TAJUK RENCANA

Tiga Juta Rumah untuk Rakyat

PEMERINTAH menempatkan program tiga juta rumah sebagai langkah strategis untuk memenuhi kebutuhan hunian layak bagi masyarakat di seluruh wilayah Tanah Air, termasuk DIY. Program ini mendapat prioritas utama, mengingat masih banyak warga Indonesia yang belum memiliki rumah sendiri. Mereka tidak mampu membeli rumah karena penghasilannya rendah. Karena itu, pemerintah melalui program tiga juta rumah turun tangan membantu masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) untuk memiliki rumah sendiri.

Bentuk bantuan tersebut yakni melalui subsidi kepemilikan rumah dengan cara jual beli yang melibatkan pengembang. Pemerintah memberi keringanan kepemilikan rumah pertama bagi masyarakat berpenghasilan rendah, melalui pembebasan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan (BPHTB) yang berlaku mulai tahun ini. Namun, pembebasan BPHTB itu diberikan secara selektif melalui permohonan masyarakat. Permohonan itu diajukan dengan melampirkan persyaratan, antara lain, untuk Kota Yogyakarta, harus masuk kategori MBR yakni mengacu pada Perwal No 84/2024 (KR 20/1).

Berdasar Perwal tersebut, mereka yang termasuk MBR adalah berpenghasilan perbulan paling banyak untuk kategori tidak kawin Rp 7 juta, kawin Rp 8 juta dan satu orang untuk peserta tabungan perumahan rakyat sebesar Rp 8 juta. Selain itu, harus merupakan kepemilikan rumah pertama bagi MBR, dibuktikan dengan surat keterangan belum memiliki rumah yang diketahui lurah sesuai KTP pemohon. Artinya, mereka yang sudah memiliki rumah, meski dalam kategori masyarakat berpenghasilan rendah tak dapat mengajukan permohonan pembebasan BPHTB.

Kita tentu mendukung program tersebut, karena bertujuan memenuhi hajat hidup orang banyak,

yakni kebutuhan hunian yang layak. Hanya saja, realisasinya harus dikawal ketat, tak boleh ada penyimpangan atau kongkalikong antara pengembang, pemerintah daerah dan pemohon. Asosiasi pengembang perumahan tentu merespons positif program tiga juta rumah ini. Mereka tak boleh sekadar mengejar keuntungan semata, melainkan yang lebih penting mengemban visi mulia, yakni memenuhi kebutuhan hunian yang layak bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

Lantas, bagaimana dengan masyarakat yang hidup di bawah garis kemiskinan atau penghasilannya di bawah UMP atau UMR? Rasanya, tidak mudah untuk mendapatkan rumah layak huni sebagaimana yang ditawarkan pemerintah. Padahal, masih banyak masyarakat di DIY khususnya yang penghasilannya di bawah UMP. Artinya, walaupun sudah dibebaskan dari BPHTB tetap belum tentu mampu mendapatkan rumah layak huni, karena tak cukup ketersediaan finansial untuk membelinya. Sudah beruntung bila mereka bisa menempati rumah susun dengan sistem sewa atau lewat perjanjian lainnya.

Seiring kondisi perekonomian nasional yang belum stabil, pemenuhan hunian layak bagi masyarakat, khususnya mereka yang berpenghasilan rendah dan sangat rendah, harus menjadi prioritas utama. Pemerintah tak cukup hanya memfokuskan pada kebutuhan pangan melalui program makan bergizi gratis (MBG), melainkan juga menyediakan kebutuhan hunian layak bagi masyarakat berpenghasilan rendah atau MBR. Sebab, kebutuhan dasar manusia tak cukup hanya sandang dan pangan, melainkan juga papan (hunian). Kita mendorong pemerintah Presiden Subianto Prabowo untuk memenuhi janjinya saat kampanye capres beberapa waktu lalu untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. □ - f

Rajab dan Libur Sekolah Saat Ramadan

Adhi Setiawan

LIBUR sekolah saat Ramadan telah menjadi topik hangat dan terus diperdebatkan. Di satu sisi, libur ini memberi kesempatan kepada siswa agar fokus berpuasa, tarawih, dan membaca Alquran. Namun, di sisi lain, keputusan ini memerlukan perencanaan matang agar tujuan pendidikan tetap tercapai. Momen persiapan libur Ramadan digaugkan sejak bulan Rajab menjadi peluang bagi Pendidikan Agama Islam memperkuat nilai-nilai spiritual dan pendidikan komunikasi.

Rajab (hijriyah) yang kini bertepatan bulan Januari 2025 (masehi) memiliki makna mendalam dalam kebijakan libur Ramadan. Sosialisasi terkait kebijakan libur sekolah saat Ramadan digaugkan mulai bulan Rajab. Kementerian Agama mengambil langkah strategis dalam membangun komunikasi lintas kementerian. Semua komponen pendidikan, seperti keluarga, sekolah atau madrasah, masyarakat, serta para penyedia media sosial perlu bersinergi mendukung pendidikan berbasis nilai-nilai spiritual selama bulan Ramadan.

Rajab juga dikenal peristiwa Isra Mikraj Nabi Muhammad di mana salat menjadi kewajiban umat Islam. Salat bukan hanya ritual ibadah, tetapi juga bentuk komunikasi diri (intrapersonal) yang menjadi tolak ukur amal kebaikan lainnya. Mikraj seorang mukmin adalah salat, di mana hati, pikiran, dan jasad hadir dalam setiap gerak dan ucapan salat. Ketika individu mampu mencapai kehadiran "kekhusyukan" ini maka dampaknya terlihat pada kemampuan dalam berkomunikasi sosial (interpersonal) yang lebih baik. Sebagaimana ibadah salat diakhiri dengan mengucapkan doa keselamatan dengan melihat saudaranya tengok kanan dan kiri.

Komunikasi sehari-hari tidak hanya menggunakan kata-kata verbal, namun juga menggunakan kata-kata non verbal. Seperti halnya salat terdapat rukun *qouli* (dipenuhi dengan verbal/kata-kata) dan rukun *fi'li* adalah rukun salat yang berupa perbuatan. Rukun *fi'li* terdapat gerakan yang *tumaininah* atau tenang berhenti seje-

oleh perangkat digital. Dekat secara fisik tetapi menjadi jauh karena gagal komunikasi. Fenomena kegagalan komunikasi berujung kesalahpahaman dan konflik. Dalam konteks ini, Rajab sebagai sosialisasi libur Ramadan bisa menjadi momen jitu untuk merevitalisasi pendidikan komunikasi lebih bermakna. Komunikasi (*living communication*) hidup dan bermakna dalam kehidupan sehari-hari mengajarkan nilai-nilai spiritual sekaligus pendidikan berkomunikasi. Sebagai bangsa yang ber-Bhinneka Tunggal Ika, Indonesia memerlukan upaya bersama memperkuat *living communication* sebagai pondasi membangun harmoni sosial.

Libur Ramadan mengintegrasikan pendidikan karakter dan spiritualitas dalam praktik sehari-hari. Masyarakat dan sekolah/madrasah dapat meran-

cang bersama program yang mendorong siswa memahami pentingnya komunikasi intrapersonal (refleksi diri), serta komunikasi interpersonal melalui kegiatan sosial (berbagi dengan sesama). Dengan dukungan keluarga dan masyarakat (masjid), program ini menciptakan generasi cerdas secara intelektual, dan matang secara emosional dan spiritual.

Selain itu, peran media sosial sebagai salah satu lini komunikasi modern tidak bisa diabaikan. Kementerian Agama, lembaga pendidikan, masyarakat dapat memanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan positif nilai-nilai Ramadan. Dengan pendekatan kreatif, media sosial menjadi alat edukasi efektif untuk menyentuh generasi muda. Kemajuan teknologi digital menjadi ladang *content educator* yang mampu menyentuh ekonomi kreatif. Selain karakter viral dan massif media ini mampu menjadi bidikan ekonomi kreatif.

Sebagai penutup, libur sekolah saat Ramadan bukan sekadar waktu istirahat dari rutinitas akademik, tetapi momen strategis memperkuat nilai-nilai spiritual dan komunikasi. Dengan persiapan sejak bulan Rajab, semua pihak: keluarga, sekolah, masyarakat, dan stakeholder lainnya- diharapkan bersinergi membangun bangsa yang berilmu, bermartabat dan adil dan makmur. (*)

*) **Dr Adhi Setiawan MPd**,
Sekretaris Prodi Magister Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers)

No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990.
Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta,
Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.

Komisaris: Mohammad Wirnon Samawi, SE., MIB.

Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.

Direktur Keuangan: Yuriya Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.

Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.

Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.

Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE
Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Kepala TU Langganan: Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankryk23@yahoo.com, iklankryk13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris. maks. 10 baris) . Rp 12.000,00 /baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm. maks. 100 mm) Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm .. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)

Alamat Percetakan: Jalan Raya Yogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab percetakan

Alamat Homepage: <http://www.kr.co.id> dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio:** KR Radio 107.2 FM.

Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.

Perwakilan dan Biro:

Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani.

Wartawan: H Ishaq Zubaeda Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang: Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil: Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas: Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd, Wakil: Driyanto.

Klaten: Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan: Sri Warsiti.

Kulonprogo: Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil: Asrul Sani.

Gunungkidul: Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP.

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan -
Wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.

Tontonan Pas bagi Anak-Anak

Lukas Deni Setiawan

KITA tentu prihatin mendengar peristiwa pelecehan seksual akhir-akhir ini, terlebih jika berujung pada meninggalnya korban. Makin prihatin lagi mengetahui bahwa korban masih anak-anak dan terduga kuat pelakunya adalah remaja yang juga masih dalam rentang usia anak. Ada pengakuan yang menyatakan bahwa tontonan tertentu mendorong sang pelaku bertindak demikian. Kita ditantang untuk menjawab pertanyaan: sejauh mana sebuah tontonan turut memberi dorongan bagi perilaku anak-anak kita di kemudian hari?

Penetrasi Tontonan

Saat televisi menjadi primadona, kita pernah berbicara mengenai karakternya yang *pervasive*, yaitu siarannya dapat menerobos hingga ruang-ruang pribadi kita. Kita hanya perlu membeli televisi dan antena untuk selanjutnya dapat melihat berbagai program sepanjang waktu secara gratis, hingga bertahun-tahun. Televisi pun perlahan-lahan tidak hanya menjadi teman, namun juga sahabat, bahkan guru (kehidupan).

Kini, kita berhadapan dengan ponsel yang terhubung dengan internet. Medium ini memberi keleluasaan bagi seseorang untuk terhubung sekaligus menghindari, serta sedikit-banyak menganulir kemampuan televisi menciptakan 'sensasi kumpul keluarga. Waktu bersama keluarga pun berkurang dan kesempatan anak-anak bertanya kepada orangtuanya menipis. Padahal, anjuran berbagai kalangan pemerhati anak menyatakan bahwa sebagian informasi di medium itu memerlukan aksi pendampingan orangtua secara aktif pada anak (*parental guidance*/PG).

Sedikit lengah, embrio petaka bagi sang anak (pun juga keluarga) bisa mulai tumbuh diam-diam. Makin sibuk orangtua, seharusnya makin kreatif ia menciptakan mekanisme pendampingan untuk sang anak, terutama selagi mereka absen. Namun, apa daya, kesibukan biasanya berbanding lurus dengan kelelahan dan kekusutan pikiran. Alhasil, aksi yang muncul adalah kontrol berwujud larangan demi

larangan. Padahal, larangan untuk mengakses ini-itulah tidak selalu diikuti dengan anjuran untuk membuka inisitu yang disarankan. Sang anak bingung sebab ia tidak boleh menonton yang 'buruk-buruk', tetapi juga tidak diarahkan untuk mengenali dan melihat yang 'baik-baik'. Orangtua seolah-olah sudah kehabisan energi untuk menakar mana tontonan yang cocok untuk perkembangan anak-anak mereka di rentang usia masing-masing.

Tontonan yang Pas

Budaya sensor mandiri, atau barangkali lebih tepatnya klasifikasi mandiri, dikampanyekan oleh Lembaga Sensor Film (LSF) hingga ke daerah-daerah, juga melalui kampus dan sekolah. Namun, menjadi mandiri memang perlu jeli. Banyak hal harus diupayakan sendiri, termasuk mencari dan mempelajari pedoman/panduan untuk melakukannya. Orang yang rajin mencari panduan pun masih perlu menimbang-nimbang lagi sebab tidak semua panduan menyarankan hal yang sama.

Misalnya, panduan LSF mengenai klasifikasi film berdasarkan usia penonton dimulai dari Semua Umur (SU), 13+, 17+, dan 21+. Sementara itu, sebuah lembaga independen dan sukarela di Jerman bernama FSK (*Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft*) membaginya dalam rentang usia 0-6 tahun, 6-12 tahun, 12-16 tahun, 16-18, dan 18 tahun ke atas. Demikian pula dengan perbedaan klasifikasi dari BBFC (*British Board of Film Classification*) di Inggris dan MPAA (*The Motion Picture Association of America*) di Amerika.

Pembagian rentang usia anak-anak yang lebih detail mengandaikan

penghargaan dan sekaligus akomodasi terhadap perbedaan tahapan perkembangan kognitif anak-anak yang khas di masing-masing rentang usia tersebut. Di satu sisi, anak 0-6 tahun belum bisa menerima visual yang bernuansa gelap, cepat berganti, dan bersuara keras. Namun di sisi lain, anak berusia 6-12 tahun dapat mulai mengenal konten yang menyentuh/membangun emosi, sedangkan anak 12-16 tahun sudah dapat memasuki area petualangan-petualangan baru.

Pertimbangan-pertimbangan semacam ini perlu dibaca sebagai upaya untuk menempatkan tontonan sesuai dengan karakter dan usia anak-anak, sehingga anak-anak tidak perlu mengalami trauma akibat tontonan. Mereka seharusnya menikmati tontonan yang dapat mendorong untuk bertumbuh dengan wajar seiring bertambahnya usia mereka. Jika ada lebih banyak orangtua yang setia dan rajin menakar tontonan anak mereka secara mandiri, niscaya hal tersebut dapat menyumbang persiapan anak-anak bertumbuh dewasa perlahan-lahan dan terhindar dari perilaku-perilaku yang memprihatinkan. (*)-d

*) **Lukas Deni Setiawan, Dosen**
Departemen Ilmu Komunikasi FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pojok KR

Pilkada di Temanggung, 42 persen mencoblos karena iming-iming.

- **Demokrasi pragmatisme.**

Kepemilikan rumah, penghasilan rendah bebas BPHTB.

- **Penghasilan sangat rendah, sulit dapat rumah.**

Pemilu usai, Sultan ajak masyarakat wujudkan kerja nyata.

- **Wujudkan pula janji kampanye.**

Berabe