleh karena itu dengan masih sadarnya sebagian besar generasi muda untuk menyenangi program-program televisi lokal, berarti pembinaan dan penanaman nilai dapat diterapkan dan dilakukan melalui program-program tersebut secara lebih mudah.

4.1.2 Pengetahuan Terhadap Kebinekaan Budaya

Pengetahuan terhadap kebhinekaan budaya dari masing-masing suku bangsa yang ada di Indonesia mempunyai ciri khas sehingga menimbulkan kekayaan budaya suku bangsa yang membedakan dengan bangsa lain, hal ini sangat dipahami oleh generasi muda Ambon. Kenyataan demikian sebenarnya merupakan modal dasar bagi pembangunan di Indonesia. Dari 980 siswa, 89,90% menyatakan bahwa Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lain (Tabel 4.3).

Pengetahuan tentang kekhasan budaya Indonesia yang beragam yang disadari oleh generasi muda Ambon tersebut akan menjadi modal yang besar bagi kekuatan persatuan dan kesatuan bangsa. Tingginya pemahaman ini juga dapat dikatakan sebagai keberhasilan pembangunan sektor pendidikan dalam penanaman rasa bangga terhadap kebhinnekaan bangsa Indonesia.

Tabel 4.3
Indonesia mempunyai budaya khas dan unik yang berbeda dengan budaya lain di dunia

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	362	519	881	89,90
Agak setuju	25	43	68	6,94
Kurang setuju	11	6	17	1,73
Tidak setuju	6	4	10	1,02
Tidak ada jwb	2	2	4	0,41
Jumlah	406	574	980	100,00

Dari 980 responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1,02%, adanya jawaban responden ini merupakan hal yang cukup memprihatinkan sebab kurangnya pengetahuan terhadap keanekaragaman budaya Indonesia akan menimbulkan kerawanan pada persatuan dan kesatuan bangsa.

Kondisi tersebut dapat terjadi karena bermacam-macam penyebab, seperti (1) kurangnya kepedulian anak terhadap budaya sendiri, (2) lemahnya orang tua untuk menuntun anaknya dalam memberikan pengetahuan kepada anaknya dan (3) kurangnya pihak sekolah dalam memberikan pengetahuan budaya secara praktis kepada siswa yang menyebabkan siswa tidak mudah menangkap budaya khas dan unik.

Perkembangan kebudayaan nasional yang ditopang oleh puncak-puncak kebudayaan daerah seperti tertuang di dalam GBHN sangat dipahami oleh generasi muda setempat. Dari 980 responden 87,44% mengatakan sangat setuju kebudayaan nasional ditopang oleh kebudayaan daerah. Kemudian disusul pernyataan agak setuju 6,63%. Sedangkan yang menjawab kurang setuju hanya 3,37% dan jawaban tidak setuju sebanyak 1,02%.

Berdasarkan tabel 4.4, sebenarnya belum seluruh generasi muda menyatakan bahwa kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan nasional, sebab masih ada jawaban yang menyatakan tidak dan kurang setuju sebanyak 4,39%. Hal ini sebenarnya merupakan ganjalan dalam dunia pendidikan di Indonesia sebab generasi muda sebagai tulang punggung pembangunan kelak di kemudian hari, ternyata belum mengerti sepenuhnya hakekat nasional. Adanya pengetahuan demikian dapat disebabkan oleh beberapa faktor, pertama adalah kurangnya siswa dalam mengikuti pelajaran, kedua adalah karena rendahnya minat baca siswa sehingga pemahaman tentang kebudayaan cenderung sempit.

Tabel 4.4

Kebudayaan nasional Indonesia ditopang oleh kebudayaan daerah

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	359	498	857	87,44
Agak setuju	23	42	65	6,63
Kurang setuju	17	16	33	3,37
Tidak setuju	4	11	15	1,02
Tidak ada jwb	3	7	10	0,41
Jumlah	406	574	980	100,00

Namun demikian, bila dilihat dari pemahaman tentang akulturasi kebudayaan maka banyak siswa yang merasa setuju. Sebab menurut mereka sesuatu yang datang dari luar dan dianggap bermanfaat serta dapat diterima untuk kemajuan dan pembangunan bangsa. Pernyataan tersebut terungkap dari responden yang menjawab tidak semua budaya asing ditolak oleh bangsa Indonesia banyaknya mencapai 60,30 % dan yang menjawab agak setuju mencapai 32,04 %.

Tabel 4.5
Tidak seluruh budaya asing ditolak oleh Bangsa Indonesia

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	245	346	591	60,30
Agak setuju	130	184	314	32,04
Kurang setuju	18	24	42	4,29
Tidak setuju	10	15	25	2,55
Tidak ada jwb	3	5	8	0,82
Jumlah	406	574	980	100,00

Siswa yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju mencapai 6,84 %. Kenyataan demikian berarti pengetahuan generasi muda terhadap budaya asing adalah simpati atau menjauhi yang berarti mereka mampu menyerang nilai-nilai yang dianggap berguna untuk pembangunan bangsa dan negara.

Walaupun dalam perkembangan dewas ini, generasi muda tidak terlalu kaku terhadap budaya asing, akan tetapi pengetahuan terhadap budaya daerah agar selalu dicintai dan dilestarikan tetap ada sebab kebudayaan daerah mendukung kebudayaan nasional. Terbukti jawaban sangat setuju menempati urutan terbanyak, dari 980 responden yang

menjawab sangat setuju mencapai 96,12 %. Jumlah ini sangat membanggakan sebab walaupun arus globalisasi telah menambah di berbagai daerah di Indonesia termasuk daerah Ambon tetapi sebagian besar masih mencintai dan melestarikan kebudayaan daerah karena diyakini mendukung kebudayaan nasional sedangkan yang menjawab agak setuju 2,76 % kurang setuju 0,61 % dan tidak setuju 0,10 % (tabel 4.6).

Tabel 4.6
Mencintai dan melestarikan budaya daerah berarti
mendukung kebudayaan nasional

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	393	549	942	96,12
Agak setuju	10	17	27	2,76
Kurang setuju	2	4	6	0,61
Tidak setuju	0	1	1	0,10
Tidak ada jawa	1	3	4	0,41
Jumlah	406	574	980	100,00

4.2. Sikap generasi muda terhadap budaya tradisional

Sikap menurut Retty dan Caciopo adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, obyek atau isu-isu (azwar, 1988:6). Berbicara mengenai sikap tidak terlepas dari sosialisasi keluarga dan pendidikan sekolah atau pendidikan si luar sekolah serta pengetahuan di dalam masyarakat.

Di Indonesia sikap lebih dikenal sebagai tata krama yang diajarkan melalui sosialisasi keluarga. Segala gerak gerik anggota keluarga terutama yang anaknya dianggap kurang cocok akan ditegur oleh orang tuanya, Pendidikan demikian biasnya diperoleh si anak sejak sebelum masuk sekolah sampai menjelang dewasa, bahkan sampai akan mem-

bentuk keluarga. Oleh sebab itu, peranan keluarga sangat besar untuk membentuk sikap anaknya.

Menginjak usia sekolah, pergaulan anak menjadi semakin kompleks selain bergaul dengan keluarganya juga bergaul dengan temannya. Kenyataan demikian menjadikan anak, selain belajar di dalam keluarga juga belajar di luar keluarganya. Semakin dewasa si anak berbagai macam aturanpun harus dipahaminya dan semakin kompleks. Hak dan kewajibannya di dalam masyarakat pun harus dipahami. Yang pada akhirnya, aturan-aturan yang ada telah menuntutnya untuk bertingkah laku sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

Dalam lingkup yang lebih luas sikap dibentuk pula oleh keyakinan seseorang terhadap agamanya, sebab sikap sangat dipengaruhi oleh niat seseorang dalam menggunakan dan melaksanakan ajaran-ajaran agama yang dianutnya. Selain itu pembinaan seperti Penataran P4 merupakan penanaman nilai yang membentuk seseorang menjadi manusia Indonesia yang diharapkan.

Peranan pendidikan tidak dapat diabaikan sebab pendidikan yang dilakukan dapat dikatakan hampir seumur hidup, baik melalui pendidikan formal maupun informal telah turut membentuk sikap sebagai orang yang dianggap "dewasa" sehingga bisa berpikir secara rasional dan bersikap sesuai dengan pranata yang disepakati. Dari berbagai sikap generasi muda ini akan dilihat beberapa sikap yang berkaitan dengan budaya.

4.2.1 Sikap Terhadap Museum Cagar Alam

Perhatian terhadap peninggalan sejarah merupakan suatu sikap terpuji yang sangat membantu generasi muda di dalam memahami nilai-nilai budaya. Perhatian pada peninggalan budaya seperti museum dan cagar budaya yang merupakan salah satu cara untuk lebih memahami rasa cinta terhadap tanah air.

Tabel 4.7
Perhatian museum dan cagar budaya

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat tertarik	250	355	605	61,73
Cukup tertarik	126	186	312	31,84
Kurang tertarik	16	26	42	4,29
Tidak tertarik	3	3	6	0,61
Tidak ada jwb	11	4	15	1,53
Jumlah	406	574	980	100,00

Dari 980 sikap responden terhadap museum dan cagar budaya, 61,73% menjawab sangat tertarik (tabel 4,7) dan 31,84% menjawab cukup tertarik. Sedangkan yang menjawab kurang tertarik 4,29%, dan tidak tertarik 0,61% serta 1,53% tidak menjawab.

Dari hasil jawaban tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar generasi muda Ambon masih menyukai peninggalan nenek moyang. Kenyataan demikian merupakan sikap positif. Dan dapat dikatakan hiburan seperti film, diskotik, ternyata belum menarik minat mereka. Hal ini juga disebabkan status ekonomi orang tua mereka yang rata-rata rendah sehingga mereka memilih hiburan yang murah dan sekaligus dianjurkan oleh guru-gurunya, di samping faktor masih tingginya nilai-nilai kepatuhan anak kepada orang tua.

Bila dilihat anak-anak yang menjawab kurang atau tidak tertarik, mereka rata-rata berasal dari keluarga yang keadaan ekonominya tinggi. Mereka mempunyai banyak pilihan untuk menikmati sarana hiburan, seperti televisi dunia yang dapat ditangkap di rumah mereka sehingga semakin mengurangi minat terhadap kebudayaan daerah. Sikap demikian didukung pula oleh kondisi ekonomi orang tua mereka yang mampu, sehingga dapat menyediakan peralatan canggih seperti parabola. Anak-anak dari golongan ini juga sering melakukan pesta-pesta atau ke diskotik sehingga semakin mengecilkan motivasi mereka untuk berkunjung ke

museum dan cagar budaya. Dari pernyataan mereka museum adalah tempat yang membosankan. Walaupun yang menjawab demikian relatif kecil atau hanya 0,61%.

4.2.2 *Sikap Terhadap Lagu-lagu yang Disukai*

Sikap memilih lagu-lagu berbahasa Indonesia yang disukai dari generasi muda Ambon ternyata relatif tinggi. Keadaan demikian terjadi karena generasi muda Ambon masih kuat menjalankan adatnya terutama kebiasaan menyanyikan lagu-lagu daerah. Budaya menyanyi yang hampir terdengar di setiap sudut-sudut wilayah, tampaknya turut membina rasa cinta terhadap lagu daerah dan lagu-lagu berbahasa Indonesia.

Dari 980 responden, 56,22% sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia dan 11,73% sedikit lebih suka yang berbahasa Indonesia. Hal ini berarti, 67,95% generasi muda masih suka mendengarkan lagu berbahasa Indonesia. Sedangkan yang lebih suka lagu berbahasa Inggris 19,08% dan sangat menyukai lagu berbahasa Inggris 12,65. Jika responden yang lebih suka dan sangat suka lagu berbahasa Inggris dianggap dalam kesekarangannya lebih banyak memutar lagu-lagu bahasa asing mencapai 31,73% yang berarti mencapai 1/3 dari jumlah responden.

Tabel 4.8
Lagu yang disukai

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat menyukai lagu yang berbahasa Indonesia	218	333	551	56,22
Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Indonesia	47	68	115	11,73
Sedikit lebih suka lagu yang berbahasa Inggris (asing)	82	105	187	19,80
Sangat menyukai lagu yang berbahasa Inggris (asing)	58	66	124	12,65
Tidak ada jawaban	7	2	10	0,32
Jumlah	406	574	980	100,00

Kenyataannya demikian menggambarkan bahwa minat terhadap kesenian khususnya lagu-lagu nasional pada generasi muda sedikit demi sedikit mulai bergeser ke lagu-lagu barat. Dampak globalisasi yang menyebabkan berbagai kaset dan acara televisi mancanegara masuk dan diterima secara lambat laun telah merubah pula kegemaran generasi muda di Ambon. Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara di lapangan para tokoh masyarakat dan guru sudah mulai peduli dengan pergeseran tersebut. Antisipasi terhadap sikap ini

sebenarnya sudah dilaksanakan seperti dalam setiap acara di sekolah, diwajibkan menyanyikan lagu-lagu daerah dan nasional. Dengan demikian generasi muda secara tidak sadar tetap harus belajar lagu nasional sehingga akan memunculkan rasa cinta kesenian nasional.

4.2.3 Sikap Terhadap Jenis Pakaian Yang Disukai

Pakaian merupakan salah satu citra bagi pemakaiannya, karena itu pakaian sering merupakan kebanggaan bagi pemakainya. Dari pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa generasi mudapun pada umumnya sangat terpengaruh pada jenis-jenis pakaian, ada yang senang buatan luar negeri dan ada yang senang buatan dalam negeri.

Adanya sikap yang demikian sangat menentukan dan mencerminkan rasa bangga terhadap produksi dalam negeri serta sekaligus mencerminkan rasa nasionalisme yang tinggi. Sikap dan semangat seperti ini akan sangat mendukung bagi munculnya etos kerja yang tinggi.

Dari 980 siswa yang menjadi responden 62,14 % (tabel 4.9) menjawab pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus. Banyaknya siswa yang menjawab pakaian dalam negeri jauh lebih bagus, merupakan bukti bahwa penanaman nilai-nilai cinta produksi dalam negeri yang akhir-akhir ini gencar dipublikasikan tampaknya sudah berpengaruh positif pada siswa. Mereka yang menjawab demikian ada 38,06 % siswa perempuan lebih banyak bersikap positif terhadap pakaian produksi dalam negeri daripada siswa laki-laki. Sedangkan yang menjawab pakaian buatan Indonesia sedikit lebih baik ada 14,86 %. Jawaban ini sebenarnya menunjukkan bahwa sebagian siswa masih ada yang berpandangan dualisme yaitu produksi dalam negeri sebenarnya bagus, akan tetapi mereka juga mengakui produksi luar negeri masih menjadi idola mereka karena dianggap lebih keren.

Responden yang menjawab pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus hanya 10,61 %. Jawaban ini memang sebagian besar dari anak-anak yang status ekonomi keluarganya tinggi.

Tabel 4.9

Pakaian yang disukai

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Pakaian buatan luar negeri jauh lebih bagus	60	44	104	10,61
Pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus	54	65	119	12,14
Pakaian buatan Indonesia sedikit lebih bagus	55	90	145	14,80
Pakaian buatan Indonesia jauh lebih bagus	236	373	609	62,14
Tidak ada jawaban	1	2	3	0,31
Jumlah	406	574	980	100,00

Pandangan kelompok ini rata-rata mengatakan bahwa memakai pakaian luar negeri di samping lebih bagus juga lebih keren dan bergengsi, sedangkan yang menjawab pakaian buatan luar negeri sedikit lebih bagus 12,4%. Jawaban dari kelompok ini rata-rata berasal dari keluarga yang keadaan ekonominya kelas menengah. Umumnya mereka mengatakan bahwa pakaian buatan luar negeri harganya mahal karena bahannya lebih bagus, tetapi sekarang ini pakaian buatan dalam negeri bahannya juga sudah bagus dan harganya lebih murah. Dari pendapat ini disimpulkan bahwa generasi muda pada kelompok ini lebih menyukai pakaian buatan luar negeri, tetapi karena harganya mahal mereka akhirnya mengalihkan perhatian kepada pakaian buatan dalam negeri.

4.2.4 Sikap Terhadap Pengarang Novel yang Disukai

Kegemaran pada pengarang tertentu sangat erat dengan pandangan pembacanya. Setiap bacaan terutama novel, akan terkandung nilai dan pandangan yang disampaikan pengarangnya. Oleh karena itu nilai yang terdapat di setiap novel akan memberikan wawasan kepada pembacanya dan kemungkinan akan mempengaruhi cara pandang orang tersebut.

Dari hasil jawaban generasi muda di Ambon 64,59% (tabel 4.10) menjawab sangat menyukai pengarang Indonesia. Mereka umumnya memberikan alasan bahwa cerita-cerita Indonesia bagus dan sesuai dengan budaya kita, yang memberi jawaban ini 29,08% siswa laki-laki dan 35,51% siswa perempuan. Kemudian disusul yang menjawab sedikit lebih suka pengarang Indonesia 9,80%. Adanya sebagian besar yang menyenangi pengarang Indonesia sebenarnya merupakan suatu kebanggaan, sebab di samping bacaan tersebut mempunyai latar belakang budaya Indonesia, juga nilai yang disampaikan merupakan nilai-nilai budaya Indonesia. Para siswa yang menjawab suka dan lebih suka pengarang Indonesia memberikan alasan bahwa bacaan novel yang dikarang oleh orang Indonesia lebih mudah difahami dibanding karangan oleh orang Barat. Kenyataan demikian sangat erat berkaitan dengan pemahaman responden terhadap bahasa asing yang cenderung rendah. Di samping itu, bahasa terjemahan memang lebih sulit dipahami.

Tabel 4.10
Pengarang novel yang disukai

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat menyukai pengarang luar negeri	29	51	80	8,16
Sedikit lebih suka pengarang luar negeri	32	64	96	9,80
Sedikit lebih suka Pengarang Indonesia	63	95	158	16,20
Sangat menyukai pengarang Indonesia	285	384	663	64,59
Tidak ada jawaban	7	6	13	1,33
Jumlah	406	574	980	100,00

4.3 Kepercayaan Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional

4.3.1 Beberapa Besar Kepercayaan Generasi Muda pada Budaya Tradisional

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka tahun 1989, kepercayaan berarti sesuatu yang dipercaya itu benar. Kepercayaan generasi muda terhadap kebudayaan tradisional di Ambon berarti generasi muda Ambon sangat yakin dan percaya bahwa kebudayaan daerah harus dicintai dan dihormati. Jawaban responden dari 980 orang 43,27% menjawab sangat setuju dan 33,98% menjawab agak setuju bahwa generasi muda harus mencintai dan menghargai budaya daerah. Jumlah jawaban sangat dan agak setuju untuk generasi muda harus mencintai dan menghargai budaya tradisional, sebenarnya cukup membanggakan, yaitu sebanyak 77,25% walaupun jawaban ini hanya sampai pada tingkat pengetahuan, dalam arti kepercayaan generasi muda terhadap budaya tradisional ini hanya sampai pada tingkat kognitif dan belum sampai pada taraf melakukan tindakan atau melaksanakan.

Tabel 4.11
Generasi muda sekarang mencintai dan
menghargai budaya-budaya daerah.

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	173	251	424	43,27
Agak setuju	136	197	333	33,98
Kurang setuju	89	113	202	20,61
Tidak setuju	7	9	16	1,63
Tidak ada jawaban	1	4	5	0,51
Jumlah	406	574	980	100,00

Untuk jawaban kurang setuju mencapai 20,61%. Jawaban ini sekaligus merupakan keyakinan bahwa ada sebagian generasi muda di

Ambon yang sudah tidak begitu memperdulikan budaya tradisional. Keyakinan responden yang menjawab demikian karena dalam kehidupan sehari-hari mungkin mereka telah melihat teman-temannya terutama yang dari golongan ekonomi menengah ke atas, lebih menyukai disketik daripada kesenian daerah, lebih menyukai lagu-lagu barat daripada lagu-lagu tradisional dan lebih menyukai baju-baju buatan luar negeri daripada dalam negeri. Pernyataan ini didukung oleh pernyataan responden yang senang terhadap budaya asing (tabel 4.12).

Generasi muda yang menjawab sangat setuju lebih senang pada budaya asing ada 27,25%, kemudian disusul pendapat agak setuju 40,20% Tingginya pernyataan agak setuju merupakan wujud keimbangan generasi muda antara lain karena berbagai pendidikan di sekolah dan Penataran P4 yang menekankan tetap mencintai budaya daerah. Akan tetapi pengetahuan tentang berbagai budaya asing yang dianggap lebih tinggi gengsinya menjadikan jawaban mereka menjadi ragu-ragu. Jawaban yang demikian sekaligus menandai adanya krisis identitas dari generasi muda di Ambon.

Tabel 4.12
Banyak Generasi Muda yang lebih senang
pada budaya asing

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	112	155	267	27,25
Agak setuju	165	229	394	40,20
Kurang setuju	87	136	223	22,75
Tidak setuju	42	51	93	9,49
Tidak ada jawaban	0	3	3	0,31
Jumlah	406	574	980	100,00

Generasi muda yang dengan tegas menyatakan kurang setuju 22,74% atau tidak setuju 9,49%, sekaligus mencerminkan generasi muda yang konsisten mencintai budaya daerahnya. Bila dilihat jumlah responden yang kurang setuju dan tidak setuju mencapai 32,24%. Hal ini

berarti kurang dari separuh yang konsisten percaya dan mencintai pada hasil budaya Indonesia. Dan yang tidak menjawab sebesar 0,31%, hal ini dapat diartikan mereka tidak tahu harus menjawab apa atau justru merupakan kebingungan mereka akan situasi sekarang.

4.3.2 Kepercayaan Terhadap Budaya Tradisional

Kepercayaan terhadap budaya tradisional di kalangan generasi muda cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan suatu keyakinan bahwa budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia. Munculnya kepercayaan yang demikian tidak terlepas dari lebih terbukanya generasi muda sekarang dalam menerima berbagai unsur-unsur budaya asing yang datang dari luar.

Adanya keterbukaan dalam memandang budaya asing ini menyebabkan cara pandang tidak bertolak dari pemikiran negatif, akan tetapi lebih pada penyeleksian unsur-unsur budaya yang dianggap baik. Oleh sebab itu generasi muda selalu optimis bahwa budaya tradisional akan tetap langgeng dengan berbagai akulturasinya.

Berdasarkan hasil dilapangan, dari 980 orang 71,63% menjawab sangat setuju bahwa budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia (tabel 4.13). Sebagian besar generasi muda yang menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda sekarang sudah dapat memilah-milah mana yang dianggap baik dan mana yang dianggap buruk sehingga mereka merasa yakin dan optimis walaupun budaya asing masuk tidak akan menghilangkan budaya daerah dan budaya nasional.

Dalam pikiran mereka ada nilai-nilai yang baik harus diambil, walaupun berasal dari budaya asing. Hal demikian ini dianggap memperkaya budaya nasional. Jawaban agak setuju sebesar 16,63%, sebenarnya menunjukkan bahwa dalam diri responden masih ada perasaan khawatir. Di satu sisi mereka beranggapan bahwa budaya daerah dan nasional harus dipertahankan tetapi di sisi lain bahwa budaya daerah dan nilai budaya asing harus diterima. Pandangan demikian menyebabkan ada sedikit keraguan-keraguan pada diri mereka.

Tabel 2.13

Budaya daerah dan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Sangat setuju	282	420	702	27,25
Agak setuju	66	97	163	40,20
Kurang setuju	50	50	100	22,75
Tidak setuju	8	5	13	9,49
Tidak ada jawa	0	2	2	0,31
Jumlah	406	574	980	100,00

Untuk jawaban kurang dan tidak setuju yang mencapai 11,55% menunjukkan responden benar-benar telah melihat begitu gencarnya kemajuan komunikasi dewasa ini sehingga mereka merasa was-was dengan berbagai informasi dan budaya asing yang selalu dihadapinya. Mereka benar-benar merasa khawatir akan eksistensi kebudayaan daerah dan nasional pada era globalisasi ini, bila tanpa dilandasi mentalitas dan pengetahuan yang tinggi dalam menyeleksi nilai-nilai budaya asing tersebut.

4.4 Perilaku Generasi Muda Terhadap Budaya Tradisional

Perilaku menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka tahun 1989 berarti tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap). Jadi dari pengertian tersebut perilaku generasi muda terhadap budaya tradisional berarti tanggapan atau reaksi generasi muda yang terwujud dalam gerakan (sikap) terhadap budaya tradisional.

Perilaku generasi muda dalam kaitannya dengan budaya nasional sangat ditentukan oleh faktor pendidikan yang mereka terima. Pendidikan tersebut ada yang bersifat formal dan nonformal. Pendidikan secara formal yaitu pendidikan yang didapatkan secara resmi seperti sekolah,

pesantren dan lembaga lainnya. Sedangkan pendidikan nonformal yaitu pendidikan tidak resmi seperti pendidikan keluarga, dan pendidikan masyarakat. Berbagai pendidikan ini akan membentuk perilaku dan pemahaman terhadap budaya.

4.4.1 *Perilaku Generasi Muda Terhadap Seni Tradisional.*

Dalam kaitan dengan perilaku budaya tradisional, pemahaman dan kebiasaan terhadap budaya dan nilai-nilai luhur bangsa dapat dipakai sebagai ukuran sejauh mana minat mereka. Oleh karena itu dari 980 responden terlihat aktifitas generasi muda Ambon dalam menonton seni tradisional (tabel 4.14).

Tabel 4.14
Kebiasaan Menyaksikan Pergelaran Seni Tradisional

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Seringkali	62	82	144	14,69
Agak Sering	137	208	345	35,20
Jarang	156	214	370	37,76
Jarang Sekali	42	67	109	11,13
Tidak Menjawab	9	3	12	1,22
Jumlah	406	574	980	100,00

Dari jawaban responden, 37,76% menyatakan jarang menonton pagelaran seni tradisional kemudian disusul jawaban agak sering sebanyak 35,20%. Jawaban yang sebagian besar mengatakan jarang menonton seni tradisional meneckrminikan bahwa generasi muda di Ambon sudah sangat terpengaruh oleh arus globalisasi. Minat terhadap budaya daerahnya cenderung menipis. Dari responden yang menjawab jarang ini, umumnya mempunyai perekonomian menengah ke atas. Walaupun ada sebagian kecil yang dari golongan ekonomi lemah, tetapi dari hasil pengamatan, mereka yang dari ekonomi lemah cenderung bergaul dengan teman-teman

yang mempunyai orang tua dengan perekonomian yang cukup mapan sehingga ia dapat menikmati berbagai budaya ala Barat seperti diskotik, film dan lain-lain. Rasa bangga karena dapat melihat kesenian asing tersebut menyebabkan sedikit demi sedikit mereka pun menjadi kurang perhatian terhadap budayanya.

Responden yang menjawab jarang sekali menonton kesenian tradisional jumlahnya 11,13%. Dari jumlah ini, sebagian besar mempunyai orang tua dengan status ekonomi rendah. Jadi di sini jumlah tersebut belum dapat dipakai sebagai dasar penilai bahwa mereka tidak menyukai, sebab dapat pula mereka mempunyai keinginan yang besar tetapi dari segi keuangan tidak mendukung.

Responden yang menjawab seringkali menonton pagelaran seni tradisional sebanyak 14,69%. Jumlah ini cukup kecil dan menimbulkan keprihatinan. Dari data ini dapat terbaca bahwa dewasa ini semakin menipis kepercayaan generasi muda terhadap produksi dalam negeri. Kenyataan demikian, tidak bisa menutup mata bahwa globalisasi telah turut menurunkan kepercayaan dan minat budaya tradisional.

4.4.2. Perilaku Generasi Muda Terhadap Musik

Musik pop ataupun rock buatan dalam negeri merupakan salah satu karya seni Indonesia. Di dalam musik ini berbagai nilai terkandung di dalamnya. Penanaman nilai-nilai melalui sebuah lagu, cepat atau lambat akan lebih mengena pada pendengarnya. Begitu pula dalam kaitannya dengan perilaku Nuansa sebuah musik akan turut pula mempengaruhi perilaku bagi pendengarnya.

Berbagai pengalaman telah membuktikan bagaimana musik dapat mempengaruhi perilaku generasi muda, misalnya lagu-lagu yang bernafas rock, maka pendengar akan ikut dalam susana panas dan muncullah tarian seperti break dance, disco, dan lain-lain. Begitu pula dengan lagu-lagu lembut, pendengar akan bernuasa romantis dan muncullah tarian seperti dansa. Di samping itu dengan semakin besarnya minat generasi muda untuk menonton musik pop dan rock produksi dalam negeri berarti nilai positif bagi perilaku generasi muda terhadap musik Indonesia.

Tabel 4.15 menunjukkan generasi muda sebagian menjawab jarang menonton pagelaran musik pop sebanyak 31,94 % yang berarti

hampir 1/3 responden. Banyaknya generasi muda yang tidak mau menonton pagelaran musik pop/rock produksi dalam negeri sebenarnya sungguh memperihatikan. Sebab musik pop ataupun rock dalam negeri merupakan karya cipta bangsa Indonesia. Akan tetapi hal ini tidak bisa dikatakan benar seratus persen sebab bila dilihat dari kondisi Kota Ambon yang termasuk kota kecil, maka pertunjukkan musik di daerah

Tabel 4.15

Kebiasaan Menyaksikan Pergelaran Musik Pop/Rock dalam Negeri

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Seringkali	114	174	288	29,39
Agak sering	12	143	255	26,02
Jarang	128	185	313	31,94
Jarang sekali	42	71	113	11,53
Tidak ada jawaban	10	1	11	1,12
Jumlah	406	574	980	100,00

tersebut relatif jarang sehingga banyak generasi muda yang tidak menonton dapat pula disebut pagelaran musik di daerah tersebut memang jarang.

Responden yang menjawab seringkali sebanyak 29,39%. Bagi generasi muda yang menjawab sering ini terutama dari golongan menengah ke atas. Sebab mereka sering berlibur ke kota-kota besar, seperti Jakarta, Surabaya, dan lain-lain terutama pada saat liburan sekolah. Kenyataan demikian menyebabkan mereka bisa menikmati pergelaran musik pop/rock di kota-kota besar tersebut. Sedangkan yang menjawab agak sering sebanyak 26,02 % dan jarang sekali sebanyak 11,53 %. Responden yang menjawab jarang sekali ini sebenarnya mewakili sebagian besar generasi muda Ambon dari kelas ekonomi bawah.

Perilaku responden yang menjawab menonton musik pop belum tentu tidak menyenangi karya budaya Indonesia dan bukan pula karena

lebih menyenangi untuk pop/rock asing. Hal ini terbukti bila dikaitkan dari animo menonton untuk menyaksikan musik pop/rock asing (tabel 4.16).

Tabel 4.16

Kebiasaan Menyaksikan Pergelaran Musik Pop/Rock Asing

Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persen
Seringkali	87	91	178	18,16
Agak sering	91	150	241	24,59
Jarang	137	172	302	31,53
Jarang sekali	91	159	250	25,51
Tidak ada jawaban	0	2	2	0,21
Jumlah	406	574	980	100,00

Tabel 4.16 menyatakan dari 980 responden 31,53 % menjawab jarang menonton pergerakan musik pop/rock asing. Hal ini berarti mereka tidak pula menonton pergelaran musik asing sehingga sebenarnya mereka juga tidak menyenangi jenis musik asing atau tidak dapat dikatakan animo terhadap jenis musik ini kecil. Untuk jawaban seringkali menonton pergelaran musik pop/rock asing ada 18,16 % angka ini lebih sedikit daripada generasi muda yang menonton pagelaran musik pop/rock dalam negeri sebanyak 29,39 %. Ini berarti menunjukkan musik pop/rock generasi muda di Ambon masih lebih banyak menyukai musik pop/rock dalam negeri daripada musik pop/rock luar negeri atau musik asing.

Bila jawaban jarang dan jarang sekali diasumsikan terhadap ketidaksukaan mereka terhadap jenis musik, maka dapat ditemukan jumlah 67,04 % tidak menyukai jenis lagu asing dan 43,47 % tidak menyukai lagu dalam negeri. Jawaban demikian mencerminkan masih banyak generasi muda yang menyukai lagu buatan dalam negeri daripada luar negeri atau lagu-lagu asing. Sedangkan untuk yang tidak memberi jawaban hanya 0,21 %.

Masih lebih tingginya minat terhadap lagu-lagu dalam negeri tampaknya juga tidak terlepas dari peranan pendidikan dan pembinaan P4 yang jelas-jelas mengajarkan untuk mencintai budaya dalam negeri. Masih tingginya generasi muda yang menonton produksi dalam negeri secara tidak langsung menjadi indikator terhadap pendidikan dan pembinaan tersebut.

BAB V

ANALISIS DAN SIMPULAN

Globalisasi merupakan suatu periode yang arus informasinya menyebar ke seluruh penjuru dunia tanpa dipengaruhi ruang dan waktu. Akibat adanya era ini maka banyak berbagai pihak merasa khawatir akan dampak yang ditimbulkannya. Hal ini mengingat semua unsur budaya asing dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat tanpa ada hambatan yang berarti.

Generasi muda merupakan tulang punggung bangsa oleh karena itu generasi muda dapat dikatakan merupakan suatu aset bangsa dalam rangka pembangunan di masa mendatang. Untuk menjaga generasi muda agar tetap mencintai budaya kita maka diperlukan suatu pembinaan dan pengajaran yang tepat. Di samping itu diperlukan sarana yang tepat pula untuk mengisi kegiatannya. Sarana tersebut dapat berupa kebugaran fisik seperti olah raga, tetapi juga dapat berarti penambahan wawasan seperti bacaan dan televisi.

Salah satu permasalahan yang ada di daerah Ambon pada masa sekarang adalah semakin tingginya masuk arus globalisasi, seperti pemahaman terhadap pakaian-pakaian import yang dianggap lebih baik daripada buatan dalam negeri, dan tentang rasa bangga terhadap kesenian. Kesenian asing walaupun prosentasinya belum tinggi, tetapi sudah mulai kecenderungannya.

Bila dilihat dari kategorinya sekarang ini generasi muda yang berorientasi kepada sikap, pengetahuan, dan perilaku kepada budaya asing, tampaknya justru sebagian besar lebih pada generasi muda dari kelas ekonomi menengah ke atas. Kenyataan demikian memang tidak dapat disangkal sebab mereka mempunyai berbagai fasilitas yang memadai untuk melihat dunia luar.

Umumnya mereka mengaku bahwa awal pertama kali tertarik berbagai kesenian asing justru ketika mereka sedang berlibur di kota lain, antara lain Jakarta, Surabaya, dan Manado. Pengalaman-pengalaman ini telah memunculkan suatu kebanggaan pada mereka bahwa mereka merasa lebih dari temannya yang lain. Sehingga kadang-kadang mereka pun mengajak teman-temannya yang sebenarnya kurang tertarik pada budaya-budaya yang berbau asing tersebut untuk ikut terlibat.

Adanya suatu interaksi antarteman tersebut memang cukup mengkawatirkan sebab sedikit demi sedikit terjadi pengaruh mempengaruhi sehingga perasaan bangga terhadap budaya asing akan semakin banyak merambah generasi muda. Bila hal ini tidak dibarengi dengan suatu pembinaan untuk mencintai budaya dalam negeri, maka akan terjadi suatu keadaan yang cukup mengkhawatirkan yaitu hilangnya kebanggaan kepada kebudayaan bangsa kita.

Hilangnya rasa kebanggaan tersebut berarti akan mengurangi kemauan membangun bangsa dan negara. Karena hilangnya rasa bangga tersebut berarti akan membunuh pula etos kerja pada generasi muda. Kondisi demikian sangat menbahayakan bagi bangsa yang sedang membangun seperti Indonesia guna mengisi kemerdekaannya.

Dalam penelitian sikap, pengetahuan, kepercayaan, dan perilaku di Ambon secara umum dapat disimpulkan sebagai berikut.

Dari sisi pengetahuan, sebenarnya generasi muda di Ambon masih mempunyai keyakinan bahwa kebudayaan daerah dan nasional merupakan hal yang membanggakan. Dalam hal ini pembinaan yang dilakukan untuk generasi muda tampaknya cukup berhasil. Umumnya mereka merasa yakin bahwa tradisi Indonesia jauh lebih bagus daripada tradisi asing. Dengan pengetahuan seperti ini sebenarnya cukup dapat dibanggakan bila pengetahuan tersebut juga diikuti oleh tindakan-tindakan yang sesuai dengan pengetahuannya. Namun generasi muda di Ambon belum dapat

dikatakan demikian, karena masih banyak tindakan yang kurang selaras dengan pengetahuannya tersebut.

Dari segi sikap hal tidak terlepas dari pengetahuannya. Generasi muda sekarang memang masih dalam fase kebimbangan. Di satu sisi mereka mempunyai idealisme bahwa semua yang berbau kebudayaan nasional harus dipertahankannya. Namun di sisi lain dalam bersikap generasi muda cenderung lebih mengikuti budaya asing, walaupun masih dalam prosentase yang kecil, tetapi hal ini sudah menunjukkan suatu indikasi bahwa sikap generasi muda sekarang tidak selaras dengan idealisme yang sering mereka katakan.

Mengenai perilaku generasi muda di Ambon, walaupun mereka belum banyak yang menyimpang dari kecintaan dan rasa kebanggaannya terhadap hasil budaya bangsa akan tetapi perilaku mereka sedikit banyak dapat dikatakan kurang konsekuensi. Sebab walaupun mereka dalam wawancara mengatakan kecintaan terhadap kebudayaan nasional cukup besar tetapi perilakunya masih banyak yang kurang mendukung pendapatnya tersebut. Misalnya mereka masih lebih tertarik dengan barang buatan luar walaupun hal ini belum dalam taraf mengkhawatirkan.

Kepercayaan generasi muda terhadap kebudayaan, tampaknya mereka juga mengalami masa kebimbangan. Di satu sisi mereka mengatakan bahwa kebudayaan nasional tidak akan hilang walaupun banyak unsur budaya asing yang masuk ke Indonesia, akan tetapi dalam tindakannya mereka kurang mendukung pendapat tersebut. Walaupun tidak semua justru bertindak melemahkan pendapat mereka, misalnya jarang menyaksikan kesenian tradisional atau jarang menyaksikan musik pop/rock ciptaan musisi-musisi kita yang seharusnya mereka gemari. Secara tidak sadar mereka telah menggerogoti pondasi idealisme mereka sehingga kalau tidak segera diingatkan bukan tak mungkin kehancuran bangsa akan terjadi.

Melihat hasil di lapangan yang demikian, maka sudah selayaknya pembinaan yang memperkuat jati diri generasi muda mutlak dilakukan. Hal ini disebabkan kita tidak mungkin menghambat informasi yang masuk sehingga jalan satu-satunya adalah dengan memberi pandangan-pandangan yang bermanfaat bagi generasi muda untuk lebih mencintai bangsanya dan mempertebal mentalitasnya.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin Sikap Manusia, Terori dan Pengukurannya, edisi kedua, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Bahtiar, Harsya, Sistem Budaya di Indonesia, Jakarta, 1985
- Benedict, Ruth Pola-pola Kebudayaan, Jakarta : PT. Pustaka Rakyat; 1984.
- Budhisantoso, Periwisata dan Perkembangan Kebudayaan dalam majalah Kebudayaan, tahun 1992/1993.
- Chambers, Robert, Pembangunan Desa, Jakarta : LP3ES, 1987
- Gunarsa, Singgih, dkk, Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1995
- Hurlack, Elizabeth, Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, edisi kelima, alih bahasa: Istiwiyanti, dkk, Jakarta: Erlangga, 1994.
- Koetjaraningrat, Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan, Jakarta: Gramedia, 1985.
- Masalah-masalah pembangunan: Bunga Rampai Antropologi Terapan, Jakarta : LP3 ES, 1982.
- Manusia dan Kebudayaan Indonesia, Jakarta : Jambatan, 198.
- Metode-metode Antropologi dalam Penyelidikan Masyarakat dan Kebudayaan di Indonesia, Jakarta: Universitas Indonesia 1958
- Peursen, Van, Strategi Kebudayaan, Yogyakarta: Kanisius, 1984.
- Pidarta, Made, Mengembangkan Budaya Kerjasama antara Sekolah, Orang Tua, dan Masyarakat, dalam Majalah Kebudayaan, th. III 1992/1993 No. 3, Jakarta : Depdikbud.

Proyek Penelitian dan Pencatatan Kebudayaan Daerah, Adat Istiadat Daerah Maluku, Jakarta: Depdikbud, 1978.

Suparlan, Parasudi, **Kebudayaan dan Pembangunan**, makalah dalam Pelatihan Penelitian Masyakat dan Kebudayaan Irian Jaya, Jakarta, 1992.

Steward, H. Julian **Theory of Culture Change**, London: Universitas of Illinois Press, 1976.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1990.

