

ABSTRAKSI

Permasalahan pembangunan hotel di Yogyakarta merupakan hal yang kompleks. Selain adanya tarik menarik kepentingan antara pemerintah daerah kota Yogyakarta, Sultan Hamengkubuwono X, investor dan masyarakat. Pembangunan hotel ini juga mendorong lahirnya permasalahan sosial. Hunian-hunian modern memunculkan sekat-sekat antar warga dan berubahnya pola komunikasi di masyarakat. Selain itu meningkatnya gaya hidup modern dan konsumtif mengancam pelestarian nilai-nilai dan budaya di masyarakat.

Keadaan ini memunculkan gerakan alternatif salah satunya adalah kelompok Warga Berdaya. Kelompok ini aktif menyuarakan pesan penolakan terhadap pembangunan yang dibingkai dalam slogan *Jogja Ora Didol*. Perbedaan karakter masyarakat yang tinggal di perkotaan, pedesaan dan juga masyarakat urban membuat publik yang dimiliki oleh Warga Berdaya semakin beragam. Mulai dari publik laten, publik aktif dan juga publik sadar, sehingga diperlukan format dan saluran komunikasi yang berbeda untuk menjangkau setiap publik.

Untuk itu penelitian ini akan melihat format komunikasi kelompok serta saluran komunikasi yang digunakan Warga Berdaya dalam menyebarluaskan pesan *Jogja Ora Didol*. Setiap publik dari pesan *Jogja Ora Didol* terdiri dari berbagai jenis masyarakat dengan karakter yang berbeda-beda. Sehingga studi deskriptif menjadi metode yang dianggap mampu untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi seputar penggunaan format dan saluran dalam aktivitas komunikasi Warga Berdaya.

Kata kunci : Warga Berdaya, Jogja Ora Didol, Publik, Format Komunikasi Kelompok, Saluran Komunikasi.

ABSTRACT

The building of hotels in Yogyakarta is a complex issue. Despite of the conflict of interest between the Yogyakarta government, Sultan Hamengkubuwono X, investor, and people, this issue give birth to social problems. The modern residential make barriers between the people and changing communication pattern in the society. Other than that, increase in modern and consumptive life style threatening the preservation of traditional value and culture.

This condition drives people to make alternative movements, one of them is Warga Berdaya group. This group is actively sounding the message of resistance refusing the hotel building with a catchy slogan Jogja Ora Didol. Difference in people character that live in downtown, rural, and urban area make Public that this group have become so much diverse. From latent public, active public and aware public, so different communication format and media are needed to reach every public.

Because of that, this research study the communication format and media that Warga Berdaya group uses to spread Jogja Ora Didol in which every public of the message consist of people with different character. Descriptive study became the method that considered to be able to describe the things that happened related to the use of communication format and media in the activity of Warga Berdaya.

Key words: Warga Berdaya, Jogja Ora Didol, Public, Format of Communication, Group, Channel of Communication.