

## KEARIFAN KOTA DEPOK DALAM MEDIA MASSA LOKAL *RADAR DEPOK*: ANALISIS WACANA BERANCANGAN KORPUS

Untung Yuwono<sup>1</sup>

Nazarudin<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Linguistik, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia  
untung.yuwono@ui.ac.id<sup>1</sup>      udhins@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Salah satu model jurnalisme yang hidup dalam masyarakat adalah jurnalisme lokal. Jurnalisme lokal dicirikan oleh wilayah pemberitaan yang terbatas, sekaligus distribusi media massa cetak yang juga terbatas pada wilayah itu, dan pada umumnya kesederhanaan dalam usaha, seperti sarana kerja yang sederhana. Meskipun demikian, jurnalisme lokal berkembang mengikuti kemajuan zaman, seperti sarana penyampaian informasi yang saat ini tidak hanya terbatas pada cetakan, tetapi juga dengan sarana teknologi informasi (media daring). Jurnalisme lokal berupaya bertahan hidup dengan mengutamakan pemuatan informasi yang unik tentang wilayah yang diinformasikan. Indonesia, yang kaya akan etnik, budaya, dan berbagai latar belakang masyarakat, menjadi tempat yang potensial bagi perkembangan jurnalisme lokal. Salah satu jurnalisme lokal yang beroperasi di Depok, Jawa Barat, adalah *Radar Depok*. Bagaimana kearifan kota Depok direpresentasikan secara positif oleh *Radar Depok* menjadi pertanyaan penelitian ini. Dengan memanfaatkan analisis kunci yang diolah secara kuantitatif dengan peranti lunak TshwaneDJe: tICorpus Concordance Software (Corpus Query Software), penelitian ini memfokuskan diri pada hal-hal yang merupakan bagian dari kearifan Kota Depok yang ditonjolkan oleh *Radar Depok* daring (radardepok.com). Sejumlah 88 teks berita dan karangan khas (*feature*) sepanjang tahun 2017 yang menginformasikan pengalaman positif masyarakat Kota Depok ditelaah melalui korpus. Hasilnya adalah *Radar Depok* memprioritaskan geografi Depok sebagai wilayah hunian masyarakat yang majemuk dengan seni budaya asli Betawi yang hidup di dalamnya, di antaranya: kebersihan, kesehatan, keimanan, kenyamanan hidup bagi anak, kekayaan kuliner, pariwisata, dan tempat yang bernilai pengembangan investasi. Prioritas itu selaras dengan *branding* Depok sebagai kota pendidikan, *zero waste city*, kota layak anak, dan kota investasi.

Kata kunci: analisis kata kunci, jurnalisme lokal, kearifan kota, *Radar Depok*

### Abstract

*One model of journalism that lives in the society is local journalism. Local journalism is characterized by limited coverage areas, as well as the distribution of printed mass media that is also limited to the region. In general there is simplicity in business, such as simple means of work. Nevertheless, local journalism is evolving as the times progress, such as the means of delivering information that is not currently limited to print, but also by means of information technology (online media). Local journalism seeks to survive primarily by informing unique information about the informed region. Indonesia, as a nation that has richness in ethnicity, culture, and diverse community backgrounds, is a potential place for the development of local journalism. One of the*

*local mass media operating in Depok, West Java, is Radar Depok. How the wisdom of Depok city is positively represented by Radar Depok becomes the research question. By utilizing a quantitatively processed key analysis with the TshwaneDJe: tlCorpus Concordance Software (Corpus Query Software) software, anything that is part of the Depok City wisdom highlighted by the online Radar Depok (radardepok.com) is found in the study. A total of 88 news and features throughout the year of 2017 that inform the positive experiences of the people of Depok City are reviewed through the corpus. The result shows that Radar Depok prioritizes the geography of Depok as a residential area of a plural society with the original Betawi cultural art that lives in it, among others: cleanliness, health, faith, comfort for children, culinary riches, tourism, and a worth place for investment. The priority is in line with Depok's branding as a city of education, zero waste city, worthy city for children, and investment city.*

*Keywords: Radar Depok, Depok, local journalism, keyword analysis, urban wisdom*

## PENDAHULUAN

Jurnalisme lokal (*local journalism*) merupakan jurnalisme yang dekat dengan komunitas. Hal itu dimungkinkan atas dasar wilayah kerja para jurnalisnya yang terbatas dibandingkan dengan jurnalisme arus utama (*mainstream journalism*), seperti jurnalisme nasional. Dengan area kerja yang terbatas, para jurnalis lokal mempunyai kesempatan yang luas untuk mencari pengalaman-pengalaman unik yang terjadi di suatu daerah yang relatif kecil. Nilai kedaerahan yang dimiliki jurnalisme lokal ini kemudian dianggap sebagai kelebihan mereka dibandingkan dengan jurnalisme lain di lingkup yang lebih besar.

Radcliffe (2017) memaparkan delapan kecenderungan mutakhir jurnalisme local sebagai berikut. *Pertama*, jurnalisme lokal memperbanyak muatan lokal yang bersifat unik demi bertahan hidup. Dalam hal ini, media massa lokal berupaya menginformasikan hal-hal di area kerjanya yang tidak ditemukan di wilayah nasional atau wilayah lain. *Kedua*, praktik jurnalisme lokal berkembang mengikuti perkembangan zaman. Hal ini berarti jurnalisme lokal tidak berdiam diri dengan serba-keterbatasan, tetapi berupaya berkembang selaras dengan kemajuan di dalam masyarakat, misalnya, pemanfaatan teknologi informasi dan penerapan teknik-teknik baru dalam penulisan. *Ketiga*, jurnalisme lokal pada masa mendatang pasti berbeda tampilan dengan jurnalisme lokal pada masa silam, misalnya, dalam hal beriklan: pada masa silam para pebisnis mendatangi langsung media untuk memasang iklan. *Keempat*, ruang kerja (*newsrooms*) redaksi media massa lokal akan makin kecil pada masa depan seiring dengan penurunan jumlah awak media massa lokal dan penggantian ruang tersebut dengan ruang-ruang audiovisual sebagai dampak perkembangan teknologi. *Kelima*, media massa lokal bereksperimen dengan berbagai cara untuk meningkatkan penghasilan demi bertahan hidup. *Keenam*, jurnalisme lokal memadukan cara daring (*online*) dan luring (*langsung/offline*) untuk berhubungan dengan penikmat media massa. *Ketujuh*, diperlukan keragaman latar belakang awak media massa lokal. Pada masa silam, komunitas lebih seragam. Namun, seiring dengan mobilitas penduduk yang kian tinggi, penduduk di suatu wilayah lebih beragam sehingga awak redaksi pun tidak berlatar belakang sama. Terakhir, *kedelapan*, jurnalisme lokal memainkan peranan penting bagi peningkatan pengenalan dan derajat masyarakat. Awak media massa lokal berhubungan dengan komunitas dengan latar belakang yang bermacam-macam, profesi yang bermacam-macam, dan kepentingan yang bermacam-macam pula. Di dalam lingkungan itulah awak media massa lokal

membina hubungan yang saling menguntungkan dengan komunitas, saling memperkaya wawasan, bahkan tidak jarang mendatangkan keuntungan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan bagi kedua belah pihak.

Berbicara mengenai jurnalisme lokal di Indonesia, kecenderungan yang dinyatakan oleh Radcliffe (2017) di atas tampak pula pada *Radar Depok*, sebuah media massa yang dikategorikan sebagai media massa lokal dengan lingkup pemberitaan yang terbatas pada wilayah Depok. *Radar Depok* merupakan salah satu surat kabar lokal yang terbit di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat. Surat kabar ini didirikan oleh grup Jawa Pos pada tanggal 15 Juli 2010 dan bertahan di tengah-tengah timbul tenggelamnya sejumlah media massa lokal di Kota Depok. Dengan lingkupnya yang kecil, hanya di Kota Depok, surat kabar ini mampu meliput kegiatan masyarakat dan kejadian-kejadian terkini yang berlangsung di Kota Depok.

Meskipun didukung oleh grup sebesar Jawa Pos, ciri jurnalisme lokal *Radar Depok* yang sederhana terlihat dari batas lingkup wilayah pemberitaan, kesederhanaan ruang kerja pemberitaan, keterbatasan jumlah jurnalis, dan struktur redaksi yang hanya meliputi wartawan dan penanggung jawab rubrik, dan tanpa editor. Meskipun demikian, *Radar Depok* tidak tinggal diam dalam keterbatasan jurnalisme lokal. *Radar Depok*, sebagai media massa lokal yang memiliki karakteristik mutakhir jurnalisme lokal seperti yang dipaparkan Radcliffe di atas, tetap mengikuti perkembangan zaman, yaitu hadir dalam dua versi: versi cetak dan versi daring yang beralamat di [radardepok.com](http://radardepok.com). Dalam hal pemberitaan, *Radar Depok*, baik versi cetak maupun versi daring, sepenuhnya memprioritaskan dan mengedepankan berita dan artikel tentang Depok. Ini berbeda dengan media massa lokal lain di Kota Depok, seperti *HarianDepok.com* dan *DepokPos.com* yang masih memberikan porsi pemberitaan nasional secara khusus dengan adanya rubrik “Nasional” dalam media-media massa itu.

Dalam penelitian ini, kami mengetengahkan bagaimana jurnalisme lokal di Indonesia, yang dalam hal ini diwakili *Radar Depok* yang beroperasi di Kota Depok, sebuah kota yang lahir pada tahun 1999. *Radar Depok* menampilkan karakteristik Kota Depok sekaligus menyematkan identitas *Radar Depok* sebagai media massa yang bergerak dalam bidang jurnalisme lokal. Karakteristik yang dimaksud adalah karakteristik yang bernilai positif, yang dalam penelitian ini disebut sebagai kearifan kota (*urban wisdom*) Depok. Sehubungan dengan itu, makalah ini mengkaji tentang karakteristik Kota Depok yang ditampilkan oleh *Radar Depok* selaku media massa lokal di Kota Depok.

Depok sendiri secara historis merupakan kota tua di Indonesia. Menurut Irsyam (2017: 2), sejarah Depok dapat dikatakan bermula pada abad ke-17 saat daerah itu dipimpin oleh Cornelis Chastelein, pejabat tinggi VOC. Sejak waktu itu, masyarakat di kawasan Depok merupakan masyarakat yang beragam dari segi budaya, agama, status, sosial, dan ekonomi dan terdiri atas tiga golongan, yaitu (1) Belanda Depok, hasil pernikahan campur Belanda dengan perempuan dari berbagai suku bangsa, seperti Melayu, Sunda, dan Jawa; (2) orang kampung, yang umumnya beragama Islam, tidak mengenal pendidikan Barat, dan berasal dari etnik Sunda, Jawa, dan Betawi Ora (Betawi Pinggiran); dan (3) pendatang, yang berasal dari Eropa, Cina, dan berbagai daerah di Indonesia, seperti Ambon, Manado, dan Papua (Irsyam 2017: 65—83). Dalam perkembangannya pada masa modern, Kota Depok—sebelum menjadi kota yang berada di bawah Kabupaten Bogor—dirancang untuk menampung kelebihan penduduk Jakarta bersama-sama dengan Bogor, Tangerang, dan Bekasi (Irsyam 2017: 7). Hasilnya, Depok, sebagaimana juga Jakarta, menguat menjadi “*melting pot*”, sebuah wilayah tempat berpadunya anggota masyarakat yang berasal dari berbagai latar belakang.

Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis wacana dengan memanfaatkan korpus linguistik. Peneliti mengumpulkan artikel-artikel yang diterbitkan oleh *Radar Depok* kemudian mendigitalisasikannya sehingga mudah untuk dianalisis menggunakan mesin konkordansi. Perangkat lunak konkordansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tlcorpus*.

## LANDASAN TEORI

Halliday (2014) mendekati wacana sebagai praktik sosial. Sebagai praktik sosial, wacana merepresentasikan pengalaman yang disebut fungsi pengalaman (*experiential function*). Pengalaman itu dapat berupa gejala, peristiwa, aktivitas, tindakan, bahkan aspek psikologi kognitif sosial yang hidup dan terjadi dalam realitas sosial. Sebagai cermin pengalaman, klausa menampilkan unsur pengalaman yang disebut *proses*. Proses pada umumnya merupakan kombinasi antara *finit* dan *predikator* di dalam fungsi interpersonal. Di dalam pengalaman terlibat partisipan pengalaman yang disebut *partisipan*. Partisipan terlibat dalam *proses* di dalam situasi atau keadaan tertentu. Situasi atau keadaan tertentu itu disebut *sirkumstansi*.

Proses dapat berupa enam hal: (1) material, (2) perilaku, (3) mental, (4) verbal, (5) relasional, dan (6) eksistensial. Keenam hal tersebut disebut tipe proses. Tipe proses mempunyai kategori makna. Di samping itu, proses berhubungan erat dengan partisipan. Hubungan fungsional antara proses dan partisipan disebut transitivitas. Berikut ini disajikan tabel tipe proses yang berisikan kategori makna tipe proses dan partisipan yang pada umumnya terlibat dalam proses.

**Tabel 1. Tipe Proses, Makna, dan Partisipan (Adaptasi dari Halliday 2014:311)**

<b>Tipe Proses</b>	<b>Kategori Makna</b>	<b>Partisipan (Langsung Terlibat)</b>	<b>Partisipan (Tidak Tegas Terlibat)</b>
Material: Tindakan Peristiwa	‘melakukan’ ‘melakukan’ ‘terjadi’	Aktor/Petindak, Tujuan	Resipien, Klien; Jangkauan; Inisiator; Atribut
Perilaku	‘berperilaku’	Pesikap/Pelaku	Perilaku
Mental: Persepsi Kognisi Pertimbangan Emosi	‘merasakan’ ‘melihat’ ‘berpikir’ ‘menginginkan’ ‘merasa’	Perasa, Fenomenon	Penyebab
Verbal	‘mengatakan’	Peujar, Sasaran	Penerima; <i>Verbiage</i>
Relasional: Atribusi Identifikasi	‘menjadi’ ‘ <i>attributing</i> / menerangkan’ ‘mengidenti- fikasi’	Pembawa, Atribut Teridentifikasi, Pengidentifikasi; <i>Token-Value</i>	Atributor; Pemanfaat <i>Assigner</i>
Eksistensial	‘berada’	Eksisten	

Unsur yang ketiga dalam klausa adalah sirkumstansi. Halliday (2014: 313—314) mendaftarkan sembilan tipe sirkumstansi dalam bahasa Inggris, yaitu tingkat (jarak, durasi, frekuensi), lokasi (tempat, waktu), cara (sarana, kualitas, perbandingan, derajat), sebab (alasan, tujuan, wakil), kontinjensi (kondisi, ketaklengkapan, konsensi), kesertaan (komitatif, aditif), peran (kesebagaian, produk), perihal, dan titik pijak (sumber, sudut pandang). Dalam bahasa Inggris, pada umumnya sirkumstansi dinyatakan dengan grup adverbial dan frasa preposisional, sedangkan dalam bahasa Indonesia, sirkumstansi juga sering dinyatakan dengan grup konjungsi.

Sebagai contoh, kalimat judul berita *Di Ujung Indonesia di Pulau Terluar Ada Bocah Evans yang Ingin Jadi Dokter* merepresentasikan pengalaman sebagai berikut.

(12) *Di Ujung Indonesia di Pulau Terluar Ada Bocah Evans yang Ingin Jadi Dokter*

Di Ujung Indonesia di Pulau Terluar	Ada	Bocah Evans	[[yang Ingin Jadi Dokter]]
Sirkumstansi : Lokasi	Proses: Eksistensial	Partisipan: Eksisten	
		Konjungsi	Modal Proses: Relasiona Partisipan: Atribut
			1

Kalimat itu merepresentasikan pengalaman sosial keberadaan seorang bocah bernama Evans di suatu lokasi yang dikarakterkan mempunyai suasana batin keinginan untuk menjadi dokter.

Berkenaan dengan artikel-artikel yang dimuat, berita (*news*) dan karangan khas (*feature*) dalam *Radar Depok* dipandang merepresentasikan Kota Depok dengan segala hal yang terjadi di dalamnya, yang dialami oleh masyarakat Kota Depok. Tidak hanya itu, berita dan karangan khas yang dimuat dalam *Radar Depok* mengetengahkan pengalaman masyarakat Kota Depok, baik yang positif maupun yang negatif. Salah satu pengalaman yang positif adalah hal-hal yang berkenaan dengan kearifan kota (*urban wisdom*).

Dalam makalah ini istilah *kearifan kota (urban wisdom)* dipinjam dari Jane Jacobs (dalam Hirt dan Diane, ed., 2012). Alih-alih menggunakan istilah *kearifan lokal (local wisdom)*, istilah kearifan kota dipilih karena pada saat ini Depok—sebagai subjek penelitian—tidak dapat dikategorikan sebagai wilayah yang dihuni oleh masyarakat yang *indigenous*, tetapi merupakan tempat bertemunya orang-orang dari berbagai wilayah. Istilah *kearifan lokal* sendiri berkenaan dengan istilah *local genius* yang diajukan pertama kali oleh Quaritch Wales dalam studinya tentang sejarah Asia Tenggara. Istilah tersebut dimaknai sebagai ‘*the sum of the cultural characteristics which the vast majority of a people have in common as a result of their experiences in early life*’ (dikutip oleh Poespowardojo 1986:30) atau ‘pelbagai ciri-ciri budaya yang dimiliki secara umum oleh anggota masyarakat sebagai hasil dari pengalaman hidup’. Adapun yang didefinisikan secara operasional sebagai *kearifan kota* dalam penelitian ini adalah ‘ciri-ciri budaya berupa pengalaman, gagasan, nilai, cara, dan perilaku yang mengandung kebijaksanaan suatu masyarakat kota yang majemuk’. Jane Jacobs meyakini bahwa sebuah kota didirikan dan dibangun untuk memiliki daya tawar (Hospers 2006; Hirt dan Diane 2012; Holcomb 2015). Dalam kaitannya sebagai media yang bergerak dalam bidang jurnalisme lokal,

*Radar Depok* terasumsikan berupaya mengedepankan hal-hal yang menjadi daya tawar atau kemenarikan Kota Depok.

Dalam penelitian wacana ini, hal-hal yang menjadi bagian dari kearifan masyarakat Kota Depok ditampilkan dari kata-kata kunci yang digunakan dalam berita dan karangan khas *Radar Depok*. Kata-kata kunci bukanlah kata biasa yang digunakan, melainkan kata yang muncul signifikan secara statistik (Cheng 2012: 70). Identifikasi kata kunci yang berkenaan dengan kearifan Kota Depok dilakukan dengan penyusunan daftar kata yang kemudian dibantu dengan menu *keywords* yang ada dalam peranti lunak korpus. Temuan kata kunci itu kemudian dianalisis.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian wacana media massa yang memanfaatkan linguistik korpus sebagai penyedia data untuk analisis. Data berita dan karangan khas yang berkenaan dengan kearifan Kota Depok yang dimuat di dalam *Radar Depok* diolah secara statistik untuk menghasilkan daftar kata kunci (Cheng 2012). Sementara itu, metode kualitatif digunakan untuk menganalisis temuan-temuan kata kunci yang telah dihasilkan dengan pendekatan kuantitatif tersebut.

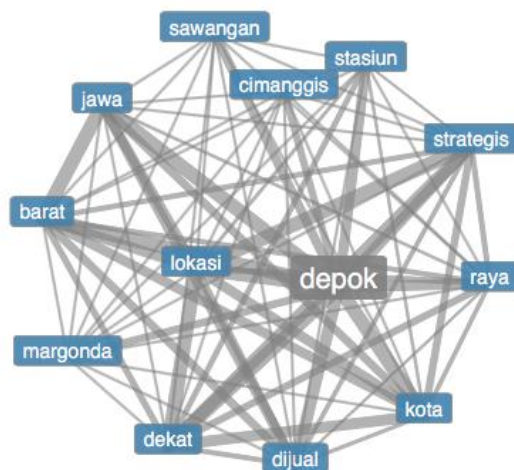
Penerapan linguistik korpus dilakukan dengan menggunakan peranti lunak TshwaneDJe: tICorpus Concordance Software (Corpus Query Software). Dua fungsi yang tersedia pada peranti lunak tersebut dimanfaatkan dalam penelitian ini, yaitu frekuensi kata dan konkordansi. Frekuensi kata digunakan untuk melihat kata-kata terbanyak yang digunakan dalam teks. Sementara itu, konkordansi digunakan untuk melihat bagaimana distribusi kata kunci berdasarkan kolokasinya. Melalui baris konkordansi, terlihat pola atau distribusi dari sebuah kata kunci yang dijadikan sebagai *node* atau titik tengah dalam satu baris tampilan konkordansi. Pengamatan terhadap kolokasi memungkinkan peneliti untuk mencermati konteks kata kunci pada baris konkordansi (Lindquist 2012: 7).

Berikut adalah tahap-tahap penelitian ini.

- (1) Mengumpulkan dan memindai teks berjenis berita dan karangan khas bermuatan positif tentang Depok dan masyarakat Depok dari *Radar Depok* versi daring ([radardepok.com](http://radardepok.com)) pada tahun 2017. Pada tahap ini ditemukan 88 artikel (berita dan karangan khas) yang menampilkan pengalaman positif masyarakat Kota Depok.
- (2) Memasukkan ke-88 teks tersebut ke dalam korpus berprogram TshwaneDJe: tICorpus Concordance Software (Corpus Query Software).
- (3) Memeriksa hasil pelacakan frekuensi dan konkordansi semua kata kunci yang khas yang menggambarkan kearifan Kota Depok. Pada tahap ini, di dalam ke-88 teks tersebut ditemukan 31.814 *token* dan 5.519 tipe kata.
- (4) Memfokuskan analisis pada kata kunci berfrekuensi terbanyak dengan kategori nomina dan verba dengan asumsi bahwa nomina dan verba merupakan kategori kata utama yang merepresentasikan pengalaman terbanyak dalam berita dan karangan khas yang berjenis wacana naratif faktual.
- (5) Menyimpulkan fokus perhatian *Radar Depok* terhadap kearifan Kota Depok.

### ANALISIS MUATAN KEARIFAN KOTA DEPOK DALAM RADAR DEPOK

Dalam penelitian ini beberapa kata kunci dipilih berdasarkan frekuensi kemunculan terbanyak serta kategori nomina dan verba. Kata kunci pertama yang dibahas adalah kata *Depok*. Dalam korpora bahasa Indonesia umum yang dibangun oleh Leipzig University di Jerman, kata *Depok* muncul sebanyak 14.100 kali dengan kemunculan kolokasi di kiri tertinggi adalah *kota* dan tertinggi di kanan adalah *lama*. Hal yang menarik adalah dari data korpora umum tersebut dapat dibuat satu pemetaan hubungan kata sebagai berikut.



Gambar 1. Jejaring Kolokasi *Depok* dalam Korpora Universitas Leipzig  
(Sumber: [http://corpora.uni-leipzig.de/en/res?word=depok&corpusId=ind\\_mixed\\_2013](http://corpora.uni-leipzig.de/en/res?word=depok&corpusId=ind_mixed_2013))

Sebagai interpretasi dari grafik di atas, hal pertama yang dapat dilihat dengan jelas adalah *Depok* sebagai sebuah kota, yang erat kaitannya dengan penanda lainnya, dikaitkan dengan nomina terutama yang berkaitan dengan wilayah, seperti *kota*, *Margonda*, *Sawangan*, *Cimanggis*, dan *Jawa Barat*. Sementara itu, jika dikaitkan dengan verba dan adjektiva, misalnya, yang muncul adalah kata-kata seperti *dijual* (v), *dekat* (adj), dan *strategis* (adj). Ketiga kata ini merupakan kata dengan tingkat kolokasi yang tinggi dengan kata *Depok* berdasarkan korpora tersebut.

Data yang terkumpul menunjukkan bahwa kata *Depok* merupakan salah satu kata dengan frekuensi terbanyak dengan total kemunculan 604 kali. Kolokasi B1 (satu posisi di sebelah kiri) tertinggi adalah kata *kota*, yaitu sebanyak 137 kali. Berikut ini adalah tabel data yang menunjukkan frekuensi kemunculan kata.

**Tabel 2. Kolokasi Kata *Depok***

B2	B1	kata
di (55)	kota (137)	
kepada (25)	Radar (80)	
hotel (19)	kepada Radar (30)	
Depok (17)	Pemkot (26)	
dari (10)	di (23)	
DPRD (8)	walikota (22)	
RT03/17 (8)	Santika (21)	
harian (7)	kelurahan (19)	

ke (7)	beranda(13)	
dan (6)	warga (12)	
SMAN (6)	wilayah(11)	
wakil (6)	ini satelit (11)	
warga (6)	Polresta (10)	
ini (5)	DPRD (6)	
khas (5)	satelit (5)	<b>Depok</b>
Betawi (4)	sejarah (5)	
BNN (4)	se-kota (5)	
Jaguar (4)	Betawi (4)	
kawasan (4)	Bojongsari (4)	
oleh-oleh (4)	Cabang (4)	
pemerintah (4)	khas (4)	
perhatian (4)	rutan (4)	
asal (3)	dapil (3)	
dengan (3)	Grand (3)	
dinas (3)	KPU (3)	
DPUPR (3)	Margonda (3)	
jalan (3)	Masyarakat (3)	
kedai (3)		
harian (3)		
Kesbangpol (3)		
komunitas (3)		
KPU (3)		
kuliner (3)		
mantan (3)		
Margonda (3)		
selain (3)		
UMKM (3)		

Identitas Kota Depok yang terekam dalam korpus memperlihatkan bahwa Depok sebagai sebuah wilayah tidak lagi terlihat kental dengan identitas kesukuan. Hal ini terlihat dari sedikitnya frekuensi kemunculan kolokasi antara *Depok* dan kosakata yang berkaitan dengan identitas kesukuan. Berdasarkan data yang kami miliki, hanya ada kata *Betawi* yang berkolokasi dengan *Depok* sebanyak empat kali kemunculan.

Berdasarkan data-data tersebut, terlihat pula bahwa Depok muncul sebagai sebuah wilayah urban yang bergeliat dan terus melaju. Ciri wilayah urban adalah adanya kebauran dan diversifikasi kultural. Hal ini pun terlihat dari *Depok* sebagai sebuah kota dan kata. Kosakata yang berkolokasi langsung dengan *Depok* memperlihatkan bahwa Depok bukan lagi sekadar daerah suburban yang kecil. Kemunculan kolokasi *warga*, *masyarakat*, serta *komunitas* memperlihatkan bahwa identitas kelokalan Kota Depok sendiri semakin kabur. Dengan demikian, dipakailah kosakata-kosakata tersebut yang terbilang signifikan dalam mendeskripsikan Depok sebagai kota.

Fungsi *Radar Depok* sebagai sebuah surat kabar harian lokal Kota Depok juga terlihat semakin meyakinkan berdasarkan data-data di atas. Pada data tersebut terlihat kolokasi yang cukup signifikan antara *Depok* dan kata-kata yang berkaitan dengan pemerintahan lokal di Depok, seperti *Walikota*, *Kesbangpol*, *Polresta*, dan *DPRD*.



Kata kunci lain yang juga signifikan dalam pembentukan Kota Depok ada nomina *warga*. Kata *warga* muncul sebanyak 80 kali. Berikut disajikan tabel kolokasi *warga* dalam korpus.

**Tabel 3. Kolokasi Kata *warga***

B2	B1	kata	A1	A2
dari (5)	dari (6)	<b>warga</b>	yang (14)	Depok (6)
Depok (4)	perwakilan (4)		Depok (12)	terkena (6)
kuliner (3)	unsur (4)		dan (6)	yang (6)
sebagai (3)	buatan (3)		kota (4)	
			dari (3)	
			sekitar (3)	

Ada beberapa hal yang dapat kita lihat dari tabel di atas. Pada posisi satu kata di sebelah kiri (B1) kita dapat menginterpretasi bahwa *warga* cukup banyak berkolokasi dengan *perwakilan*, *unsur*, dan *buatan*. Hal ini mendukung analisis kata *Depok* yang menyebutkan bahwa *warga* menjadi salah satu kunci dalam pengembangan Kota Depok ini sendiri. Di samping itu, *warga* juga menjadi salah satu hal yang signifikan sehingga pembahasan tentang *warga* banyak muncul dalam korpus. Ketiga kata yang kemudian berkolokasi dengan *warga* juga menunjukkan pentingnya *perwakilan* yang juga diikuti dengan pemilihan kata yang memiliki kemiripan semantis, yaitu *unsur*.

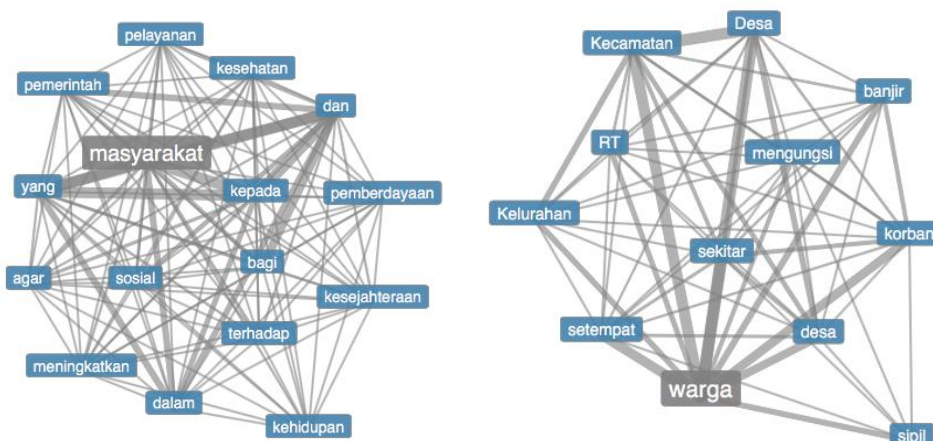
Hal lain yang juga menarik untuk dibahas di sini adalah adanya konsistensi kolokasi *dari* sebagai kolokasi terbanyak, baik itu di posisi B1 maupun B2. Dengan demikian, kita dapat melihat bahwa frasa *dari warga* dan frasa *dari ... warga* merupakan bentuk yang signifikan dalam korpus. Hal ini menunjukkan bahwa *warga* berfungsi sebagai lokus. Sementara itu, pada posisi A1 dan A2 (satu dan dua kata di sebelah kanan) terlihat bahwa kata *Depok* masih mendominasi. Alih-alih menggunakan *orang Depok*, *Radar Depok* lebih memilih penyebutan *warga Depok* atau *warga ... Depok*. Ini berarti bahwa frasa yang memuat nilai identitas yang kental mulai dihindari penggunaannya oleh *Radar Depok*. *Radar Depok* lebih memilih menggunakan frasa-frasa yang bersifat umum dan komunal. Oleh karena itu, dapat pula dikatakan bahwa surat kabar ini merepresentasikan *warga Depok* dan tidak harus selalu *orang Depok*.

Hal yang sejalan juga juga terlihat pada kata *masyarakat* yang muncul sebanyak 67 kali di dalam korpus.

**Tabel 4. Kolokasi Kata *masyarakat***

B2	B1	kata	A1	A2
di (6)	tokoh (8)	<b>masyarakat</b>	yang (12)	bisa (3)
dapat (2)	kepada (6)		dan (4)	sangat (3)
dikarenakan (2)	dari (4)		untuk (4)	tidak (2)
ditularkan (2)	tengah (4)		Depok (3)	aplikasi (2)
hasil (2)	bagi (3)		RW11 (3)	bisa (2)
khususnya (2)			agar (2)	
pedagang (2)			dapat (2)	
			melalui (2)	

Berbeda dengan *warga*, pada kata *masyarakat*, preposisi lokasi lebih banyak mendominasi sebagai kolokasi terdekat dan terbanyak, seperti *di*, *kepada*, dan *dari*. Dengan demikian, penggunaan kata *masyarakat* dalam *Radar Depok* dapat diartikan sebagai sebuah bentuk umum dari *warga*. Akan sangat menarik jika kita dapat membandingkan penggunaan *masyarakat* dan *warga* dalam korpus umum. Dengan demikian, kita bisa memiliki bayangan seperti apa cakupan kolokasi kedua kata itu. Kami menggunakan korpora dari Universitas Leipzig dan Gambar 2 menunjukkan hasil kami temukan.



Gambar 2. Jejaring Kolokasi *masyarakat* dan *warga* dalam Korpora Universitas Leipzig (Sumber: [http://corpora.uni-leipzig.de/en/res?word=depok&corpusId=ind\\_mixed\\_2013](http://corpora.uni-leipzig.de/en/res?word=depok&corpusId=ind_mixed_2013))

Berdasarkan kedua grafik di atas, *warga* lebih identik dengan sifat lokal, sedangkan *masyarakat* identik dengan sesuatu umum, yang lebih jauh dari kelokalan. Dengan kata lain, berdasarkan data di dalam korpus dapat dikatakan bahwa Depok merupakan sebuah wilayah yang masih mencoba mempertahankan kelokalannya di balik semua unsur-unsur urban yang mulai menggeliat dengan pesat di kota berskala sedang itu.

Depok juga dikenal sebagai sebuah kota yang terus mencari identitas. Di satu pihak, Depok menganggap dirinya sebagai sebuah kota pendidikan, terutama setelah Universitas Indonesia dipindahkan ke kota ini pada sekitar 30 tahun yang lalu. Sehubungan dengan itu, korpus menunjukkan bahwa kata *siswa* menjadi salah satu nomina dengan kemunculan terbanyak, yaitu sebanyak 79 kali kemunculan.

Tabel 5. Kolokasi Kata *siswa*

B2	B1	kata	A1	A2
dan (4)	untuk (7)	siswa	yang (15)	dan (3)
nantinya (3)	banyaknya (4)		dalam (5)	ikut (3)
orang (3)	agar (3)		dari (5)	kelas (2)
dengan (2)	tua (2)		kelas (5)	berbagai (2)
diikuti (2)	ada (2)		SMAN (4)	berbakat (2)
kejadian (2)	bagi (2)		di (3)	potensi (2)
sementara (2)	bakat (2)		diajak (2)	sekolah (2)
			memiliki (2)	kehidupan (2)

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa Kota Depok sedang berbenah untuk menjadi kota pendidikan. Jika kita melihat kolokasi di posisi A2, kita akan menemukan kata-kata, seperti *berbakat*, *potensi*, dan *kehidupan*. Dalam hal ini, *Radar Depok* memiliki perhatian khusus pada prestasi-prestasi pendidikan yang berhasil diraih oleh para siswa dari wilayah Depok. Mereka memberikan ruang khusus bagi para siswa dan sekolah berprestasi untuk memublikasikan hasil karyanya kepada warga Depok.

Di sisi lain, Depok sebagai kota budaya juga mulai digalakkan. Hal itu terlihat dari kemunculan kata *budaya* yang cukup tinggi dalam korpus, yaitu sebanyak 39 kali kemunculan.

**Tabel 6. Kolokasi Kata *budaya***

B2	B1	kata	A1	A2
seni (10)	dan (16)	<b>budaya</b>	Betawi (12)	kota (6)
adat (2)	akan (2)		dan (5)	dapat (5)
bahasa (2)	arif (2)		di (4)	antara (2)
belum (2)	dari (2)		ini (3)	asal (2)
khas (2)	melestarikan (2)		literasi (3)	dandang (2)
persepsi (2)	pernikahan (2)		asli (2)	hal (2)
terlepas (2)	sampai (2)		merupakan (2)	harus (2)
usaha (2)			rebut (2)	hilang (2)

Hal menarik juga ditemukan dari kolokasi kata *budaya* yang terdapat dalam korpus. Hal pertama yang terdapat dari tabel di atas adalah tingginya kolokasi kata *seni* dan *budaya* dalam *Radar Depok*. Ini menunjukkan bahwa *Radar Depok* juga menganggap seni dan budaya sebagai satu hal yang signifikan di Kota Depok. Kemudian, diikuti pula oleh *adat*, *bahasa*, dan *khas* yang memperkuat posisi budaya di Depok.

Adanya semacam pemikiran tentang “melestarikan” budaya dalam temuan ini juga memperlihatkan bahwa *Radar Depok* memiliki peran yang penting dalam membantu gerakan-gerakan kepedulian dan bahkan juga propaganda di Depok itu sendiri. Pada posisi A2, terlihat pula kata *hilang* yang muncul sebagai kolokasi dari kata *budaya* seolah-olah mendukung asumsi *melestarikan budaya yang hilang* di Kota Depok. Di samping itu, ada pula frasa *pernikahan budaya* yang merepresentasikan kondisi Kota Depok saat ini, yaitu ketika diversifikasi kultural menjadi dominan di kota ini.

Namun, di sisi lain, *Betawi* memiliki kolokasi tertinggi, yaitu sebanyak 12 kali kemunculan. Hal ini kemudian memperlihatkan bahwa di balik kebingungan akan identitas di Depok, ada satu hal yang tetap bertahan—dapat juga dikatakan “harus ada”, yaitu *budaya Betawi*. Meskipun *Betawi* sebagai suku tidak bisa dikatakan mendominasi Kota Depok, keberadaan dan peran mereka dalam memberikan warna identitas Kota Depok masih sangat signifikan. Hal ini pun terlihat dalam korpus.

Tabel 7 memaparkan data kata kerja yang ada dalam korpus. Dari kelompok kata kerja, kata *ada* merupakan kata kerja yang frekuensi kemunculannya paling banyak dalam data, yaitu sejumlah 185 kali pemunculan.

**Tabel 7. Kolokasi Kata *ada***

B2	B1	kata	A1	A2
itu (7)	yang (25)	<b>ada</b>	di (21)	yang (14)
selain (5)	itu (7)		yang (15)	dari (6)
Depok (4)	lalu (7)		juga (15)	dengan (3)
miras (4)	juga (6)		beberapa (9)	kedai (3)
jadi (3)	masih (6)		disini (6)	kota (3)
Mustafa (3)	total (6)		sekitar (5)	satu (3)
pahlawan (3)	sudah (4)		tiga (3)	
tetapi (3)	tidak (4)		pembeli (3)	
	berharap (3)			
	Depok (3)			
	jarang (3)			
	nantinya (3)			
	saja (3)			
	saya (3)			
	selalu (3)			

Tampak dalam tabel di atas bahwa kolokasi B1 terbanyak adalah *yang*, sedangkan kolokasi A1 terbanyak adalah *di*. *Radar Depok* memainkan peran dalam memperkenalkan keberadaan sesuatu di lokasi-lokasi yang ada di wilayah Depok. Eksisten atau hal-hal yang ada di lokasi itu pada umumnya berupa insan, produk, tempat, dan jasa, seperti *kue, oleh-oleh khas, menu, pahlawan, taman makam, masyarakat, dan lingkungan*. Di luar konstruksi klausa sematan *yang ada*, B1 juga diisi oleh eksisten yang berfungsi sebagai subjek klausa dengan kecenderungan yang sama dengan eksisten di depan *yang ada*, seperti *pengunjung, piring, usaha kuliner, nama-nama makanan (paket bebek, salad udang, sate ayam, cheese roll, pisang molen, brownies, kangkung cah, dan lain-lain)*. Sementara itu, A1 didominasi oleh sirkumstansi berupa lokasi-lokasi yang ada di Depok, seperti *di sini, di Pancoran Mas, di Cimanggis, di Kota Depok, di Jalan Margonda, di Jalan Nasir*, bahkan lebih spesifik, seperti *di RT03/17*. Tempat-tempat spesifik yang diinformasikan menunjukkan bahwa surat kabar *Radar Depok* memang bergerak di bidang jurnalisme lokal yang berperan dalam mempromosikan keunggulan dan keunikan Depok di mana pun keunggulan dan keunikan itu berada.

Kata yang kemunculannya menyusul frekuensi proses eksistensial *ada* adalah proses-proses relasional *menjadi* dengan 120 kali pemunculan, *memiliki* dengan 66 kali pemunculan, *adalah* dengan 64 kali pemunculan, dan *merupakan* dengan 51 kali pemunculan. Proses relasional *menjadi* dan *memiliki* merupakan upaya *Radar Depok* untuk mengarakteristikkan sesuatu, sedangkan *adalah* dan *merupakan* merupakan proses mengidentifikasi sesuatu. Halliday (2014: 259) menyatakan bahwa identifikasi (*identification*) dan karakterisasi (*characterization*) suatu produk atau jasa diwakili oleh klausa relasional.

*Menjadi* merupakan verba berproses relasional yang merepresentasikan proses perubahan sesuatu menjadi sesuatu. Frekuensi kolokasi kata *menjadi* dengan B1 dan B2 terbanyak adalah *yang menjadi*. Hal ini menunjukkan bahwa *menjadi* banyak ditempatkan sebagai klausa sematan. Hal yang menarik adalah pada kolokasi sisi kanan (A1) terdapat informasi hasil perubahan dengan *menjadi juara* sebagai kolokasi terbanyak, yang disusul *atlet*. Data wacana menunjukkan bahwa *Radar Depok* memberikan perhatian besar pada prestasi

olahraga. Kompetisi olahraga dengan prestasi atletnya yang menjadi juara mulai dari tingkat terendah (tingkat sekolah) hingga tertinggi (tingkat kota dan kompetisi di atas tingkat kota yang diikuti para atlet Depok) banyak diberitakan.

**Tabel 8. Kolokasi Kata *menjadi***

B2	B1	kata	A1	A2
yang (10)	yang (13)	<b>menjadi</b>	juara (7)	yang (7)
dan (6)	berhasil (6)		atlet (5)	bagi (5)
kecamatan (3)	bisa (6)		lebih (5)	di (5)
sebelum (3)	ini (5)		pahlawan (4)	baik (3)
untuk (3)	juga (5)		favorit (3)	dan (3)
	akan (4)		kedai (3)	lebih (3)
	dan (4)		lokasi (3)	menjual (3)
	agar (3)		pilihan (3)	untuk (3)
	anak (3)		tempat (3)	
	memang (3)			
	memutuskan (3)			
	Sukmajaya (3)			
	telah (3)			

Konteks prestasi dalam bidang pendidikan, termasuk dalam pendidikan olahraga, mendapat perhatian besar dari *Radar Depok*. *Menjadi pahlawan* digunakan dalam konteks pendidikan di sekolah, yaitu penanaman nilai-nilai kepahlawanan kepada siswa di sekolah sehingga siswa menjadi paham arti pahlawan dan memiliki jiwa kepahlawanan bagi lingkungan. Dari banyaknya berita dan karangan khas tentang upaya-upaya dan prestasi dalam bidang pendidikan ini, tampak kuat bahwa *Radar Depok* menampilkan Depok yang terus bertransformasi secara kualitatif, membina sumber daya manusia melalui pendidikan. Hal itu berkaitan dengan *branding* Depok sebagai “kota pendidikan”.

Selain bidang pendidikan, *Radar Depok* menampilkan daya tarik Depok pada bidang kuliner. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya kolokasi dengan *kedai* (*menjadi kedai* dan lain-lain). Dalam *Radar Depok* mudah ditemukan artikel tentang kuliner, baik kuliner tradisional, asing, maupun kuliner yang trendi atau yang disebut dengan istilah “kekinian”. Representasi perkembangan usaha kuliner di Depok, seperti mudahnya kita menemukan deretan restoran, kafe, dan kedai di sepanjang Jalan Margonda, jalan utama Depok, tampil kuat di *Radar Depok*.

Karakteristik Kota Depok yang lain ditampilkan *Radar Depok* dengan pemakaian kata *memiliki*. Selaras dengan fungsi pemakaian *menjadi*, proses relasional *memiliki* menunjukkan bidang-bidang yang merupakan daya tarik yang *dimiliki* Kota Depok, seperti pembinaan sumber daya manusia yang terus berlangsung melalui pendidikan, yang ditampilkan dengan banyaknya kolokasi *memiliki* dengan kata *pemuda* dan *potensi* (*potensi siswa*, *potensi bakat*), serta kuliner, yang ditampilkan dengan kolokasi *kapasitas* (*kapasitas resto*), *kafe*, *rasa*, dan *khas*.

**Tabel 9. Kolokasi Kata *memiliki***

B2	B1	kata	A1	A2
Depok (5)	yang (12)	<b>memiliki</b>	kapasitas (4)	dan (9)
dirinya (3)	juga (7)		tempat (4)	yang (8)
kafe (3)	harus (4)		kantor (3)	untuk (4)
pemuda (3)	ini (4)		potensi (3)	khas (3)
yang (3)	Depok (3)		promo (3)	konsultasi (3)
	kini (3)		rasa (3)	
	telah (3)			
	tidak (3)			

Proses relasional yang menunjukkan identifikasi direpresentasikan dengan pemakaian kata *adalah* dan *merupakan*. Seperti halnya Depok yang dikarakterkan sebagai kota pendidikan dan kota yang kaya akan kuliner, *Radar Depok* melandasi pemberian karakter itu dengan identifikasi dengan cara yang sama. Kolokasi di bidang kuliner tampak tegas pada pemakaian *adalah*, sedangkan pada *merupakan* hal itu tidak tampak jika pengamatan hanya dilakukan pada dua kolokasi di kiri dan kanan seperti berikut.

**Tabel 10. Kolokasi Kata *adalah***

B2	B1	kata	A1	A2
yang (8)	ini (10)	<b>adalah</b>	kegiatan (5)	yang (8)
di (3)	pembeli (3)		kopi (3)	caramel (3)
digemari (3)	sini (3)			

**Tabel 11. Kolokasi Kata *merupakan***

B2	B1	kata	A1	A2
kegiatan (4)	ini (17)	<b>merupakan</b>	salah (14)	satu (13)
mengatakan (4)	tersebut (3)		kegiatan (3)	dari (5)
	yang (3)			

Selanjutnya, ada bidang-bidang yang tidak tampak dalam frekuensi kolokasi verba yang dijelaskan di atas yang sebenarnya juga cukup kuat ditampilkan oleh *Radar Depok* sebagai daya tarik atau keunggulan Kota Depok. Meskipun berfrekuensi kolokasi di bawah 3 atau ada di *node* yang agak jauh dari *node* kolokasi bidang-bidang berikut ditemukan melalui kolokasi dengan verba *ada*, *menjadi*, *memiliki*, *adalah*, dan *merupakan*. Tabel 12 menunjukkan bidang-bidang yang kuat ditampilkan melalui kolokasi verba.

**Tabel 12. Bidang-Bidang Kearifan Kota Depok dalam Kolokasi dengan Verba**

No.	Bidang	Kata	Contoh Kolokasi
1.	Pembinaan sumber daya manusia melalui pendidikan formal, kerohanian, dan olahraga demi	ada	<i>Total ada empat piala; ada futsal, basket; ada jam mengajar; ada juga siswa yang membuat kreasi; ada kompetisi futsal; ada regenerasi atlet; ada salah satu atlet futsal; ada satu juri; ada sekitar 360 penggalang; ada siswa; ada siswa-siswa dari sekolah; mata pelajaran Tahfidz ada; ada tiga juara; ada Yasinan</i>

prestasi	menjadi	<p><i>menjadi ahli Alquran; menjadi atlet panahan; menjadi atlet Hoki; menjadi atlet junior; menjadi daya tarik bagi anak-anak; menjadi gedung sebuah Majelis Taklim; menjadi generasi emas di masa yang akan datang; menjadi juara keempat; menjadi juara pertama; menjadi juara dua beregu; menjadi juara; menjadi juara umum; pendidikan yang berkualitas menjadi kebutuhan; membuat tubuh menjadi lebih segar; Depok menjadi kota yang unggul, nyaman, dan religius; menjadi pahlawan pengisi kemerdekaan; mengarah menjadi pemimpin di bidang kemanusiaan; menjadi pengalaman yang baik untuk siswa; menjadi penghafal Alquran; menjadi pribadi yang sukses; menjadi Perguruan Tinggi terbaik di Indonesia; menjadi seorang ibu; pemikiran pemuda menjadi tolok ukur</i></p>
	memiliki	<p><i>memiliki adik berprestasi; memiliki arah dan tujuan; memiliki derajat yang sama di hadapan Tuhan; memiliki ekskul panahan; memiliki karakter kuat dan berakhlak mulia; memiliki kehormatan; guru juga memiliki kejelasan tentang hak dan kewajibannya; memiliki konsep guru perempuan memakai baju adat; memiliki konsep yang berbeda-beda; memiliki pendidikan politik; siswa memiliki potensi dan bakat; pemuda yang memiliki sifat supel dan kritis di Kota Depok; Perguruan Tinggi memiliki tanggung jawab utama</i></p>
	adalah	<p><i>adalah kegiatan pramuka; di Hizbul Wathan adalah kegiatan yang berkaitan dengan ketrampilan; pendidikan berkualitas adalah melalui kegiatan meningkatkan budaya literasi; tanggung jawab utama adalah membentuk Sumber Daya Manusia berintelektualitas tinggi; perhelatan Haraki Cup adalah menjalin silaturahmi; adalah orang yang berani memperjuangkan kepentingan umum; guru adalah pahlawan pendidikan; target terdekat adalah Pocari Sweat Futsal Championship 2017; ini adalah sebuah prestasi yang sangat membanggakan; visi Ferry adalah menjadi teladan untuk memberantas korupsi</i></p>
	merupakan	<p><i>tenaga kerja yang bergabung di sini merupakan bagian dari; merupakan pendidik profesional; persoalan pemuda ini merupakan persoalan yang besar; merupakan tahun pertama kalinya ia ikut SEA Games 2017; ini merupakan salah satu hasil dari pelatihan; merupakan salah satu kontribusi LDII; panahan merupakan salah satu olahraga</i></p>
2. Kuliner	ada	<p><i>Domino Pizza yang ada di Jalan Margonda; makan berat ada di sini; ada juga minuman pink lady; Brownies dan ada juga Bagelen; ada juga</i></p>

		<i>stand; ada juga menu gurame; ada menu baru; ada mie jambret; ada kopi dengan sirup jeruk; ada pembeli; ada petugas restoran; ada potongan harga; ada promo; ada pula menu-menu; ada sego ireng; ada sekitar 80 menu</i>	
	menjadi	<i>menjadi favorit konsumen; menjadi favorit pengunjung; menjadi idola pembeli; olahan belimbing yang menjadi ikon; menjadi kedai; menjadi tempat menjual berbagai macam kuliner; menjadi nilai tambahan; menjadi oleh-oleh khas Depok</i>	
	memiliki	<i>memiliki dua lantai; memiliki cabang; memiliki Kafe Anjani; memiliki kapasitas 60 orang; Brownies Amanda ini memiliki keunggulan; Kafe Strawberry memiliki menu andalan; memiliki promo menarik; memiliki promo minuman; memiliki rasa yang khas; memiliki rasa dan tekstur; memiliki ragam menu pilihan; memiliki rasa khas manis dan gurih; memiliki resto; Dapoer Mak Ade memiliki slogan; kafe yang memiliki tujuan edukasi sejarah</i>	
	adalah	<i>yang digemari di sini adalah kopi Caramel; bagelen yang dimaksud adalah kue sus kering; Yellow Truck Signature adalah minuman kopi pakai sirup jeruk; digemari pembeli adalah Oreo Smoothies; adalah soes merdeka; Waroeng Spesial Sambal (SS) adalah tempat yang pas; yang cukup menggeliat adalah usaha kuliner</i>	
	merupakan	<i>Outlet ini merupakan cabang ketujuh; menu andalan yang merupakan favorit konsumen; hampir seluruh menu merupakan makanan dan minuman tradisional; sajian ini merupakan olahan ayam goreng; merupakan rumah makan satu-satunya di Kota Depok; merupakan salah satu kafe yang biasa</i>	
3.	Kebersihan lingkungan (penanganan sampah)	ada	<i>sekitar kali yang ada di Kota Depok; belum ada kesadaran; ada tempat pinsil (daur ulang); kebersihan lingkungan menjadi tanggung jawab semua</i>
		menjadi	<i>menjadi garda terdepan dalam mengawal kebersihan; menjadi motivasi bagi Kusriyanto dan seluruh anggota Tulipe; wilayah Pasir Putih menjadi lebih baik; menjadi pahlawan alam; menjadi Program Sekber Sahabat; Ciliwung; menjadi pupuk; lingkungan menjadi sehat</i>
		memiliki	<i>memiliki bank sampah; memiliki warung tukar sampah</i>
		adalah	--
		merupakan	<i>Nana merupakan Ketua Bank Sampah; Bebersih ini merupakan yang kesekian kalinya di lokasi</i>



			<i>tempat pembuangan sampah</i>
4.	Objek wisata/hiburan	ada	<i>ada mini water park; ada momen spesial; ada performance live music</i>
		menjadi	--
		memiliki	--
		adalah	--
		merupakan	--
5.	Seni budaya/Kesukuan	ada	--
		menjadi	--
		memiliki	<i>memiliki beragam kesenian Betawi; memiliki ciri khas akan budaya Betawi</i>
		adalah	<i>adalah kesenian Betawi Lumbuk; seni itu adalah penghalus jiwa</i>
		merupakan	<i>Betawi merupakan ciri khas Kota Depok; Lumbuk merupakan gabungan dari sanggar-sanggar; seni dan budaya merupakan salah satu ciri khas; ini merupakan warisan budaya</i>

Dalam tabel di atas tampak ada lima bidang yang dipromosikan oleh *Radar Depok* untuk merepresentasikan cita-cita Kota Depok dengan beberapa *branding* yang saat ini disiarkan oleh Kota Depok. Pembinaan sumber daya manusia yang difokuskan pada pembinaan para siswa di sekolah-sekolah untuk berprestasi melalui pendidikan yang menyeimbangkan intelektualitas dengan keimanan dan ketakwaan merupakan upaya masyarakat Kota Depok untuk mewujudkan Kota Depok sebagai kota yang unggul, nyaman, dan religius sesuai dengan visi Kota Depok 2016—2021. Kualitas pendidikan anak-anak di Depok terus meningkat berkat binaan keluarga dan sekolah yang membawa visi Kota Depok sebagai Kota Ketahanan Keluarga (*Family Resilience City*), yang kemudian mengantar Kota Depok sebagai Kota Layak Anak. Sebuah penghargaan yang diperoleh Kota Depok dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak pada tahun 2017.

*Branding* lain yang sedang ditanamkan oleh Kota Depok adalah Depok sebagai “kota bersahabat” (*friendly city*). Sejalan dengan meningkatnya perpindahan penduduk ke Kota Depok, Depok tumbuh sebagai kota permukiman. Bertambahnya penduduk di Kota Depok menuntut peningkatan ketersediaan pelayanan produk dan jasa, baik secara kuantitatif maupun kualitatif di Kota Depok. Maka dari itu, *friendly city* merupakan ajakan bagi para pemberi layanan produk dan jasa untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas pelayanan kepada masyarakat Kota Depok. Pada gilirannya, semakin banyak orang yang datang ke Depok maka semakin banyak pula investor yang membuka usaha di Depok. Dengan banyaknya orang yang tinggal dan datang ke Depok, salah satu bidang yang potensial bagi investasi di Depok adalah usaha kuliner. Di mana pun di Kota Depok mudah dijumpai tempat-tempat usaha kuliner. *Radar Depok* berperan aktif mempromosikan usaha kuliner ini melalui berita dan karangan khas.

Pertumbuhan jumlah penduduk di Depok berdampak pada masalah penanganan sampah. Tempat pembuangan akhir (TPA), seperti TPA Cipayung, tidak lagi mampu menampung sampah. Info umum menyebutkan bahwa volume sampah di Depok saat ini telah mencapai lebih dari 1.250 ton per hari, sedangkan yang dapat ditampung hanya 750 ton per hari. *Zero Waste City* (Kota Bebas Sampah) kemudian dicanangkan oleh Pemerintah Kota Depok sejak dipimpin oleh Wali Kota Nur Mahmudi Ismail dan digencarkan oleh Pemerintah

Kota Depok yang saat ini dipimpin oleh M. Idris Abdul Shomad. Penanganan sampah dilakukan mulai dari sampah rumah tangga melalui program pemilahan sampah dan bank sampah. Pada beberapa titik di Kota Depok dibangun unit pengolah sampah (UPS), yang mengolah sampah menjadi pupuk, dan diadakan pula pembinaan kaum perempuan secara swadaya untuk mendaur ulang sampah menjadi barang-barang kerajinan. Dengan berbagai programnya, *Zero Waste City* tidak hanya menjadi cita-cita Kota Depok, tetapi juga menjadi program unggulan Kota Depok. Tidak mengherankan pula dengan program ini, Kota Depok meraih Piala Adipura tahun 2017 dan *Radar Depok* pun secara aktif menyiarkan informasi tentang program-program *Zero Waste City*.

Sementara itu, tampak pula bahwa *Radar Depok* berupaya mengangkat jati diri masyarakat Depok melalui kesenian Betawi. Dalam beberapa artikel dinyatakan bahwa Betawi merupakan ciri khas masyarakat Depok. Ciri khas itu perlu dipertahankan dengan memajukan kesenian Betawi di Depok. *Radar Depok* tampak lebih mengedepankan kebetawian Depok daripada kesundaan Depok, misalnya. Namun, upaya *Radar Depok* itu pun masih tampil samar-samar dan itu lumrah di tengah-tengah pengetahuan umum bahwa Depok merupakan kota yang berpenduduk majemuk. Pupusnya perhatian pemerintah pusat terhadap Betawi di Depok memang telah lama menjadi ironi bagi Kota Depok di tengah-tengah kebijakan yang lebih menempatkan Kota Depok sebagai bagian dari Jawa Barat, seperti kebijakan pembelajaran bahasa Sunda sebagai muatan lokal bagi para siswa di Kota Depok, padahal arah mobilitas dan pergaulan masyarakat Depok lebih banyak ke Jakarta.

## SIMPULAN

*Radar Depok* sebagai surat kabar yang bergerak di bidang jurnalisme lokal aktif mengupayakan, khususnya kepada masyarakat Kota Depok, informasi yang merupakan kearifan Kota Depok. Kata-kata kunci nomina dan verba yang digunakan dalam berita dan karangan khas di dalam *Radar Depok* versi daring merepresentasikan beberapa hal yang merupakan kearifan Kota Depok, yang sekaligus sebagai daya tarik Kota Depok sebagai berikut. (1) Kota Depok sebagai kota yang secara geografis dekat dengan Jakarta dan berpenduduk majemuk. (2) Pembinaan sumber daya manusia, khususnya siswa, di Kota Depok melalui pendidikan demi prestasi menunjukkan bahwa Kota Depok sebagai kota pendidikan dan kota layak anak. (3) Kekayaan usaha kuliner di Kota Depok merupakan daya tarik investasi. (4) Penanganan kebersihan dilakukan dengan berfokus pada penanganan sampah untuk mewujudkan Kota Depok sebagai *Zero Waste City*. (5) Usaha wisata dan hiburan, seperti usaha kuliner juga menjadi daya tarik investasi. (6) Pencarian identitas masyarakat asli Kota Depok dilakukan melalui seni budaya Betawi.

## CATATAN

\*Penulis berterimakasih kepada mitra bestari yang telah memberikan masukan-masukan yang berharga untuk perbaikan makalah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cheng, W. 2012. *Exploring Corpus Linguistics: Language in Action*. London: Routledge
- Halliday, M.A.K. 2014. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Edisi Keempat. Direvisi oleh Christian M.I.M. Matthiessen. London: Routledge.
- Hirt, S. dan Diane Z. (ed.). 2012. *The Urban Wisdom of Jane Jacobs*. New York: Routledge.
- Holcomb, B. 2015. The Urban Wisdom of Jane Jacobs. *The AAG of Review Books*, Vol. 3, No. 4: 182—183.
- Hospers, G. 2006. Jane Jacobs: Her Life and Work. *European Planning Studies*, Vol. 14, No. 6: 723—732.
- Irsyam, T. W. M. 2017. *Berkembang dalam Bayang-Bayang Jakarta: Sejarah Depok 1950—1990*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lindquist, H. 2009. *Corpus Linguistics and the Description of English*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Philips, L. J. dan Jorgensen, M. W. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage Publication Ltd.
- Poespowardojo, S. 1986. Pengertian Local Genius dan Relevansinya dalam Modernisasi dalam Ayatrohaedi, ed., *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Radcliffe, D. 2017. Local Journalism in the Pacific Northwest: Why It Matters, How It's Evolving, and Who Pays for It. *Agora Report*. School of Journalism and Communication, University of Oregon, [https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/22803/Radcliffe\\_Agora\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/22803/Radcliffe_Agora_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y), yang diakses pada 17 November 2017.