

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Kepustakaan tentang biro kontak jodoh masih sangat terbatas terutama dalam lingkup akademisi di Indonesia khususnya Kota Palembang. Biro kontak jodoh sendiri sangat berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan manusia dalam mencari pasangan hidup karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial, ia butuh manusia untuk lebih manusiawi, oleh karena itu nilai-nilai kemanusiaan secara tidak disadari menjadi kerinduan tersendiri bagi setiap manusia, namun terkadang dalam kehidupan manusia hal-hal yang manusiawi sering kali dilupakan.

Maslow mengemukakan bahwa setiap orang memiliki dua kategori kebutuhan yaitu harga diri dan penghargaan dari orang lain. Harga diri meliputi kebutuhan akan kepercayaan diri, kompetensi, penguasaan, kecukupan, prestasi, ketidak tergantungan, dan kebebasan sedangkan penghargaan diri meliputi prestise, pengakuan, perhatian, penerimaan, kedudukan, nama baik, serta penghargaan (Sriwahyuntari, 2002).

Kehadiran biro kontak jodoh seakan menjadi jawaban atas kerinduan manusia sebagai kemanusiawianya, karena institusi ini dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam waktu dan porsi yang tepat. Seiring dengan perkembangan zaman, biro kontak jodoh sendiri semakin diminati oleh masyarakat sebagai media dalam pemenuhan kebutuhannya tersebut.

## 2.1. Penelitian Mengenai Biro Kontak Jodoh

Penelitian tentang peranan biro kontak jodoh sendiri belum banyak ditemui di ruang lingkup akademisi di Indonesia khususnya di Palembang, namun penelitian-penelitian yang ditemui akan menjadi bahan acuan dan menambah pengetahuan bagi penelitian ini.

Dalam penelitian yang dilakukan Dr. A. Supratiknya dosen program studi psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma yang berjudul “Kisah Dibalik Rubrik Kontak Jodoh” dimana penelitian ini bertujuan mengungkap kisah di balik rubrik kontak jodoh yang secara teratur dimuat dalam edisi Minggu sebuah harian nasional untuk umum yang terbit di Jakarta. Data meliputi guntingan rubrik yang dimuat dalam terbitan antara bulan April sampai Desember 2006 secara tidak lengkap. Secara keseluruhan penelitian ini mencakup data dari 500 Subjek pencari jodoh, meliputi 355 gadis, 56 janda, 77 jejak, dan 12 duda. Hanya 50 sampel Subjek yang dipilih secara random dari kelompok gadis dan jejak diikutsertakan dalam analisis utama. Lima teori tentang mencari jodoh dipakai sebagai kerangka teoretis dalam menganalisis dan menginterpretasikan data. Analisis data meliputi analisis isi dan uji perbedaan frekuensi dan rerata dengan tehnik statistik yang sesuai.

Hasil penelitian antara lain menunjukkan: (1) soal menemukan jodoh kiranya memang lebih menjadi bidang keprihatinan subjek gadis daripada jejak; (2) ciri kepribadian yang dipakai subjek untuk mendeskripsikan diri dan calon pasangan mencakup tiga kategori, yaitu ciri demografik, sifat pribadi, dan hobi; (3) subjek gadis dan jejak cenderung menunjukkan sikap realistik-konvensional

dalam memilih calon pasangan; (4) subjek gadis dan jejaka menggunakan *self-interest* sebagai dasar dalam memilih calon pasangan; namun alih-alih menggunakan teori tunggal mereka cenderung menggunakan pola kompleks berupa kombinasi antara beberapa teori dan ciri-sifat tertentu yang relevan dalam memilih calon pasangan, demi memuaskan *self-interest* secara optimal; (5) berdasarkan rasio jumlah ciri-sifat yang dipakai dalam mendeskripsikan diri dan calon pasangan, subjek gadis tidak lebih pilih-pilih dibandingkan jejaka dalam memilih calon pasangan; namun mereka terbukti lebih pilih-pilih daripada jejaka menyangkut syarat kemapanan ekonomis dan tidak dimilikinya kebiasaan buruk mengonsumsi rokok-miras-narkoba-judi-dugem pada calon pasangan; dan (6) menyangkut preferensi terhadap ciri-sifat yang berlaku *universal* dalam pemilihan jodoh, subjek gadis dan jejaka memiliki preferensi sama menyangkut sifat pengertian, kesehatan, dan tanggung jawab, namun berbeda dalam hal mengutamakan kesetiaan, kejujuran, dan kesamaan agama secara mutlak serta mengabaikan kecerdasan dan keperawanan.

Penelitian lain yang juga berkaitan dengan biro kontak jodoh terdapat di Kota Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Devi Rahmawati ini berjudul "Konsep Diri Menurut Perspektif Anggota Biro Jodoh Sebagai Bagian dari Institusi yang Termarginalkan" hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Jogjakarta belum bisa menerima institusi ini sebagai institusi yang sudah mulai dibutuhkan oleh banyak orang. Masyarakat masih memandang biro jodoh sebagai institusi yang mempunyai citra yang negatif, bagi siapa saja yang terlibat di dalamnya juga terancam mendapatkan citra yang negatif oleh karena itu

banyak dari anggota suatu biro jodoh menyembunyikan setatus keanggotaannya sebagai salah satu cara untuk menjaga nama baik serta *image* dalam lingkungan keluarga, pergaulan dan lingkungan kerja mereka. Lepas dari semua itu institusi biro jodoh tampaknya sudah mulai di butuhkan didalam masyarakat Yogyakarta terbukti dengan semakin banyaknya berdiri institusi-institusi semacam ini dengan anggota yang semakin bertambah banyak pula.

Berpijak dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut maka peneliti berusaha mengambil sisi lain dari penelitian yang sudah ada yaitu “Peranan Biro Kontak Jodoh Ditinjau Dari Efektivitasnya Dalam Mencarikan Pasangan Hidup”.

## **2.2. Teori yang Relevan**

Untuk mengkaji suatu fenomena sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, diperlukan adanya teori yang akan membantu mempelajari dan memahami suatu fenomena sosial. Teori yang dimaksud adalah teori-teori sosial yang berupaya memberikan definisi tentang fenomena sosial dan memberikan keterkaitan antara satu fenomena dengan fenomena yang lain. Fenomena mencari pasangan melalui biro kontak jodoh merupakan fenomena sosial untuk mengidentifikasi dirinya dengan suatu kelompok dan berbicara tentang kemauan bersama, pandangan, pelayanan dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah peranan biro kontak jodoh ditinjau dari efektivitasnya dalam mencarikan pasangan hidup.

Teori motivasi digunakan sebagai teori pendukung dalam menganalisa dan menginterpretasikan data pada penelitian ini. Motivasi dapat didefinisikan sebagai kekuatan yang kompleks, dorongan-dorongan, kebutuhan, pertanyaan-pertanyaan, ketegangan atau mekanisme-mekanisme lainnya yang memulai dan menjaga kegiatan yang diinginkan kearah pencapaian tujuan-tujuan personal (Koeswara,1991). Motivasi juga merupakan dorongan bagi seorang atau suatu organisme untuk melakukan sesuatu, motivasi mengandung hubungan pokok: Menggerakkan, berarti menimbulkan kekuatan pada individu: menyalurkan atau menyalurkan tingkah laku. Menjaga atau menopang tingkah laku, Dalam arti lingkungan sekitar harus menguatkan intensitas dan arah dorongan dan kekuatan-kekuatan individu. Motivasi merupakan motor penggerak yang akan menumbuhkan rasa ingin, dan kekuatan untuk melakukan sesuatu sehingga tujuan yang diinginkan akan tercapai.

Teori-teori motivasi berpendekan kognitif, memfokuskan penguraian dan penelitian motivasi tingkah laku manusia serta memandang manusia sebagai agen yang aktif mengelola dan menentukan tingkah laku yang diungkapkannya (Djoerban Walind SM dalam Eva Lidya 1991). Istilah kognisi diartikan sebagai pemikiran dan istilah pemikiran disini memiliki pengertian yang luas yakni mengacu pada proses penerimaan, pengelolaan dan penggunaan informasi atau pengetahuan yang bermula dengan adanya kontak aktif dan selektif dari individu dengan lingkungannya.(Koeswara dalam Eva Lidya 1991).

Selain teori diatas, teori interaksional simbolik juga digunakan sebagai tinjauan dalam penelitian ini. interaksionisme simbolik mengarah pada kapasitas

Tak semua objek sosial dapat merepresentasikan sesuatu yang lain, tetapi objek sosial yang dapat menggantikan sesuatu adalah simbol. Kata-kata, benda-benda fisik dan tindakan fisik (contoh, kata kapal, palang salib atau kepalan tinju) semuanya dapat menjadi simbol.

Teori interaksionis simbolik memusatkan perhatian terutama pada dampak dari makna dan simbol terhadap tindakan dan interaksi manusia. Simbol dan arti memberikan ciri-ciri khusus pada tindakan sosial manusia dan pada interaksi sosial manusia. Tindakan sosial adalah tindakan dimana individu bertindak dengan orang lain dalam pikiran. Dengan kata lain, dalam melakukan tindakan seorang aktor mencoba menaksir pengaruhnya terhadap aktor lain yang terlibat. Meski mereka sering terlibat dalam perilaku tanpa pikir, perilaku berdasarkan kebiasaan, namun manusia mempunyai kapasitas untuk terlibat dalam tindakan sosial.

Dalam proses interaksi sosial, manusia secara simbolik mengkomunikasikan arti terhadap orang lain yang terlibat. Orang lain menafsirkan simbol komunikasi itu dan mengorientasikan tindakan balasan mereka berdasarkan penafsiran mereka. Dengan kata lain, dalam interaksi sosial para aktor terlibat dalam proses saling mempengaruhi.

Menurut Goffman (dalam, Ritzer dan Goodman, 2003) sebagai seorang teoritis interaksionis simbolik, memusatkan perhatian pada aktor tunggal akan mengaburkan fakta penting interaksi. Untuk itu tim yang merupakan sekumpulan individu yang bekerja sama dalam pementasan rutin, hubungan antara aktor dan *audien* merupakan kerjasama tim. Masing-masing anggota tim mengandalkan

mental aktor dan hubungannya dengan tindakan dan interaksi. Semuanya dipahami dari sudut proses, ada kecenderungan melihat aktor dipaksa oleh keadaan psikologis internal atau oleh kekuatan struktural berskala luas (Ritzer dan Douglas 2003).

Interaksionisme simbolik cenderung menyetujui pentingnya sebab musabab interaksi sosial. Dengan demikian, makna bukan berasal dari proses mental yang menyendiri, tetapi berasal dari interaksi. Pemusatan perhatian ini berasal dari pragmatisme Mead. Ia memusatkan perhatian pada tindakan dan interaksi manusia, bukan pada proses mental terisolasi.

Manusia mempelajari simbol dan makna di dalam interaksi sosial. Manusia menanggapi tanda-tanda dengan berpikir. Sebaliknya, mereka menanggapi simbol dengan cara berpikir. Teoritisi interaksionisme simbolik membayangkan bahasa sebagai sistem simbol yang sangat luas. Kata-kata adalah simbol karena digunakan untuk menggantikan sesuatu yang lain. Kata-kata membuat seluruh simbol yang lain menjadi tepat. Tindakan, objek, dan kata-kata lain eksis dan hanya mempunyai makna karena telah dapat dideskripsikan melalui penggunaan kata-kata.

Simbol adalah aspek penting yang memungkinkan orang bertindak menurut cara-cara yang khas dilakukan manusia. Karena simbol, manusia tidak memberikan respon secara pasif terhadap realitas yang memaksakan dirinya sendiri, tetapi secara aktif menciptakan dan mencipta ulang dunia tempat mereka berperan. Simbol adalah objek sosial yang dipakai untuk merepresentasikan (atau menggantikan) apapun yang disetujui orang yang akan mereka representasikan.



pihak lain karena semuanya dapat mengacaukan pertunjukan dan semuanya menyadari bahwa mereka mengadakan pertunjukan. Goffman menyimpulkan bahwa tim adalah semacam masyarakat rahasia.

Menurut Blumer, masyarakat tidak tersusun dari struktur makro. Esensi masyarakat terdapat pada aktor dan tindakan. Masyarakat terdiri dari manusia yang bertindak, dan kehidupan masyarakat dapat dilihat dari tindakan mereka. Masyarakat manusia adalah tindakan, kehidupan kelompok adalah kompleks aktivitas tanpa henti. Namun masyarakat tidak tersusun dalam dari pameran tindakan yang terisolasi. Juga ada tindakan kolektif, yang memerlukan penyesuaian tindakan-tindakan masing-masing individual menjadi sebuah garis tindakan, masing-masing aktor saling memberikan tanda satu sama lain, tidak hanya kepada diri sendiri. Ini menimbulkan apa yang disebut Mead sebagai tindakan sosial, dan yang disebut oleh Blumer sebagai tindakan bersama. (dalam Ritzer dan Goodman, 2003:307).

Pembahasan yang ada dalam teori diatas diharapkan akan dapat menjadi tinjauan untuk memahami permasalahan dalam penelitian ini.

## **2.3. Kerangka Pemikiran**

### **2.3.1. Peranan**

Apabila seseorang menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan kewajibannya maka ia menjalankan suatu peranan. Dengan kata lain, kedudukan atau peranan merupakan satu kesatuan yang saling tergantung. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Keduanya merupakan unsur-

unsur lapisan masyarakat. Sebagaimana dengan kedudukan, peranan mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal ini sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang dibuatnya bagi masyarakat kepadanya. Pentingnya peranan ialah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain. Orang yang bersangkutan akan menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku-orang-orang disekelompoknya. Hubungan-hubungan sosial yang ada dalam masyarakat, merupakan hubungan antara peranan-peranan individu dalam masyarakat. Peranan diatur oleh norma yang berlaku.

Peranan meliputi tiga hal, yaitu: *pertama* peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. *Kedua* peranan adalah suatu konsep ihwal apa yang dilakukan individu dalam masyarakat. *Ketiga* peranan dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi seluruh struktur sosial masyarakat. Peranan dapat membimbing seseorang dalam berperilaku, karena peranan berfungsi:

1. Memberi arah pada proses sosialisasi
2. Pewarisan tradisi, kepercayaan, nilai-nilai norma-norma dan pengetahuan.
3. Dapat mempersatukan kelompok atau masyarakat.
4. Menghidupkan system pengendali dan control sehingga dapat melestarikan kehidupan masyarakat. (Narwoko, 2004:139)

Gross, Mason dan McEachren (dalam Sinta, Peranan Panti Rhabilitasi Dalam Menanggulangi Kenakalan Remaja di Panti Sosial Marsudi Putra

Darmapala Kecamatan Inderalaya Kecamatan Ogan Ilir. Skripsi SI Sosiologi FISIP UNSRI 2007”) mendefinisikan peranan sebagai perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu dalam menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut adalah imbalan dari norma-norma sosial oleh karena itu peranan ditentukan oleh norma-norma didalam masyarakat. Didalam peranan ada dua macam harapan, yaitu: harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban dari pemegang peran, kedua harapan-harapan terhadap si pemegang peran terhadap “masyarakat” atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajibannya.

Dahrendrof melihat peranan dari pendekatan berbeda, ia melihat peranan-peranan dalam hubungannya dengan kelompok referensi, sedang Gross Mason dan McEachren mendefinisikan peranan-peranan yang diharapkan dari kelompok-kelompok dan individu-individu yang nyata ada. Kelompok referensi mengacu pada “*generalised other*” sebuah konsep psikologi Mead dan bukan pada kelompok-kelompok sosial dan individu yang nyata. Mead menyatakan bahwa sikap “*generalized other*” adalah sikap dari masyarakat. “*generalized other*” dapat diartikan sebagai pengaruh masyarakat terhadap individu, konsepsi individu tentang harapan masyarakat, definisi situasi dari masyarakat, tetapi dia juga menunjuk pada kelompok masyarakat yang lebih khusus dan terbatas, kelompok anak muda, kelompok penggemar sepak bola, dan seterusnya. Dalam kelompok-kelompok seperti ini individu menentukan sikapnya. Definisi dan harapan-harapannya tidak berdasar pada dirinya sendiri yang kongkrit tetapi pada

kelompok sosial yang umum itu. Makna *generalized other* seperti itu bagi individu adalah sebagai acuan (referensi) dalam mendefinisikan situasi.

### 2.3.2. Biro Kontak Jodoh

Sistem semacam ini dianggap tidak efektif dan sangat membatasi ruang gerak sang anak untuk menentukan pasangan hidup mereka, dan lebih ekstrimnya dianggap telah melanggar hak asasi sang anak tersebut. Intervensi orangtua dalam menentukan pasangan hidup bagi anaknya dianggap sebagai otoritas orang tua dalam kehidupan pribadi anaknya. Orang semacam ini menurut *Nietche* dengan karyanya yang berjudul "*Also Sprach Zarathustra*" (dalam Mohamad, 1996:117) disebut sebagai manusia tertuntas yang datang ketika bintang tak dilahirkan lagi. Ia jenis manusia yang segalanya kecil; ia merasa memiliki kebahagiaan dan kesejahteraan dalam hidup yang nyaman, dimana setiap orang menginginkan hal yang sama, setiap orang sama, dan yang berpikir lain akan pergi kerumah sakit jiwa. Itu berarti menganggap sistem perjodohan tradisional semacam ini sudah tidak efektif lagi, karena tidak adanya kebebasan sang anak untuk menentukan pilihannya dan kebijaksanaan sepenuhnya ada ditangan orang tua. Apapun sebutannya, maka sistem perjodohan tradisional seperti ini sebenarnya merupakan cikal bakal dari munculnya institusi biro kontak jodoh yang sedang berkembang seperti dimasa sekarang ini.

Adanya penolakan yang keras terhadap perjodohan ala masa silam tersebut, tampaknya memberikan iklim kebebasan memilih seperti yang diinginkan generasi muda, maka kemudian mulailah era "emansipasi" dimana

gelombang untuk menemukan jalan hidup menjadi fenomena yang sangat didambakan. Fenomena seperti ini tampaknya memberikan peluang yang cukup bagus untuk memunculkan biro kontak jodoh ini, meskipun memiliki tujuan yang sama, namun dikemas sedemikian rupa sehingga tampak lain dan lebih menarik daripada sistem perjodohan tradisional. Maka munculah komunitas baru yang bernama biro kontak jodoh sebagai jawaban atas fenomena tersebut.

Disini biro kontak jodoh sebagai agen dimana orang-orang yang memiliki tujuan yang sama, yaitu mencari pasangan hidupnya dikumpulkan dalam suatu wadah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Jika memang ada kecocokan dari kedua belah pihak maka biro kontak jodoh dianggap telah berhasil, oleh karena itu disini biro kontak jodoh mempunyai fungsi sebagai perantara atau istilah lainnya "*mak comblang*" yang bertugas menjadi perantara antara anggota yang satu dengan anggota yang lain di dalam komunitas ini.

Seiring dengan perkembangan waktu dan zaman, Goenawan Moehamad dalam *esai*-nya yang berjudul "Zarathustra di Tengah Pasar" mengatakan

Komunitas yang beragam yang bersifat lokal serta intim telah atau tengah retak. Kebersamaan manusia berubah, jadi massa. Kemudian ia menjadi kerumunan dimana jual beli berlangsung. Itulah garis besar yang kita alami di Indonesia: suatu masyarakat tradisional yang bergerak ke suatu yang moderen. Kita jadi sebuah bangsa, bersamaan dengan proses pembentukan negara dan bergaungnya gerakan Nasionalisme. Kemudian kita punjadi arena perdagangan yang seru, suatu "masyarakat ekonomi". Dengan kata lain: akhirnya adalah sebuah pasar. (Kalam edisi 7, 1996:111)

Sebagai suatu komunitas yang baru, biro kontak jodoh merupakan suatu fenomena. Sebuah realitas yang muncul karena tuntutan zaman, dimana manusia

sudah semakin moderen dan cenderung meninggalkan budaya yang lama untuk mengikuti perkembangan yang baru atau moderen.

Sebuah realitas yang mempunyai hubungan sosial dengan pelbagai realitas lain dalam perkembangan sosial dan kebudayaan masyarakat moderen disebut sebagai budaya massa (Budiman, 2002:51). Melihat latar belakang munculnya biro jodoh maka tampaknya termasuk dalam budaya massa, karena berbagai hal berikut: *pertama*, karena biro kontak jodoh ini memiliki karakteristik sosial yang khas, yang membedakan dengan budaya lain sebelumnya. *Kedua*, biro kontak jodoh ini mempunyai jangkauan ruang yang jauh melebihi massa yang mendukung atau menghidupkan aktivitas simbolik lainnya. Budaya massa adalah budaya yang sangat populer dikalangan banyak masyarakat didunia. Antara lain karena realitas yang diacu oleh tren budaya massa juga sering kali disebut budaya populer (Budiman, 2002:51).

Doris Panjaitan seorang peneliti lepas dalam esainya yang berjudul “Budaya Massa dalam Masyarakat Bengong” menyatakan bahwa budaya populer merupakan kehidupan dengan segala visi dan aturan, tata caranya yang menjamin kepentingan atau memberikan keuntungan hidup bersama. Evolusi kehidupan kemasyarakatan moderen, dengan bentuk institusi moderen pada dasarnya adalah organisasi moderen yang makin lama makin sempurna mengikat segenap aspek kehidupan. Hal tersebut telah mengubah budaya masyarakat menjadi makin beragam (Prisma, 1997:2). Kesimpulanya, Doris membedakan arti dari budaya massa dengan budaya populer. Budaya massa mempunyai sifat universal yang tidak lagi memenuhi kepentingan kelompok khusus. Budaya massa tidak selalu

kompatibel dengan budaya populer, yang mempunyai spesifikasi tertentu, sesuai dengan situasi dan kondisi yang membentuknya.

Apapun istilahnya, penulis menyimpulkan bahwa kedua istilah tersebut (budaya massa maupun budaya populer) memiliki persamaan yaitu keduanya merupakan hasil rekayasa manusia sebagai akibat dari kemajuan dan perkembangan zaman serta perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat. Sehingga segala sesuatunya “dihargai” atau diberi harga. Seperti yang diutarakan Gonawan Mohamad bahwa keadaan yang semacam ini akan menciptakan masyarakat ekonomi, dan itu berarti juga terbentuknya pasar.

Pasar merupakan sebuah institusi dinamik yang mempunyai kecenderungan berkembang, tidak saja dari segi ekonomi tetapi juga non ekonomi. Pasar pada dasarnya adalah pusat dimana benda-benda disajikan dan ditawarkan. Pasar: pusat hal ihwal jadi komoditi, akhirnya jadi hadir untuk dipertukarkan. Artinya bahwa barang ataupun jasa yang disediakan di pasar semuanya mempunyai nilai, kata-kata “semuanya nilai” menurut *Hans-Dieter Evers* dalam esainya yang berjudul “Globalisasi dan Kebudayaan Ekonomi Pasar”, membayangkan prinsip pasar mungkin telah bercampur dengan semua aspek kehidupan sosial. Hal demikian berarti bahwa nilai-nilai moral seperti keadilan, perasaan tertarik, kasih sayang atau ketuhanan turut di perdagangkan serupa komoditi dan mungkin semua atau sebagian dapat dimiliki berdasarkan harga pasar. Karena itu perluasan dan perubahan makna pasar terhadap barang yang dijual mengarah pada maksud perubahan budaya yang sangat jelas terlihat. (Prisma, 1997:83).

Uraian tersebut dapat menjelaskan mengapa institusi biro kontak jodoh merupakan budaya massa. Dimana biro kontak jodoh juga berfungsi sebagai pasar, tempat dimana nilai moral yang berupa perasaan tertarik dan kasih sayang merupakan aspek sosial yang telah menjadi komoditi utama Mereka yang tergabung dalam biro kontak jodoh secara tidak langsung telah menawarkan kasih sayang mereka untuk meminta timbal balik atau adanya pertukaran komoditi (dalam hal ini adalah kasih sayang) diantara anggota yang lain, keadaan semacam ini memberikan keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis yang memang telah melihat peluang ini untuk menciptakan pasar.

Bahkan sebenarnya konsep pertukaran komoditi semacam ini juga berlaku dalam sistem perjodohan tradisional, apalagi bila kasusnya seperti yang terjadi pada kisah *Siti Nurbaya* dan *Tao Ming Tse* dimana kedua kisah tersebut terjadi karena faktor ekonomi. Jadi perkawinan yang terjadi di sini adalah perkawinan bisnis.

Lahirnya komoditi adalah lahirnya apa yang disebut oleh Marx sebagai “nilai tukar” dari sini mulailah runtuh berbagai jenis hambatan, dan boleh dibilang juga dari sinilah bergerakinya peradaban, akan tetapi berubahnya pelbagai hal dari suatu yang tak di perjual belikan jadi komoditi-proses yang sering disebut sebagai “komodifikasi” itu pada gilirannya meletakkan manusia pada pasar yang gemuruh, yang menyediakan belunggu baru dan keterasingan (Mohamad, 1996). Kondisi semacam ini semakin memantapkan biro kontak jodoh sebagai bagian dari budaya massa yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia, sebagai konsekuensi perubahan atau pergerakan masyarakat tradisional ke suatu yang

moderen dan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat.

### 2.3.3. Efektivitas

Untuk mengetahui berhasil tidaknya suatu organisasi, biasanya akan selalu dikaitkan dengan bagaimana suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Konsep yang banyak digunakan dalam mengukur keberhasilan suatu organisasi adalah melalui konsep efektivitas. Efektivitas berasal dari kata efektif (Wiriadihardja, 1991:25) yaitu kondisi yang paling tepat dan baik, bilamana membandingkan penggunaan metoda alat/sarana dengan kondisi nyata.

Fremont E. Kas (dalam Sugiyono, 2003:25) mengungkapkan bahwa efektivitas berkenaan dengan derajat pencapaian tujuan baik secara eksplisit ataupun implisit, yaitu seberapa jauh rencana dapat dilaksanakan dan seberapa jauh tujuan tercapai. Selanjutnya menurut Susilo Martoyo (1994:4) efektivitas adalah :

“Suatu kondisi atau keadaan, dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan, disertai dengan kemampuan yang dimiliki adalah tepat sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan”.

Gerter dan Ramnarayan, yang dikutip Faustino C. Gomes (1997:163) mengemukakan secara ringkas mengenai Efektivitas organisasi :

“efektivitas dalam suatu organisasi bukan suatu benda, atau suatu tujuan, atau suatu karakteristik dari output atau perilaku organisasi, tetapi cukup suatu pernyataan dari relasi-relasi di dalam dan diantara jumlah yang relevan dari organisasi tersebut, suatu organisasi yang efektif adalah yang dapat membuat laporan tentang dirinya dan aktivitas-aktivitas menurut cara-cara dalam mana jumlah-jumlah tersebut dapat diterima..”.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1993:250) efektivitas diartikan sebagai sesuai yang ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya) dapat membawa hasil, berhasil guna (tindakan) serta dapat pula berarti mulai berlaku (tentang undang-undang atau peraturan). Stoner (dalam Kurniawan, 2005:106) menekankan pentingnya efektivitas organisasi dalam pencapaian tujuan-tujuan organisasi. Menurut Stephen P. Robbins definisi lain dari efektivitas adalah sebagai perwujudan dari tujuan-tujuan organisasi.

Amitai Etzioni (dalam Keban, 2004:140) menyatakan bahwa efektivitas organisasi menggambarkan seberapa jauh organisasi merealisasikan tujuan akhirnya (*goals*). Secara lebih umum, Jhon R. Kimberly (dalam Keban, 2004:140) mengungkapkan efektivitas menyangkut semua kondisi yang diperlukan organisasi untuk tetap bertahan hidup atau yang lebih dikenal dengan istilah "survival".

Richard M. Steers (dalam Dewi, 2006:9) mengemukakan bahwa efektivitas organisasi mempunyai arti berbeda pada setiap orang, tergantung pada kerangka acuan yang di pakainya. Bagi seorang manager produksi, efektivitas sering kali diartikan sebagai kuantitas atau kuantitas keluaran (*out put*) barang atau jasa. Bagi seorang ilmuwan bidang riset, efektivitas dijabarkan dari jumlah paten, penemuan atau produk baru suatu organisasi. Bagi sejumlah sarjana ilmu sosial, efektivitas sering kali ditinjau dari kualitas kehidupan pekerja. Steers (dalam Dewi, 2006:10) mengungkapkan bahwa :

"efektivitas itu sendiri paling baik dapat dimengerti jika dilihat dari sudut sejauh mana organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumberdaya dalam usaha mengejar tujuan operasi dan tujuan operasionalnya".

Michael E. Porter (2006:270) berpendapat bahwa efektivitas telah dirumuskan sebagai tingkat tujuan yang diwujudkan dalam organisasi. Menurut Joseph Prokopenko efektivitas adalah suatu tingkatan terhadap mana tujuan dicapai. Pendapat lain dikemukakan oleh F. Drucker Scoderbeg (dalam Sugiono, 2003:23), menyatakan bahwa efektivitas merupakan landasan untuk mencapai sukses, dan dengan pekerjaan yang betul dikerjakan.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah pencapaian tujuan atau sasaran organisasi sesuai dengan yang ditentukan.

Keberhasilan suatu pekerjaan sangat tergantung pada nilai-nilai efektivitas, dalam menentukan berhasil tidaknya dalam menentukan suatu pekerjaan itu. Konsep efektivitas dapat didekati dengan dua pendekatan yaitu tujuan dan teori sistem (Wibowo, 1992:27) :

#### 1. Pendekatan Menurut Tujuan

Pendekatan ini memandang bahwa organisasi dibentuk dengan suatu tujuan, dan oleh karena itu organisasi didalamnya berusaha secara rasional agar tujuan tercapai. Efektivitas diartikan sebagai pencapaian sasaran yang telah disepakati bersama.

#### 2. Pendekatan teori sistem

Pendekatan ini memandang bahwa organisasi mendapatkan sumber dari lingkungannya. Organisasi adalah sebuah unsure dari unsure lain yang saling berhubungan, saling bergantung. Efektivitas disini menggambarkan seluruh

siklus *input* proses *output* dan hubungan timbal balik antara organisasi dengan lingkungannya, oleh karenanya dimensi perlu mendapatkan perhatian.

Menurut Sinungan (200:14) ada beberapa konsep efektivitas yang dikenal yaitu :

1. Efektivitas berkaitan dengan hubungan antara teori organisasi yang modern maupun klasik tentang *output* dan *input*.
2. Efektivitas dianggap sebagai perbandingan antara tingkatannya, dimana sasaran yang dikemukakan dapat dianggap tercapai.
3. Efektivitas eksternal/perbandingan antara satu unit *output* dan evaluasi satu unit *Input*.
4. Efektivitas adalah kemauan sistem yang tepat berlangsung, beradaptasi dan berkembang tanpa memperdulikan tujuan-tujuan khusus yang akan dicapai.

Stephan P. Robins (dalam Keban, 2004:141) mengungkapkan bahwa dalam mengukur efektivitas organisasi terdapat empat pendekatan, antara lain :

1. *Goal-attainment*, yang mengukur seberapa jauh tujuan yang telah ditetapkan dicapai, yang ditekankan adalah hasil bukan cara. Persyaratan yang dibutuhkan benar-benar jelas dan dapat diukur.
2. *System*, mengukur tersedianya sumberdaya yang dibutuhkan, memelihara dirinya secara internal sebagai suatu organisme, dan berinteraksi secara sukses dengan dunia luar. Adanya hubungan yang jelas antara output dan input sangat dibutuhkan.
3. *Strategic-constituencies*, mengukur tingkat kepuasan dari para konstituante kunci. Dukungan konstituante kunci inilah yang dibutuhkan organisasi untuk mempertahankan eksistensinya selanjutnya.

4. *Competing values*, mengukur apakah kriteria keberhasilan yang dipentingkan organisasi seperti keadilan, pelayanan, *return on investment*, market share, *new-productinnovation*, dan *job security* telah sesuai dengan kepentingan/kesukaan para konstituantenya.

Berdasarkan keempat pendekatan tersebut, maka dalam melihat efektivitas peranan biro kontak jodoh Sumatera Ekspres dalam mencarikan pasangan hidup bagi anggotanya, peneliti menggunakan pendekatan *Strategic-constituencies* yaitu suatu pendekatan yang dipakai untuk mengukur efektivitas berdasarkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konstituante kunci, dalam penelitian ini konstituante kunci adalah anggota biro kontak jodoh Sumatera Ekspres.