

## **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA TENTANG PROGRAM ASTAMA DI JAWA POS**

**Kusnarto**  
**Ilmu Komuniaksi FISIP UPNV Jatim**

### **Abstraksi**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya terhadap program Astama di surat kabar Jawa pos.

Populasi adalah seluruh pembaca surat kabar Jawa Pos yang tinggal di kawasan kota Surabaya selatan dan Tengah. Teknik penarikan sample menggunakan cara *simple random sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data, digunakan data primer dengan teknik survey dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu tabel frekuensi yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Data yang diperoleh dari hasil selanjutnya akan diolah untuk mendeskripsikan terdiri dari mengedit, mengkode, dan memasukkan data tersebut dalam tabulasi data untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif setiap pertanyaan yang diajukan.

Dari hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya terhadap program Astama adalah tinggi. Hal ini diikuti pula dengan minat baca yang tinggi. Kebanyakan dari mereka membaca Jawa Pos secara rutin, baik dengan cara berlangganan maupun membeli secara eceran.

### **PENDAHULUAN**

Dewasa ini, dengan situasi jaman yang menuntut kita bertindak serba cepat, tentunya informasi merupakan sesuatu yang sangat berharga bagi kita. Bahkan dapat dikatakan sebagai “komoditas paling berharga” yang dibutuhkan oleh setiap orang. Dengan mengetahui segala informasi yang ada di sekitar, maka kita akan tahu tindakan apa yang paling tepat kita lakukan selanjutnya. Informasi juga tidak hanya sebagai kebutuhan semata, tetapi informasi juga dapat digunakan untuk memperoleh kekuasaan. Dengan teknologi yang berkembang sangat pesat saat ini, informasi dapat menjadi alat terpenting untuk memanipulasi, memberikan pengaruh bahkan juga sebagai alat kendali. Tidak dapat kita pungkiri, fakta yang ada di dunia saat ini adalah siapa yang memegang kendali informasi maka dialah yang paling berkuasa. Ini menjadikan informasi sebagai sumber kekuatan baru, tidak lagi uang di tangan segelintir orang, melainkan informasi yang ada di genggamannya kita.

Di beberapa negara maju yang menjunjung tinggi nilai Demokrasi, pers diberi kebebasan, tentunya kebebasan yang bertanggung jawab. Pers yang bebas sering disebut sebagai “oksigen” bagi *demokrasi*. Keduanya saling terkait dan saling membutuhkan, tidak bisa berjalan sendiri-sendiri. Disini pers yang bebas adalah mutlak dibutuhkan, kita tidak dapat merasakan membaca surat kabar yang sesungguhnya tanpa demokrasi, dan kita tidak akan punya demokrasi yang sesungguhnya tanpa surat kabar. Jadi keduanya saling terkait. Menurut Junaedhi (2002:12) pers disebut sebagai surat kabar, sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak seperti lembaran kerja berisi berita-berita, karangan-karangan, iklan-iklan dan diterbitkan secara berkala, bisa harian mingguan, bulanan serta diedarkan secara umum. Sedangkan surat kabar menurut Sutisna (2003: 289) merupakan salah satu media penyampaian pesan yang mempunyai

daya jangkau yang luas dan massal. Secara keseluruhan surat kabar merupakan media penyampaian berita kepada para pembacanya.

Negara demokrasi baik, yang sudah maju maupun yang sedang berkembang, memberikan kebebasan kepada masyarakatnya untuk memperoleh informasi, dan media berita merupakan sarana utama bagi informasi yang dibutuhkan warga. Dengan surat kabar yang berdemokrasi tentunya masyarakat diberikan kebebasan untuk mengatur dirinya sendiri. Di negara yang menjunjung tinggi demokrasi seperti Indonesia, pemerintahnya memberikan kebebasan kepada rakyatnya untuk menyampaikan suara mereka (*free of expression*). Disini media massa tidak hanya dapat digunakan menyampaikan suara dari masyarakat tentang masalah-masalah yang sedang terjadi, tetapi juga dapat digunakan untuk mencari informasi yang aktual dan benar-benar dapat dipercaya. Media massa telah dianggap memiliki posisi penting yang terpercaya bagi pembacanya untuk memberikan informasi yang aktual dan terkini karena pesan dan informasi yang disampaikan oleh surat kabar merupakan perhatian dan opini dari para pembacanya (Effendi, 2004: 147)

### **1. Surat kabar sebagai Media Komunikasi Massa**

Dalam bukunya Onong menyebutkan bahwa media massa diartikan sebagai media yang mampu menimbulkan keserempakan diantara khalayak yang sedang memperhatikan pesan-pesan yang sedang dilancarkan oleh media tersebut (Effendi, 1990: 26). Dari definisi Onong tersebut diketahui bahwa terdapat dua jenis media sebagai penyalur pesan yaitu media cetak yang terdiri dari surat kabar dan majalah serta media elektronik yang terdiri dari televisi, radio, dan film. Sedangkan media cetak diasumsikan sebagai media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual, media ini terdiri dari lembaran-lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna dan halaman hitam putih (Kasali, 1992: 99). Karena obyek penelitian ini adalah surat kabar, maka peneliti mengkhususkan pembahasan hanya pada surat kabar. Menurut McQuail memberi pengertian surat kabar dalam arti sempit adalah suatu lembaga atau organisasi yang termasuk dalam media massa cetak, yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik berupa lembaran, karangan, dan iklan yang disebarluaskan secara umum (McQuail, 1994: 153). Saat ini surat kabar telah berkembang hingga terdapat beberapa jenis, yang dapat dibedakan menurut berbagai kriteria, misalnya menurut frekwensi terbit (*harian*, *mingguan*, *bulanan*), bentuk (*standard* atau *tabloid*), kelas ekonomi pembacanya, peredarannya (*lokal* maupun *nasional*), penekanan isinya (*ekonomi*, *kriminal*, *agama* atau *umum*) dan sebagainya (Kasali, 1992: 100). Disamping itu pada dasarnya surat kabar tersebut mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Effendi, 2003: 91):

- a. *Publisitas (publicity)* ialah penyebaran pada public atau khalayak. Karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum. Ditinjau dari segi lembarannya jika surat kabar mempunyai halaman yang banyak, isinya juga dengan sendirinya pula akan memenuhi kepentingan khalayak yang lebih banyak.
- b. *Periodisitas (periodicity)* adalah ciri surat kabar yang kedua. Keteraturan terbitnya surat kabar bisa satu kali sehari, bias dua kali sehari, dapat pula satu kali atau dua kali seminggu. Penerbitan lainnya seperti buku umpamanya, tidak disebarkan secara periodik, tidak teratur, karena terbitnya hanya satu kali. Kalaupun ada yang diterbitkan lebih dari satu kali, terbitnya itu tidak teratur. Jadi terbitan seperti buku tidak mempunyai ciri khas periodisitas, meskipun disebarkan kepada khalayak dan isinya menyangkut kepentingan umum.
- c. *Universalitas (Universality)* sebagai ciri ketiga surat kabar ialah kemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia. Sebuah penerbitan berkala yang isinya

mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk pada surat kabar. Adalah benar bahwa berkala tersebut diperuntukkan khalayak dan terbit secara periodic, tetapi ciri khas universalitas tidak ada, sebab lainnya hanya mengenai suatu aspek kehidupan saja.

- d. Aktualitas (*actuality*) sebagai ciri dari surat kabar adalah mengenai berita yang disiarkannya. Aktualitas, menurut kata asalnya berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya sangat erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar. Berita adalah laporan yang mengenai peristiwa yang terjadi kini, dengan kata lain perkataan: laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang dilaporkan harus benar. Tetapi yang dimaksudkan dengan aktualitas sebagai ciri khas surat kabar adalah pertama, yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita. Hal-hal yang disiarkan media cetak lainnya bisa saja mengandung kebenaran, tetapi belum tentu mengenai sesuatu yang baru terjadi. Diantara media cetak, hanyalah surat kabar yang menyiarkan hal-hal yang baru terjadi. Pada kenyataannya, memang isi surat kabar beraneka ragam, selain berita juga terdapat artikel, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang dan lain-lain yang bukan merupakan laporan cepat. Kesemuanya itu sekedar untuk menunjang upaya membangkitkan minat agar surat kabar bersangkutan dibeli orang.

Demikianlah empat ciri surat kabar, dapat juga dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar. Penerbitan yang tidak mempunyai satu ciri saja dari keempat ciri tersebut, bukanlah surat kabar.

## **2. Surat Kabar Sebagai Kontrol Sosial**

Surat kabar diartikan sebagai lembaga yang menyebar luaskan berita sebagai sarana jurnalistik berupa lembaran, karangan iklan yang disebarluaskan kepada khalayak luas (Mc. Quail, 1994:153). Kontrol sosial merupakan salah satu fungsi pers yang sangat penting terutama di negara yang menerapkan sistem pemerintahan yang demokratis (Siebert, 1986: 63), meskipun tidak mengabaikan fungsi penting lainnya. Sementara dalam perbandingan sistem pers menunjukkan empat fungsi pers (Rahmadi, 1990: 78):

- a. Fungsi mendidik, bahwa fungsi surat kabar adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui informasi yang disampaikan dalam menunjang pendidikan masyarakat.
- b. Fungsi menghubungkan, bahwa surat kabar menyelenggarakan suatu hubungan sosial antara warga negara yang satu dengan yang lain.
- c. Fungsi mempengaruhi dan pembentuk pendapat umum dimana pers tidak hanya menyajikan berita atau informasi tetapi juga memuat pikiran-pikiran, pandangan atau pendapat orang hingga dapat membentuk pendapat dari para pembacanya. Fungsi mempengaruhi inilah yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat.
- d. Fungsi kontrol sosial, kekuatan utama media massa sebagai alat kontrol sosial terletak pada fungsinya sebagai pengawas lingkungan di sekitar masyarakat.

Menurut J.S Roucek dalam pengendalian sosial kontrol sosial adalah sekumpulan proses yang direncanakan atau yang tidak dimana individu diajarkan atau dipaksa untuk menerima cara-cara dan nilai-nilai kehidupan kelompok. Dari pengertian inilah akhirnya menonjol sifat kolektif dan usaha kelompok untuk saling mempengaruhi individu agar tidak menyimpang dari apa yang dinilai baik oleh kelompok. Dalam hal ini bahkan terkadang individu dipaksa untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan keinginannya demi mengikuti langkah-langkah yang dinilai benar untuk kepentingan bersama. Di dalam fungsi kontrol sosial ini ditunjukkan untuk memperkokoh norma-

norma sosial agar dipegang teguh oleh setiap individu serta meluruskan tindakan-tindakan atau kebijakan yang dianggap menyeleweng dari pandangan masyarakat.

Yang dimaksud dengan keadaan yang tidak pada tempatnya adalah segala macam kondisi yang berlaku umum menyalahi aturan dan norma yang berlaku. Sedangkan awal yang menyalahi aturan sendiri adalah sesuatu yang khusus dan spesifik yang menyalahi aturan dan norma yang berlaku.

Surat kabar dalam memuat dan menampilkan berita-berita selain berasal dari wilayah nasional juga berasal dari wilayah lokal. Hal ini disebabkan perkembangan media cetak dalam arus informasi kini telah mengalami kemajuan yang demikian pesat. Oleh karena itu surat kabar sendiri berkeinginan untuk mengangkat taraf hidup masyarakat dalam menambah wawasan informasi dengan semaksimal mungkin menampilkan berita-berita yang aktual. Salah satu berita yang diulas adalah berita mengenai program Astama ( Arek Surabaya taat marka ).

### **3. Program Astama (arek Surabaya taat marka)**

Sebagai pihak yang bertanggung jawab sebagai penegak hukum di jalan raya maka pihak Kepolisian Ditlantas Polda Jatim, Satlantas Polwiltabes Surabaya kembali mengadakan program sosialisasi safety riding. Program yang dinamakan Astama ini singkatan dari Arek Surabaya Taat Marka ditunjukkan guna menggugah kembali kesadaran masyarakat pengguna jalan untuk mengingat serta mengajak agar lebih bertanggung jawab. Dalam hal ini tanggung jawab yang dimaksud adalah supaya masyarakat para pengguna jalan tidak lagi berkendara secara sembrono dalam artian tidak serobot sana serobot sini, potong sana potong sini. Karena hal itu akan merugikan dirinya sendiri dan orang lain sesama pengguna jalan dan dapat menimbulkan terjadinya kecelakaan fatal.

Program Arek Surabaya taat marka (Astama) diadakan setiap hari dimulai dari bulan Desember 2008 hingga February 2009. Astama ini banyak mengulas tentang masalah-masalah lalu lintas di kota Surabaya. Isi pesan dari program Astama ini berisi tentang informasi-informasi penting Astama yang meliputi : a.Jangan berkendara zig-zag. b.Tidak memotong marka garis utuh/lurus, c.MPU/R2 wajib di jalur kiri, d.Memberi tanda ketika pindah jalur.

Berita mengenai program *Arek Surabaya taat marka* (Astama ) merupakan program yang diadakan untuk lebih saling menghargai keselamatan antara sesama pengguna jalan. Berdasarkan kondisi Jalan raya di Surabaya yang semakin padat belakangan ini, seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk kota Surabaya tentunya menimbulkan masalah tersendiri. Jumlah ruas jalan yang tidak seimbang dengan banyaknya pengguna jalan di kota Surabaya semakin memperparah keadaan yang ada. Kondisi jalan yang semerawut ditambah jumlah korban jiwa yang melayang di jalanan semakin terus meningkat, menjadi hal biasa yang kita dengar setiap hari. Kendati pihak kepolisian telah sering melakukan tindakan tegas terhadap pelanggar, tetapi mereka tetap saja terus melanggar. Yang lebih memprihatinkan adalah sikap tak peduli dan kecerobohan perilaku para pengendara dalam mengemudikan kendaraannya. Tindakan saling mendahului dan memotong jalur pengendara lain merupakan suatu adegan yang kerap terjadi di jalanan kota Surabaya. Hampir atau bahkan dapat dipastikan jalanan kota Surabaya di berbagai sudut kota selalu padat serta macet, terutama pada jam-jam sibuk. Oleh karena itu pengguna jalan harus saling menyadari, bahwa jalan yang mereka gunakan adalah milik bersama, mereka harus dapat saling menghargai antara pengendara satu dengan lainnya.

Program *Arek Surabaya taat marka* ( Astama ) ini pada dasarnya merupakan kinerja sinergi antara pihak kepolisian yang didukung oleh media cetak untuk menjadikan

masyarakat lebih menghargai keselamatan antara sesama pengguna jalan sehingga pada akhirnya dapat mengurangi tingkat korban kecelakaan yang diakibatkan kecerobohan para pengguna jalan. Berdasarkan data di unit Laka Satlantas Polwiltabes Surabaya, antara Januari- Oktober 2008, tercatat 1.061 kasus kecelakaan yang mengakibatkan 495 orang tewas. Setelah dilakukan analisis dan evaluasi ( anev ), dari jumlah pelanggar itu, pelanggaran markah tercatat sebagai penyebab nomer satu. Total terjadi 735 kasus yang mengakibatkan 325 orang merenggang nyawa di jalan. ( kutipan dari berita Jawa Pos tanggal 29 november 2008 ). Untuk itu dapat dikatakan fokus dari Astama ini adalah masalah markah jalan. Guna mengingatkan para pengguna kendaraan di jalanan maka telah dibuat 2000 *banner* yang disebar ke berbagai tempat strategis. Sebagian besar banner dengan tulisan Astama tersebut kini dapat dilihat di jalan Raya Darmo. Dengan berbagai langkah yang telah dilakukan diharapkan progam Astama ini dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana.

Berdasarkan pantauan pihak kepolisian, kendaraan roda dua menempati posisi teratas dalam jumlah presentase kecelakaan lalu lintas. Hal ini dikarenakan, kendaraan roda dua lebih flexibel, sehingga para pengendaranya cenderung sering melakukan zig-zag dengan cara pindah jalur seenaknya dan melanggar markah yang ada. Seringkali didapati para pengendara meremehkan hal-hal kecil seperti itu, sebenarnya hal tersebut dapat menyebabkan kecelakaan bagi dirinya sendiri dan orang lain.

Sosialisasi progam Astama direncanakan dilakukan selama sebulan penuh, selain dengan menggunakan media banner pihak kepolisian juga menerapkan tindakan ofensif. Para pelanggar yang kedapatan melanggar markah tidak akan langsung ditilang, tetapi hanya diberikan teguran simpatik. Diharapkan dengan teguran simpatik ini, nantinya pelanggaran tidak akan mengulangi kesalahannya kembali, baru tepat 1 Januari 2009 pihak kepolisian menerapkan *Zero tolerance*, bagi pihak yang melanggar tidak akan diperingatkan lagi seperti pada tahap sosialisasi, tetapi akan langsung ditindak tegas, mereka akan langsung ditilang. Namun kenyataanya hingga kini tetap saja banyak pengendara yang kedapatan melanggar.

Progam Astama (arek Surabaya taat markah ) ini memang terlihat simpel dan mudah dilaksanakan, namun bagian yang sangat sulit dilakukan adalah mengubah kebiasaan para pengendara itu sendiri. Bukan hal mudah untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk bisa memahami, melaksanakan, menaati dan menjadikan progam Astama menjadi sebuah kebiasaan. Contoh hal yang paling sederhana adalah kebiasaan menggunakan helm, mereka cenderung tidak berhelm saat tidak ada aparat kepolisian. Disini nyata terlihat kecenderungan masyarakat Surabaya yang tidak sadar akan keselamatan berlalu lintas bagi dirinya sendiri maupun dengan pengguna jalan lainnya.

Berdasarkan apa yang dibahas di atas peneliti akan menempatkan media massa, khususnya pada media cetak sebagai saluran informasi berita yang mempunyai peranan penting. Surat kabar yang merupakan bagian dari media massa dapat menjadi bagian yang mampu memberikan pengaruh bagi masyarakat. Sesuatu yang sebenarnya tidak berarti, dapat menjadi sebuah berita melalui berbagai penciptaan berita dan data-data yang disajikan media massa, sekalipun data itu merupakan rekaan imajiner sang penulis berita. Hal ini masih sering terjadi di tengah masyarakat yang masih kuat budaya isu dan intriknya, dimana berita dianggap sebagai kenyataan dan kebenaran tanpa reserve. Pada intinya berita-berita yang ada di dalam sebuah surat kabar bisa untuk mengarahkan pada kesadaran masyarakat. ( Winarko dalam Sugiharto, 2002:1 ).

Tingkat pengetahuan masyarakat yang dimaksud adalah bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat terhadap stimulus berita tentang progam Astama ( Arek Surabaya taat marka ). Secara lebih jelasnya adalah seberapa besar tingkat pengetahuan masyarakat setelah membaca dan mengetahui tentang berita progam Astama tersebut.

Sedangkan dan memiliki alasan peneliti memilih surat kabar Jawa pos karena surat kabar Jawa pos merupakan media cetak terbesar pelanggan di Surabaya sebesar 70 % atau sekitar 90.000 lebih pelanggan dari koran yang beredar di Surabaya dan memiliki tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi (jawapos.co.id) disamping itu Jawa pos merupakan media cetak yang paling sering terlibat dan aktif berkerja sama dengan pihak Kepolisian Ditlantas Polda Jatim dan Polwiltabes Surabaya dalam menyerukan program Astama melalui media cetak. Khalayak dalam penelitian ini adalah para responden yang berusia 17 hingga 55 tahun. Alasannya karena pada tahap usia ini seseorang telah mempunyai kemampuan berpikir yang cukup dan memiliki sikap pandangan yang realistis dengan apa yang ada di sekitarnya. Di samping itu pada usia ini mereka telah memiliki izin untuk mengurus SIM ( surat izin mengemudi ). Sedangkan batasan hingga usia 55 tahun karena pada usia ini seseorang telah memasuki usia pensiun atau non produktif sehingga kebanyakan mereka tidak lagi sering melakukan aktivitas berkendara. Masyarakat Surabaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya. Alasan dipilihnya kota Surabaya sebagai objek penelitian, dikarenakan Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, ditambah kota Surabaya merupakan kota metropolitan yang sedang berkembang dan tentunya memiliki berbagai problem lalu lintasnya. Selain itu Surabaya sering dijadikan *Pilot Project* dalam berbagai program safety riding yang diadakan pemerintah.

#### **4. Teori S-O-R**

Teori yang berawal dari ilmu psikologi. Hal ini dikarenakan terdapat kesamaan objek material antara ilmu komunikasi dengan ilmu psikologi. Dapat dikatakan sama karena yang menjadi iobjek disini adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen opini, sikap, perilaku, afeksi, konasi dan kognitif. Teori S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus organism-Response. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari ilmu komunikasi (McQuail, 1987: 234). Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh tersebut terjadi, tergantung pada isi dan penyajian stimulus.

Unsur-unsur model ini adalah:

- a. Pesan (Stimulus), merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.
- b. Komunikan (Organism), merupakan keadaan komunikan disaat menerima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima sebagai informasi, dan komunikan akan memperhatikan informasi yang disampaikan komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikan akan memperhatikan setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang. Selanjutnya, komunikan mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Efek (Respon), merupakan dampak daripada komunikasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap, yaitu: sikap afektif, kognitif, dan konatif. Efek kognitif merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi. Berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan (Effendy, 1993: 254).

Suatu stimulus dalam situasi tertentu dapat berupa obyek dalam lingkungan, suatu pola penginderaan atau pengalaman atau kombinasi dari ketiganya. Sifat khas stimulus adalah konsep yang kompleks, yang berbeda dari situasi dengan situasi yang lain dan akan mempengaruhi pemahaman kita tentang fenomena yang dijelaskan. Sedangkan organisme yang menjadi perantara stimulus dan respon merupakan kotak hitam yang hanya diamati dalam artian perilaku yang dihasilkan. Karena itu kita hanya mengamati

perilaku eksternal dan menganggapnya sebagai manifestasi dari keadaan internal organisme tersebut. Sedangkan R merupakan response tertentu terhadap peristiwa atau stimulus (Fisher, 1986: 195).

## **METODE PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya terhadap program Astama di surat kabar Jawa Pos. Populasi adalah seluruh pembaca surat kabar Jawa Pos yang tinggal di kawasan kota Surabaya selatan dan Tengah. Teknik penarikan sample menggunakan cara *simple random sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data, digunakan data primer dengan teknik survey dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu tabel frekuensi yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Data yang diperoleh dari hasil selanjutnya akan diolah untuk mendeskripsikan terdiri dari mengedit, mengkode, dan memasukkan data tersebut dalam tabulasi data untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif setiap pertanyaan yang diajukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Program Astama ( Arek Surabaya Taat Marka )**

Program *Arek Surabaya taat marka* ( Astama ) adalah program pihak kepolisian yang didukung oleh sejumlah kalangan media untuk menjadikan masyarakat lebih menghargai keselamatan antara sesama pengguna jalan sehingga pada akhirnya dapat mengurangi tingkat korban kecelakaan yang diakibatkan kecerobohan para pengguna jalan.

Berdasarkan data di unit Laka Satlantas Polwiltabes Surabaya, antara Januari-Oktober 2008, tercatat 1.061 kasus kecelakaan yang mengakibatkan 495 orang tewas. Dari jumlah korban sebanyak itu, penyebab terbanyak adalah karena disebabkan tingginya tingkat pelanggaran markah jalan. Untuk itulah program ini dilaksanakan guna mengingatkan kembali para pemakai jalan akan pentingnya keselamatan berkendara. Fokus dari Astama ini adalah masalah markah jalan.

Berdasarkan pantauan pihak kepolisian, seringkali didapati para pengendara meremehkan hal-hal ini, sebenarnya hal tersebut dapat menyebabkan kecelakaan bagi dirinya sendiri dan orang lain. Yang akan mereka dapatkan tidak hanya kerugian bagi dirinya sendiri tetapi orang lain yang ada di sekitarnya akan ikut merasakan akibatnya. Untuk itu tujuan dari program astama ini adalah untuk kembali menggugah kesadaran para pengendara akan keselamatan diri dalam berkendara, selain itu seiring dengan diadakannya program ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa saling menghormati antar sesama pengguna jalan. Berikut ini evaluasi subyek yang diamati.

Program *Arek Surabaya taat marka* ( Astama ) adalah program pihak kepolisian yang didukung oleh sejumlah kalangan media untuk menjadikan masyarakat lebih menghargai keselamatan antara sesama pengguna jalan sehingga pada akhirnya dapat mengurangi tingkat korban kecelakaan yang diakibatkan kecerobohan para pengguna jalan.

Berikut penyajian data tentang pengetahuan masyarakat Surabaya tentang program Astama di Surat kabar Jawa Pos

### **1. Pengetahuan Responden tentang larangan berkendara zig-zag.**

Berkendara zig zag adalah salah satu dari sekian kebiasaan buruk yang sering dilakukan pengendara di jalaan. Dengan mengendarai kendaraan dengan serong ke kanan dan

serong ke kiri maka hal ini tentunya dapat membahayakan baik diri pengendara itu sendiri maupun pengendara lain di sekitarnya. Oleh karena itulah kebiasaan berkendara zig zag harus dihilangkan. Berikut ini adalah pengetahuan responden tentang larangan berkendara zig zag:

Tabel 1. Pengetahuan Responden tentang larangan berkendara zig zag

Pengetahuan	F	%
Tahu	90	90
Tidak tahu	10	10
Total	100	100

Sumber: datadiolah

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa 90 responden dari 100 responden tahu mengenai larangan berkendara zig zag. Mereka umumnya telah sadar benar dan mengerti bahwa dengan kebiasaan zig zag sangat membahayakan dirinya sendiri maupun pengendara lain di sekitarnya. Dengan mengendarai kendaraan dengan serong kanan dan serong ke kiri maka akan memperbesar tingkat bersenggolan antara satu pengendara dengan pengendara lainnya, jika hal ini terjadi maka tidaklah mengherankan jika kedua pengendara akan saling bersenggolan dan terjatuh. Maka yang terjadi sangatlah fatal, nyawa para pengendara dapat menjadi taruhannya. Responden yang tidak mengetahui adanya larangan berkendara zig zag ini hanya 10 responden saja atau 10 % dari jumlah total 100 responden.

**2. Pengetahuan Responden tentang bahaya berkendara zig zag**

Dengan berkendara zig zag tentunya kita harus melalui berbagai kendaraan yang ada di sekitar kita, maksud dari berkendara zig zag ini adalah agar waktu perjalanan yang ditempuh menjadi singkat, sehingga banyak responden yang mengaku lebih cepat sampai di tempat tujuan dengan model berkendara zig zag seperti ini. Dengan kecepatan tinggi pengendara diharuskan melewati berbagai jenis kendaraan yang ada di sekitarnya, salah perhitungan sedikit saja maka kejadian fatal tidak dapat dihindarkan. Sering terjadi senggolan antara satu pengendara dengan pengendara lainnya, yang berakibat terjatuhnya para pengendara itu. Belum lagi jika tidak lihai mengontrol laju kendaraan yang cepat, maka biasa lepas kontrol dan terpaksa mengakhiri aksinya dengan terjatuh bersimpah darah, hidup tentu menjadi taruhannya. Berikut ini pengetahuan responden tentang bahaya ketika berkendara zig zag :

Tabel 2, Bahaya zig zag (n=100)

Pengetahuan	F	%
Tahu	90	90
Tidak tahu	10	10
Total	100	100

Sumber : data diolah

Dari tabel 2, dapat dilihat bahwa 90% responden atau 90 orang mengetahui bahaya yang ditimbulkan ketika berkendara zig zag.. Responden mengatakan bahwa dengan berkendara zig zag maka akan sangat berbahaya bagi keselamatan dirinya sendiri atau orang lain. Selain itu tentunya akan mengganggu ketertiban lalu lintas. Sedangkan responden yang tidak mengetahui bahaya dari zig zag adalah 10 orang atau 10%. Mereka beralasan bahwa tidak pernah merasakan atau melihat dampak yang ditimbulkan dari berkendara zig zag. Kebanyakan dari mereka tidak menyadari dampak yang ditimbulkan pada waktu berkendara zig zag.

**3. Pengetahuan Responden Mengenai larangan memotong marka**

Marka jalan adalah garis pembatas yang memberi batasan tanda antara jalur satu dengan jalur lainnya. Markah ini dimaksudkan untuk memberikan tujuan tertentu guna



memperlancar ketertiban pengendara di jalan raya. Berikut ini pengetahuan responden mengenai larangan memotong marka:

Tabel 3. Pengetahuan Responden Mengenai larangan memotong marka

Pengetahuan	F	%
Tahu	79	79
Tidak tahu	21	21
Total	100	100

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa 79% responden yang terdiri atas 100 orang mengetahui tentang adanya larangan memotong markah. Responden mengatakan bahwa markah yang ada tentunya mempunyai maksud tertentu yang tujuan adalah untuk keselamatan bersama. Responden yang tidak mengetahui tentang larangan ini adalah sebanyak 21 orang saja atau 21%. Mereka beralasan bahwa, sewaktu mengendarai kendaraan, mereka tidak melihat adanya larangan memotong marka di jalan yang mereka lalui.

**4. Pengetahuan Responden tentang bahaya ketika melanggar marka bagi para pengendara.**

Tabel 4. Pengetahuan tentang bahaya memotong marka jalan

Pengetahuan	F	%
Tahu	84	84
Tidak tahu	16	16
Total	100	100

Sumber : data diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa 84% responden yang terdiri dari 84 orang mengatakan bahwa mereka tahu akan bahaya yang akan di dapatkan ketika melanggar aturan markah yang ada. Ketika melanggar marka mereka akan sangat membahayakan jiwa dirinya sendiri atau jiwa pengendara lainnya. Kebanyakan dari mereka telah sadar, paham dan mengerti akan maksud dan tujuan dari markah yang dibuat di jalanan, sehingga mereka memilih untuk tidak melanggarnya. Sedangkan responden yang mengatakan tidak tahu akan bahayanya ketika melanggar marka adalah 16 orang atau 16%. Mereka mengaku bahwa tidak tahu karena tidak pernah merasakan dampaknya langsung ketika melanggar marka.

**KESIMPULAN**

Dari hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya terhadap progam Astama adalah tinggi. Hal ini diikuti pula dengan minat baca yang tinggi. Kebanyakan dari mereka membaca Jawa Pos secara rutin, baik dengan cara berlangganan maupun membeli secara eceran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakri.  
 Eriyanto, 1999. *Metodologi Polling: Memberdayakan Suara Rakyat*, Bandung: Rosdakarya.  
 Fisher, 1986. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.  
 McQuail, Dennis, 1996. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

- Potter, Deborah, 2006. *“Pegangan Jurnalistik Indenpenden “*, Biro Program Internasional Departemen Luar negeri AS.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, Sasa Duassa, 1993. *Pengantar Komunikasi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Universitas Terbuka.
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama,2006. *“Jurnalistik : Teori dan praktek “*  
Bandung : PT Remaja Roesdakarya.
- SK.Patmoko,1996.*“Teknik jurnalistik tuntunan Praktis Menjadi Wartawan “*,Jakarta :PT. BPK Gunung Mulia.
- Widodo, Drs, 1997 *Teknik waratawan menulis Berita di surat kabar dan majalah ,*  
Surabaya :Penerbit indah.