

FENOMENA KOMUNIKASI ANAK JALANAN DI PASAR 45 KOTA MANADO

OLEH:

ADVENTUS DANIEL HAMONANGAN

NRI: 090815067

Email: ventuz_gokil@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini berjudul Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 Kota Manado, dengan tujuan untuk mengetahui fenomena komunikasi anak jalanan di Pasar 45 Kota Manado dan untuk mengetahui hambatan komunikasi anak jalanan di Pasar 45 Kota Manado. Teori yang digunakan adalah teori Fenomenologi Alfred Schutz yang mengutamakan subyektivitas anak jalanan sebagai informan dengan pendekatan metode kualitatif tentang fenomena komunikasi anak jalanan. Hasil penelitian adalah beberapa faktor di dalam kehidupan mereka seperti pemenuhan kebutuhan hidup dan pergaulan mereka di jalanan menjadikan komunikasi interpersonal yang dilakukan anak jalanan semakin menguatkan persepsi ke-enam anak jalanan ini bahwa kehidupan di jalanan bisa membantu mereka terlepas dari permasalahan yang menjerat mereka. Persepsi inilah yang akhirnya membuat anak jalanan sangat sering berkomunikasi baik verbal maupun non-verbal dengan orang-orang di jalanan baik yang mereka kenal maupun orang yang tidak mereka kenal. Hambatan komunikasi yang anak jalanan rasakan adalah perbedaan *Field of Experiences* dan *Frame of References* antara anak jalanan dan orang-orang di sekitar mereka. Empat hambatan komunikasi anak jalanan yang peneliti dapatkan adalah faktor ekonomi, ketidakharmonisan keluarga, pergaulan di jalanan dan persepsi orang luar.

Abstract

This research is entitled Street Children Communication Phenomenon at Pasar 45 Manado, with the purpose of this is to know the phenomenon and the obstacles of their communication as Pasar 45 Manado. The theory used is Alfred Schutz Phenomenology Theory which is mainly prioritizing the subjectivity of using street children as the informers, and using qualitative methods approach to street children phenomenon. The result of this research are some factor in their life that can

strengthen their perception that living as street children can fulfill their needs, their relationship and even can help them to solve the problem they have as street children. This perception finally makes them communicate very often both verbally and non-verbally with their society, street children and non street children. The obstacles of problems they have are the differences of Field of Experiences and Frame of References among street children and people in their surrounding. 4 factors that researcher found are economical factor, family disharmony, street life and outside perceptions.

1.1. Latar Belakang

Anak adalah generasi penerus yang akan menjadi kekuatan suatu bangsa di masa depan. Keluarga merupakan lingkungan sosial pertama yang memberikan pengaruh sangat besar bagi tumbuh kembangnya anak. Dengan kata lain, secara ideal perkembangan anak akan optimal apabila mereka bersama keluarganya. Tentu saja keluarga yang dimaksud adalah keluarga yang harmonis, sehingga anak memperoleh berbagai jenis kebutuhan, seperti kebutuhan fisik-organik, sosial, maupun psiko-sosial. Jika kebutuhan ini tidak dapat terpenuhi secara layak, akan ada kecenderungan anak berusaha untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Potensi inilah yang menyebabkan banyak bermunculan anak jalanan di kota besar pada umumnya.

Anak jalanan atau sering disingkat anjal merupakan salah satu masalah sosial, selain mengganggu ketertiban kota, mereka tidak seharusnya berada di jalan. Mereka sewajarnya mendapatkan kehidupan yang layak sama seperti anak pada umumnya. UUD 1945 telah mengatur bahwa fakir miskin dan anak jalanan dipelihara oleh negara. Keberadaan mereka yang ada di jalanan sangat rentan dengan kehidupan yang keras dan liar. Tak terkecuali kota Manado yang sedang berkembang.

Adapun anak jalanan di kota Manado semakin menjamur dilihat dari banyaknya anak yang berada di jalanan baik yang bekerja non-formal seperti menjadi penjual maupun yang hanya menghabiskan waktu di jalan saja. Fenomena seperti ini bisa dilihat di beberapa titik pada pusat kota Manado seperti Pasar 45.

Anak jalanan di kota Manado pun bila dilihat dengan sekilas mata tampak hidup sendiri saja dan juga ada yang berkelompok membentuk sebuah komunitas. Mayoritas anak jalanan ini hanya mengecap pendidikan rendah seperti SD, SMP ataupun yang lebih buruknya tak pernah sama sekali merasakan pendidikan formal. Hal inilah yang membuat mereka lebih banyak menghabiskan waktu di jalanan dibandingkan dengan di dunia pendidikan.

Dengan kehidupan bebas yang mereka alami, mereka pun mempunyai persepsi yang berbeda dengan anak yang menerima kehidupan yang layak pada biasanya. *Frame of References* dan *Field of Experiences* yang berbeda dari persepsi yang didapatkan anak jalanan membentuk fenomena komunikasi yang berbeda pula di kalangan anak jalanan. Keluarga, lingkungan, kehidupan

ekonomi yang menjadi beberapa indikator tampaknya juga mempengaruhi komunikasi anak jalanan di Pasar 45. Berangkat dari latar belakang inilah peneliti mencoba untuk meneliti dan mendeskripsikan “Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 Kota Manado”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan di atas, maka masalah dibatasi Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 kota Manado dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 Kota Manado?

2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegritasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (information sharing) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin “communis”. Communis atau dalam bahasa inggris “commun” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (to communicate) ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan seperti yang diungkapkan Suwardi dalam buku Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi (Rohim 2009:8).

Di dalam buku yang sama, Moor mengungkapkan komunikasi adalah penyampaian pengertian antar individu. Dikatakannya semua manusia dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang yang lain. Pada pokoknya komunikasi adalah pusat minat dan situasi perilaku di mana suatu sumber menyampaikan pesan kepada seorang penerima dengan berupaya mempengaruhi perilaku penerima tersebut.

Yang dikemukakan oleh John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana, 2002:61).

Komunikasi sebagai tindakan satu arah (linier), yaitu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka seperti yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers di dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Mulyana, 2002:62). Sedangkan Gerald R. Miller berpendapat “komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku penerima” (Mulyana, 2002:62). Komunikasi linier ini selalu dikaitkan dengan komunikasi model Lasswell yaitu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan Who says what in which channel to whom with what

effect atau siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa (Rohim, 2009:9).

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi ini dipandang lebih dinamis dengan komunikasi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan.

Pemahaman ini sesuai dengan pendapat Anderson, yang mengatakan “Komunikasi adalah suatu proses dimana kita dapat memahami dan dipahami oleh orang lain”. Komunikasi merupakan proses yang dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku (Rohim 2009: 10).

Selanjutnya adalah komunikasi sebagai transaksi, seperti pendapat Pearson dan Nelson, yaitu komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna. Sama halnya dengan pendapat Tubbs dan Moss komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih (Mulyana, 2002:69). Dalam konteks ini, komunikasi tidak membedakan pengirim dan penerima pesan dan tidak lagi berorientasi kepada sumber karena komunikasi ini melibatkan banyak individu dan tampak bahwa komunikasi bersifat dinamis.

Salah satu kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya melakukan dengan sengaja atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbalnya (Mulyana, 2002:67).

Komunikasi antarpersonal (Interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi ini akan dilihat penulis pada penelitian ini. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (dyadic communication) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal ataupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. (Mulyana 2002:73).

Komunikasi antarpersonal pun terdiri dari dua macam komunikasi, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Komunikasi verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih baik yang tertulis maupun lisan. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.2. Anak Jalanan

Menurut Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 08 Tahun 2012, anak jalanan adalah anak yang rentan bekerja di jalanan, anak yang bekerja di jalanan, dan/atau anak yang bekerja dan hidup di jalanan yang menghasilkan sebagian besar waktunya untuk melakukan kegiatan hidup sehari-hari. Anak jalanan mempunyai ciri-ciri, berusia antara 6 sampai dengan 18 tahun, melakukan kegiatan atau berkeliaran di jalanan, penampilannya kebanyakan kusam dan pakaian tidak terurus, mobilitasnya tinggi. Selain itu, Direktorat Kesejahteraan Anak, Keluarga dan Lanjut Usia, Departemen Sosial memaparkan bahwa anak jalanan menghabiskan waktu di jalan lebih dari empat jam dalam satu hari. Pada dasarnya anak jalanan menghabiskan waktunya di jalan demi mencari nafkah, baik dengan kerelaan hati maupun dengan paksaan orang tuanya.

Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa anak jalanan adalah anak yang sebagian waktunya mereka gunakan di jalan atau tempat-tempat umum lainnya baik untuk mencari nafkah maupun hanya berkeliaran saja.

Menurut penelitian Departemen Sosial RI dan UNDP di Jakarta dan Surabaya (BKSNI, 2000; 2-4) anak jalanan dikelompokkan dalam empat kategori, yaitu:

- 1) Anak jalanan yang hidup di jalanan, dengan kriteria:
 - a) Putus hubungan atau lama tidak bertemu dengan orang tuanya
 - b) 8–10 jam berada di jalanan untuk bekerja (mengamen, mengemis, memulung) dan sisinya menggelandang/tidur
 - c) Tidak lagi sekolah
 - d) Rata-rata berusia di bawah 14 tahun
- 2) Anak jalanan yang bekerja di jalanan, dengan kriteria:
 - a) Berhubungan tidak teratur dengan orang tuanya
 - b) 8 – 16 jam berada di jalanan
 - c) Mengontrak kamar sendiri, bersama teman, ikut orang tua atau saudara, umumnya di daerah kumuh
 - d) Tidak lagi sekolah
 - e) Pekerjaan: penjual koran, pengasong, pencuci bus, pemulung, penyemir, dan pekerjaan informal lainnya.
 - f) Rata-rata berusia di bawah 16 tahun.
- 3) Anak yang rentan menjadi anak jalanan, dengan kriteria:
 - a) Bertemu teratur setiap hari/tinggal dan tidur dengan keluarganya
 - b) 4 – 5 jam bekerja di jalanan
 - c) Masih bersekolah

- d) Pekerjaan: penjual koran, penyemir sepatu, pengamen, dan pekerjaan informal lainnya.
- e) Usia rata-rata di bawah 14 tahun
- 4) Anak jalanan berusia di atas 16 tahun, dengan kriteria:
 - a) Tidak lagi berhubungan/berhubungan tidak teratur dengan orang tuanya
 - b) 8 – 24 jam berada di jalanan
 - c) Tidur di jalanan atau rumah orang tua
 - d) Sudah tamat SD atau SMP, namun tidak bersekolah lagi
 - e) Pekerjaan: calo, mencuci bus, menyemir, dll

2.3. Teori Fenomenologi

Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas, berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya (Stephen Littlejohn, 2011: 57)

Teori Fenomenologi (Phenomenological Sociology) yang lahir dari pemikiran Alfred Schutz berisikan tentang persoalan pokok ilmu sosial, yakni bagaimana kehidupan bermasyarakat itu dapat terbentuk.

Alfred Schutz sebagai salah seorang tokoh teori ini bertolak dari pandangan Weber pula, dimana terakhir ini berpendirian bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakan itu sebagai sesuatu yang penuh arti. Pemahaman secara subyektif terhadap sesuatu tindakan sangat menentukan terhadap kelangsungan proses interaksi sosial, maksudnya adalah menemukan sebab-sebab subjektif dan objektif ciri-ciri bayangan objek pengalaman inderawi (fenomen) (Sutopo, 2002:46). Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya serta yang akan bereaksi atau bertindak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh aktor.

Schutz mengkhhususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subyektivitas yang disebutnya: antar subyektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subyektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi. Intersubyektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi. Konsep intersubyektivitas ini mengacu kepada suatu kenyataan bahwa kelompok-kelompok sosial saling mengintegrasikan tindakannya masing-masing dan pengalaman mereka juga diperoleh melalui cara yang sama seperti yang dialami dalam interaksi secara individual. Faktor saling memahami satu sama lain baik antar individu maupun antar kelompok ini diperlukan untuk terciptanya kerjasama di hampir semua organisasi sosial (George Ritzer, 2011:60). Schutz memusatkan perhatiannya kepada struktur kesadaran yang diperlukan untuk terjadinya saling bertindak atau interaksi dan saling memahami antar sesama manusia. Secara singkat dapat

dikatakan bahwa interaksi sosial terjadi dan berlangsung melalui penafsiran dan pemahaman tindakan masing-masing baik antar individu maupun antar kelompok

Ada empat unsur pokok dari teori ini:

1) Perhatian terhadap aktor

Persoalan dasarnya di sini menyangkut persoalan metodologi. Bagaimana caranya untuk mendapatkan data tentang tindakan sosial itu sesubjektif mungkin. Dalam penyelidikan ilmu alam, realitas beserta hukum-hukum yang menguasainya didekati melalui metode ilmiah yang meliputi pengamatan sistematis yang dikendalikan oleh aturan yang ketat baik prosedur maupun tekniknya untuk menjamin keabsahan yang diperoleh.

Penggunaan metode ini dimaksudkan pula untuk mengurangi pengaruh subjektivitas yang menjadi sumber penyimpangan, bias dan ketidaktepatan informasi. Menurut pandangan ahli ilmu alam hal seperti itu tidak mungkin dilakukan terhadap obyek studi sosiologi.

Tetapi pendekatan obyektif demikian dalam sosiologi sebenarnya sudah dimulai oleh Durkheim, dengan menyatakan fakta sosial sebagai barang sesuatu yang nyata. Secara ekstrim pendekatan ini mendesak kepada para sosiolog untuk mengumpulkan data secara obyektif tentang fakta sosial dengan mengurangi peranan kesan-kesan dan ide si peneliti sendiri tentang kenyataan sosial. Namun pendekatan obyektif seperti yang diterapkan dalam ilmu alam itu justru tidak akan mampu mengungkapkan kenyataan sosial secara obyektif. Alasannya demikian: Manusia yang menjadi obyek atau sasaran penyelidikan sosiologi itu bukan hanya sekadar obyek dalam dunia nyata yang akan diamati. Tetapi manusia itu sekaligus merupakan pencipta dari dunianya sendiri. Lebih dari itu, tingkah lakunya yang tampak secara obyektif dalam artian yang nyata itu sebenarnya hanya merupakan sebagian saja dari keseluruhan tingkah lakunya. Ia menginterpretasikan tingkah lakunya sendiri.

2) Memusatkan perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude)

Alasannya adalah bahwa tidak keseluruhan gejala kehidupan sosial mampu diamati. Karena itu perhatian harus dipusatkan kepada gejala yang penting dari tindakan manusia sehari-hari dan terhadap sikap-sikap yang wajar.

Lagi menurut Schutz, semua manusia membawa serta didalam dirinya peraturan-peraturan, resep-resep (tipe-tipe) tentang tingkah laku yang tepat, konsep-konsep dan nilai-nilai yang membantu mereka bertingkah laku secara wajar di dalam sebuah dunia social (Bernard Raho, 2007:137).

Teori ini jelas bukan bermaksud mempelajari fakta sosial secara langsung. Tetapi proses terbentuk fakta sosial itulah yang menjadi pusat perhatiannya. Bedanya dengan paradigma fakta sosial adalah bahwa sementara paradigma fakta sosial mempelajari fakta sosial sebagai pemaksa terhadap tindakan individu, maka fenomenologi mempelajari bagaimana individu ikut serta dalam proses pembentukan dan pemeliharaan fakta sosial yang memaksa mereka itu.

3) Memusatkan perhatian kepada masalah mikro

Maksudnya mempelajari proses pembentukan dan; pemeliharaan hubungan sosial pada tingkat interaksi tatap muka untuk memahaminya dalam hubungannya dengan situasi tertentu.

4) Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan.

Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari. Norma-norma dan aturan-aturan yang mengendalikan tindakan manusia dan memantapkan struktur sosial dinilai sebagai hasil interpretasi si aktor terhadap kejadian-kejadian yang dialaminya. Manusia bukanlah wadah yang pasif sebagai tempat menyimpan dan mengawetkan norma-norma.

3.1. Metode Penelitian

Metode pengkajian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Thomas Lindlof dalam buku *Qualitative Communication Research Methods* menyebutkan bahwa metode kualitatif untuk penelitian komunikasi dengan paradigma fenomenologi sering disebut sebagai paradigma interpretif (Kuswarno, 2009:125).

Dalam paradigma tersebut dijelaskan bahwa realitas sosial yang ditunjukkan oleh interaksi sosial yang secara esensial adalah dasar dari komunikasi, bukan saja menampilkan fenomena lambang atau bahasa yang digunakan, tetapi juga menampilkan komunikasi interpersonal diantara anggota-anggota sosial tersebut. Oleh karenanya komunikasi interpersonal merupakan bagian penting dalam membentuk realitas sosial. Maka dari itu, peneliti akan melihat komunikasi interpersonal di antara sesama anak jalanan maupun antara anak jalanan dengan orang-orang di luar komunitas mereka.

4.1. Hasil Penelitian

Ditarik dari empat unsur teori fenomenologi yang mengutamakan kedalaman wawancara, maka terdapatlah pembahasan yang bersangkutan komunikasi anak jalanan di Pasar 45 kota Manado.

1. Perhatian terhadap actor

Aktor disini adalah ke-enam anak jalanan yang diwawancarai. Subjektivitasnya adalah ketika anak jalanan melakukan komunikasi interpersonal dalam menjalani kehidupan mereka di jalanan. Mereka harus bisa berkomunikasi dengan orang luar untuk memenuhi kebutuhan hidup. Contohnya N (informan 1) harus ikut meminum minuman keras untuk bisa mendapatkan makan malamnya, ataupun juga N (informan 6) harus bisa meyakinkan para calon pembeli kacangnya di MCD ataupun di KFC. Beberapa dari informan pun memilih untuk hidup di jalanan walaupun berdomisili di kota Manado karena tidak ada komunikasi yang baik antara mereka dengan orang tua

mereka. Beberapa perhatian yang dilihat peneliti inilah yang bisa ditarik kesimpulan atas kehidupan mereka di jalanan.

2. Memusatkan perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude).

Sikap yang alamiah yang peneliti dapatkan dalam penelitian dengan ke-enam anak jalanan adalah mereka mencoba untuk mendapatkan kehidupan mereka seperti anak-anak pada normalnya. Ketika AY (informan 2) yang tersesat ke Manado, dia mencoba untuk bertahan hidup dengan berkomunikasi kepada tante NN untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini juga terjadi kepada V (Informan 5) yang lebih memilih hidup dengan pacarnya dibandingkan dengan ibunya karena mendapatkan perhatian yang lebih baik.

3. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro

Proses terbentuknya kehidupan anak jalanan di Pasar 45 kota Manado tak lepas dari seringnya anak jalanan berkomunikasi di jalanan. Meskipun mereka kakak-beradik, tetapi jalan hidup yang mereka pilih berbeda. O (informan 3) lebih memilih untuk hidup di jalan karena sangat sering berkomunikasi dengan teman-temannya sesama anak jalanan, sedangkan R (informan 4) masih tetap tidur di rumah karena dia membatasi diri untuk berkomunikasi dengan orang selain ibunya, V dan N (informan 5 dan 6, sahabatnya di jalanan), dan para calon pembeli kacangnya. Jadi, komunikasi akan membentuk kehidupan mereka di jalanan dan membentuk sebuah pola komunikasi.

4. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan

Komunikasi yang dilakukan sehari-hari di jalanan mengubah kehidupan para anak jalanan ini dari seorang yang hidup normal di rumah menjadi seorang anak jalanan. Komunikasi non-verbal berupa bahasa tubuh, mimik muka dan komunikasi verbal berupa bahasa yang dilakukan beberapa informan memberikan efek yang berpengaruh membentuk pola komunikasi informan. Salah satunya N (informan 1) yang dulunya tak pernah merokok, tetapi karena setiap hari hidup di Pasar 45 mengharuskan dia berkomunikasi dengan anak jalanan yang lain. Hal inilah yang membuat dia akhirnya merokok. Komunikasi ini juga merubah V (informan 5) yang akhirnya memilih hidup dengan pacarnya karena seringnya V berada di jalanan dibandingkan dengan di rumah, dan V pun merasa lebih nyaman dengan perubahan ini.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan waktu yang cukup lama dan juga intensitas wawancara yang berulang kali, maka dapat disimpulkan bahwa “Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 Kota Manado” dengan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Fenomena komunikasi anak jalanan di Pasar 45 kota Manado

Fenomena komunikasi yang terbentuk dalam kehidupan ke-enam anak jalanan ini tak terlepas dari seringnya komunikasi yang dilakukan anak jalanan di jalanan dibandingkan dengan komunikasi yang mereka lakukan di rumah. Beberapa faktor di dalam kehidupan mereka seperti pemenuhan kebutuhan hidup dan pergaulan mereka di jalanan semakin menguatkan persepsi ke-enam anak jalanan

ini bahwa kehidupan di jalanan bisa membantu mereka terlepas dari permasalahan yang menjerat mereka. Persepsi inilah yang akhirnya membuat anak jalanan sangat sering berkomunikasi dengan orang-orang di jalanan baik yang mereka kenal maupun orang yang tidak mereka kenal. Belum lagi kenyataan bahwa kehidupan keluarga mereka tak berjalan dengan normal menguatkan kenam anak jalanan ini bahwa berkomunikasi dengan orang di jalanan lebih baik dibandingkan harus berkomunikasi dengan internal kehidupan mereka (Keluarga).

2. Hambatan komunikasi anak jalanan di Pasar 45 kota Manado

Ada empat hambatan komunikasi yang anak jalanan dapati yaitu faktor ekonomi, ketidakharmonisan keluarga, pergaulan di jalanan dan persepsi orang luar. Hal inilah yang menghambat mereka pada umumnya untuk bisa berkomunikasi di jalanan dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidup mereka di jalanan yang notabene sudah menjadi dimensi yang baru bagi mereka.

5.2. Saran

Saran-saran yang konstruktif yang peneliti coba untuk paparkan bukan hanya untuk anak jalanan, melainkan oknum-oknum yang bertanggung jawab atas terlantarnya anak jalanan ini. Beberapa saran adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi keluarga, terutama bagi orang tua untuk bisa memenuhi kebutuhan anak-anak baik dalam kebutuhan psiko-sosial maupun kebutuhan ekonomi. Ketidakharmonisan keluarga juga bisa membentuk persepsi anak jalanan bahwa kehidupan di jalanan jauh lebih baik dibandingkan dengan di rumah. Hal ini yang harus keluarga cegah untuk terlahirnya anak jalanan.
2. Disarankan bagi pemerintah, terlebih khusus Dinas Sosial yang menangani kesejahteraan sosial masyarakat secara langsung agar bisa menyelesaikan data anak jalanan secara lebih terperinci untuk bisa dilakukan penanggulangan anak jalanan seperti rehabilitasi ataupun juga dibuatnya rumah singgah anak jalanan.
3. Disarankan bagi LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), terlebih khusus bagi LSM yang terbeban dalam permasalahan anak jalanan diharapkan untuk lebih mengutamakan bagaimana caranya anak jalanan bisa hidup dan bekerja secara mandiri sehingga bisa mempunyai kehidupan yang seperti layaknya. Diharapkan juga bahwa anak jalanan yang masih terlantar untuk bisa dibantu kehidupan mereka sebagai anak jalanan.
4. Disarankan bahwa perlunya penelitian lebih lanjut tentang fenomena anak jalanan di Pasar 45 kota Manado, terlebih khusus pada “Fenomena Komunikasi Anak Jalanan di Pasar 45 Kota Manado.”

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Jalanan Di Indonesia: Permasalahan dan Penanganannya*, Badan Kesejahteraan Sosial Nasional, Jakarta, 2000.
- Devito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing Group, Jakarta.
- Dirdjosisworo, Soedjono. *Pathologi Sosial*. Bandung: Alumni, 1970
- Direktorat Pelayanan Sosial Anak, Departemen Sosial. *Standar Pelayanan Sosial Anak Jalanan Melalui Lembaga*. Jakarta: Depsos, 2008
- Littlejohn, Stephen. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2009
- Kuswarno, Engkus. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009
- Mardalis. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi (Jakarta: Salemba, 2007).
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja, 2008
- Raho, Bernard. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011

Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009

Salim, Agus, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (dari Denzin Guba dan Penerapannya)* (Yogyakarta: Tiara Wicana, 2001).

Sartori, Djam'an dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: C.V. Alfabeta, 2009

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: C.V. Alfabeta, 2009).

Sutopo, H.B, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Pers, 2002).

Sumber lain:

PERATURAN MENTERI SOSIAL REPUBLIK INDONESIA NOMOR 08 TAHUN 2012

www.google.com