

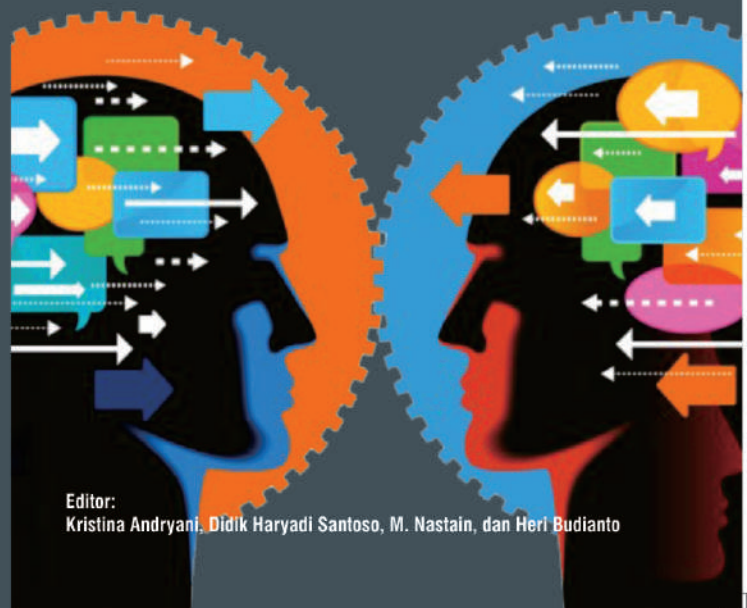
Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah



Mazdaan MA/61579, RT 63/17
Kampungkampung, Mardiana, Yogyakarta
Telp. 0274-388000, 0274-388148
E-mail: buku-litera@gmail.com, buku-litera2@gmail.com



Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah



Editor:
Kristina Andryani, Didik Haryadi Santoso, M. Nastain, dan Heri Budianto

Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang

Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1(satu) bulan dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah

Editor:

Didik Haryadi Santoso, Kristina Andryani, Muhamad Nastain, Heri Budianto



Komunikasi Pariwisata, Budaya dan Pengembangan Potensi Daerah

@Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

456 hal (xii + 444 hal), 15,5 cm x 23,5 cm

ISBN: 978-602-6751-93-5

Penulis :

Nurul Fadilah, Dwi Aji Budiman, Yudisiani, Dewi Sad Tanti, Agustina Zubair,
Safrudiningsih, Afrina Sari, Astri Wulandari, Muhamad Nastain,
I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, Ni Gusti Ayu Kartika, Sulaeman,
Riza Hernawati, Aliyah Nur'aini Hanum, Selvianus Saludan,
Abdul Aziz, Happy Wulandari, Eka Fitri Qurniawati,
Muhd Ar. Imam Riauan, Rasianna Br. Saragih, Ressi Dwiana, Christiany Juditha,
Welly Wirman, Ringgo Eldapi Yozani, Cheryl Pricilla Bensa,
H.H. Daniel Tamburian, Tresna Wiwitan, Nurrahmawati, Neni Yulianita,
Genny Gustina Sari, Nathalia Perdhani Soemantri, Muthia Karina,
Aprilyanti Pratiwi, Hamida Syari Harahap,
Chelsy Yesicha, Didik Haryadi Santoso, Rosalia Prismarini, Hayu Lusianawati.

Editor :

Didik Haryadi Santoso, Kristina Andryani, Muhamad Nastain, Heri Budianto

Perancang Sampul dan Penata Letak :

Ibnu T. W

Cetakan Pertama, 2017

Diterbitkan oleh:

Buku Litera Yogyakarta

Minggiran MJ II/1378, RT 63/17, Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta

Telp. 0274-388895, 08179407446

email: bukulitera@gmail.com

KATA PENGANTAR

Dr. Heri Budianto S.Sos, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Ketua Umum ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi)

Pertama-tama, saya memberikan apresiasi atas terbitnya buku ini yang ditulis oleh para akademisi-akademisi dan peneliti-peneliti berbakat dan berkompeten milik bangsa Indonesia. Kehadiran buku ini sangat relevan ditengah-tengah dinamika keilmuan komunikasi dan pembangunan serta pengembangan potensi daerah dengan segala macam kompleksitasnya.

Ditengah-tengah ragam kompleksitas tersebut, kita baik sebagai akademisi, praktisi maupun sebagai masyarakat dituntut untuk lebih berperan dalam kebersamaan pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Tentu peran tersebut dapat disesuaikan dengan bidang kerja dan bidang fokus kajian masing-masing. Dalam fokus-fokus kajian komunikasi misalnya, terdapat banyak tema yang dapat bersinergis dalam pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Semisal, komunikasi politik, komunikasi pariwisata, komunikasi pemasaran, komunikasi organisasi, hubungan masyarakat dan masih banyak lagi fokus kajian komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Buku ini mencoba membaca segala bentuk dinamika keilmuan komunikasi yang bersinggungan langsung dengan pembangunan daerah dan pengembangan potensi daerah. Sudut pandang yang dikaji pun beragam, mulai ekonomi, politik, sosial dan budaya. Namun tetap dalam perspektif utama yaitu keilmuan komunikasi. Melalui buku ini, para penulis tidak hanya memaparkan aspek-aspek konseptual teoritis melainkan juga menyangkut problematika yang terjadi di daerah-daerah di seluruh Indonesia. Buku ini dapat dijadikan referensi, tidak hanya bagi para mahasiswa atau akademisi melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk pemerintah pusat dan daerah, pelaku industri serta masyarakat luas. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Selamat membaca!

Yogyakarta, 18 November 2017

KATA PENGANTAR EDITOR

Didik Haryadi Santoso., M.A

Dewan Editor & Ketua Konferensi Nasional Komunikasi 2017

Dalam tata kelola negara, tata kelola industri dan tata kelola masyarakat, komunikasi menjadi bagian yang tak terpisahkan. Ia menjadi ilmu sekaligus menjadi jembatan lintas sektoral dalam interrelasi negara, industri dan masyarakat. Keilmuan komunikasi hadir dalam ragam bentuk peran yang taktis dan strategis, khususnya dalam pembangunan dan pengembangan potensi daerah. Hal ini dapat dilihat secara riil melalui tema-tema komunikasi politik, komunikasi pariwisata, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, hubungan masyarakat dan lain sebagainya. Mau tidak mau, komunikasi sebagai ilmu akan berhenti bertarung “memukul udara”, dan bergerak turun dari menara gadingnya. Dalam praktiknya, keterlibatan keilmuan komunikasi dan pengembangan potensi daerah merupakan salah satu contoh bagaimana ia turun dari menara gadingnya, membumi dan bermanfaat bagi tiga interrelasi yang telah disebutkan diatas.

Komunikasi dan pengembangan potensi daerah sudah tentu dapat melalui berbagai macam sektor, sektor negara, pasar, atau sektor publik. Pada sektor negara misalnya, komunikasi politik dan komunikasi organisasi berperan strategis dalam pembangunan daerah. Pada sektor pasar, tema-tema komunikasi pemasaran, *e-commerce*, *integrated marketing communication* turut mendorong tumbuh dan berkembangnya ekonomi-ekonomi kreatif yang tidak pernah terbayangkan pada era-era sebelumnya. Apalagi industri kreatif senantiasa terus bergerak dengan inovasi-inovasi yang cepat tiada henti mulai dari ritel online, produksi konten, sektor transportasi, hingga sektor pariwisata. Sudah tentu, pusat yang mengambil kebijakan taktis strategis dan daerah-daerah sebagai penopangnya.

Buku ini berupaya menghadirkan dinamika pembangunan daerah dan pengembangan potensi daerah perspektif komunikasi. Kesemuanya menyangkut dalam 4 (empat) dimensi sekaligus yaitu, ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Melalui buku ini, para penulis tidak hanya memaparkan

konseptual teoritis melainkan juga menyangkut persoalan-persoalan yang riil terjadi di daerah. Selain itu, melalui buku ini, para penulis juga berupaya memberikan catatan-catatan kritis dan reflektif atas permasalahan yang terjadi. Buku ini dapat dijadikan referensi, tidak hanya bagi para mahasiswa atau akademisi melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk para pengampu kebijakan baik di tingkat pusat, provinsi kabupaten, dan pelaku industri serta masyarakat luas secara umum. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembangunan daerah serta dapat menambah cakrawala keilmuan komunikasi yang lebih meluas, mendalam dan membumi. Akhir kata, selamat membaca!

Yogyakarta, 18 November 2017

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Kata Pengantar Editor	vii
Daya Tarik Pemberitaan Batu Akik di Kalangan Komunitas Batu Akik Kota Bengkulu Sebagai Wujud Industri Kreatif <i>Nurul Fadilah, Dwi Aji Budiman, Yudisiani</i>	1
Eksplorasi Unsur Budaya Lokal dalam Produk Unggulan Kabupaten Lebak <i>Dewi Sad Tanti dan Agustina Zubair</i>	19
Kampung Dongeng Memberi Nilai Tambah dalam Industri Kreatif <i>Safrudiningsih, S.S., M.Ikom</i>	47
Komunikasi Antar Kelompok Agama dan Pemaknaan Toleransi dalam Hubungan Keharmonisan Sosial Keagamaan Di Kota Bekasi <i>Afrina Sari</i>	63
Komunikasi <i>Ingroup</i> dan <i>Outgroup</i> sebagai Penguatan Identitas Kultural (Penguatan Identitas Kultural Keturunan Etnis Arab di Surakarta) <i>Astri Wulandari S.I.Kom., M.A.</i>	83
Komunikasi Kultural dalam Akulturasi Budaya Islam dan Jawa (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kedungjati Kab. Grobogan) <i>Muhamad Nastain, M.IKom</i>	105
Komunikasi Nonverbal Pada Tarian Sakral Di Bali (Studi : <i>Tari Nampyog Nganten</i> Di Pura Samuan Tiga Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar Bali) <i>I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, Ni Gusti Ayu Kartika</i>	123
Lingkungan Hutan Suku Naulu (Makna Komunikasi Lingkungan Masyarakat Adat Suku Naulu Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia) <i>Sulaeman</i>	145

Model Konservasi Hutan Berbasis Religius (Studi Kasus Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh) <i>Riza Hernawati, S.Sos., M.Si.</i>	159
Penguatan Peran Masyarakat Adat dalam Komunikasi Pembangunan Berbasis Lingkungan Hidup di Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat <i>Aliyah Nur'aini Hanum dan Selvianus Saludan</i>	175
Perilaku Komunikasi Antarbudaya Deteni Penghuni Wisma Novri Dengan Masyarakat Setempat (Suatu Studi Etnografi Komunikasi) <i>Abdul Aziz dan Happy Wulandari</i>	189
Analisis Framing Pencitraan Pariwisata Indonesia Pada Majalah Penerbangan Linker <i>Eka Fitri Qurniawati dan Muhd Ar. Imam Riauan</i>	219
Festival Tabut Bengkulu Sebagai Wisata Budaya <i>Rasianna Br. Saragih</i>	233
Film Dokumenter, Citra Daerah dan Dukungan Pemerintah <i>Ressi Dwiana dan Christiany Juditha</i>	251
Humas Internasional dalam Pengembangan Sektor Industri Pariwisata Bahari di Provinsi Kepulauan Riau <i>Welly Wirman dan Ringgo Eldapi Yozani</i>	263
Pengaruh Variabel <i>Special Event</i> dan <i>Organizer Performance</i> Terhadap Kepuasan Exhibitor (Studi Pada Event Ipa Convex 2017) <i>Cheryl Pricilla Bensa</i>	275
Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Adat Dayak dalam Memelihara Kerukunan Hidup Antarumat Beragama di Kota Sosok Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat <i>H.H. Daniel Tamburian</i>	289
Komunikasi Dan Gelar Budaya Studi Kasus Gelar Budaya Pada Tenaga Kerja Wanita Indonesia di Luar Negeri <i>Tresna Wiwitan, Nurrahmawati, dan Neni Yulianita</i>	301
Bakar Tongkang; Sebuah Tradisi Berbalut Ritual Keagamaan Studi Etnografi Komunikasi Di Bagansiapi-Api Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau <i>Genny Gustina Sari</i>	319

Identitas Etnik Masyarakat Keturunan Tionghoa di Suryakencana Bogor <i>Nathalia Perdhani Soemantri dan Muthia Karina</i>	331
Perbedaan Cara Pandang Antara Kaum Muda dan Kaum Tua di Kota Palembang Mengenai Tahapan Pernikahan Adat Palembang (Studi Pada Kaum Muda dan Kaum Tua di Kecamatan Sematang Borang, Kota Palembang) <i>Aprilyanti Pratiwi</i>	347
Proses Transformasi Pada Masyarakat Betawi di Kota Bekasi Melalui Komunikasi Antar Budaya <i>Hamida Syari Harahap</i>	367
Realitas Kebhinekaan Dalam Tradisi Budaya Cian Cui <i>Chelsy Yesicha</i>	387
<i>E-Government & Komunikasi Pariwisata:</i> Telaah Konten & Audien Virtual Pada Praktik <i>E-Government</i> www.visitingjogja.com <i>Didik Haryadi Santoso dan Rosalia Prismarini</i>	403
Persepsi Wisatawan Nusantara Tentang Sapta Pesona di Jakarta (Studi Pada Wisatawan Asal Pontianak, Kendari dan Palembang) <i>Hayu Lusianawati, M.Si</i>	415
BIODATA PENULIS	435

DAYA TARIK PEMBERITAAN BATU AKIK DI KALANGAN KOMUNITAS BATU AKIK KOTA BENGKULU SEBAGAI WUJUD INDUSTRI KREATIF

Nurul Fadilah¹, Dwi Aji Budiman², Yudisiani³

^{1,2,3}Universitas Bengkulu

²dwiaji.bengkulu@gmail.com

PENDAHULUAN

Media massa mempunyai fungsi sebagai alat penyampaian informasi yang mampu menciptakan budaya dan dapat mendorong masyarakat untuk tertarik pada dunia informasi maupun hiburan. Sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, media massa mempunyai tempat tersendiri dalam semua aspek kehidupan. Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah “Sarana penyampaian pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar”. Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38). Oleh karena itu, media massa sangat berperan penting sebagai wadah yang bergerak dibidang pencarian, pengolahan dan penyebarluasan informasi. “Media Massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.” (Cangara, 2004:122).

Peran media massa tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan masyarakat. Media massa sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat, sehingga memunculkan fenomena baru yang melibatkan masyarakat secara aktif. Fenomena-fenomena yang muncul pada setiap dekadanya mengalami perubahan, tetapi diketahui bahwa pada fenomena saat ini yang tengah hadir di masyarakat adalah kemunculan batu akik. Batu akik memiliki daya tarik tersendiri dan batu akik dimiliki oleh masing-

masing daerah khususnya di Indonesia. Kemunculan fenomena batu akik saat ini sudah tentu menjadi salah satu pendorong bagaimana masyarakat mencari dan mengolah batu akik secara baik dan benar. Fenomena batu akik ini juga erat kaitannya melalui pengaruh media massa, sehingga penyebaran informasi itu secara meluas dan secara simultan menimbulkan keseragaman informasi terhadap perkembangan batu akik di Indonesia.

Fenomena batu akik tidak hanya hadir di media massa cetak, namun elektronik dan online. Bahkan beberapa majalah pun mengkhususkan temanya berkaitan dengan batu akik. Disadari atau tidak perkembangan batu akik yang ada di Indonesia khususnya provinsi Bengkulu memiliki keterkaitan dengan munculnya informasi baik berupa pemberitaan maupun tulisan yang hadir di media massa. Perkembangan batu akik itu juga menciptakan komunitas-komunitas baru diantara para penggemar batu akik. Bahkan sekarang batu akik memiliki nilai tersendiri dari yang harganya hanya ratusan ribu rupiah bisa mencapai puluhan bahkan ratusan juta rupiah sehingga menciptakan industri kreatif dikalangan komunitas batu akik. Perkembangan batu akik inilah yang menimbulkan keseragaman orang yang ada baik di daerah-daerah untuk berlomba-lomba menggali potensi batu akik yang ada di daerahnya masing-masing.

Tren menggunakan batu cincin akik begitu merebak akhir-akhir ini. Peminatnya pun kini sudah meluas ke kawula muda dan kalangan menengah. Bahkan mereka tak segan-segan mengeluarkan uang hingga ratusan juta rupiah hanya untuk mendapatkan sebuah batu akik. Hal tersebut mendorong perajin dan penjual batu akik semakin menjamur di seluruh kota di Indonesia khususnya kota Bengkulu. Omzet yang menggiurkan juga menjadi alasan para penjual batu akik semakin banyak menggelar dagangan batu cincinnya, baik di pinggir jalan, pusat perbelanjaan, pusat penjualan batu akik dan permata, bahkan bermunculan situs-situs online. (<http://www.artikelbatupermata.com/2015/03/cara-mudah-membuatbatu-cincin-sendiri.html>).

Masyarakat Bengkulu sedang digandrungi virus batu akik. Batu akik menjadi obrolan hampir di semua kalangan. Kapanpun dan dimanapun. Hampir di ruas jalan, pertokoan serta pemukiman ditemukan lapak yang menjajakan batu akik dan tempat mengasah batu akik. Melihat fenomena ini, wajar saja bila helatan kontes batu akik yang digelar dalam rangka HUT Kota Bengkulu dipenuhi oleh lebih dari 500 orang penggemar batu. Suasana

tersebut tampak di hari pertama kontes yang dibuka pukul 08.00 WIB di Aula Dinas Pendidikan (Dispendik) Provinsi. (<http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/2015/03/20/dari-kontes-batu-akik-hut-kota-bengkulu-pamer-koleksi-dari-kaur-hingga-mukomuko/>)

Fenomena batu akik memang menimbulkan hal-hal yang terkadang di luar nalar bagi mereka yang tidak begitu memahaminya. Namun bagi para penggemarnya, batu akik seakan menjadi sesuatu yang wajib untuk dimiliki bahkan dikoleksi. Masalah harga sepertinya urusan kedua, meski kadang-kadang harga tersebut begitu fantastis. Seperti yang terjadi di Kota Bengkulu, seorang kolektor batu akik berani menukarkan dua buah mobil Pajero-nya dengan batu akik kecubung junjung derajat milik Herawansyah. Artinya, kolektor tersebut berani membeli batu akik milik Herawansyah dengan harga sekira Rp1 miliar sesuai dengan nilai jual dua mobil Pajero. Namun sayang, sang kolektor harus gigit jari, karena Hermansyah enggan untuk menjual batu akik miliknya. (<http://news.okezone.com/read/2015/04/22/234/1138265/batu-akik-kecubungjunjung-derajat-ditawar-rp1-miliar>)

Tidak bisa dipungkiri bahwa fenomena ini memunculkan orang untuk secara instan menggemari batu akik. Pengaruh dan derasnya media bisa mengakibatkan seseorang masuk dalam sebuah fenomena baru dalam hal ini adalah menggemari batu akik. Salah satu penggemar batu akik yang masuk dalam komunitas batu akik mengatakan bahwa pengaruh media massa cetak maupun elektronik sangat besar dalam menciptakan komunitas-komunitas baru.

“Saya menggemari batu akik dari tahun 80an. Hanya saja sekarang dengan media yang mengangkat tentang batu akik ini sehingga dapat kita lihat semeriah ini pencinta batu akik. Dapat dilihat pula hampir disetiap kalangan, dan menurut saya daya tarik media massa sangat mempengaruhi untuk orang-orang berbondong-bondong memiliki berbagai jenis batu akik. (Hasil wawancara dengan Komunitas Batu akik kota Bengkulu, 2015)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa batu akik kini telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat sebagai salah satu faktor penunjang yang tidak hanya sebagai model fashion tetapi juga batu akik menjadi ladang mata pencarian bagi seseorang. Oleh karena itu juga batu akik terus berkembang melalui pemberitaan-pemberitaan yang ada di media massa. Melihat fenomena-fenomena tersebut serta munculnya majalah-

majalah yang mengangkat tentang batu akik seperti Trubus, Harian Kompas, bahkan majalah yang membahas khusus tentang batu akik yaitu majalah Gemstone, bahwa batu akik memang menjadi salah satu bentuk atau memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap masyarakat. Dari fenomena tersebut, maka peneliti tertarik melihat sejauh mana peran media massa dalam memberitakan batu akik yang menimbulkan fenomena-fenomena ditengah-tengah masyarakat. Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana daya tarik pemberitaan batu akik di kalangan komunitas batu akik Kota Bengkulu sebagai wujud industri kreatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemberitaan Media dan Peran Media Massa

Banyak orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Dengan kata lain, dapat dikatakan belum ada definisi berita secara universal. Untuk memperkuat penyajian atas peristiwa apa yang sedang kita pantau dan bagaimana menyajikannya, reporter pencari berita harus mempunyai definisi sendiri mengenai lingkup pekerjaannya. Dalam buku *Here's the News* yang dihimpun oleh Paul De Maeseneer, berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian baru, penting, dan bermakna (significant), yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka (Olii, 2007:25). Definisi berita tersebut mengandung unsur yang;

- a. Baru dan penting
- b. Bermakna dan berpengaruh
- c. Menyangkut hidup orang banyak
- d. Relevan dan menarik

Kategori berita merupakan kategori terbesar dalam sajian media. Berita bisa saja berupa propaganda, informasi salah, dan informasi yang menyimpang atau berita yang noninformatif. Menurut Walter Lippman (Mcquail, 1996: 190), berita bukanlah cermin kondisi sosial, tetapi laporan tentang salah satu aspek yang telah menonjolkannya sendiri. Dengan demikian, perhatian masyarakat diarahkan pada hal-hal yang menonjol dan bernilai untuk diperhatikan. Pemberitaan atau reportase adalah laporan lengkap ataupun interpretatif (telah disajikan sebagaimana

dianggap penting oleh redaksi pemberitaan) ataupun berupa pemberitaan penyelidikan (*investigatif reporting*) yang merupakan pengkajian fakta-fakta lengkap dengan latar belakang, trend/kecenderungan, yang mungkin terjadi di masa mendatang. Definisi lain dari berita, menurut Doug Newson dan James A dalam *Media Writing : News for the Mass Media* (1985:11) mengemukakan dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat (dalam Sumadiria, 2005:64). Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Batasan-batasan yang diberikan oleh tokoh-tokoh lain mengenai berita, yang dikutip Assegaff, 1983 (dalam Mondry, 2008:132-133) antara lain sebagai berikut : a. M. Lyle Spencer, dalam buku *News Writing* menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. b. Williard D. Bleyer, dalam buku *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut. William S. Maulsby dalam buku *Getting in News* menulis, berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. d. Eric C. Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum. Setelah merujuk kepada beberapa definisi diatas, meskipun berbeda-beda namun terdapat persamaan yang mengikat pada berita, meliputi : menarik perhatian, luar biasa dan termasa (baru). Karena itu, bisa disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Sumadiria, 2005:65).

Sementara Peran media massa secara umum adalah sebagai sarana atau sumber informasi dalam komunikasi massa. Hal ini dapat dilihat apabila media massa dijadikan sebagai salah satu wadah untuk menyebarkan informasi. Dikutip dari Prof. Dr. H.M Burhan Bungin, S.Sos. M.Si. dalam bukunya yang berjudul *Sosiologi Komunikasi* (2007:85), media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*,

yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan sebagai berikut: a. Media massa sebagai institusi pencerahan masyarakat. Media massa dapat digunakan sebagai sarana edukasi yang mendidik masyarakat dengan berita atau informasi yang disampaikannya sehingga membuat pikiran masyarakat menjadi lebih cerdas, maju dan terbuka. b. Media massa menjadi media informasi. Dengan adanya media massa maka masyarakat dapat mengetahui informasi yang ada dan menjadi masyarakat yang kaya akan informasi. c. Media massa sebagai hiburan dan institusi budaya. Selain sebagai sumber informasi, media massa juga dapat digunakan masyarakat sebagai sarana hiburan dan sebagai institusi budaya. Media massa berperan untuk menjaga masyarakat dari kebudayaan yang dapat merusak moral maupun kehidupan sosial.

Komunitas Batu Akik Bengkulu

Bengkulu Agate Community (BAC), merupakan salah satu komunitas batu akik Bengkulu yang cukup eksis. Komunitas ini dibentuk 23 Februari 2013 lalu, diketuai oleh Dr. Agus Gunawan, Wakil Ketua Dita M. Haikal, dan Sekretaris Endang Mulfiko. Terbentuknya komunitas ini berawal dari sering kumpulnya kolektor dan beberapa perajin batu akik. Kemudian tercetus ide membentuk komunitas. Februari 2013 digelar pertemuan para kolektor dan perajin. Saat itu hadir 30 orang, lalu dibentuk kepengurusan, mengurus akta notaris kemudian langsung menyusun program kerja. Anggota BAC di dominasi oleh para kolektor batu akik di Bengkulu. Dibentuknya komunitas ini diharapkan menjadi wadah silaturahmi dan promosi batu akik Bengkulu, sehingga batu akik bengkulu akan terkenal di seluruh Indonesia khususnya dan dunia umumnya. BAC sendiri menjalankan beberapa agenda kegiatan di antaranya Pameran batu akik dan juga mengadakan seminar tentang batu akik.

Untuk pameran, BAC telah mengadakan pameran sebanyak dua kali. Pameran Pertama di adakan pada tanggal 25 s/d 26 Desember 2013 yang bertempat di Bencoolen Mall-Pantai Panjang Bengkulu sedangkan pameran kedua bertempat di Balai Adat Kota Bengkulu, yang dilaksanakan pada tanggal 7-10 November 2013. BAC juga mengadakan seminar tentang bebatuan bertempat di Teraace Pasir Putih-Pantai Panjang Bengkulu pada tanggal 27 April 2014 yang dihadiri oleh ahli geologi, serta peneliti dari

Universitas Bengkulu (Unib). Ada cukup banyak jenis batu akik yang berasal dari Bengkulu. Salah satu batu yang populer yakni batu cempaka Bengkulu. Ada beberapa tipe warna, seperti warna merah (cempaka merah), kuning (limau manis), dan putih (baiduri/biduri).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, Bogdan dan Taylor (1998:34) berpendapat bahwa “Penelitian kualitatif adalah merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata–kata tulisan, atau lisan dari orang–orang dan perilaku yang diamati. Penelitian yang bersifat deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh informasi–informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat antara kaitan–kaitan yang ada. Penelitian dengan sifat deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak mencari atau tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi penelitian deskriptif ini dilakukan berusaha untuk menggambarkan dan menjabarkan daya tarik pemberitaan batu akik di kalangan komunitas batu akik Kota Bengkulu sebagai wujud industri kreatif.

PEMBAHASAN

Fenomena Batu Akik

Fenomena batu akik sedang melanda sebagian masyarakat kita. Dimana-mana terjadi obrolan yang seru tentang batu akik. Tidak saja para orang tua, pemuda tetapi juga dikalangan pelajar sampai tingkat sekolah dasar. Setiap harinya membicarakan tentang batu akik. Yang lebih parah lagi, banyak yang alih profesi, seperti dari profesi petani menjadi penambang atau pedagang batu akik.

Batu akik kini mulai di gandrungi lagi semenjak Presiden SBY memberikan hadiah cinderamata kepada Presiden Amerika Obama. Ketenaran batu yang biasa disebut orang luar dengan gemstone ini, membuka peluang bisnis baru bagi masyarakat di Indonesia. Peminatnya pun semakin bertambah dari hari ke hari. Hal ini dikarenakan bentuknya yang sangat khas dan terkesan elegan. Penyuka batu akik atau gems stone ini bukan hanya kalangan bawah saja namun juga banyak dari kalangan atas. Seperti halnya di Kota Bengkulu, dengan boomingnya fenomena batu akik

Walikota H. Helmi Hasan, SE mencanangkan 10 Maret sebagai Akik Day atau 58 Hari Batu Akik se-Dunia. Pencanangan itu mengambil momentum Hari Ulang Tahun (HUT) Kota Bengkulu ke-296.



Walikota Bengkulu mencanangkan Hari Batu Akik (sumber: googleimage.com)

Pencanangan Hari Batu Akik se-dunia kata Helmi merupakan upaya Pemkot mengangkat nama Bengkulu. Boomingnya fenomena batu akik membuat pengrajin batu akik dan penjual batu akik menjamur dimana-mana khususnya Kota Bengkulu, dan dari fenomena batu akik ini juga mulai diadakan pameran-pameran batu akik di Kota Bengkulu.



Gambar 13. Penjual batu akik (sumber: peneliti)



Pengrajin batu akik di pasar panorama (sumber: peneliti)



Gambar Suasana pembukaan pameran yang diadakan komunitas Bengkulu Agate community (sumber:bengkuluagatecommunity.com)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu komunitas batu akik di Kota Bengkulu yaitu komunitas Bengkulu Agate Community (BAC) mengenai fenomena batu akik seperti yang diungkapkan oleh Dr. Agus Gunawan.

“Saya menggunakan batu akik jauh sebelum boomingnya batu akik seperti sekarang ini di masyarakat, dan di komunitas Bengkulu Agate Community juga sudah lama terbentuk bukan karena boomingnya batu akik seperti sekarang ini. Banyak alasan orang untuk menggunakan batu akik, ada orang yang menggunakan untuk menyangkut dalam hal mistis, ada juga di lihat dari keindahan dari batu akik itu sendiri. Saya pribadi tertarik menggunakan batu akik ini bukan apa-apa, saya tertarik akan keindahan yang terdapat dari batu akik itu sendiri, dari keanekaragaman jenis serta warnanya yang indah-indah”.

Pernyataan Dr. Agus Gunawan tersebut diperkuat juga oleh pernyataan Endang Mulfiko selaku sekretaris Komunitas Bengkulu Agate Community (BAC).

“Yang membuat saya tertarik salah satu alasannya yaitu karena hobi, karena ketika orang hobi, apapun saja akan dipenuhi untuk hobi tersebut. Dan komunitas Bengkulu Agate Community ingin mengubah mindset masyarakat dari yang percaya menggunakan batu akik menyangkut dengan hal yang mistis sekarang telah menjadi realistis dan ekonomis. Selain itu yang membuat tertarik yaitu karena keunikan warna dan motifnya. Beberapa akik memiliki serat yang unik. Terkadang ditemui akik yang memiliki

tulisan, gambar atau lafalz tertentu, sehingga menjadi begitu mahal”.

Dari dua pernyataan diatas menunjukkan bahwa pandangan masyarakat kepada batu akik telah bergeser persepsinya, yang dahulu akik hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja dan bisa dibilang berbau mistis, sekarang mindset masyarakat sudah berbeda. Masyarakat menggemari untuk menggunakan batu akik karena melihat dari keindahan dari macam-macam jenis batu akik dengan berbagai macam warna yang membuat batu akik sekarang menjadi incaran di hampir semua kalangan masyarakat. Tidak hanya dari kelas bawah, sekarang kelas atas pun ikut meramikan fenomena batu akik hingga menjadikan bisnis dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Fenomena Batu Akik Pada Pemberitaan Media Massa

Pemberitaan fenomena batu akik, sebagai fenomena sosial adalah hal yang sangat wajar diekspose, dikenal dan dibahas. Dalam hal ini media massa memiliki penting dalam penyebarluasan pemberitaan. Cukup menarik, pasalnya kenapa popularitas batu akik tiba-tiba meningkat begitu tajam dan melambungkan harga beli dan jualnya menjadi tidak rasional. Seperti pernyataan Faisal Eriza salah satu anggota Komunitas Bengkulu Agate Community (BAC) ia mengatakan bahwa media sangat berperan dalam boomingnya fenomena batu akik.

“Peran media sangat mempengaruhi dalam boomingnya fenomena batu akik saat ini, karena seperti yang kita ketahui dahulu sebelum boomingnya batu akik ini orang banyak belum mengetahui jenis batu akik, baik dari kalangan anak muda, ibu-ibu serta bapak-bapak, mereka belum menggandrungi batu akik. Setelah boomingnya fenomena batu akik ini kita bisa lihat banyak banyak orang-orang yang mulai menggemari batu akik, di mulai dari anak SD sampai ibu-ibu menggemari batu akik. Itu semua karena peran dari media yang telah mengangkat fenomena batu akik seperti sekarang ini. Jadi kami pecinta batu akik dan komunitas batu akik ini sangat berterima kasih pada media massa baik elektronik maupun cetak yang telah mengangkat batu akik sehingga menjadi fenomena seperti sekarang ini, karena batu akik ini merupakan warisan budaya dan seni yang harus dilestarikan”.

Dari pernyataan informan di atas membuktikan bahwa batu akik sekarang tidak hanya di gemari oleh bapak-bapak saja, namun sekarang mulai dari anakanak, remaja, bahkan ibu-ibu. Hal senada juga disampaikan oleh Endang Mulfiko selaku sekretaris komunitas Bengkulu Agate Community (BAC) yang menyatakan bahwa media massa berpengaruh dalam fenomena batu akik saat ini.

“Media massa berpengaruh dalam fenomena sosial ini, kemudian seperti apakah pengaruh komunikasi media massa terhadap masyarakat, Apakah pemberitaan media massa mengenai batu akik benar-benar menarik semua masyarakat untuk menggemarnya. Fenomena ini layaknya jamur yang terus menyebar di seluruh plosok negeri. Entah apa penyebab bangkitnya fenomena ini, padahal tren batu akik sudah mulai menghilang sejak lama dan kini muncul kembali sebagai fenomena baru. Maraknya fenomena ini tak terlepas dari peran media yang selalu memblow up tentang batu yang satu ini”.

Jawaban dari Faisal Eriza dan Endang Mulfiko menunjukkan bahwa Jika kita membicarakan tentang peran media massa dalam fenomena batu akik ini, tentu media massa sangat berperan penting dalam boomingnya fenomena batu akik saat ini. Fenomena baru ini cukup banyak mengundang perhatian, pasalnya dengan maraknya fenomena ini banyak orang yang beralih profesi menjadi penjual batu akik. Hasilnya pun sangat fantastis. Kita bisa melihat penjual batu akik menjamur disetiap sudut kota, kaki lima, trotoar bahkan di pusat perbelanjaan mewah sekalipun. karena pemberitaan berbagai media, sehingga ke berbagai pelosok batu akik jadi terkenal. Pengaruh media terletak pada diri kita sendiri-dalam cara kita memilih untuk memungkinkan media mempengaruhi kehidupan kita.

Yadi Hermanto juga menambahkan bawasannya boomingnya batu akik ini telah mendatangkan keuntungan yang sangat besar baginya. Dapat dibuktikan pula pada pemberitaan di bawah ini bahwa semenjak boomingnya batu akik di masyarakat, pengrajin batu akik mulai kebanjiran pesanan.

“Saya sangat bersyukur dengan memboomingnya batu akik ini sehingga menjadi fenomena seperti saat ini. sebelum boomingnya batu akik ini penghasilan saya paling tinggi perhari kurang lebih Rp. 100.000,- setelah boomingnya batu akik ini tentu ada peningkatan omzet yang saya dapat. Yang dulu

seperti yang saya bilang tadi, sekarang bisa mencapai jutaan rupiah. Kalau bisa kami sebagai pengrajin batu akik ini, mohon diberi bantuan pinjaman modal untuk menambah alat-alat asah batu, dan semoga pemerintah kota memberikan perhatian, karena ini juga salah satu untuk pengembangan potensi dari kota Bengkulu dengan jenis batunya yang bagus dan terkenal hampir di Indonesia”.

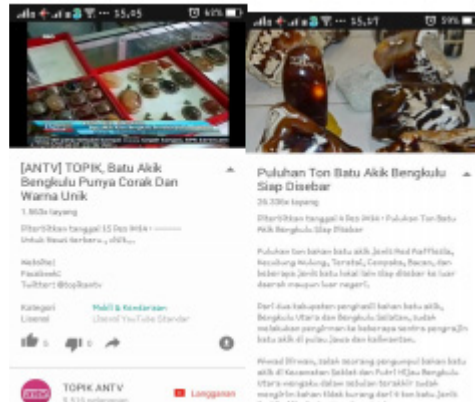
Selain itu Arie Saputra sebagai wartawan juga menambahkan bahwa pemberitaan media massa juga menjadikan batu akik Bengkulu memiliki nilai atau brand tersendiri pada masyarakat luas.

“Bukan hal yang asing jika Bengkulu adalah salah satu daerah penghasil batu mulia di Indonesia, yang telah dikenal para pecinta batu mulia sejak jaman dahulu. Tengok saja varian masa lampau dari tanah Bengkulu seperti cempaka, kecubung wulung, teratai dan pancawarna Bengkulu yang memiliki keunikan tersendiri. Batuan Chalcedony yang tersebar diseluruh dunia hingga Indonesia, menjadikan provinsi Bengkulu sebagai salah satu surga batuan Chalcedony di tanah air. Bengkulu kini telah menyiapkan batu-batu mulia terbaik mereka seperti, red rafflesia, orange rafflesia, yellow rafflesia, dan white rafflesia. Dan ini telah terbukti bahwa pemberitaan media massa telah menjadikan Bengkulu mempunyai batu akik khas tersendiri, dan telah ada diterbitkan pada majalah Indonesia Gemstone yang membahas khusus tentang batu akik khas Bengkulu pada edisi XV-Desember 2014 “The Amazing Rafflesia Chalcedony From Bengkulu”.

Batu Akik Bengkulu Sebagai Industri Kreatif

Provinsi Bengkulu tak kalah dengan daerah lain di Indonesia soal keberadaan bongkahan batu akik. Di provinsi ini ada bongkahan batu akik jenis cempaka (chalcedony) yang disebut dengan Rafflesia. Rafflesia sendiri terdiri dari empat jenis, yakni Red Rafflesia (batu akik merah), Yellow Rafflesia (kuning sunkis), White Rafflesia (bening kinyang), dan Orange Rafflesia (cempaka limau manis). Dari fenomena batu akik telah membuat nama Kota Bengkulu menjadi sering di sebut-sebut di Indonesia, karena keindahan dari bebatuan yang berasal dari Provinsi Bengkulu. Pesona batu akik khas Provinsi Bengkulu ini sangat begitu menggoda dan banyak dicari oleh para pencinta batu mulia di Indonesia. Batu rafflesia merupakan batu yang memiliki tingkat kristal yang sangat baik dan berkualitas tinggi,

jika kita menyenter bongkahan batu rafflesia ini akan terlihat tembus dan mengeluarkan cahaya. Penamaan pada batu ini tak lepas dari kemiripan warnanya dengan warna bunga 'Rafflesia' yang selama ini kita kenal.



(sumber: <http://m/youtube.com>)

Tidak hanya Rafflesia saja, masih banyak jenis-jenis batu akik dengan keindahan lainnya. Dengan banyak ragamnya warna dari batu akik tersebut, tentu ada warna yang menjadi favorit bagi setiap penggemar batu akik. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Endang Mulfiko sebagai sekretaris Komunitas Bengkulu Agate Community (BAC).

“Di komunitas BAC sebenarnya lebih ke panca warna dan motif, karena di kalangan penghobi itu kolektor, kolektor biasanya mengkoleksi batu-batu unik yang langka. Sedangkan sekarang yang booming itu batu red rafflesia (batu cempaka) chalcendony warnanya merah, oren, putih. Dan untuk individu saya sendiri saya lebih menyukai pancawarna. Alasan saya menyukai batu pancawarna ini karena keindahan dari batu itu sendiri membuat saya sangat tertarik dengan batu jenis warna ini, selain itu masih banyak jenis batu akik koleksi saya”.

Pernyataan Endang Mulfiko tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Faisal Eriza.

“Di tahun 2015 ini, batu akik lagi trend benar saat ini, tak terkecuali beberapa teman saya banyak sekali yang memakai batu akik untuk menghiasi jari-jari manisnya dengan rata-rata ukurannya saya lihat relatif besar juga. Apalagi di dalam komunitas Bengkulu Agate Community, bisa di lihat seberapa banyak koleksi batu mereka. Sayapun kebetulan memang menyukai

warna merah, jadi saya lebih suka dengan warna merah. Akan tetapi saya juga tak jarang mengganti warna lain untuk meroling agar tidak merasa bosan. Batu akik warna merah dari salah satu koleksi yang saya pakai yaitu red raflesia, karena batu red raflesia berasal dari daerah kota Bengkulu, kita sebagai warga Bengkulu harus bangga dengan batu akik yang berasal dari daerah kita sendiri”.

Hal serupa juga disampaikan Yadi Hermanto salah satu pengrajin batu akik yang ada di Kota Bengkulu.

“Untuk jenis batu yang sering diolah disini sebenarnya tergantung pada selera individu masing-masing, tapi rata-rata pada umumnya kebanyakan mengolah jenis chalcendony seperti red raflesia, limau manis, sunkis, yellow raflesia, white raflesia yaitu yang berasal dari daerah Bengkulu, selain itu banyak jenis batu dari daerah lain seperti bacan, lavender, giok, dan masih banyak jenis batu yang lainnya. untuk penjualan sendiri untuk saat ini yang paling laris laku terjual merupakan batu warna hijau. Warna hijau lebih sering laku karena identik dengan tipe bacan. Tipe ini banyak digandrungi dan kebetulan warna bacan lebih kehijau-hijauan menjadi favorit konsumen. Tetapi warna lain juga tidak kalah populernya”.

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Sebagai besar masyarakat kota Bengkulu khususnya pada komunitas Bengkulu Agate Community (BAC) lebih menggemari batu jenis red rafflesia yang berasal dari daerah Bengkulu, karena batu jenis Batu akik red Rafflesia atau yang juga disebut Batu Cempaka merah ini merupakan batu alam asli Bengkulu. Batu ini masuk kategori Red Carnelian Chalcedony dan termasuk salah jenis batu akik populer di Indonesia sehingga sering kali menjadi pembicaraan di kalangan kolektor dan penghobi di Kota Bengkulu.

Selain red raflesia yang menjadi favorit di komunitas Bengkulu Agate Community (BAC) batu pancawaran juga menjadi salah satu favorit yang digunakan para komunitas batu akik. Batu Pancawarna merupakan salah satu batu yang unik yang banyak dicari oleh para pengkolektor batu atau yang sekedar hobi batu saja, sesuai dengan namanya yaitu Pancawarna, Panca yang berarti lima dan warna yang berarti Warna jadi batu ini dikenal karena keanekaragaman warna yang dimilikinya, terkadang juga warna batu yang terdapat didalamnya bisa lebih dari lima.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik sebagai berikut :

1. Pandangan masyarakat kepada batu batu akik telah bergeser persepsinya, yang dahulu akik hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja dan bisa dibilang berbau mistis, sekarang mindset masyarakat sudah berbeda. Masyarakat menggemari untuk menggunakan batu akik karena melihat dari keindahan dari macam-macam jenis batu akik dengan berbagai macam warna yang membuat batu akik sekarang menjadi incaran di hampir semua kalangan masyarakat. Tidak hanya dari kelas bawah, sekarang kelas atas pun ikut meramikan fenomena batu akik hingga menjadikan bisnis dan menciptakan lapangan pekerjaan hingga menjadikan batu akik sebagai industri kreatif.
2. Dari fenomena batu akik telah membuat nama Kota Bengkulu menjadi sering di sebut-sebut di Indonesia, karena keindahan dari bebatuan yang berasal dari Provinsi Bengkulu. Pesona batu akik khas Provinsi Bengkulu ini sangat begitu menggoda dan banyak dicari oleh para pencinta batu mulia di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, Tatang M. 1995. *Menyusun Rencana Penelitian* : cet. III. Jakarta : PT. Raja
- As.Haris.Sumadiria, 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Barker, Chris. 2004: *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Bogdan dan Taylor. 1989. *MPS*. Bandung.
- Bronson, William H., 1983, *Macroeconomics Theory and Policy*, New York
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Bungin,Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* : Cetakan ketiga. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Prasada.
- _____. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prada.
- Jalaludin Rakhmat, 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Faisal, Sanafiah. 1990. *Penelitian Kualitatif : Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Yayasan Asah-Asih-Asuh, Malang. Grasindo. Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- McQuail. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* edisi ke-2. Jakarta: Erlangga
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- Olii, Helena. 2007. *Berita dan Informasi Jurnalistik Radio*, Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang,

- Palapah, M O, dan Atang Syamsudin, *Studi Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Unpad, Bandung, 1991
- Strinati, Dominic, *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, 2004.
- Soehadi, Burhan. 1978. *Media Komunikasi Massa dan Perannya dalam Pembentukan Opini Publik*. Medan : fakultas Hukum USU.
- Sunarti. 2003. Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Perumahan secara Kelompok. *Jurnal Tata Loka*. Semarang: Planologi UNDIP.
- Sugiyono. 2006. *Metodelogi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wahyudi, J.B, *Media Komunikasi Massa*, Bina Cipta, Jakarta, 1996
- Dokumen :UU No. 40 tahun 1999 tentang pers atau media massa
- Online :**
- <http://www.merdeka.com/peristiwa/tips-membedakan-batu-akik-asli-dan-palsulipsus-batu-akik-2.html>
- <http://pusatbatu.com/batu-bacan-baik-untuk-kesehatan-badan>
- <http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/2015/01/26/demam-batu-akik-dari-sekedarhobi-kini-jadi-bisnis-menjanjikan-red-rafflesia-dan-bacan-booming-hargahingga-rp-300-juta/>
- <http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/2015/03/11/10-maret-walikota-canangkanhari-batu-akik-se-dunia/>
- <http://indonesian.irib.ir/editorial/cakrawala/item/92974-batu-akik-dan-histeriamassa>
- <http://news.okezone.com/read/2015/04/22/340/1138265/batu-akik-kecubungjung-derajat-ditawar-rp1-miliar>
- <http://sains.kompas.com/read.2015/02/08/16000041/Batu.Akik.dan.Asal.Usul.dari.Magma>
- <http://www.bukan.info/2015/03/tahukan-anda-inilah-yang-pernah-membuat.html>
- <http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer>

EKSPLORASI UNSUR BUDAYA LOKAL DALAM PRODUK UNGGULAN KABUPATEN LEBAK

Dewi Sad Tanti dan Agustina Zubair¹

¹ Dosen Fikom Universitas Mercu Buana Jakarta

¹ dstanti@gmail.com dan agustina.zubair.yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Sistem perekonomian Indonesia memberikan kesempatan luas kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha dan kegiatan ekonomi. Hingga saat ini sektor-sektor yang menjadi penyumbang terbesar di Indonesia dan digerakkan oleh rakyat adalah pertanian, perikanan serta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Sektor UMKM pada tahun 2014 merupakan kontributor terbesar dalam produk domestik bruto Indonesia mencapai 59.08%. Kondisi itu menunjukkan UMKM merupakan salah satu faktor vital dalam perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah mengembangkan beragam kebijakan guna menjaga pertumbuhan dan kontribusi UMKM dapat terjaga (Bank Indonesia, 2015).

Berdasarkan data statistik Indonesia tahun 2016 yang dikeluarkan oleh Biro Pusat Statistik (BPS) jumlah usaha mikro sebanyak 3.385.851 dan usaha kecil sebanyak 283.022. Sedangkan nilai tambah yang dihasilkan dari usaha mikro adalah Rp130.701,49 Triliun dan usaha kecil adalah Rp90.039,047 Triliun yang tersebar di 33 jenis industri.

Salah satu tantangan pengembangan UMKM adalah era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sudah disepakati dan akan menjadi bagian keseharian masyarakat Indonesia. Tantangan terbesar dalam menghadapi kompetisi yang begitu ketat, tentu sumberdaya manusia menjadi kunci utama. Namun demikian, iklim kompetisi yang ada juga mensyaratkan adanya daya saing dari setiap karya dan produk sumberdaya manusia. Jika tidak akan membuat negara dengan daya saing produk hanya akan menjadi pasar bagi negara lain yang memiliki produk kompetitif.

Jumlah penduduk mencapai 241 juta membuat Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi atau konsumsi terbesar di kawasan ASEAN. Kondisi itu sebenarnya disadari pemerintahan Joko Widodo – Jusuf Kalla. Namun demikian, pemberitaan media massa masih cenderung pada ketidaksiapan Indonesia dalam menghadapi MEA, baik dari aspek sumberdaya manusia maupun produk industri maupun UMKM.

Kekhawatiran akan daya saing produk lokal, termasuk UMKM muncul sejak dibukanya perdagangan bebas ASEAN-China (*ASEAN-China Free Trade Agreement/ACFTA*) pada 2010. Ketika itu banyak produk buatan negeri Tiongkok merambah masuk pasar lokal dengan harga lebih murah dari produk UKM Indonesia. Melalui MEA 2015 akan mendorong membanjirnya barang-barang dari negara-negara ASEAN ke Indonesia dan mengambil sisa pangsa pasar yang selama ini dikuasai oleh UMKM.

Pada tahun 2016, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Lebak, Banten tercatat 49.217 unit usaha, terdiri dari mikro 48.599 unit, kecil 608 unit, dan menengah 10 unit. Hingga kini menyerap tenaga kerja lokal sekitar 89.346 orang sehingga dapat menyumbangkan kesejahteraan masyarakat di daerah itu (2016, republika.co.id).

Pertumbuhan sektor perekonomian di Kabupaten Lebak yang relatif dominan adalah sektor pertanian dan sektor jasa-jasa. Permasalahan yang kerap dihadapi oleh para pengusaha/pengrajin industri kecil antara lain adalah keterbatasan pengetahuan/keterampilan dalam teknik produksi dan manajemen usaha. Padahal potensi sumberdaya alam di Kabupaten Lebak belum dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai akibat keterbatasan teknologi dan modal usaha serta jaringan pemasaran yang belum meluas (RPJPD Kabupaten Lebak 2005-2025).

Selain permasalahan tersebut diatas, salah satu kultur yang menarik di Kabupaten Lebak adalah adanya komunitas Badui, selain itu hampir di setiap desa memiliki keunikan tersendiri. Oleh karena itu, menarik dikaji mengenai konteks budaya lokal yang disajikan dalam produk UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan akan melakukan penelusuran awal dan identifikasi model pengemasan unsur budaya lokal dalam kemasan produk UMKM Unggulan di Kabupaten Lebak, Banten.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menggambarkan model pengemasan unsur budaya lokal dalam kemasan produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Unggulan

Kabupaten Lebak, Banten. Sebagai langkah awal eksplorasi penelitian ini akan dilanjutkan dengan penelitian berikutnya untuk mengembangkan potensi UMKM berbasis budaya lokal.

KAJIAN PUSTAKA

Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, ada perbedaan definisi antara usaha mikro, kecil dan menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu.

Sementara, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria tertentu.

Adapun, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih tertentu.

Tabel 2. Kategori Ukuran Usaha Berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha mikro	Maksimal Rp. 50 Juta	Maksimal Rp. 300 Juta
Usaha kecil	> Rp. 50 Juta – Rp 500 Juta	> Rp. 300 Juta – Rp 2,5 Miliar
Usaha menengah	> Rp. 500 juta – Rp 10 Miliar	> Rp. 2,5 Miliar – Rp. 50 Miliar

Sumber: Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008

Namun demikian dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM sektor ini merupakan penyumbang product domestic bruto (PDB) terbesar bagi Indonesia. Berdasarkan data dari Departemen Koperasi

dan UMKM sektor ini mampu menghasilkan PDB sebesar 60,34% (Rp 5.440 Triliun), dengan laju pertumbuhan sebesar 11,71% pertahun (Data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2013). Selain itu UMKM secara geografis tersebar di seluruh tanah air, di semua sektor. Memberikan layanan kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat. Multiplier effect-nya tinggi. Merupakan instrumen pemerataan pendapatan dan mengurangi ketimpangan kesejahteraan masyarakat.

Dari data yang telah diuraikan dapat terlihat dengan jelas tingkat signifikansi UMKM bagi perekonomian Indonesia. Namun demikian masih banyak tantangan dan hambatan yang harus diatasi oleh sektor UMKM agar tetap menjadi garda terdepan perekonomian Indonesia.

Keunggulan Lokal dan Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN

Keunggulan lokal suatu daerah dapat dipahami sebagai segala sesuatu menjadi ciri khas kedaerahan baik itu aspek ekonomi, budaya, komunikasi, ekologi, dan teknologi. Beberapa referensi juga menyebutkan bahwa keunggulan lokal daerah dapat diartikan sebagai hasil bumi, kreasi seni, tradisi budaya, pelayanan, jasa, sumber daya alam, sumber daya manusia atau hal lain yang menjadikan daerah memiliki keunggulan (Asmani, 2012:54).

Indonesia tengah bersiap menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. Dampak terciptanya MEA adalah pasar bebas di bidang permodalan, barang dan jasa, serta tenaga kerja. Adapun tujuan dibentuknya MEA adalah untuk meningkatkan stabilitas perekonomian dikawasan ASEAN, serta diharapkan mampu mengatasi masalah-masalah di bidang ekonomi antar negara ASEAN. Hal ini dikarenakan ASEAN merupakan kekuatan ekonomi ketiga terbesar setelah Jepang dan Tiongkok, di mana terdiri dari 10 Negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, Filipina, Thailand, dan Kamboja.

Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) berawal dari kesepakatan para pemimpin ASEAN dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) pada Desember 1997 di Kuala Lumpur, Malaysia. Kesepakatan ini bertujuan meningkatkan daya saing ASEAN serta bisa menyaingi Tiongkok dan India untuk menarik investasi asing. Modal asing dibutuhkan untuk meningkatkan lapangan pekerjaan dan kesejahteraan warga ASEAN. Dan pada KTT selanjutnya yang berlangsung di Bali Oktober 2003, petinggi ASEAN mendeklarasikan bahwa pembentukan MEA pada tahun 2015.

Ada beberapa dampak dari konsekuensi MEA, yakni dampak aliran bebas barang bagi negara-negara ASEAN, dampak arus bebas jasa, dampak arus bebas investasi, dampak arus tenaga kerja terampil, dan dampak arus bebas modal.

Kemampuan UMKM untuk bersaing di era perdagangan bebas, menurut Susila dan Lestari (2014) sangat ditentukan dua faktor, pertama, lingkungan internal UMKM yang mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Adapun faktor kedua, berkaitan dengan lingkungan eksternal yaitu kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi ekonomi-sosial masyarakat, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi global. Selain kedua kondisi tersebut, strategi pemberdayaan UMKM untuk dapat memasuki pasar global menjadi sangat penting bagi terjaminnya kelangsungan hidup UMKM, termasuk pilihan strategi komunikasi pemasaran.

Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Budaya Lokal.

Secara umum, komunikasi pemasaran merupakan kegiatan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan maupun produk agar bersedia menerima, membeli, dan setia kepada produk yang ditawarkan produsen (Lamb, Hair, McDaniel, 2001: 145-146.)

Lebih spesifik menurut Belch & Belch (2004) merupakan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkoordinasikan beberapa elemen promosi dan kegiatan pemasaran lain dengan tujuan menjalin komunikasi dengan konsumen perusahaan. Komunikasi pemasaran *word of mouth* biasa dilakukan pelaku UMKM karena tidak memerlukan biaya besar seperti halnya iklan. Biasanya cerita dan pengalaman seorang konsumen akan diceritakan kepada calon konsumen lain sebagai kekuatan komunikasi *word of mouth* (Isnaini, 2010).

Faktor budaya merupakan aspek yang memiliki pengaruh signifikan dalam komunikasi pemasaran. Budaya lokal dapat dipahami sebagai kumpulan pengetahuan dan cara berpikir sekelompok manusia, sebagai hasil pengamatan dan adaptasi dalam kurun waktu yang relatif lama

mengenai struktur, fungsi, dan reaksi alam serta hubungan antara manusia dengan lingkungan alam (Zakaria, 1994).

Menurut Garrod (2001:4), membagi dua pendekatan berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks pariwisata. **Pendekatan pertama** yang cenderung dikaitkan dengan sistem perencanaan formal sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata. **Pendekatan ke dua**, cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan yang partisipatif yang lebih berkonsentrasi pada ketentuan dan pengaturan yang lebih seimbang antara pembangunan dan perencanaan terkendali. Pendekatan ini lebih menekankan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dalam dampak pembangunan ekowisata.

Salah satu bentuk perencanaan yang partisipatif dalam pembangunan pariwisata adalah dengan menerapkan Community Based Tourism (CBT) sebagai pendekatan pembangunan (Garrod dalam Sri Endah, 2012) Definisi CBT yaitu: 1) bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata, 2) masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, 3) menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.

METODOLOGI

Paradigma penelitian ini adalah post-positivisme dengan tipe penelitian deskriptif karena mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dimana penelitian deskriptif adalah kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Riset ini difokuskan untuk mengungkap karakteristik budaya lokal yang dikemas dalam produk UMKM unggulan di Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Riset ini dirancang sebagai rangkaian penelitian di bidang *marketing communication* khususnya tentang pengemasan produk berbasis budaya lokal dan penerapan pendekatan *marketing communication* dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Riset eksploratif mengenai karakteristik budaya lokal menarik dilakukan berkaitan dengan upaya

perguruan tinggi untuk membantu pengemasan produk bukan saja dalam aspek bahan produk, melainkan juga menonjolkan karakteristik budaya lokal dalam kemasan dan strategi komunikasi pemasaran produk UMKM.

Penelitian ini akan lebih banyak menggali dan menginterpretasikan data berupa pernyataan-pernyataan atau data deskriptif mengenai subjek yang diteliti, yaitu berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan (Moleong 2002: 5). Berdasarkan kerangka kajian yang belum pernah dilakukan, riset ini juga akan menggunakan pendekatan eksploratif karena dalam perspektif komunikasi pemasaran dalam kajian *Marketing Communication* belum ditemukan hasil penelitian yang spesifik dalam kerangka riset yang digunakan.

Kerangka eksploratif berupaya mengidentifikasi dan mencari informasi faktual yang detil mengenai gejala yang ada, mengidentifikasi masalah-masalah yang terjadi dan praktek-praktek yang sedang berlangsung (Kriyantono, 2006:58).

Data primer riset ini diperoleh dengan mengidentifikasi produk UMKM dan melakukan analisis isi kualitatif dengan memperbandingkan produk tersebut dengan karakteristik budaya lokal Lebak, Banten. Secara khusus analisis dilakukan dengan mengeksplorasi kesesuaian budaya dan potensi budaya yang belum terdapat dalam kemasan produk UMKM.

Key informan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bapak Iman Selaku Kabid Ekonomi Bapeda Kab Lebak.
2. Bapak Ibnu Wahidin selaku Kabid Kependidikan
3. Bapak Ubaidillah Selaku Kasi cagar budaya dan museum
4. Bapak Idat Hadiat selaku Ka bid Destinasi Pariwisata
5. Paryono, selaku ka bidang PPM (Pemerintahan dan pembangunan Manusia).
6. Pak Lili Ketua Pokdarwis Lebak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan Lebak secara geografis terletak pada posisi antara 105 25'-106 30' Bujur Timur dan 6 18'-7 00' Lintang Selatan. Peta topografi lembar Balaraja, Sheet 4224 II, Series T 725, menunjukkan bahwa kontur tanah di kawasan Lebak adalah datar bergelombang dengan variasi ketinggian antara 0-100 m dpl. Ketinggian antara 0-200 m dpl berada di kawasan pantai, yaitu

Lebak bagian selatan, ketinggian antara 201-500 m dpl terletak di bagian pinggang bukit, ketinggian 501-100 m dpl umumnya berada di lerenga bagian tengah bukit sampai ke puncak. Pegunungan Kendeng menjadi pembelah antara Lebak bagian utara dan Lebak bagian selatan. Adapun secara geografis kawasan Lebak sebelah utara dibatasi oleh Kabupaten Serang, sebelah barat Kabupaten Pandeglang, sebelah timur Provinsi Jawa Barat, dan sebelah selatan Samudra Hindia.

Kepala bidang Destinasi Pariwisata Idat Hadiat menyatakan bahwa Potensi Pariwisata Kabupaten Lebak : GURILAP SENI (Gunung, Rimba, laut, pantai, seni dan budaya) . Kab Lebak lengkap potensi pariwisatanya, wana rimba pantai gunung, seni budaya. Taman nasional Gunung Halimun Salak, sungai bentangan panjang, seni budaya ada baduy. Tata ruang tidak mungkin untuk industri, karena konservasi. Sekitar 50 persen yang dapat dikelola masyarakat kombinasi dengan PTPN dan Perhutani.

Beberapa sumber tertulis merekam wujud kebudayaan material maupun sosial budaya Lebak mempunyai dimensi yang berbeda-beda dan sekarang tercampur dalam suatu strata yang sama. Komposisi budaya lama dan baru yang kompleks ini menyulitkan kita untuk mengidentifikasi tahapan-tahapan perkembangannya.

Kabupaten Lebak telah terjadi suatu proses perkembangan budaya yang disebabkan adanya interaksi dan adaptasi yang menghasilkan suatu bentuk kebudayaan baru yang dibuktikan melalui material budaya baik secara artefak, fitur, maupun lokal situs serta budaya masyarakatnya.

Kabupaten lebak megembangkan 23 obyek wisata alam dan buatan. Pembentukan Kelompok Sadar Wisata dan mengelola event pariwisata.

Data Budaya Lebak

Berikut data budaya di Kabupaten Lebak yang berhasil dihimpun dari berbagai sumber dan data dari Bidang Kebudayaan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Lebak Tahun 2017 . Data budaya ini terdiri dari tradisi di masyarakat, pakaian, bahasa, kesenian dan alat seni, kerajinan, tatanan rumah dan konsep hidup.

Pertama, Seren Taun, Seren Taun merupakan kata dalam Bahasa Sunda yaitu seren yang artinya serah, seserahan, atau menyerahkan, dan taun yang berarti tahun. Jadi Seren Tahun bermakna serah terima tahun yang lalu ke tahun yang akan datang sebagai penggantinya. Dalam konteks kehidupan

tradisi masyarakat Sunda, *seren taun* merupakan wahana untuk bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala hasil pertanian yang dilaksanakan pada tahun ini, seraya berharap hasil pertanian mereka akan meningkat pada tahun yang akan datang.

Kedua, *Seba Baduy*, *Seba Baduy* dilaksanakan dengan difasilitasi Pemerintah Kabupaten Lebak. Peserta *Seba Baduy* (masyarakat Kanekes) yang datang selalu menunjukkan peningkatan. Dari 500 orang pada tahun 2002 kini pada pelaksanaan terakhir tahun 2017 terhitung 2.000 jiwa yang datang ke Pendopo Kabupaten Lebak dengan pakaian khasnya: *Jamang Sangsang Hitam* atau Putih, *Lomar*, *Sarung*, *Koja*, dan tanpa alas kaki.



Masyarakat Baduy tiba di depan Kantor Bupati Lebak



Makan Bersama/Babacakan Jeung Baduy



Acara Seba Baduy di Pendopo Lebak

Ketiga, Seren Taun Cisungsang, Cisungsang sebuah daerah yang memiliki luas ± 2.800 km². Terletak di kaki Gunung Halimun, Desa Cibeber Kabupaten Lebak, kawasan ini dikelilingi oleh 4 (Empat) desa yaitu Desa Cicarucub, Bayah, Citorek, dan Cipta Gelar. Nama Cisungsang pada awalnya berasal dari nama salah satu sungai yang mengalir dari Talaga Sangga Buana. Talaga ini mengalir ke 9 (sembilan) sungai yaitu Sungai Cimadur, Ciater, Cikidang, Cisono, Ciberang, Cidurian, Cicatih, Cisimeut, dan Cisungsang. Wilayah Cisungsang dapat ditempuh dengan waktu 5 jam saja dari kota Rangkasbitung Kab. Lebak atau berjarak ± 175 Km dari pusat kota Provinsi Banten. Kondisi jalan menuju lokasi tersebut cukup baik dan dapat ditempuh dengan kendaraan apapun.

Kebudayaan, Kawasan ini dipimpin oleh seorang Kepala Adat, yang penunjukannya melalui proses wangsit dari karuhun. Dikawasan ini sudah penggantian kepala adat dan telah terjadi 4 generasi yaitu generasi pertama oleh dipimpin oleh Embah Buyut yang berusia ± 350 tahun, generasi kedua oleh Uyt Sakrim berusia ± 250 tahun, generasi ketiga oleh Oot Sardani berusia ± 126 tahun dan generasi keempat oleh Abah Usep yang sekarang berusia 35 tahun, dimana beliau mulai memegang tampuk pimpinan pada usia 19 tahun. Abah Usep ini selain menjadi kepala adat beliau mempunyai keahlian di bidang supranatura (dukun) yaitu bisa membaca pikiran orang, Dalam menjalankan pemerintahannya Abah Usep dibantu oleh 87 Rendangan artinya orang yang ditunjuk secara turun temurun yang merupakan perwakilan dari kepala adat.

Sedikit berbeda dengan masyarakat Baduy, masyarakat Cisungsang lebih terbuka terhadap perkembangan, seperti baduy menggunakan sistem isolasi yakni masyarakatnya (baduy dalam) tidak dapat beralkulturasi dengan masyarakat luar, sedangkan masyarakat cisungsang tidak seperti itu terbukti dengan adanya penerangan listrik, bentuk rumah, bertani sudah menggunakan alat-alat yang modern dan media elektronik sudah ada seperti TV, Radio, Tape Recorder, Telepon dan Satelit. Namun tentu saja tanpa meninggalkan budaya asli leluhurnya seperti bentuk rumah tradisi yaitu rumah kayu berbentuk panggung dengan alat memasak tungku (hawu) yang di atasnya dilengkapi tempat penyimpanan alat-alat dapur yang disebut Paraseuneu.

Pakaian adat masyarakat Cisungsang adalah Pakaian dengan 2 warna Hitam dan Putih (Hideung sareng Bodas) mengandung arti yaitu hideung yang berasal dari kata hideng yang berarti cerdas, cepat mengerti. Sedangkan

bodas artinya putih bersih, suci jadi harus mempunyai hati yang bersih. Untuk memenuhi kebutuhan hidup, sebagian besar penduduknya bermata pencaharian bertani, berdagang bahkan setelah dipimpin oleh Abah Usep, sebagian besar anak mudanya menjadi pekerja buruh ke kota-kota terutama ke Jakarta dan Sukabumi.



Keempat, Koja Baduy, Baduy adalah salah satu suku dari sekian banyak suku Indonesia yang berada di Banten. Suku Baduy terletak di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Apabila kita berkunjung ke Baduy, maka di jalan-jalan menuju baduy akan ada penjual Koja. Koja adalah tas yang biasa digunakan orang Baduy atau kanekes (sebutan bagi orang Baduy). Koja tersebut terbuat dari teureup. teureup adalah nama sebuah pohon. terdapat ukuran-ukuran koja, ada yang kecil, sedang, hingga besar. fungsinya sama dengan tas kebanyakan yaitu menyimpan barang untuk dibawa kemana-mana.



Kelima, Angklung Buhun, Angklung buhun adalah alat musik tradisional khas Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Dinamakan buhun karena kesenian ini lahir bersamaan dengan hadirnya masyarakat Baduy. Buhun berarti tua, kuno (baheula). Angklung buhun adalah angklung tua yang menjadi kesenian pusaka masyarakat Baduy. Kesenian ini dianggap memiliki nilai magis (kekuaan gaib) dan sakral. Selain itu kesenian ini juga punya arti penting sebagai penyambung amanat untuk mempertahankan generasi masyarakat Baduy.

Angklung Buhun salah satu kesenian masyarakat Baduy yang pertama kali lahir, kesenian Tradisional ini berbau magis dan mempunyai unsur sakral. Angklung Buhun bukannya kesenian pagelaran yang setiap saat bisa ditonton, tetapi Angklung Buhun dipentaskan pada satu tahun sekali, dengan gaya dan versi yang sama. Semua ungkapan bertumpu pada pakem, yang dijadikan keharusan, disamping tembang, tari, dan tabuhannya harus bisa menyatu dengan seniman yang memainkannya. Kesenian Angklung Buhun hadir bersama dengan orang Baduy, dan punya arti penting sebagai penyambung amanat, kepada para ahli waris untuk mempertahankan kelangsungan anak-keturunan Baduy. Unsur seninya sebagai daya tarik yang mampu menyentuh rasa, pementasan merupakan jembatan sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan, ajakan, peringatan, larangan, dan penerangan.



Keenam, Dogdog Lojor, Dogdog merupakan alat musik yang terbuat dari batang kayu bulat, tengahnya diberi rongga, namun kedua ujung ruasnya mempunyai bulatan diameter yang berbeda ($\pm 12 - 15$ cm) dengan panjang ± 90 cm. Pada ujung bulatan yang paling besar ditutup dengan

kulit kambing yang telah dikeringkan dan diikat dengan bambu melingkar yang dipaseuk/baji untuk menyetel suara atau bunyi. Suara yang dihasilkan akan berbunyi dog dog dog (dalam telinga orang Sunda). Oleh karena itu alat ini diberi nama Dog Dog. Sedangkan kata lojor berarti lonjong atau lodor yang sepadan dengan kata panjang. Jadi Dogdog Lojor sama artinya dengan Dogdog Panjang.

Ketujuh, Kerajinan Batu Fosil, Batu Fosil merupakan bentukan dari hasil pelapukan atau sedimentasi yang terjadi beratus-ratus tahun yang lalu yang kini banyak dieksplorasi di kawasan Sajira kabupaten Lebak dan telah menjadi salah satu komoditas ekspor kerajinan hiasan yang unik dan menarik, dikembangkan oleh masyarakat Desa Mekarsari Kecamatan Sajira Kabupaten Lebak.

Kedelapan, Kesenian Angklung Buhun, Kesenian Angklung Buhun merupakan kesenian angklung khas Kabupaten Lebak dengan peralatan perkusi dari bambu yang dibentuk sedemikian rupa sehingga menimbulkan nada-nada yang harmonis. Kesenian buhun memiliki karakter kesenian yang sederhana baik dalam lirik atau lagunya. Biasanya menggambarkan alam sekitar sehingga menciptakan suasana yang nyaman, damai dan harmonis.

Angklung buhun berarti angklung tua, kuno (baheula) yang dalam arti sebenarnya adalah kesenian pusaka. Dinamakan buhun, karena kesenian ini lahir bersamaan dengan hadirnya masyarakat Baduy. Dengan demikian salah satu jenis kesenian masyarakat Baduy yang pertama kali lahir adalah Angklung Buhun.

Saat ini kelompok pemain kesenian Angklung buhun hanya dijumpai pada acara-acara ritual, seperti acara adat Seren Taun di Cisungsang dan Seba di Masyarakat Baduy Kabupaten Lebak.

Kesembilan, Bedog/Golok Baduy, Golok atau bedog menjadi atribut sehari-hari kaum laki-laki Baduy. Ada dua macam golok yang dibuat dan digunakan oleh Masyarakat Baduy, yaitu golok polos dan golok yang berpamor. Golok polos dibuat dengan proses biasa, menggunakan besi baja bekas per pegas kendaraan bermotor yang ditempa berulang-ulang. Golok ini biasanya di gunakan untuk menebang pohon, mengambil bambu, dan keperluan lainnya, sedangkan golok yang berpamor adalah golok yang telah dipercayai kekuatannya memiliki urat-urat atau motif gambar yang menyerupai urat kayu dari pangkal hingga ujung golok pada

kedua permukaannya. Proses pembuatannya lebih lama dan memerlukan percampuran besi dan baja yang khusus. Kekuatan dan ketajaman golok pamor melebihi golok polos biasa, di samping itu memiliki kharisma tersendiri bagi yang menyandangnya.



Kesepuluh, Lomar, Lomar merupakan ikat kepala khas Suku Baduy luar, ikat kepala ini hanya diperuntukkan oleh laki-laki. Motif nya seperti daun, dengan warna dasar hitam dan motif daun nya berwarna biru. Arti dibalik warna dasar hitam itu sendiri adalah lambang bahwa masyarakat suku Baduy luar gagah berani, dan warna biru pada motif daun melambangkan masyarakat suku Baduy luar memiliki pemikiran yang sejernih air. Sedangkan ikat kepala khas masyarakat suku Baduy dalam dinamakan Telekung. Berbeda dengan warna yang terdapat pada Lomar, warna Telekung hanya putih polos.



Kesebelas, Motif Tapak Kebo, *Motif tapak lembu/kebo* terdapat pada kain untuk ikat kepala (*iket*; di Tangtu: *telekung*). Kain ikat kepala ini bukan buatan orang Baduy, tetapi dibuat oleh orang luar Baduy, dengan teknik Batik (tulisan ataupun printing).



Keduabelas, Rumah Adat Baduy, Rumah adat Baduy terdapat 2 jenis yakni Rumah Sulan Nyanda dan Jurang Ngapak.

Rumah baduy luar terdiri dari bagian-bagian:

1. Sosoro : Teras rumah
2. Tepas : Ruang tamu
3. Kamar tidur
4. Jolongan : Dapur

Memiliki 3 pintu untuk keluar masuk, yakni pintu masuk utama di depan (antara sosoro dan tepas disebut pintu / lawang sosoro), pintu samping (disebut lawang tepas) dan pintu belakang di dapur (disebut lawang golodog)

Motif bilik sudah bebas, tidak hanya bambu polos tapi bisa juga berupa kombinasi warna hitam dan putih sehingga terlihat lebih menarik.

Atap rumah (hateup) menggunakan daun kirai dan bisa juga dilapis dengan sabut supaya lebih awet. Rata-rata hateup bertahan selama 4 tahun.

Untuk ukuran rumah tidak ada ukuran bakunya sesuai dengan ketersediaan lahan dan bahan-bahan yang akan digunakan untuk membangun rumah.

Rumah Kokolotan: Rumah Puun / Kepala Adat / Orang yang dituakan

Terdapat simbol di atas atap rumah yang menyerupai bentuk tanduk. Simbol ini terbuat dari ijuk (sabut aren) yang dibulatkan dan diikat. Simbol tidak ada makna hanya hiasan yang menandakan bahwa rumah yang memiliki simbol ini bukanlah masyarakat biasa di kampung baduy. Rumah ini akan berlokasi di sebelah selatan, sesuai kepercayaan masyarakat baduy bahwa selatan adalah arah yang sakral bagi mereka. Dan Kepala adat memiliki

peran yang sakral sehingga ditempatkan di sisi selatan. Sisi selatan di kampung-kampung baduy juga terbatas untuk dijejaki bagi orang-orang luar baduy.

Rumah baduy luar sudah menggunakan paku. Pintu rumah di baduy luar sudah seperti pintu kaya rumah modern.

Jika ketika membangun rumah kondisi tanah tidak rata maka tanah akan diratakan sehingga memiliki tinggi yang sama.

Sulah Nyanda:

Rarangki atau susunan rerangka rumah/atap nya tidak ada lagi tekukan ke bawah

Julang Ngapak:

Rarangki atau susunan rerangka rumah/atap nya ada buntutnya, ada tekukan lagi ke atas.



Ketigabelas, Pikukuh Adat Baduy, Masyarakat Baduy memiliki keyakinan bahwa mereka adalah manusia pertama yang tinggal di bumi dan bermukim di pusat bumi. Seluruh aktivitas masyarakat Baduy harus berlandaskan pada buyut karuhun (ketentuan adat) yang sudah tertera dalam pikukuh adat (larangan adat).

Masyarakat Baduy tidak boleh mengubah dan tidak boleh melanggar segala yang ada dalam kehidupan ini yang sudah ditentukan.

Segala aktivitas masyarakat Baduy harus berlandaskan rukun agama Sunda Wiwitan (rukun Baduy) yang merupakan ajaran agama Sunda Wiwitan yaitu ngukus, ngawalu, muja ngalaksa, ngalanjak, ngapundayan

dan ngareksakeun sasaka pusaka. Ajaran tersebut harus ditaati melalui pemimpin adat yaitu Pu'un. Pu'un harus dihormati dan diikuti segalanya aturannya karena Pu'un adalah keturunan Batara.

Ketentuan adat dalam masyarakat Baduy yaitu larangan adat merupakan pedoman dan pandangan hidup yang harus dijalankan secara benar. Isi larangan adat masyarakat Baduy tersebut yaitu:

1. Dilarang mengubah jalan air seperti membuat kolam ikan atau drainase.
2. Dilarang mengubah bentuk tanah seperti membuat sumur atau meratakan tanah.
3. Dilarang masuk ke hutan titipan untuk menebang pohon
4. Dilarang menggunakan teknologi kimia.
5. Dilarang menanam budidaya perkebunan
6. Dilarang memelihara binatang berkaki empat semisal kambing dan kerbau.
7. Dilarang berladang sembarangan
8. Dilarang berpakaian sembarangan

Penyampaian buyut karuhun dan pikukuh karuhun kepada seluruh masyarakat Baduy dilakukan secara lisan dalam bentuk ujaran-ujaran di setiap upacara-upacara adat. Ujaran tersebut adalah prinsip masyarakat Baduy. Ujaran itu diantaranya adalah.

Pondok teu bisa disambung

Lojor teu meunang dipotong

Negara tilupuluh tilu

Pencar salawe nagara

Kawan sawidak lima

Rukun garapan dua welas

Mipit kudu amit

Ngala kudu menta

Ngagedag kudu bewara

Ngali cikur kudu matur

Ulah goroh ulah linyok

Ngadeg kudu sacekna

Ulah sirik ulah pidik

Ulang ngarusak bangsa jeung nagara

Gunung teu meunang di lebur

Lebak teu meunang di rusak

Ujaran tersebut bagi masyarakat Baduy memiliki arti yaitu lingkungan tidak boleh dirusak, tata guna lahan tidak boleh dialihfungsikan untuk kepentingan ekonomi. Kawasan seperti hutan titipan harus dijaga. Daerah Baduy tidak boleh diubah harus apa adanya.

Menurut Djooewisno 1987, masyarakat Baduy berpegang teguh juga pada ajaran Dasasila. Pedoman itu adalah tidak membunuh orang lain, tidak mengambil barang orang lain, tidak ingkar dan tidak berbohong, tidak mabuk-mabukan, tidak poligami, tidak makan malam hari, tidak memakai wangi-wangian, tidak melelapkan diri dalam tidur, tidak menyenangkan hati dengan tarian, musik dan nyanyian, tidak memakai emas atau permata. Pedoman tersebut adalah prinsip yang harus dijalankan oleh masyarakat Baduy.

Pada praktiknya, telah terjadi perpecahan yang mengakibatkan adanya dua kelompok Baduy Dalam dan Baduy luar. Baduy dalam adalah masyarakat yang tetap memegang aturan buyut karuhun dan pikukuh karuhun. Untuk baduy luar adalah masyarakat yang sudah berbaur dengan kebudayaan luar. Faktor yang dominan menyebabkan ada kelompok Baduy luar adalah faktor ekonomi.

Keempatbelas, Bahasa Sunda Lebak. Bahasa Banten adalah salah satu dialek dari Bahasa Sunda. Sesuai dengan sejarah kebudayaannya, bahasa Sunda dituturkan di provinsi Banten khususnya di kawasan selatan provinsi tersebut—kecuali kawasan pantura yang merupakan daerah tujuan urbanisasi dimana penutur bahasa ini semakin berkurang prosentasenya. Basa Sunda Dialek Banten ini dipertuturkan di daerah Banten selatan. Daerah Ujung Kulon di sebelah selatan Banten, semenjak meletusnya Gunung Krakatau pada tahun 1883, tidak dihuni lagi dan sekarang menjadi taman nasional.

Kelimabelas. Debus. Debus adalah seni pertunjukan yang memperlihatkan permainan kekebalan tubuh terhadap pukulan, tusukan, dan tebasan benda tajam. Dalam pertunjukanya, debus banyak menampilkan aktraksi kekebalan tubuh sesuai dengan keinginan pemainnya. Pada masa

pemerintahan Sultan Ageng Tirtayasa sekitar abad ke-17 (1651-1652), debus difokuskan sebagai alat untuk membangkitkan semangat para pejuang dalam melawan penjajah. Pada perkembangan selanjutnya, debus menjadi salah satu bagian ragam seni budaya masyarakat banten sehingga kesenian ini banyak digemari oleh masyarakat sebagai hiburan yang langka dan menarik di banten, permainan debus berkembang di kabupaten lebak. Juga terdapat di Pandeglang dan Serang.



Keenambelas, Motif Batik Lebak. Tahun 2016 Pemerintah Lebak meluncurkan 12 Motif Batik Lebak yaitu.

1. Pare Sapocong
2. Rangkasbitung
3. Sadulur
4. Sawarna
5. Seren Taun
6. Caruluk Saruntuy
7. Gula Sakojor
8. Kahuripan Baduy
9. Kalimaya
10. Lebak Bertauid
11. Angklung Buhun
12. Leuit Sajimat



Kabupaten lebak juga 3 (tiga) dari 51 Cagar Budaya yang termasuk Cagar Budaya Nasional, yaitu:

- 1. Situs Sipedug di Kecamatan Cibeber
- 2. Bekas Rumah Eduard Douwes Dekker alias Multatuli
- 3. Gedung DPRD Kabupaten Lebak

Serta Kabupaten Lebak memiliki museum antikolonial pertama di Indonesia yaitu: Museum Multatuli



Analisis Produk. Dari Hasil wawancara diketahui bahwa UMKM di Lebak bergerak di bidang kerajinan tangan, alat rumah tangga, mebel, gula aren, batu kalimaya, bilik, batu fosil, dan anyam-anyaman. Produksi UMKM itu berkembang karena didukung bahan baku yang mudah diperoleh di wilayah itu. Kabupaten Lebak memiliki perkebunan yang luas, seperti bambu, melinjo, gula aren, pandan, dan singkong.

Dari hasil wawancara pemerintah Kabupaten Lebak melakukan penancangan produk unggulan Kabupaten Lebak . Ada 12 motif dan dari motif tersebut bisa dianalisis budaya yang digambarkan dalam produk.

Tabel 2, Motif Batik Lebak dan Budaya yang diangkat

Motif Batik	Nilai Budaya
Pare Sapocong	melambangkan kemakmuran (Seba Baduy, Seren Taun Cisungsang)
Rangkasbitung	melambangkan ketertiban, keteraturan, dan harmonisasi hidup (Pikukuh Adat Baduy)
Sadulur	melambangkan kekeluargaan (Pikukuh Adat Baduy)
Sawarna	melambangkan keindahan alam (Keindahan Alam)
Seren Taun	melambangkan sikap syukur (Tradisi)
Caruluk Saruntuy	melambangkan kebersamaan (Pikukuh Adat Baduy)

Motif Batik	Nilai Budaya
Gula Sakojoy	melambangkan gotong royong (Pikukuh Adat Baduy)
Kahuripan Baduy	melambangkan kebersahajaan dan harmoni alam serta budaya (Pikukuh Adat Baduy)
Kalimaya	melambangkan kekuatan (Budaya Debus)
Lebak Bertauhid	melambangkan religiusitas (Pikukuh Adat Baduy)
Angklung Buhun	melambangkan kegembiraan (Kesenian)
Leuit Sajimat	melambangkan ketahanan pangan (Pikukuh Adat Baduy)

Dari ragam budaya yang ada di Kabupaten Lebak dapat diketahui bahwa budaya kabupaten lebak sudah menghasilkan produk unggulan melekat dengan budayanya. Produk tersebut sudah di produksi, digunakan oleh masyarakat menjadi identitas yang khas dengan masyarakat asli Lebak.

Produk tersebut antara lain :

1. Koja Baduy
2. Angklung
3. Bedog/Golok Baduy
4. Lomar
5. Ikat kepala motif tapak lembo/kebo

Sedangkan produk yang masih dikembangkan sendiri oleh UMKM tapi belum dicanangkan pemerintah kabupaten sebagai produk unggulan antara lain kaos oleh-oleh, makanan kecil souvenir dan produk kerajinan anyam-anyaman lainnya.

Sedangkan dari hasil pengamatan, produk yang lainnya berupa kaos khas lebak, gula aren, serta olahan hasil laut di kabupaten Lebak belum menggambarkan kekhasan Lebaknya.

PEMBAHASAN

Pemerintah kabupaten Lebak mempunyai produk Unggulan yaitu Batik. Budaya yang ada di kabupaten Lebak digambarkan dalam ragam motif batik yang dicanangkan. Budaya yang paling banyak digambarkan adalah berkaitan dengan budaya Pikukuh Adat Baduy, Tradisi, Kesenian dan Keindahan Alam.

Penentuan budaya lokal dalam produk , ragam produk dapat dilihat dalam matrik berikut ini:

Pelaku	Produk Ungulan
Pemerintah Kabupaten	12 motif Batik khas Lebak
Inisiatif UKM	Kaos Oleh-oleh, makanan kecil, souvenir, kerajinan
Hasil Budaya	Koja Baduy Angklung Bedog/Golog Baduy Lomar Ikat Kepala Motif Tapak Lembu/kebo

Sumber : hasil analisis peneliti

Di sisi lain, potensi wisata alam, hasil alam, dan kerajinan lainnya beum dicanangkan sebagai produk unggulan dengan penguatan budaya Lebak dalam bentuk motif produk unggulan.

Ada kecenderungan, kemasan produk UMKM berupa makanan kecil masih sederhana sehingga produk cepat rusak dan kurang menarik bagi konsumen. Persoalan itu makin membuat produk UMKM tidak bisa bersaing ketika teknik dan model pemasaran masih sangat tradisional. Menurut Susila dan Lestari (2004) juga menghambat perkembangan produk.

Hal ini sesuai dengan hasil kajian dari Bank Indonesia (2015) dalam Profil Bisnis UMKM – 2015 terdapat beberapa karakteristik UMKM antara lain:

- Kualitasnya belum standar. Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk handmade sehingga standar kualitasnya beragam.
- Desain produknya terbatas. Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
- Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama.
- Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan.

- Bahan baku kurang terstandar. Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya.

Hal-hal di atas yang menjadi tantangan dari produk unggulan yang sudah dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Lebak.

Selanjutnya Community Based Tourism menjadi sebuah tantangan bagi Pemerintah Kabupaten Lebak, membangun konsep pengembangan suatu destinasi wisata lokal dengan melibatkan masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya.

Sesuai dengan RJPD Tahun 2005-2015, budaya lokal Kabupaten Lebak dikelola sedemikian rupa agar dapat menjadi modal sosial dalam tata pergaulan global, sehingga Kabupaten Lebak sanggup mewujudkan dirinya sebagai Kabupaten yang berkarakter dimana peradaban budaya multikultur tumbuh subur.

Pemerintah Kabupaten Lebak ke depan perlu meningkatkan pengembangan wisata desa menjadi tulang punggung pendapatan ekonomi masyarakat. Sebab wisata desa tersebut akan melahirkan sentra-sentra usaha kerajinan masyarakat, sentra produk sehingga memberikan nilai tambah kesejahteraan kehidupan mereka.

Namun temuan di lapangan masih ada kendala yang di hadapi oleh masyarakat. Rangkuman kendala yang dihadapi masyarakat terangkum dalam matrik berikut ini.

Klasifikasi permasalahan Produk Unggulan Kabupaten Lebak perspektif Masyarakat

Aspek pengembangan Pariwisata	Masalah yang di hadapi
Lahan	Lahan pariwisata dominan di wilayah PTPN bukan lahan pemerintahan
SDM	Masyarakat belum sadar tentang nilai-nilai kesopanan, ketenangan bermasyarakat menjadi daya tarik pengunjung Kemampuan masyarakat lokal mengelola promosi daerah wisata, mengetahui produk unggulan serta perlunya pelatihan-pelatihan lanjutan
Kelembagaan pelaku wisata	Koordinasi antar pokdarwis dalam proses pelaksanaan program

Adapun analisis aspek utama pengembangan CBT terdapat lima dimensi yaitu dengan penerapan di Pemerintah Kabupaten Lebak sekarang ini :

1. Dimensi ekonomi dengan indikator: adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata . Timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata. Untuk Dana ini yang perlu difasilitasi oleh pemerintah kabupaten lebak untuk melibatkan pihak perbankan dan investor.
2. Dimensi sosial dengan indikator: meningkatkan kualitas hidup, kebanggaan komunitas dan pembagian peran yang adil antara laki-laki, perempuan, generasi muda dan tua serta membangun penguatan organisasi komunitas. Dari Latar belakang Kabupaten Lebak mempunyai kekuatan pada dimensi Sosial ini. Kekayaan Budaya yang sudah kuat.
3. Dimensi budaya dengan indikator: mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, dan budaya pemanagunaan melekat erat dalam budaya lokal. Untuk masyarakat di wilayah adat dari Baduy Dalam dan Baduy Luar juga sudah saling menghormati dan menjadi kekuatan.
4. Dimensi lingkungan dengan indikator: mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, dan meningkatkan kepedulian akan perlu konservasi. Dimensi ini yang masih menjadi tantangan khususnya untuk di wilayah wisata pantai.
5. Dimensi politik.,dengan indikator : meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, dan jaminan hak-hak pengelolaan SDA. Dimensi politik juga menjadi tantangan dari pemerintah kabupaten Lebak dalam mengembangkan Pariwisata berbasis budaya masyarakat. Mekanisme kebijakan di kolaborasi dari berbagai bidang baik pengembangan pariwisata, perdagangan dan industri, pemberdayaan masyarakat dan bidang pemberdayaan perempuan dan remaja diperlukan untuk mendorong partisipasi masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Dalam hasil pembahasan penelitian tentang unsur budaya lokal dalam produk unggulan pemerintah kabupaten Lebak sudah dilakukan. Gambaran budaya secara resmi dicanangkan dalam 12 motif Batik khas Lebak.

Produk utama yang sudah menyatu dengan budaya berupa Koja Baduy, Angklung, Bedog/Golog Baduy, Lomar, dan Ikat Kepala Motif Tapak Lembu/kebo. Potensi event budaya dan tradisi menghasilkan produk-produk unggulan.

Tantangan berikutnya adalah menyatukan seluruh potensi yang sudah dimiliki dan menangani seluruh kendala dalam tantangan konsep pariwisata berbasis pada masyarakat atau *Community Based Tourism*.

Saran

Pemerintah daerah mengembangkan lagi produk unggulan dan penentuan budayanya. Melekatkan antara acara budaya dan pengemasan produk unggulan dengan membuatnya dalam beberapa ragam kemasan. Kemasan dibuat dengan pilihan jumlah produk dan ragam harga.

Selanjutnya pemerintah daerah mampu mengkoordinasikan dengan seluruh dinas terkait dan kelompok sadar wisata dalam perencanaan dan pelaksanaan program pariwisata sampai mekanisme pengenalan produk unggulan dan pilihan pembelian produk unggulan.

DAFTAR RUJUKAN

- Asmani, Jamal Makmur. 2012. Pendidikan Berbasis Keunggulan Lokal. Jogjakarta: Diva Press
- Badrudin, Rudy. 2011. *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan One Village One Product Untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia*, P rosiding, ISBN 978 602 9018 66 00, 2012.
- Belch, G.E. & Belch, M.A. 2004. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. Boston: McGraw Hill Irwin.
- DeLozier, M. Wayne. 1976. The Marketing Communication Process. New York: McGraw Hill.
- Garrod, Brian, Local Partisipation in the Planning and Management of Eco-tourism: A Revised Model Approach (Bristol: University of the West of England, 2001).
- Hasiholan, L. B. 2015. Peran Enterpreneur Batik Semarang Dalam Menangkat Keunggulan Lokal Menyambut MEA 2015. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer, 1(01).
- Isnaini, S. 2010. Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu sebagai Penyampai Pesan Promosi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia. Jurnal Masyarakat Kebudayaan Dan Politik, 22(4), 324-332.
- Kriyantono, Rakhmat. 2014. Panduan Praktis Riset Ilmu Komunikasi. Jakarta: Prenada Media
- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. Pemasaran Buku 2. Jakarta : Salemba Empat
- Lindolf. 2005. Qualitative Communication Methods. London: SAGE Publications.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, 2005, "Theories of Human Communication Eight Edition" London: SAGE.
- Murphy, P.E., Tourism: A Community Approach (London: Methuen, 1985).
- Moleong. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Rifa'i, B. 2013. Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. Sumber, 100 (100), 2-59.

- Rudito, Bambang. 2008. *Social Mapping: Metode Pemetaan Sosial*. Teknik Memahami Suatu Masyarakat atau Komuniti. Jakarta: Rekayasa Sains.
- Susila, A.R. dan Etty Puji Lestari. 2014. "Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Komoditas Unggulan Di Kabupaten Lebak". Dalam repository.ut.ac.id
- Utama, D. D. T., dan Darwanto, D. 2013. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Zahro, D. F. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Kelor, Sleman, Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Uin Sunan Kalijaga).
- Zakaria, Y. R. 1994. Hutan dan Kesejahteraan Masyarakat. Wahana Lingkungan Hidup Indonesia. Jakarta.

Sumber lain :

- Bank Indonesia. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jakarta: Bank Indonesia kerjasama dengan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia
- RPJPD Kabupaten Lebak 2005-2025
2016. "UMKM Lebak Serap 89.346 Tenaga Kerja" Diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/koran/kreatipreneur/16/09/23/odybs211-umkm-lebak-serap-89346-tenaga-kerja>
- Sri Endah Nurhidayati , Community Based Tourism (CBT) sebagai Pendekatan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Program Studi D3 Pariwisata FISIP Universitas Airlangga, Surabaya, http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Community%20Based%20Tourism%20_CBT_.pdf

KAMPUNG DONGENG MEMBERI NILAI TAMBAH DALAM INDUSTRI KREATIF

Safrudiningsih, S.S., M.Ikom

Dosen Akademi Televisi Indonesia (ATVI)

safrudiningsih@gmail.com

081514676262

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Jokowi saat ini sangat gencar mengkampanyekan pentingnya menggali potensi industri kreatif untuk meningkatkan ekonomi dan pada saat bersamaan memberikan tempat atau wadah berkreasi bagi seniman dan para profesional yang bergerak dalam ranah ekonomi kreatif. Komitmen dan keseriusan Pemerintahan Jokowi itu dibuktikan dengan dibentuknya badan khusus yang disebut Badan Ekonomi Kreatif.¹

Selama ini sub sektor yang paling umum dikenal masyarakat menyumbang pemasukan bagi ekonomi kreatif adalah musik dan pertunjukan, film, seni dan budaya, buku dan penerbitan, arsitektur dan komputer serta berbagai pirantinya. Namun demikian, tradisi mendongeng yang merupakan gabungan dari seni literasi, tradisi lisan dan pertunjukan belum banyak dimanfaatkan atau belum digali lebih jauh sebagai potensi besar untuk ikut memberikan nilai tambah pada ekonomi kreatif tersebut.

Tradisi mendongeng dari sisi kebiasaan dan budaya Indonesia sangat sesuai, mengingat kebiasaan masyarakat Indonesia adalah lebih suka bertutur atau berbicara ketimbang tradisi membaca atau literasi. Pemerintah melalui Program Literasi Nasional Kemendiknas telah melakukan sosialisasi dan melaksanakan program tersebut untuk menumbuhkan kebiasaan gemar membaca dan menulis di kalangan pelajar mulai tingkat SD hingga SLTA.²

¹ (Tempo.co, 26 Januari 2015 “Akhirnya, Badan Ekonomi Kreatif Diresmikan”) <https://nasional.tempo.co/read/637704/akhirnya-badan-ekonomi-kreatif-diresmikan>

² (Tempo.co, 28 April 2017 “Gerakan Literasi Sekolah Wujudkan Nawa Cita.” <https://nasional.tempo.co/read/870509/gerakan-literasi-sekolah-wujudkan-nawa-cita>)

Dalam konteks dukungan dan komitmen Pemerintah untuk terus mengembangkan potensi ekonomi kreatif tersebut, rasanya sudah saatnya pemerintah juga memberikan dukungan penuh pada potensi mendongeng tersebut. Sebab selama ini gerakan untuk melakukan sosialisasi pentingnya mendongeng masih sebatas dilakukan masyarakat, khususnya relawan-relawan yang bergerak di Kampung Dongeng Indonesia, kegiatan Pekan Ceria dan sebagainya. Simpul-simpul gerakan masyarakat untuk menumbuhkan minat dan membiasakan mendongeng membutuhkan bantuan pemerintah agar tujuan melakukan pertunjukkan dongeng untuk menghibur, menyisipkan nilai-nilai kebaikan, nilai-nilai keberagaman dan berbagai nilai kebaikan lainnya bisa lebih mudah diterima masyarakat.

Bukan tidak mungkin suatu saat mendongeng atau pertunjukkan dongeng akan makin digemari masyarakat seperti pertunjukkan musik, seni budaya, seni tari, seni drama dan seni pertunjukkan lainnya. Harapan itu nampaknya akan bisa terealisasi mengingat gerakan masyarakat yang aktif mendongeng, melatih calon-calon pendongeng dan lahirnya para pendongeng baru dari kalangan generasi muda. Jadi yang dibutuhkan adalah dukungan penuh pemerintah, apalagi manfaat dongeng yang sangat besar sudah tidak terbantahkan.

Pekan Ceria diadakan setiap akhir pekan di 71 daerah di Indonesia yang memiliki Kampung Dongeng, di antaranya adalah Bogor, Yogya, Tangerang dan juga diadakan di Jakarta. Kegiatan ini tidak hanya mendongeng saja, tetapi juga ada ajang unjuk bakat anak, kreatifitas anak dan berbagai permainan anak. Kegiatan yang dilakukan dari pukul 10-12 jam sebagai ajang pertemuan antara pendongeng, relawan dan anak-anak. Kegiatan yang berlangsung selama kurang lebih dua jam ini dirasa efektif sebagai ajang unjuk kebolehan pendongeng untuk praktek langsung di depan anak-anak selain itu bagi anak-anak, ajang ini menumbuhkan minat dongeng. Dalam acara ini diajarkan juga ketrampilan membuat suatu yang bermanfaat dari barang bekas atau barang yang lebih mempunyai nilai guna.

Selain mengadakan Pekan Ceria Kampung Dongeng juga melakukan hal-hal yang terkait kreatif yaitu pembuatan CD lagu dan dongeng serta buku-buku yang mengedukatif. Penelitian ini difokuskan kegiatan Kampung Dongeng yang mempunyai sebaran kampung dongeng dan kegiatan yang begitu banyak. Kegiatan yang banyak itu dapat digolongkan dalam industri kreatif.

Hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk mengembangkan kreatif dalam mendongeng. Bagi pendongeng dengan banyaknya wisata atau hiburan serta masifnya pemakaian alat komunikasi yang banyak dipakai di kalangan anak-anak. Dengan ini Pekan Ceria yang diadakan Kampung Dongeng memberikan alternatif hiburan dan edukatif pada anak-anak. Acara ini dilaksanakan secara gratis dan mengumpulkan anak-anak atau kelompok anak di beberapa tempat. Kegiatan-kegiatan mendongeng diperlukan dalam menumbuhkan minat akan menciptakan imajinasi

Sejarah Kampung Dongeng

Kampung Dongeng Indonesia, diprakarsai oleh Kak Awam Prakoso, peraih Rekor Muri Dongeng terlama serta peraih KPAI Award 2016, Icon Pendongeng Indonesia, yang namanya sudah tidak asing lagi di kalangan pendidik dan anak-anak ini telah memulai kegiatannya pada bulan Februari 2009 dan diresmikan pada tanggal 18 Mei 2009.

Selain melaksanakan gerakan melalui pentas dongeng di berbagai pelosok Tanah Air, Kampung Dongeng juga telah melahirkan para pendongeng di berbagai belahan bumi Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Selain itu *website* ini akan memberikan secara cuma-cuma hasil rekaman baik video dan audio dongeng yang dapat di bagikan secara bebas kepada siapa saja. Dan kami juga akan memberikan dongeng-dongeng yang tersebar di berbagai media yang tentunya kami sertakan sumbernya. *Website* ini juga sebagai salah satu wadah berkreasi kita dan anak-anak kita menorehkan hasil karya cerita baik nanti akan dikemas secara *e-book*, audio maupun video.

Lewat dongeng dapat membangun karakter, menjadi media pembelajaran anak, dan menangani situasi dan kondisi anak. Banyak orang tua atau guru yang belum rutin bercerita atau mendongeng karena mereka merasa belum bisa bercerita, mempunyai sedikit referensi cerita atau bahkan banyak orang tua yang belum percaya diri untuk cerita.

Kampung Dongeng sudah ada 71 titik di seluruh Indonesia³. Jumlah ini meski jauh dari targetnya mendirikan 1000 Kampung Dongeng di seluruh Indonesia. Tapi setidaknya sudah dimulai sebagai langkah maju. Banyak

³ Wawancara dengan kak Awam di Kemah Dongeng ke 18 yang diadakan di Taman Bougenville, Gunung Puntang Bandung selatan 11-13 Agustus 2017. Dan pada wawancara terbarunya, tanggal 8 Oktober 2017 dalam Silahturahmi Kado Sejabotabek, kak Awam mengatakan akan ada 16 Kampung Dongeng yang lahir di Indonesia.

program yang dimiliki kKmpung Dongeng pertama, kegiatan Jelajah Negeri, Kak Awam dan relawan Kampung Dongeng lainnya berkeliling dari Sabang sampai Merauke, baik hanya mendongeng untuk anak-anak, juga memberikan pelatihan untuk para pendidik. Tidak hanya dilakukan di kota-kota besar, namun blusukan hingga ke daerah perbatasan.

Kedua, Kampung Dongeng Keliling Kampung Program ini adalah program blusukannya pendongeng Kampung Dongeng ke kampung-kampung, Tanpa persiapan, langsung menggelar tikar bersama warga sekitar, menyalakan Sound system yang dibawanya sendiri lalu mengumpulkan anak-anak untuk mendengarkan dongeng. Ketiga, Kampung Dongeng Pekan Ceria. Kampung Dongeng menyiapkan acara yang gratis untuk masyarakat setiap pekannya, dan dilaksanakan di sekretariat kampung dongeng di berbagai daerah. Kegiatannya tidak hanya mendongeng saja, tetapi juga ada ajang unjuk bakat anak, kreatifitas anak dan berbagai permainan anak.

Keempat, Kampung Dongeng Peduli Sesama. Program kepedulian pendongeng secara rutin untuk hadir di berbagai rumah sakit dan panti asuhan yang telah menjalin kerjasama untuk memberikan keceriaan pada anak-anak.

Kelima, *field trip* di Kampung Dongeng. Saung Kampung Dongeng yang sejuk dapat dikunjungi sekolah baik PAUD/TK, SD, SMP yang berkunjung ke Kampung Dongeng untuk mendapatkan sajian dongeng dan membuat prakarya dari berbagai bahan yang dapat dibeli di kampung dongeng.

Keenam, Kemah Dongeng. Program ini adalah bimbingan teknis kepada peserta, baik pengajar PAUD/TK/SD/TPA/pelajar/mahasiswa/ortu/aktivis anak, atau siapa saja yang berkecimpung di dunia anak untuk belajar Teknik mendongeng dan metode pengajaran yang menyenangkan secara penuh selama 3 hari (menginap) di lokasi.

Ketujuh, Produk Kampung Dongeng. Kampung Dongeng menyediakan berbagai macam produk yang dapat dikirim ke berbagai daerah. Selain dapat membeli produk secara perorangan, kami juga membutuhkan agen penjualan di berbagai daerah. Kedelapan, Cabang Kampung Dongeng Indonesia. Sesuai dengan tujuan awal mempersembahkan 1,000 Kampung Dongeng untuk Indonesia, maka siapapun dapat turut serta mendirikan Kampung Dongeng di berbagai daerah dengan cara menghubungi

sekretariat Kampung Dongeng Pusat. Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kampung Dongeng menjadi bagian dari industri kreatif?
2. Bagaimana peran penting Kampung Dongeng mengurangi intensitas penggunaan gawai ?

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Di mana hasil penelitian disajikan tidak dalam bentuk angka-angka bentuk statistik, akan tetapi dalam bentuk deskripsi naratif. Fokus Penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah kegiatan di Kampung Dongeng dan Acara Pekan Ceria.

Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama. Menurut Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Definisi lain dari wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu⁴. Wawancara ditujukan kepada penggagas Kampung Dongeng Kak Awam Prakoso.

Observasi berasal dari bahasa latin yang berarti memperhatikan dan mengikuti, memperhatikan dan mengikuti dalam arti mengamati dengan teliti dan sistematis sasaran perilaku yang dituju. Menurut Cartwright yang dikutip dalam Haris Herdiansyah mendefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.⁵ Definisi lain observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Inti dari observasi ialah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Pengamatan dilakukan pada aktivitas Kampung Dongeng untuk mengetahui perannya dalam bagian industri kreatif.

⁴ Haris Herdiansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif.

⁵ Haris Herdiansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif.

PEMBAHASAN

Mendongeng di Kampung Dongeng Bagian Dari Industri Kreatif

Menurut Kementerian Perdagangan RI, bentuk dan jenis industri-industri kreatif Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam 14 sektor kreatif, yaitu (sub)sektor periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan atau kriya, desain, fesyen, video-film-fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan pencetakan, layanan atau jasa komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, dan penelitian dan pengembangan. Masing-masing sector dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. **Subsektor periklanan** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya penelitian pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye hubungan publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan penyiapan bahan-bahan dan contoh iklan, dan penyewaan kolom untuk iklan.
2. **Subsektor arsitektur** merupakan kegiatan-kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya arsitektur taman dan desain interior).
3. **Subsektor pasar barang seni** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika-artistik seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa dan lukisan.
4. **Subsektor kerajinan atau kriya** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk kreatif yang dibuat dihasilkan oleh tenaga perajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun

buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Pada umumnya produk kerajinan atau kriya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

5. **Subsektor desain** merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa penelitian pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
6. **Subsektor fesyen** adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, dan distribusi produk fesyen.
7. **Subsektor video-film-fotografi** merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk ke dalamnya penulisan skrip, pengisian suara, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
8. **Subsektor permainan interaktif** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan pendidikan. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau pendidikan.
9. **Subsektor musik** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penciptaan atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi rekaman suara serta pengarahan rekaman musik.
10. **Subsektor seni pertunjukan** adalah berbagai kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misalnya pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, dongeng, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata lampu.
11. **Subsektor penerbitan dan pencetakan** merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangkat, materi, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi

surat saham, dan surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Di samping itu, juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lain termasuk rekaman mikro film.

12. **Subsektor layanan atau jasa komputer dan piranti lunak** merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan pangkalan data, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, dan desain portal termasuk perawatannya.
13. **Subsektor televisi dan radio** merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (misalnya: permainan, kuis, *reality show*, dan *infotainment*), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
14. **Subsektor penelitian dan pengembangan** merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Dengan memperhatikan 14 sub sektor industri kreatif seperti di atas, nampak bahwa kegiatan yang dilakukan di Kampung Dongeng masuk dalam empat subsektor yaitu : **Pertama;** Subsektor video-filem-fotografi. **Kedua,** Subsektor permainan interaktif. **Ketiga;** Subsektor musik **Keempat;** Subsektor seni pertunjukan adalah berbagai kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan

Keempat hal di atas telah dilakukan oleh Kampung Dongeng terutama Kampung Dongeng di Pusat dan Aceh. tiga sektor itu adalah vidio kreatif berkaitan dengan cara mendongeng dan lagu-lagu anak-anak dan Islami sebagainya yang diproduksi sendiri. Selain memproduksi sendiri juga sekaligus mendistribusikannya ke kampung-kampung dongeng seluruh Indonesia serta acara-acara yang diadakan oleh relawan-relawan atau pendiri Kampung Dongeng seluruh Indonesia yang ketika bertugas sebagai pendongeng ke

beberapa instansi. Kegiatan ini meski belum masif dilakukan oleh Kampung Dongeng di seluruh Indonesia. Karena hanya beberapa Kampung Dongeng yang melakukan hal ini seperti, Kampung Dongeng di Aceh.

Dengan tujuh program yang dimiliki Kampung Dongeng merupakan petunjuk bahwa Kampung Dongeng telah melakukan suatu bentuk yang dinamakan industri kreatif. Kalau semua kampung dongeng yang telah ada di seluruh Indonesia melaksanakan semua kegiatan yang menjadi Kampung Dongeng pusat makan tidak mungkin akan memunculkan satu budaya kreatif yang meningkatkan taraf hidup masyarakat. Meskipun saat ini baru kegiatan mendongeng yang benar-bener dilakukan oleh seluruh Kampung Dongeng seluruh Indonesia.

Hal ini terjadi karena masih minimnya sumber daya manusia yang konsen dibidang yang lain. Kareana mereka adalah relawan-relawan yang sudah mempunyai profesi. Sehingga belum secata langsung dapat mengembangkan program yang lain. Selain itu juga masih adanya keterbatasan akan kemampuan yang berkaitan dengan teknologi terutama di daerah-daerah.

Berkaitan dengan seni pertunjukan yaitu berupa mendongeng yang masuk dalam subsektor kreatif . Kegiatan mendongeng ini sangat masif dilakukan oleh Kampung Dongeng di seluruh Indonesia pada Acara Pekan Ceria. Mendongeng merupakan keterampilan berbahasa lisan yang bersifat produktif . dengan demikian, mendongeng menjadi bagian dari keterampilan berbicara. Keterampilan mendongeng sangat penting dalam menumbuh kembangkan ketrampilan berbicara bukan hanya sebagai keterampilan berkomunikasi, melainkan juga sebagai seni. Dikatakan demikian karena mendongeng memerlukan kedua keterampilan berbicara tersebut.⁶

Fungsi Dongeng: Dongeng sebagai salah satu dari sastra anak, berfungsi untuk memberikan hiburan, juga sebagai sarana untuk mewariskan nilai-nilai yang diyakini kebenarannya oleh masyarakat pada waktu itu. Dongeng dipandang sebagai sarana untuk mewariskan nilai-nilai, dan untuk masyarakat lama itu dapat dipandang sebagai satu-satunya cara. Sesuai dengan keberadaan misi tersebut, dongeng mengandung ajaran moral. Dongeng sering mengisahkan penderitaan tokoh, namun karena kejujuran dan ketahanan ujiannya tokoh tersebut mendapat imbalan yang menyenangkan. Sebaliknya tokoh jahat pasti mendapat hukuman⁷.

⁶ Fakhrudin, 2009

⁷ Nurgiyantoro, 2005

Dalam mendongeng bukan sekedar tontotan tetapi juga harus dapat menjadi tuntunan karena dalam mendongeng harus menghibur tetapi juga ada pesan yang diajarkan bisa berupa pesan berkaitan dengan bersyukur , kejujuran, mandiri, berani atau bahkan juga tema-tema lingkungan. Tokoh-tokoh yang ditampilkan bisa tokoh binatang, atau tumbuh-tumbuhan atau bahkan anak-anak sendiri.⁸

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dongeng mempunyai banyak fungsi antara lain: sebagai hiburan atau pelipur lara, pendidik, sarana mewariskan nilai-nilai, protes sosial, dan juga sebagai proyeksi keinginan terpendam.

Mendongeng merupakan salah satu kegiatan yang ada dalam Pekan Ceria yang diadakan oleh Kampung Dongeng seluruh Indonesia tiap bulannya pada hari Minggu . Dari kegiatan mendongeng kita mendapat manfaat diantaranya adalah⁹ Menanamkan nilai-nilai, membangun kemampuan Literasi. Memicu daya berpikir Kritis , merangsang imaji, fantasi, dan kreativitas anak, dan mampu melatih daya konsentrasi, membuka cakrawala pengetahuan anak serta mendorong anak mencintai buku dan merangsang minat baca anak.

Dengan diadakan pertunjukan di tempat yang berbeda setiap bulannya menuntut para pendongeng membuat inovasi yang terus menerus. Dalam hal ini seorang pendongeng dituntut membuat penonton atau *audiens* mengikuti pertunjukan dongeng. Pertunjukan ini harus dipersiapkan oleh pendongeng. Hal yang dipersiapkan oleh pendongeng sebagai bagian dari industri kreatif adalah :

A. Persiapan Sebelum Tampil

1. Naskah Cerita (Membuat/Memilih)

a. Tentukan tema cerita. Misalnya,

- Percaya Diri
- Pembelajaran
- Kemandirian
- Inisiatif
- Pantang Menyerah

Pemilihan Tema dan judul yang tepat. Tema yang digunakan disesuaikan dengan suasana (situasi dan kondisi) disesuaikan dengan acara/peristiwa

⁸ Wawancara dengan Kak Awam di Kemah Dongeng ke 18 yang diadakan di Taman Bougenville, Gunung Puntang Bandung Selatan 11-13 Agustus 2017.

⁹ Asfandiyar, 2007; MacDonal; Musfiroh, 2008

yang sedang atau akan berlangsung, seperti acara kegiatan keagamaan, hari besar nasional, ulang tahun, pisah sambut anak didik, peluncuran produk, pengenalan profesi, program sosial dan lain-lain, akan berbeda jenis dan materi ceritanya. Pendidik dituntut untuk memperkaya diri dengan materi cerita yang disesuaikan dengan suasana. Jadi selaras materi cerita dengan acara yang diselenggarakan, bukan satu atau beberapa cerita untuk segala suasana.

b. Sesuaikan dengan Usia Anak

Anak-anak menyukai hal-hal yang fantastis, aneh, yang membuat imajinasinya “menari-nari”. Bagi anak-anak, hal-hal yang menarik, berbeda pada setiap tingkat usia, misalnya;

1. Sampai ada usia 4 tahun, anak menyukai dongeng fabel dan horor, seperti: Si Wortel, Tomat yang Hebat, Anak Ayam yang Manja, Kambing Gunung dan Kambing Gibas, anak nakal tersesat di hutan rimba, cerita nenek sihir, orang jahat, raksasa yang menyeramkan.
2. Pada usia 4-8 tahun, anak-anak menyukai dongeng jenaka, tokoh pahlawan/hero dan kisah tentang kecerdikan, seperti; Perjalanan ke Planet Biru, Robot Pintar, Anak yang Rakus.
3. Pada usia 8-12 tahun, anak-anak menyukai dongeng petualangan fantastis rasional (sage), seperti: Persahabatan si Pintar dan si Pikun. Karni Juara Menyanyi.

Kegiatan mendongeng di depan anak-anak sering kali dihadapkan pada keadaan usia anak-anak yang beragam. Sehingga menuntut seorang pendongeng harus bisa melakukan hal yang kreatif sehingga bisa diterima oleh anak-anak tersebut. Penggunaan lagu dan alat bantu akan menolong membawa anak-anak pada imaji yang sama meski usia mereka berbeda.

c. Menyesuaikan Durasi Cerita

Waktu Penyajian Dengan mempertimbangkan daya pikir, kemampuan bahasa, rentang konsentrasi dan daya tangkap anak, maka para ahli dongeng menyimpulkan sebagai berikut;

- a. Sampai usia 4 tahun, waktu cerita hingga 7 menit
- b. Usia 4-8 tahun, waktu cerita hingga 10 -15 menit
- c. Usia 8-12 tahun, waktu cerita hingga 25 menit Namun tidak
- d. menutup kemungkinan waktu bercerita menjadi lebih panjang, apabila tingkat konsentrasi dan daya tangkap anak dirangsang oleh penampilan pencerita yang sangat baik, atraktif, komunikatif dan humoris.

2. Menyiapkan Alat Peraga bila Diperlukan

3. Berlatih Secukupnya

- Olah Vocal
- Olah Gerak (Halus & Kasar)
- Olah Bahasa
- Olah Media

4. Menyiapkan Tempat Bercerita

Kegiatan Pekan Ceria oleh Kampung Dongeng biasanya diadakan di taman, ruang terbuka, sekolah bahkan di Kampung Dongeng Jakarta Raya sering menggunakan RPTRA (Ruang Publik Terpadu Ramah Anak). Ruang tersebut dianggap nyaman dan aman untuk anak-anak dalam mengikuti acara tersebut. Sedangkan Kampung Dongeng di luar Jakarta sering menggunakan ruang-ruang kelas atau bahkan taman-taman atau ruang terbuka yang ada di tiap-tiap daerah/

B. Ciptakan Suasana Akrab Sebelum Bercerita

1. Teknik Mencari Perhatian dgn Aksi yg mengesankan
2. Tebak-tebakan yang segar
Tebak 'Saya, Siapa Aku?
Musik Tebak Siapa Aku
Lagu-lagu ringan dan interaktif
Kring Ada Speda, Saya Mau Tamasya
Musik Bermain Tangan
Kepala Pundak Lutut Kaki

C. Pilihan Gaya Bercerita

1. Tanpa Alat Peraga
2. Mengatur posisi (Duduk, Berdiri, Berpindah)
3. Karakter Vocal Penokohan, Ekspresi, Kelenturan)
4. Dengan Alat Peraga
Boneka
Buku bergambar
Papan Flanel
Animasi
Dll

D. Saat Tampil Bercerita

1. Perhatikan Hal penting ini :
2. Jangan terburu-buru. Lakukan dengan tenang
3. Improvisasi ketika lupa alur cerita
4. Penokohan di sesuai dengan kemampuan
5. Berikan “suasana” & “nada” tertentu
6. Jangan “bungkus” cerita dalam bentuk sindiran
7. Jangan “bungkus” cerita dalam bentuk ceramah!
8. Berikan insentif pada anak
9. Harus tetap harus fun!
10. Menangani berbagai permasalahan dgn bijaksana

Selain itu, Pekan Ceria juga masuk dalam menumbuhkan kreatif dalam bidang lain yaitu subsektor kerajinan atau kriya merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk kreatif yang dibuat dihasilkan oleh tenaga perajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Pada umumnya produk kerajinan atau kriya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

Kerajinan kriya yang dimaksud adalah dalam pekan ceria selalu merangsang anak-anak membuat karya . Meski lat-alat karya itu sudah disediakan dan di skala yang lebih besar Kampung Dongeng Pusat dan Aceh sudah melakukan kreatifitas dengan terbitnya buku dan vidio dan CD. Dalam hal ini, kegiatan tersebut masuk dalam industri kreatif. Jika kerajinan yang selalu dipraktekan kepada anak-anak berlangsung di seluruh Indonesia dapat dipastikan akan tumbuh generasi-generasi yang kreatif. Dengan terus dirangsang untuk berkarya dan memproduksi membuat tayangan yang berkaiatan hal yang kreatif dan digital. Dengan generasi yang kreatif dapat membuka lapangan kerja sendiri tanpa menggantungkan kepada pemerintah.

Dongeng dan Upaya Mengurangi Intensitas Penggunaan Gawai

Fungsi yang lengkap ini menjadi satu hal yang idealnya dapat menghadapi gempuran Smartphone atau ponsel cerdas (bahasa Inggris: *smartphone*). Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas.

Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubungkan ke komputer) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon. Pertumbuhan permintaan akan alat canggih yang mudah dibawa ke mana-mana membuat kemajuan besar dalam pemrosesan, memori, layar dan sistem operasi yang di luar dari jalur telepon genggam sejak beberapa tahun ini.¹⁰

Bukan rahasia umum lagi, di kota-kota besar dan bahkan di desa-desa, kebiasaan masyarakat menggunakan telepon seluler canggih atau gawai saat ini semakin besar, apalagi harga gawai yang relatif terjangkau. Sebagaimana masyarakat mengkhawatirkan gejala yang sangat umum bahwa anak-anak dan kaum muda mulai sangat tergantung pada alat atau gadget canggih bernama *smartphone* itu.¹¹

Bersamaan dengan itu, berbagai upaya dan cara juga diusahakan agar ketergantungan pada gawai itu mulai berkurang dan anak-anak serta pelajar dan kaum muda dianjurkan untuk memanfaatkan waktu mereka untuk bersosialisasi dengan lingkungannya dengan cara bermain di ruang terbuka, berolahraga bersama, dan kegiatan lainnya yang bisa mengurangi ketergantungan menggunakan gawai.

Kegiatan mendongeng yang ditampilkan dalam pertunjukan yang menghibur perlahan dapat mempengaruhi anak dan remaja untuk mengurangi aktivitas penggunaan gawai, karena fokus perhatian mereka mulai beralih ke pertunjukan dongeng. Bahkan jika acara dongeng

¹⁰ wikipedia

¹¹ <https://www.google.com/ketergantungan+pada+gadget+makin+tinggi>

dipadukan atau kolaborasi dengan acara musik, yang biasa digemari anak-anak dan remaja, bisa lebih menarik perhatian mereka.¹²

Gawai yang dibawa atau digunakan anak-anak dan remaja, malah akan dimanfaatkan untuk mengabadikan acara pertunjukan dongeng yang dirancang menarik. Gawai mereka pasti akan digunakan untuk mengabadikan acara tersebut, dan bukan tidak mungkin juga mereka merekamnya dalam bentuk video.

Apabila menurut anak-anak dan remaja dongeng itu sangat menarik dan interaktif dengan mereka, apalagi tadi, dipadu dengan musik, maka konten gawai mereka akan diisi juga oleh dokumentasi pertunjukan dongeng. Pada saat itulah kita berharap, pengguna gawai mengirim atau membagikan dokumentasi dalam bentuk foto dan video pertunjukan dongeng kepada teman atau grup mereka.

Dalam konteks pemikiran di atas, kita bisa menyimpulkan bahwa dongeng pun bisa bersahabat atau bersinergi dengan gawai canggih intinya dalam bentuk telepon pintar itu untuk merekam dan mengabadikan pertunjukan dongeng. Sebab dalam kondisi kehidupan saat ini, kita tidak mungkin mengesampaikan gawai, begitu juga bagi kalangan anak dan remaja, ketergantungan yang sangat tinggi hanya dapat dikurangi dan pada saat bersamaan, dongeng harus mampu mematahkan kebiasaan pengguna gawai yang melulu hanya untuk komunikasi yang tak begitu penting atau hanya untuk sekadar bermain *game*.¹³

¹² 11 June, 2017, <http://dokteranak.org/manfaat-mendongeng-bagi-pertumbuhan-anak>

¹³ (21-09-2017 8:37 pm <https://mepnews.id/2017/09/21/mendongeng-vs-gadget/>)

DAFTAR PUSTAKA

- Asfandiyar, Andi Yudha, 2007. *Cara Pintar Mendongeng*, Jakarta: Mizan.
- Fakhrudin, Muhammad, 2009. “*Cara Mendongeng*”, *Pelatihan Teknik Mendongeng bagi Guru Taman Kanak-Kanak se-Kabupaten Purworejo tanggal 16 Desember 2003*. Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- MacDonald, Margaret Read, 1995. *The Parents Guide Storytelling: How to Make-up New Stories and Retend Old Favourites*, USA: Herper Collins Publisher.
- Musrifoh, Tadkiroatun, 2008. *Memilih, Menyalin, dan Menyajikan Cerita untuk Anak Usia Dini*, 29. Mei. 2009. www.pestabuku.com
- Nurgiyantoro, Burhan 2005. *Sastra Anak*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Tempo.co, 26 Januari 2015 “ Akhirnya , Badan Ekonomi Kreatif Diresmikan”. <https://nasional.tempo.co/read/637704/akhirnya-badan-ekonomi-kreatif-diresmikan>
- Tempo.co, 28 April 2017 “Gerakan Literasi Sekolah Wujudkan Nawa Cita./ <https://nasional.tempo.co/read/870509/gerakan-literasi-sekolah-wujudkan-nawa-cita>
- wikipedia
- <https://www.google.com/ketergantungan+pada+gadget+makin+tinggi>,
- 11 June, 2017, <http://dokteranak.org/manfaat-mendongeng-bagi-pertumbuhan-anak>

KOMUNIKASI ANTAR KELOMPOK AGAMA DAN PEMAKNAAN TOLERANSI DALAM HUBUNGAN KEHARMONISAN SOSIAL KEAGAMAAN DI KOTA BEKASI

Afrina Sari

Universitas Budi Luhur Jakarta

Email: afrina.sari68@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Hubungan Keharmonisan antar umat beragama di Kota Bekasi termasuk dalam kategori sangat buruk. Berdasarkan penilaian Komisi Nasional Hak Asasi manusia (Komnas HAM) menganggap Kota Bekasi sebagai Kota terbesar keenam yang terburuk dalam hal kerukunan umat beragama. Menurut Wali Kota Bekasi Rahmat Effendy; Hal ini diakui sebagai suatu hal yang memprihatinkannya; dan beberapa rencana yang dilakukan sebagai kepala Daerah antara lain membentuk Majelis Umat dari tingkatan Kecamatan hingga Rukun Tetangga (RT) di seluruh Kota Bekasi. Harapan dari pembentukan Majelis Umat adalah untuk mengembangkan partisipasi dari 6 (enam) agama dapat menyampaikan pentingnya toleransi umat beragama dalam kehidupan manusia. Adapun tugas Majelis Umat adalah mensosialisasikan dan berinteraksi antar pemeluk agama di setiap wilayah, sehingga toleransi beragama bisa di junjung tinggi. Tetapi sebelumnya sudah ada forum kerukunan Umat beragama (FKUB) yang menjadi fasilitator keagamaan di Kota Bekasi.

Berdasarkan Data Kependudukan di Kota Bekasi, tercatat jumlah penduduk mencapai 2,3 juta jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari 2 Juta adalah pemeluk Agama Islam, pemeluk Katolik 65.000 orang, Budha 12.000 orang, dan Kristen Protestan 195.000 orang, Hindu 47.000 orang dan konghucu 196 orang. Berdasarkan data penduduk dan agama tersebut, maka Kota Bekasi dapat dikatakan sebagai Kota Heterogen dari segi agama.

Konflik keagamaan di Kota Bekasi muncul karena dipicu oleh adanya rencana pendirian rumah ibadah. Kehadiran sebuah rumah ibadah sering kali mengganggu antar umat beragama, bahkan memicu konflik horizontal

karena lokasinya berada ditengah komunitas yang kebanyakan menganut agama lain. Rumah ibadah dalam hal ini tidak hanya dilihat sebagai tempat untuk melaksanakan ibadah atau kegiatan keagamaan, tetapi juga sebagai simbol keberadaan suatu kelompok agama tertentu. Rumah ibadah tersebut dipandang oleh pihak lain tidak berdasarkan keperluan melainkan untuk kepentingan penyiaran agama pada komunitas lain.

Merujuk ke sejarah wilayah, Kota Bekasi sebagai penyangga Ibukota Jakarta menjadi bagian dari kemajuan perkembangan Islam di Kerajaan Jayakarta. Hingga masuknya agama Kristen Protestan dan Katolik di Kampung Sawah, Kota Bekasi pada tahun 1886 Masehi. Bekasi sebagai Kota Ihsan juga sudah menjadi basis para fisabilillah sejak berdirinya Laskar Hizbullah oleh KH. Noer Alie. Perbauran suku, agama, ras, dan keberagaman itu secara natural membentuk kultur budaya Betawi-Bekasi menjadi pusaran peradaban bermasyarakat. Keberagaman kerukunan itu mengalir dari Tarumanagara hingga kekinian. Khasanah perbauran dalam keberagaman itu mempengaruhi kearifan lokal tercermin dari berbagai budaya Bekasi yang bercirikan unsur entis Arab, Cina, Betawi, Pasundan dan Jawa.

Bekasi yang kian maju dan majemuk tentunya juga harus menyediakan sarana peribadatan para pemeluk agama sebagai bagian dari kewajiban pemerintah menjamin hak menjalankan keyakinan beragama. Namun, regulasi harus menganyomi semua pemeluk agama secara proposional dan tetap menghargai kearifan lokal. Sikap toleransi atau *tasamuh* dalam pergaulan bermasyarakat antar umat beragama yang didasarkan setiap agama menjadi tanggung jawab pemeluk agama itu sendiri. Mempunyai bentuk ibadat (ritual) dengan sistem dan tata cara sendiri yang dibebankan serta menjadi tanggung orang yang memeluknya.

Toleransi dalam pergaulan hidup antar umat beragama bukanlah toleransi dalam masalah-masalah keagamaan, melainkan perwujudan sikap keberagaman pemeluk suatu agama dalam pergaulan hidup antara orang yang tidak seagama, dalam masalah kemasyarakatan atau kemaslahatan umum. Sikap toleransi dalam pergaulan hidup antar umat beragama berpangkal dari penghayatan ajaran agama masing-masing. Bila toleransi dalam pergaulan hidup ditinggalkan, berarti kebenaran ajaran agama tidak dimanfaatkan sehingga pergaulan dipengaruhi oleh saling curiga mencurigai dan saling berprasangka. Toleransi positif kecuali memanifestasikan kebenaran agama secara horizontal, juga merupakan

bagian dari cara memurnikan prinsip demokrasi. Aktualisasi perwujudan toleransi dalam pergaulan hidup antar umat beragama direalisasikan dengan cara, setiap penganut agama mengakui eksistensi agama-agama lain dan menghormati segala hak azasi penganutnya. Dalam pergaulan bermasyarakat, setiap golongan umat beragama menampilkan sikap saling mengerti, menghormati dan menghargai. Toleransi positif adalah toleransi yang ditumbuhkan oleh kesadaran yang bebas dari segala macam bentuk tekanan atau pengaruh serta terhindar hipokrisi. Oleh karena itu, pengertian toleransi agama adalah pengakuan adanya kebebasan setiap warga untuk menjalankan ibadatnya. Toleransi beragama meminta kejujuran, kebesaran jiwa, kebijaksanaan dan tanggung jawab sehingga menumbuhkan perasaan solidaritas dan mengikis sikap egotik golongan. Dalam toleransi beragama, sikap permusuhan, sikap prasangka harus dibuang jauh-jauh, diganti dengan saling menghormati dan menghargai setiap pemeluk agama lain. Jelas bahwa toleransi terjadi dan berlaku karena terdapat perbedaan prinsip, menghormati perbedaan atau prinsip orang lain tanpa mengorbankan prinsip sendiri. Dalam konteks kehidupan beragama Islam, toleransi berarti menterjemahkan ajaran Islam ditengah kehidupan dengan sikap penghargaan, kemaslahatan, keselamatan dan kedamaian masyarakat, mencegah kemudharatan, kerusakan dan bahkan kebencian. Sikap toleransi atau lapang dada diperlukan dalam kehidupan masyarakat. Sebab, keragaman dan perbedaan pendapat dalam segala bentuk aspek kehidupan. Sikap toleransi sangat penting, guna menghindari ketersinggungan atau paksaan antar manusia.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah; bagaimana komunikasi antar kelompok agama di kota Bekasi dalam hubungan sosial keagamaan dan seperti apa pemaknaan toleransi diantara kelompok agama yang ada. Bagaimana pemaknaan toleransi dapat mengembangkan hubungan harmonisasi keagamaan di kota Bekasi? Apa langkah-langkah yang dilakukan dan bagaimana komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi dikembangkan dalam penyelesaian masalah dalam hubungan keagamaan di Kota Bekasi. Sehingga permasalahan penelitian ini dikembangkan dengan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut;

1. Bagaimana perilaku individu pada kelompok masyarakat dalam memaknai toleransi agama di Kota Bekasi?.

2. Bagaimana bentuk komunikasi kelompok dalam hubungan sosial keagamaan di Kota Bekasi?.
3. Bagaimana pola hubungan keagamaan antar agama di Kota Bekasi?.

Urgensi penelitian ini adalah ikut serta dalam pemecahan masalah dalam hubungan keharmonisan sosial keagamaan di Kota Bekasi. Konflik antar agama yang masuk dalam kategori buruk dapat diselesaikan secara komunikasi antar kelompok agama.

Penelitian ini didasarkan pada perhatian terhadap hubungan sosial keagamaan di Kota Bekasi dimana mengidentifikasi beberapa faktor antara lain; komunikasi antar kelompok agama, pemaknaan toleransi menurut penganut agama yang ada di kota bekasi, bentuk pola hubungan dalam sosial keagamaan di kota Bekasi.

Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Dalam aspek praktis penelitian diharapkan bermanfaat untuk menemukan model komunikasi antar kelompok agama dalam mewujudkan hubungan harmonis sosial keagamaan di Kota Bekasi, bisa sebagai masukan bagi pengambil kebijakan untuk membantu mengatasi permasalahan konflik antara umat beragama.
2. secara akademis penelitian ini diharapkan bermanfaat karena memberi kontribusi pada pengembangan ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi antar kelompok di masyarakat, terutama pengembangan Komunikasikelompok antar penganut agama berbeda dan pengembangan masyarakat yang penuh toleransi.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Komunikasi Kelompok; Analisis Proses Interaksi Bales

Analisis Proses Interaksi Robert Gales dalam Litytlejohn & Foss (2009) menjelaskan bahwa dalam kelompok, setiap individu dapat memperlihatkan sikap positif atau gabungan dengan (1) menjadi ramah, (2) mendramatisasi (suka bercerita/berbicara; (3) menyetujui. Sebaliknya, mereka juga dapat menunjukkan sikap negatif atau sikap campur aduk dengan (1) menanyakan informasi; (2) menanyakan opini (3) meminta saran (4) memberi saran (5) memberi opini; dan (6) memberi informasi.

Menurut Bales; Jika manusia tidak berbagi informasi secara cukup, mereka akan memiliki 'permasalahan dalam berkomunikasi'. Jika mereka tidak berbagi opini, mereka akan mengalami 'permasalahan dalam evaluasi'. Jika mereka tidak meminta atau memberi saran, kelompok akan menderita 'permasalahan dalam kendali'; jika kelompok tidak dapat mencapai kesepakatan, anggota akan memiliki 'permasalahan dalam keputusan'; dan jika ada dramatisasi yang tidak mencukupi, maka akan menjadi 'permasalahan ketegangan, akibatnya, jika kelompok tidak ramah, maka akan memiliki 'permasalahan dalam reintegrasi' seperti yang dimaksudkan oleh Bales bahwa kelompok tidak mampu membangun kembali sebuah perasaan kesatuan atau kepaduan dalam kelompok.

Teori Bales mencakup perilaku komunikasi dari dua kelas dasar, sebuah pembagian yang memiliki pengaruh yang besar sekali dalam sebuah kelompok kecil sastra. Pertama; mencakup perilaku emosi social (sosioemosional) seperti kelihatannya ramah, menunjukkan ketegangan, dan dramatisasi. Kategori kedua adalah perilaku tugas (taskbehavior) disajikan oleh saran, opini, dan informasi. Dalam meneliti kepemimpinan, Bales menemukan bahwa kelompok yang sama akan memiliki dua jenis pemimpin yang berbeda. Biasanya pemimpin kelompok dan pemimpin dengan emosi sosial adalah dua orang yang berbeda. Menurut Bales posisi individu dalam sebuah kelompok adalah sebuah fungsi dari tiga dimensi: 1) dominan lawan pasif; 2) ramah lawan tidak ramah; 3) aktif lawan emosional.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang dimaksudkan komunikasi kelompok dari sisi analisis proses interaksi menurut Bales yang akan dipakai untuk menganalisis komunikasi dalam penelitian ini yaitu: perilaku individu meliputi; a) sikap positif, b) sikap negative. Dan posisi individu dalam kelompok dilihat dari dimensi; a) dominan vs pasif, b) ramah vs tidak ramah, c) aktif vs emosional.

Bentuk-bentuk Komunikasi Kelompok

Secara umum bentuk komunikasi kelompok terbagi dua yaitu komunikasi kelompok deskriptif yang melukiskan langkah-langkah rasional dan komunikasi kelompok Preskriptif bersifat formal dan system agenda. Beberapa ahli komunikasi kelompok menunjukkan tiga kategori kelompok dalam komunikasi kelompok deskriptif yang besar yaitu: kelompok tugas, kelompok pertemuan, kelompok penyadar. Untuk setiap kategori terdapat beberapa model yang melukiskan tahapan perkembangan proses

komunikasi kelompok secara deskriptif, berikut ini adalah sebagian dari model yang ada yaitu;

Kelompok Tugas Model Fisher; menjelaskan bahwa pada tahap pertama, setiap anggota berusaha saling mengenal, saling menangkap perasaan yang lain, mencoba menemukan peranan dan status. Ini adalah tahap pemetaan masalah. Tindak komunikasi pada tahap ini umumnya menunjukkan sikap persetujuan, mempersoalkan pernyataan dan berusaha memperjelas informasi. Pada tahap kedua; terjadi peningkatan perbedaan diantara anggota. Masing-masing berusaha mempetahankan posisi. Terjadi polarisasi dan kontraversi diantara anggota kelompok. Tindak Komunikasi pada tahap ini kebanyakan berupa pernyataan tidak setuju, dukungan pada pendirian masing-masing, dan biasanya menghubungkan diri dengan pihak yang pro atau kontra. Pada tahap ketiga orang mengurangi tingkat polarisasi dan perbedaan pendapat. Disini, anggota yang menentang usulan tertentu menjadi bersikap tidak jelas. Tindak komunikasi umumnya berupa usulan-usulan yang ambigu. Pada tahap keempat; para anggota memperteguh consensus kelompok. Mereka mulai memberikan komentar tentang kerja sama yang baik dalam kelompok dan memperkuat keputusan yang diambil oleh kelompok. Pernyataan umumnya bersifat positif dan melepaskan ketegangan (Rakhmat, 2003).

Kelompok pertemuan model Bennis dan Shepherd; menjelaskan ada dua tahap kelompok pertemuan untuk mempelajari diri mereka dan mengetahui bagaimana mereka dipersepsi oleh anggota yang lain. Tahap satu; kebergantungan pada otoritas. Bila dua belas orang berkumpul melingkar dan saling melihat secara kaku selama beberapa menit, seorang anggota akan segera memecahkan ketegangan dengan humor. Tidak lama kemudian seorang mulai terganggu, ia marah karena pemimpinnya (yang sudah terlatih sebelumnya) menolak memberikan pengarahan dan menyusun acara sehingga muncul pemimpin baru. Tahap kedua; kebergantungan satu sama lain; setelah kelompok menyadari bahwa mereka mandiri, mereka segera terpesona satu sama lain dan menjalankan "bulan madu yang palsu" mereka yakin bahwa mereka telah menyelesaikan konflik dan menyingkirkan "wajah palsu" mereka. Mereka bergiliran menunjukkan betapa lucunya keadaan mereka ketika kelompok itu dimulai, dan sekarang merasa betapa mereka jujur dan terbuka diantara sesama mereka (Rakhmat, 2003).

Kelompok Penyadar model Chesebro, Cragan, dan McCullough; melakukan studi lapangan tentang gerakan revolusioner kaum homoseksual, mereka merumuskan empat tahap perkembangan kelompok penyadar; Tahap satu; kesadaran diri akan identitas baru; untuk menimbulkan kesadaran diri, orang-orang yang berkumpul didalam kelompok harus terdiri atas orang-orang yang mempunyai karakteristik yang menjadi dasar pembentukan kelompok. Tahap kedua; identitas kelompok melalui polarisasi; suasana riya pada tahap pertama segera memudar ketika kelompok secara intensif membicarakan tabiat ‘musuh’. Tahap ketiga; menegakkan nilai-nilai baru bagi kelompok; pada tahap ini anggota mempertentangkan nilai-nilai kelompok mereka dengan nilai kaum penindas. Tahap ke empat; menghubungkan diri dengan kelompok revolusioner lainnya(Rakhmat,2003).

Komunikasi kelompok Preskriptif dapat diklasifikasi dalam dua kelompok besar yaitu: Privat dan Publik (Terbatas dan Terbuka). Jenis kelompok yang masuk kelompok Privat adalah; kelompok pertemuan, kelompok belajar, Panitia, Konferensi. Jenis kelompok yang masuk kelompok Publik adalah Panel, wawancara, terbuka (public interview), forum, symposium.

Berdasarkan uraian diatas, maka bentuk komunikasi kelompok deskriptif yang menjadi perhatian untuk dipakai dalam menganalisis bentuk komunikasi dalam hubungan sosial keagamaan di Kota Bekasi yang meliputi: 1) kelompok tugas, 2) kelompok pertemuan, 3) kelompok penyadar

Toleransi Agama

Toleransi berasal dari bahasa latin “*tolerantia*” yang berarti kelonggaran, kelembutan hati, keringanan dan kesabaran. Secara etimologis istilah “*tolerantia*” dikenal dengan sangat baik didataran eropa, terutama pada revolusi Perancis. Hal ini terkait dengan slogan kebebasan, persamaan dan persaudaraan yang menjadi inti revolusi Perancis. Dalam bahasa Inggris “*Tolerance*” yang berarti sikap membiarkan, mengakui dan menghormati keyakinan orang lain tanpa memerlukan persetujuan. Sedangkan dalam bahasa Arab istilah ini merujuk kepada kata “*tasamuh*” yaitu saling mengizinkan atau saling memudahkan Ridho(2012).

Toleransi adalah membiarkan orang lain berpendapat lain, melakukan hal yang tidak sependapat dengan kita, tanpa kita ganggu ataupun

intimidasi. istilah dalam konteks sosial, budaya dan agama yang berarti sikap dan perbuatan yang melarang adanya diskriminasi terhadap kelompok-kelompok yang berbeda atau tidak dapat diterima oleh mayoritas dalam suatu masyarakat. Contohnya adalah toleransi beragama, di mana penganut mayoritas dalam suatu masyarakat menghormati keberadaan agama atau kepercayaan lainnya yang berbeda. Namun kadang toleransi beragama sering disalah artikan, dengan ikut upacara ibadah agama tertentu, bukan itu yg dimaksud, misal dengan memakai atribut salah satu agama tertentu, dll. Toleransi yg benar adalah memberikan kenyamanan mereka dalam melaksanakan ibadahnya. bukan mencampur adukkan agama (<https://id.wikipedia.org/wiki/Toleransi>).

Menurut Husnul (2006) Untuk memelihara kerukunan beragama sikap toleransi harus dikembangkan untuk menghindari konflik. Konflik diantara umat beragama disebabkan oleh sikap merasa paling benar (truth Claim) dengan cara membuang kebenaran dari oranglain. Islam selalu mengedepankan sikap keterbukaan (inklusif) ketimbang sikap benci dan permusuhan. Ajaran Islam secara jelas melarang sikap menghujat dan atau mendiskriditkan kelompok lain seperti disampaikan oleh firman Allah Surat Al-Hujarat;10 dengan arti “ Hei orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum lain, karena boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari yang mengolok-olok”. Potensi konflik yang terjadi dalam masyarakat seringkali dipicu oleh praktek pengamalan keagamaan yang bersifat sempit. Menurut Ian G Barbour dalam Ropiqoh (2015) menjelaskan beberapa hal terkait dengan persoalan konflik agama biasa kaitannya erat dengan karakteristik; Pertama; kecenderungan untuk mengutamakan loyalitas kepada kelompok sendiri sangat kuat. Kedua; adanya keterlibatan pribadi (*involment*) dan penghayatan yang begitu kental dan pekat kepada ajaran-ajaran teologi yang diyakini kebenarannya. Ketiga; mengungkapkan perasaan dan pemikiran dengan menggunakan bahasa aktor dan bukannya bahasa seorang pengamat.

Berdasarkan uraian diatas, maka toleransi agama yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah; a) sikap membiarkan agama lain dengan keyakinannya, b) Mengakui Dan Menghormati Keyakinan Terhadap Agama Lain, c) Saling Mengizinkan Atau Saling Memudahkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Penelitian Mixed Method adalah Kuantitatif dan Kualitatif. Pemilihan tempat dalam penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi. Objek penelitian adalah perilaku individu dalam Komunikasi kelompok agama dan pemaknaan toleransi oleh penganut agama yang ada di kota Bekasi. Penelitian ini telah dilaksanakan dalam waktu 6 bulan yaitu Januari 2017 sampai agustus 2017, dengan metode kuantitatif untuk mengukur pemaknaan toleransi Agama yang ada di Kota Bekasi. Dilakukan pada 100 responden dari 6 agama yang ada di kota Bekasi. Dengan rincian 25 orang agama islam, 20 katolik, 20 protestan, 15 orang budha, 15 orang hindu, 5 orang konghucu. Dan metode kualitatif dilakukan secara pengamatan kepada aktivitas di setiap rumah ibadah dari 6 agama yang ada dan wawancara kepada 12 orang penganut agama yang ada di Kota Bekasi yaitu 2 orang pemeluk Islam, 2 orang pemeluk Kristen, 2 orang pemeluk protestan, 2 orang hindu, 2 orang pemeluk budha, dan 2 orang pemeluk konghucu. Analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif analisis yang membahas tentang mean (rata-rata) data, Median dan Mode dari Data penelitian yang dilakukan. Disajikan dengan laporan deskriptif dengan tabel daftar frekuensi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden dalam penelitian ini meliputi; 1) Umur, 2) Jenis Kelamin, 3) Pendidikan, 4) Pendapatan. Berdasarkan data yang didapat dari 100 responden yang di Tanya menunjukkan bahwa Rataan Umur pada responden penelitian ini ada pada umur 26 sampai dengan 43 tahun. Dengan nilai ukur Mean 2,78. Jenis Kelamin menunjukkan laki-laki yang menjadi responden berjumlah 51 oreang dan perempuan berjumlah 49 orang. Pendidikan responden rata-rat pada tingkat SMA/ sederajat da nada sebagian yang sudah sarjana strata satu dengan nilai Mean 1,59. Sedangkan pendapatan responden berada pada rata-rata 2 juta samapai dengan 3 juta rupiah dengan nilia Hitung Mean 2,39. Yang menunjukkan ada sebagai dari responden yang punya pebnghasilan 3 juta sampai 4 juta rupiah. Untuk lebih jelasnya di sajikan pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Variabel	F	%	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Variance	Range
Umur:								
1. 17-25 Tahun	12	12,0	2,78	3,00	3,00	1,07853	1,163	4,00
2. 26-34 Tahun	30	30,0						
3. 35-43 Tahun	31	31,0						
4. 44-52 Tahun	22	22,0						
5. Diatas 52 Tahun	5	5,0						
Total	10	100						
Jenis Kelamin:								
1. Laki-laki	51	51,0	1,79	1,50	1,00	2,30632	5,319	21
2. Perempuan	49	49,0						
Total	100	100						
Pendidikan:								
1. SMA/Sdrajt	50	50	1,59	1,50	1,00	0,653	0,426	2
2. S-1	41	41						
3. S-2	9	9						
Total	100	100						
Pendapatan:								
1. <Rp. 2 jt	12	12	2,39	2,00	2	0,777	0,604	3
2. Rp. 2.1 jt – 3jt	43	43						
3. Rp. 3,1 jt - 4 jt								
4. > Rp 4 jt	39	39						
Total	6	6						
	100	100						

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, maka dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa Umur responden nilai median dengan skor 3,00. Artinya responden ada pada umur 35 tahun sampai 43 tahun. Dengan nilai mode juga pada data yang sama n. nilai standar deviasi nilai 1,07853 serta varians data 1,163. Dengan range nilai 4, dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden termasuk dalam umur yang produktif sebagai sumber daya manusia. Jenis kelamin responden secara mode ada pada nilai 1 satu yang menunjukkan lebih banyak laki-laki daripada perempuan. Untuk tingkat pendidikan responden menunjukkan nilai mode pada nilai 1 artinya berada pada tingkat SMA/ sederajat. Tingkat pendapatan responden pada rata-rata antara 2 juta sampai dengan 4 juta.

Perilaku individu kelompok masyarakat agama dalam memaknai toleransi agama di Kota Bekasi

Perilaku individu kelompok masyarakat yang di ukur dalam penelitian ini adalah perilaku yang menunjukkan sikap positif dan sikap negatif. Sikap positif meliputi 1. Memberikan rasa percaya 2. Mendukung, 3, membantu. Sedangkan sikap negatif meliputi; 1) .sikap individu yang melibatkan rasa curiga kepada orang lain. 2) adanya sikap tidak membiarkan pada orang lain atau agama lain. 3). Perilaku yang membawa konflik. 4) Sikap menghasut. Untuk lebih jelasnya di sajikan dalam Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4 2; Perilaku Individu Kelompok masyarakat dalam memaknai toleransi

Variabel	F	%	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Variance	Range
Sikap positif:								
1. Memberikan rasa percaya	26	26						
2. Mendukung	48	48						
3. Membantu	26	26	2,00	2,00	2,00	0,72474	0,525	2,00
Total	100	100						
Sikap negative:								
1. Curiga	12	12						
2. Tidak Membiarkan	41	41						
3. Menjadi Konflik	34	34						
4. Menghasut	13	13	2,48	2,00	2,00	0,87016	0,757	3,00
Total	100	100						

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa sikap positif yang dilakukan oleh individu dalam kelompok masyarakat dalam pengembangan sikap toleransi menunjukan bentuk-bentuk positif seperti memberi rasa percaya, mendukung dan membantu agama lain dengan kegiatan dan kepercayaannya masing. Dari tabel 4.3 terlihat bahwa 48 orang dari 100 responden mendukung individu dari agama lain untuk menjalankan kegiatan agama yang dianutnya. Sedangkan sikap negative yang berkembang dalam memaknai toleransi adalah sikap curiga, sikap tidak membiarkan agama lain dengan ragam tradisi budayanya, ada sikap yang menjadikan konflik dalam interaksi. Juga ada sikap menghasut individu lain untuk mendukung apa yang menjadi tujuan dalam masyarakat.

Komunikasi kelompok dalam hubungan sosial keagamaan di Kota Bekasi

Komunikasi kelompok yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah komunikasi yang terjadi pada inivididu dalam kelompok penganut agama yang berinteraksi secara berkelompok dengan mengembangkan indikator sebagai berikut. 1) komunikasi dalam kelompok dengan pencapaian tujuan kelompok 2. komunikasi yang terjadi dalam kelompok yang menunjukkan kekompoakan, 3) .komunikasi yang terjadi dalam kelompokyang berkaitan dengan pemilihan dan pergantian kepemimpinan. 4) komunikasi kelompok yang terkait dengan pengambilan keputusan pada tingkat kelompok..untuk lebih jelasnya di sajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4,3; Komunikasi kelompok antar umat beragama

Variabel	f	%	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Variance	Range
1. Tujuan Kelompok								
2. Kekompakan	5	5,0						
3. Kepemimpinan	28	28,0						
4. Keputusan	45	45.0	2,84	3,00	3,00	0,825	0,681	3,0
Total	22	22,0						
	100	100,0						

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dijelaskan bahwa Komunikasi kelompok antar umat beragama dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden 5 orang melakukan komunikasi karena tujuan kelompok yang mereka pahami. 28 orang dari responden melakukan komunikasi kelompok antar umat beragama karena ingin menunjukkan kekompakan kelompok, 45 orang dari seratus persen melakukan komunikasi kelompok antar umat beragama karena masalah kepemimpinan. 22 orang dari 100 responden melakukan komunikasi kelompok antar umat beragama karena sudah menjadi suatu keoutusan untuk dilakukan.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dijelaskan juga bahwa mean (rata-rata) jawaban responden menunjukkan nilai 2,84 artinya komunikasi kelompok antar umat beragama lebih banyak dilakukan dalam menunjukkan kekompakan dan dalam masalah kepemimpinan. Dengan nilai media 3,00 yang menunjukkan bahwa lebih banyak kegiatan komunikasi kelompok dilakukan dalam masalah kepemimpinan.

Dari Uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok antar umat beragama dilakukan karena tujuan kelompok yang mereka harus patuhi. Dan juga komunikasi kelompok diarahkan untuk menunjukkan kekompakan dan kepemimpinan.

Pola hubungan keagamaan antar agama di Kota Bekasi

Pola hubungan keagamaan antar umat agama di Kota Bekasi meliputi: 1) Pola Hubungan Dominan 2) Pola hubungan Pasif, 3) Pola Hubungan Ramah, 4) Pola Hubungan Tidak Ramah, 5) Pola Hubungan Aktif, 6) Pola Hubungan Emosional. Bentuk pola hubungan ini melihat dari interaksi yang muncul dalam kegiatan di masyarakat yang terlihat dari forum keagamaan yang ada di Kota Bekasi. Pola Hubungan ini terlihat saat adanya pertemuan dan rapat dalam penentuan pembangunan rumah ibadah di Kota Bekasi. Untuk lebih jelasnya di sajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.4 Pola Hubungan Keagamaan antar Agama di Kota Bekasi

Variabel	f	%	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Variance	Range
Dominan:								
1. Menonjol dalam Bicara	28	28,0						
	45	45,0						
2. Lebih menguasai kelompok			1,990	2,00	2,00	0,74529	0,555	2,00
3. Mudah mempengaruhi social lain	27	27,0						
	100	100						
Total								
Pasif:								
1. Tidak cepat dalam bertindak	22	22,0						
	50	50,0	2,060	2,00	2,00	0,70811	0,501	2,00
2. Selalu menunggu perintah	28	28,0						
	100	100						
3. Selalu menjadi pengikut								
Total								
Ramah:								
1. Banyak berinteraksi dengan anggota lain	30	30,0						
2. Cepat membantu teman	39	39,0	2,01	2,00	2,00	0,70953	0,616	2,00
3. Suka memberikan dukungan	31	31,0						
Total	100	100						

Variabel	f	%	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Variance	Range
Tidak Ramah:								
1. Tidak peduli	23	23,0						
2. Tidak menganggap penting	50	50,0	2,040	2,00	2,00	0,70953	0,616	2,00
3. Jarang memberi bantuan	27	27,0						
Total	100	100						
Aktif;								
1. Cepat dalam bertindak	17	17,0						
2. Selalu hadir dalam setiap pertemuan	52	52,0	2,14	2,00	2,00	0,68195	0,465	2,00
3. Memberi pendapat untuk perubahan	31	31,0						
Total	100	100						
Emosional:								
1. Cepat marah	18	18,0						
2. Cepat terpancing emosi	52	52,0	2,12	2,00	2,00	0,68579	0,470	2,00
3. Mudah dipengaruhi	30	30,0						
Total	100	100						

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa pola hubungan dominan antar Agama dari 45 orang 100 responden menyatakan bahwa secara pola hubungan dominan tampak bahwa hubungan yang muncul lebih karena menguasai kelompok masing-masing agama. Secara mean (rata-rata) menunjukkan nilai 1,990, dapat diartikan bahwa pola hubungan dominan ada pada posisi menonjol dalam bicara dan menguasai kelompok. Secara mode atau modus dengan nilai skor 2,00 dapat diartikan bahwa pola hubungan dominan dalam hubungan antar agama ada dalam bentuk pola dominan menguasai kelompok agama masing-masing.

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan bahwa pola hubungan pasif yang muncul dalam pola hubungan antar agama 50 dari 100 responden menjawab bahwa pola hubungan pasif yang muncul adalah dalam selalu menunggu perintah terutama dari ketua kelompok yang dipercaya. Nilai skor mean menunjukan 2,060 yang dapat diartikan bahwa rata-rata pasif yang dilakukan selalu menunggu perintah. Dan nilai mode 2,00 yang dapat

diartikan juga bahwa lebih sering pasif muncul karena selalu menunggu perintah pemimpin.

Bentuk pola hubungan Ramah tampak dari jawaban responden 30 dan 39 orang responden memberikan jawaban bahwa mereka banyak berinteraksi dengan anggota lain dan cepat membantu teman. Nilai mean menunjukkan 2,01 yang dapat diartikan bahwa keramahan yang mereka tunjukkan dalam hubungan antar agama yaitu cepat membantu membantu teman.

Data tabel 4.4 juga menunjukkan Bentuk pola hubungan tidak ramah terlihat bahwa 50 dari 100 responden menjawab menganggap tidak penting dari setiap kegiatan dan aktivitas yang terjadi antar agama yang ada di kota Bekasi. Nilai Mean 2,040 dapat diartikan bahwa rata rata dalam pola hubungan tidak ramah dalam bentuk menganggap tidak penting. Dengan nilai mode 2,00.

Bentuk pola hubungan aktif antar agama di kota bekasi menunjukkan 52 dari 100 responden menyatakan bahwa mereka selalu hadir dalam setiap pertemuan antar agama yang ada di kota bekasi. Dan memberikan pendapat untuk perubahan. Nilai mode 2,00 menunjukkan bahwa setiap agama selalu hadir dalam pertemuan antar agama.

Bentuk pola hubungan antar agama secara emosional 52 dari 100 responden memberikan jawaban bahwa mereka cepat terpancing secara emosi dalam hubungan antar agama di Kota Bekasi. Nilai Mean 2,12 yang dapat diartikan bahwa mereka terpancing secara emosi dalam kegiatan yang terkait dengan agama dan paham yang mereka anut. Nilai mode menunjukkan skor 2,00 yang dapat diartikan bahwa bentuk pola hubungan keagamaan di kota bekasi lebih mudah terpancing secara emosi.

PEMBAHASAN

Perilaku individu kelompok masyarakat agama dalam memaknai toleransi agama di Kota Bekasi.

Sikap positif yang dilakukan oleh individu dalam kelompok masyarakat dalam pengembangan sikap toleransi menunjukan bentuk-bentuk positif seperti memberi rasa percaya, mendukung dan membantu agama lain dengan kegiatan dan kepercayaannya masing. Bentuk sikap positif seperti ini terlihat dalam kehidupan di permukiman yang lebih bersikap

secara individual tanpa melibatkan diri dengan aktivitas orang lain. Berbeda dengan masyarakat yang tinggal diperkampungan lebih banyak mengembangkan paham kolektivistik terutama penganut agama yang sama. Sehingga lebih membantu membuat kekompakan dalam kelompok agama.

Sikap negatif yang berkembang dalam memaknai toleransi adalah sikap curiga, sikap tidak membiarkan agama lain dengan ragam tradisi budayanya, ada sikap yang menjadikan konflik dalam interaksi. Juga ada sikap menghasut individu lain untuk mendukung apa yang menjadi tujuan dalam masyarakat. Sikap curiga muncul saat adanya isu-isu yang terkait dengan agama yang mereka anut. Sehingga memunculkan sikap menghasut individu lain untuk mendukung setiap tujuan kelompok.

Komunikasi kelompok dalam hubungan sosial keagamaan di Kota Bekasi

Komunikasi kelompok antar umat beragama dilakukan karena tujuan kelompok yang mereka harus patuhi. Dan juga komunikasi kelompok diarahkan untuk menunjukkan kekompakan dan kepemimpinan. Dapat di analisis bahwa dalam hubungan social keagamaan di kota Bekasi Agama yang dominan adalah agama islam. Dan dalam komunikasi kelompok antar umat terjadi dalam bentuk menunjukkan kekompakan secara paham agama yang dijalankan terutama yang dikaitkan dengan ajaran. Begitu juga dalam memilih pemimpin komunikasi kelompok dalam hubungan social keagamaan untuk menunjukan sebuah keinginan kelompok dalam kepemimpinan.

Pola hubungan keagamaan antar agama di Kota Bekasi

Secara pola hubungan dominan tampak bahwa hubungan yang muncul lebih karena menguasai kelompok masing-masing agama. dalam hubungan antar agama ada dalam bentuk pola dominan menguasai kelompok agama masing-masing. ini terjadi karena penguasaan kelompok secara ajaran agama lebih memudahkan untuk membuat bentuk pola hubungan dominan yang di fokuskan pada pemimpin kelompok

Pola hubungan pasif yang muncul adalah dalam selalu menunggu perintah terutama dari ketua kelompok yang dipercaya. Dalam paham individu bahwa patuh kepada pemimpin merupakan suatu keharusan dan menjadi tradisi untuk terus menunggu perintah untuk melakukan suatu aktivitas yang membela kepentingan tujuan kelompok keagamaan yang

ada di Kota Bekasi. Selain itu ada juga bentuk pola hubungan ramah dantar umat beragama di kota Bekasi bahwa keramahan yang mereka tunjukan dalam hubungan antar agama yaitu cepat membantu membantu teman.

Bentuk pola hubungan tidak ramah dalam bentuk menganggap tidak penting, itu dilakukan saat ada ancaman dalam keharmonisan dalam kemasyarakatan, terutama yang menyangkut ketidakadilan. Pola hubungan aktif mereka selalu hadir dalam setiap pertemuan antar agama yang ada di Kota Bekasi dalam forum kerukunan antar Umat beragama. Bentuk pola hubungan antar agama secara emosional mereka terpancing secara emosi dalam kegiatan yang terkait dengan agama dan paham yang mereka anut.

PENUTUP

Simpulan

1. Perilaku individu kelompok masyarakat agama dalam memaknai toleransi agama di Kota Bekasi dibagi dalam 2 yaitu positif yang memberi rasa percaya, mendukung dan membantu agama lain dengan kegiatan dan kepercayaannya masing. Sikap negatif yang berkembang dalam memaknai toleransi adalah sikap curiga, sikap tidak membiarkan agama lain dengan ragam tradisi budayanya
2. Komunikasi kelompok antar umat terjadi dalam bentuk menunjukkan kekompakan secara paham agama yang dijalankan terutama yang dikaitkan dengan ajaran.
3. Pola hubungan antar agama ada dalam bentuk pola dominan menguasai kelompok agama masing-masing. ini terjadi karena penguasaan kelompok secara ajaran agama

Saran

1. Untuk pengembangan Toleransi di Kota Bekasi perlu mengembangkan sikap positif memberi rasa percaya, mendukung dan membantu agama lain dengan kegiatan dan kepercayaannya masing.
2. Pola Hubungan antar agama dikembangkan dengan adanya bauran kelompok agama tanpa menguasai kelompok agama berbeda lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azra, Azyumardi, 2001, *Islam and Christianity in Indonesia: The Roots of Conflict and Hostility*, dalam Joseph A. Camillery (ed.), *Religion and Culture in Asia Pacific: Violence or Healing?*, Carlton South, Victoria, Australia: Pax Christi & Vista Publications.
- Aziz, Abdul & Tamami 2007; 'Kerukunan Sebagai Jalan Hidup Studi: Tentang Kerukunan
- Hidup antar umat beragama di Desa Jatimurni, Bekasi. Badan Penelitian dan Pengembangan Agama; Proyek Peningkatan Kerukunan Hidup antar Umat Beragama Departemen Agama RI.
- Fauzi, Ihsan Ali Dkk 2009: Laporan Penelitian "Pola-Pola Konflik Keagamaan di Indonesia" dilaporkan Jakarta, februari 2009; kerjasama Yayasan wakaf Paramadina (YWP), Magister Perdamaian dan Resolusi Konflik UGM (MPRK-UGM) dan The Asia Foundation (TAF).
- Husnul, Khotimah; 2006 40 Hadists SAHIH; Pedoman Membangun Toleransi; Pustaka Pesantren Yogyakarta.
- Khotimah; 2006; 40 Hadist Sahih; Pedoman Membangun Toleransi:
- Littlejohn & Foss; 2009; Teori Komunikasi; *Theories of Human Communication*; Salemba Humanika; Jakarta.
- Miles, Haberman; 1992; Analisis Data Kuantitatif Terjemahan Tjjetjep Rohendi Rohidi; Penerbit Universitas Indonesia; UI Press. Jakarta.
- Marzuki, 2006; Konflik antar Umat beragama di Indonesia dan alternatif pencegahannya; Makalah Seminar Tentang Revolusi Konflik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Notoatmodjo., 2012; Promosi Kesehatan dan perilaku kesehatan (edisi Revisi) Penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- PPKHB, 2011; Proyek pembinaan kerukunan hidup beragama departemen agama, kerjasama sosial Kemasyarakatan, Jakarta
- Rakhmat; 2003 Psikologi Komunikasi Edisi Revisi; Penerbit PT Remaja Rosdhakarya. Bandung.
- Retnowati; 2007; Agama, konflik dan integrasi sosial (Refleksi Kehidupan beragama di Indonesia; Belajar dari komunitas Situbondo membangun integrasi Pasca Konflik) Fakultas Teologi Universitas Kristen Satya Wacana; Di publikasi di Jurnal "Analisa" Volume 21 Nomor 02 Desember 2014 halaman 189-200.

- Ridho, Dinata;2012 Konsep Toleransi Berbagai Agama Dalam Tafsir Alquran tematik Karya Departemen Agama Republik Indonesia; Jurnal ESENSIA Vol XIII No 1 Juni 2012.
- Rofiqoh; 2015; Penanaman sikap toleransi Beragama dalam Pendidikan Agama (Studi atas Agama Islam, Kristen dan Katolik di SMK YPKK 2 Leman Yokyakarta): Thesis; Magister Pendidikan Islam;Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yokyakarta.
- Robbins 2006; Prinsip-prinsip perilaku Organisasi Edisi Ke lima (terjemahan) Penerbit Erlangga Jakarta.
- Sairin Weinata;2006 Kerukunan Umat Beragama Pilar Utama Kerukunan Berbangsa: butir-butir Pemikiran; Penerbit BPK Gunung Mulya, Jakarta.
- Sariyah & Kustini: 2007; Pengkajian tentang Perubahan Perilaku Keagamaan pada masyarakat Tani (Studi Kasus di Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur: Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI.
- Slameto 2010; Belajar dan Faktor-faktornya mempengaruhinya; penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- Zagorin, Perez (2003). *How the Idea of Religious Toleration Came to the West*. Princeton University Press. ISBN 0691092702.<https://id.wikipedia.org/wiki/Toleransi>;
- Widjaja, 2000; Penerapan Nilai-Nilai Pancasila Dan Hak Asasi Manusia Di Indonesia. Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Zakiah 2016; Konflik dan Kerukunan antar umat beragama di Grabag Kabupaten Magelang: diterbitkan di Jurnal HARMONI:jurnal Multikultural dan Multireligius; Volume 15 Nomor 1 Januari – April 2016 Penerbit Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementrian AgamaRI

KOMUNIKASI *INGROUP* DAN *OUTGROUP* SEBAGAI PENGUATAN IDENTITAS KULTURAL (PENGUATAN IDENTITAS KULTURAL KETURUNAN ETNIS ARAB DI SURAKARTA)

Astri Wulandari S.I.Kom., M.A

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

astriwulandari140188@gmail.com

astri@mercubuana-yogya.ac.id

PENDAHULUAN

Identitas kultural dapat menjadi sebuah permasalahan yang krusial ketika individu tidak memahami serta mengenal budaya apa yang seharusnya digunakan serta dibawa sebagai jati diri dan tanda pengenalan mereka dalam kehidupan sosialnya. Indonesia sendiri merupakan Negara multikultural yang memiliki keberagaman budaya. Apakah masih ada individu di tengah keberagaman budaya ini yang tidak menggunakan dan membawa identitas kulturalnya? Dan bagaimana sebaiknya masing-masing individu tersebut harus memegang identitas kulturalnya di tengah keberagaman budaya? Identitas kultural menurut Roger & Steinfat (1999:97), akan menentukan individu-individu yang termasuk dalam *ingroup* dan *outgroup* secara kultural. Lalu apakah perilaku dari masing-masing individu sudah cukup sebagai penentu bahwa ia telah masuk ke dalam sebuah budaya tertentu atau tidak?

Keturunan etnis Arab di Surakarta merupakan sebuah kelompok etnis minoritas yang eksistensinya dalam sektor ekonomi memiliki pengaruh yang cukup besar. Selain aspek ekonomi, keturunan etnis Arab juga memiliki pengaruh dalam aspek agama, pendidikan, politik, serta organisasi sosial. Keturunan etnis Arab di Surakarta melakukan integrasi dalam berbagai aspek dengan etnis lokal Jawa agar keberadaan mereka sebagai kelompok minoritas mendapat pengakuan bahwa mereka juga adalah warga Negara Indonesia dan tidak mau dianggap sebagai etnis asing. Keturunan etnis Arab di Surakarta hidup secara berkelompok dalam sebuah perkampungan atau dikenal dengan Kampung Arab-Indonesia Pasar Kliwon. Perkampungan

Arab tersebut menempati tiga wilayah kelurahan, yaitu Kelurahan Pasar Kliwon, Kelurahan Semanggi dan Kelurahan Kedung Lumbu. Pemerintah Hindia Belanda selalu memisahkan orang-orang Arab dari pergaulan dan kontak sosial dengan etnis Jawa. Selain itu, ada peraturan yang membatasi masuknya para migran Arab ke Hindia Belanda, mereka harus memiliki izin menetap dan hanya dapat berdiam dikota yang telah ditentukan, misalnya di Kampung Arab Pasar Kliwon-Surakarta.¹

Semenjak didirikan pada tahun 1746 Kota Surakarta relatif sering dilanda konflik dan kerusuhan massal salah satunya adalah konflik etnis. Misalnya saja pada masa peralihan dari Orde Lama ke Orde Baru, terutama pasca G30S/PKI (Gerakan 30 September/Partai Komunis Indonesia), pergolakan politik di Surakarta mulai memanas. Kemajemukan budaya memiliki sisi positif dan juga sisi negatif. Kemajemukan masyarakat sangat potensial sekali bagi terjadinya konflik sebagai akibat dari perbedaan budaya, dan untuk menghindari terjadinya konflik tersebut diperlukan adanya suatu interaksi antarbudaya sehingga tercapai suatu pemahaman mengenai budaya yang berbeda dan pada akhirnya menciptakan kenyamanan dan saling menghargai. Namun etnis Arab di Surakarta tidak mengalami interaksi etnisitas paling problematik dibandingkan dengan etnis Tionghoa di Surakarta.

Keturunan etnis Arab di Surakarta hidup dengan interaksi *ingroup* yang kuat. Ada beberapa garis etika kuat yang dipegang oleh keturunan etnis Arab di Surakarta. Apakah garis etika tersebut yang nantinya digunakan dan dibawa sebagai penguatan identitas kultural mereka dalam *ingroup* maupun dalam *outgroup* mereka? Belum banyak yang mengetahui bahwa jika dalam bergaul keturunan etnis Arab mengalami *stereotype* dan beberapa prasangka negatif yang muncul ke permukaan. Mereka melakukan pembelajaran tentang dan menerima tradisi, warisan, bahasa, agama, keturunan, estetika, pola pikir, dan struktur sosial dari budaya etnis mereka, atau dikatakan dengan mengenal identitas mereka, dimana identitas sangat penting dalam interaksi sosial seseorang. Konsep mengenai “us” dan “them” atau “kita” dan “mereka” juga berkaitan dengan permasalahan identitas kultural. Perbedaan antara keduanya ini memperkuat posisi “orang luar” atau *outgroup* dalam sebuah kelompok dan menjadi pedoman bagi seseorang untuk memposisikan dirinya di tengah-tengah kelompok tersebut.

¹ Hari Mulyadi, dkk. Runtuhnya Kekuasaan Kraton Alit. Surakarta : LPTP, 1999. Hal 194

Pembentukan Identitas Kultural

Dalam interaksi sosial terutama dengan konsep multikulturalisme, identitas kultural sangat diperlukan untuk mengetahui darimana komunikasi ini harus kita mulai dan bagaimana kita harus berkomunikasi dengan individu lainnya yang memiliki budaya yang berbeda. Identitas kultural dikembangkan melalui tiga tahap yaitu **pemeriksaan identitas kultural, pencarian identitas kultural, dan pencapaian identitas kultural**. Dari ketiga tahapan tersebut pertanyaan yang seketika muncul adalah apakah identitas kultural sudah dibentuk sejak individu tersebut dilahirkan? Apakah kebiasaan atau norma yang individu tersebut bawa dalam interaksi sosialnya sudah dapat dikatakan dengan identitas kultural yang telah terbentuk?

Selama dalam tahapan pertama yaitu tahap pemeriksaan identitas kultural, yang dilakukan adalah mengambil salah satu karakteristik kultural untuk diberikan, dan terjadi sebuah ketertarikan dalam menjelajahi isu-isu kultural. Dalam tahap ini, setiap individu harus mampu mengkategorisasikan dirinya masuk ke dalam suatu budaya tertentu. Oleh karena itu setiap individu membutuhkan lapisan kesadaran awal dimana mereka sebaiknya menentukan budaya mana yang sebaiknya mereka gapai dalam tahap pembentukan identitas kultural. Anak-anak dan remaja dalam tahap awal tersebut kekurangan kesadaran akan perbedaan kultural dan kurangnya rasa peka dalam membedakan karakteristik budaya yang satu dengan budaya lainnya. Terutama mereka yang tidak memiliki *ingroup* tetapi tidak merasa harus beradaptasi dengan *outgroup* karena mereka tidak hidup dalam lingkaran atau etika budaya *ingroup* itu sendiri. Walaupun beberapa individu tidak menyadari dan memeriksa arti dari konsekuensi mereka dalam keanggotaan suatu budaya tertentu mungkin mereka secara gamblang telah menerima prasangka atau konsep-konsep yang mereka dapat dari pihak keluarga, media massa dan komunitas tertentu. Dalam tahap pemeriksaan identitas kultural, jika prasangka serta konsep-konsep kultural yang diterima dari pihak lain, maka individu tersebut telah menerima *stereotype* umum yang dibentuk dan dibuat oleh individu lain tersebut lalu kemudian menginternalisasi *stereotype* umum dari budaya mereka sendiri dan diri sendiri.

Tahap kedua dalam pembentukan identitas kultural adalah tahap pencarian identitas kultural. Dalam tahap yang kedua ini, melibatkan sebuah proses eksplorasi budaya dan pertanyaan-pertanyaan lebih jauh untuk mempelajari suatu budaya sehingga individu menjadi faham apa implikasinya ketika berada

dalam suatu kelompok budaya tertentu atau *ingroup*. Ketika mengambil intisari dari tahap yang kedua ini, maka individu diharuskan untuk melibatkan pihak lain seperti keluarga dan orang-orang terdekat lainnya untuk membahas isu-isu kultural dan mempelajari lebih dalam tentang suatu budaya, atau menjadi lebih aktif dalam kegiatan-kegiatan budaya seperti menghadiri pameran dan festival budaya. Mempelajari suatu budaya tentu akan melibatkan perasaan dan emosional individu tersebut. Mengapa? Karena dalam pencarian identitas, komponen-komponen ketegangan dan amarah terhadap kelompok lain atau *outgroup* atau terhadap *ingroup* itu sendiri dapat terbentuk. Komponen emosi tersebut dapat dirasakan ketika individu dihadapkan dengan kenyataan dan mereka harus bergulat mungkin dengan adanya diskriminasi atau mereka menyadari bahwa mereka hanyalah sebuah kelompok minoritas. Individu yang terlalu menonjolkan komponen emosi dalam tahap ini akan merasa terdiskriminasi misalnya dalam mencari pekerjaan, hubungan sosial yang terlalu dekat atau terlalu jauh dengan *outgroup* yang nantinya akan berakibat menjadi buramnya identitas kultural yang sedang di bentuk seorang individu.

Pencapaian identitas kultural merupakan tahap ketiga dari pembentukan identitas kultural. Pada tahap ini, karakterisasi akan budaya sudah menjadi lebih jelas dan telah timbul rasa percaya diri individu dan sudah memperoleh internalisasi dari salah satu identitas kultural. Ketika seorang individu telah melakukan pencapaian identitas kultural mereka tidak menginternalisasi pengaruh negatif orang lain. Pencapaian identitas kultural juga dapat memberikan psikologi positif kepada individu dengan meningkatkan kepribadian diri sendiri. Kesuksesan individu dalam mencapai identitas kulturalnya akan berdampak baik dalam komunikasi *outgroup*, karena penerimaan akan identitas kulturalnya dapat menenangkan *outgroup*.

Setelah kita menempuh ketiga tahap pembentukan identitas kultural dan memperoleh hasil akhir yaitu pencapaian identitas kultural, lalu apa yang menjadi karakteristik identitas kultural itu sendiri? Identitas kultural adalah sebuah syarat utama pada diri individu untuk dapat melakukan interaksi dengan individu lainnya atau dalam skala menerima individu lain yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda serta sebagai pijakan terhadap individu untuk menyadari siapa diri kita dan dimana posisi kita dalam sebuah kelompok budaya baik itu *ingroup* maupun *outgroup*. Identitas kultural bersifat dinamis karena kita dapat menyesuaikan diri jika kita berada dalam keadaan yang berbeda dengan latar belakang budaya kita sendiri. Perasaan kita terhadap apa dan siapa mungkin akan berubah

ketika kita dihadapkan dalam situasi tersebut, oleh karena itu identitas kultural juga memiliki banyak segi. Selain melihat dari budaya apa yang kita bawa, keanggotaan budaya kita, identitas kultural juga melihat apa profesi kita. Apakah kita seorang pelajar, karyawan perkantoran tertentu, sebagai individu dengan ciri khas selatan, barat, atau timur, anak siapa kita, dan identitas-identitas lainnya yang melekat dan akan selalu kita bawa bersamaan dengan latar belakang budaya kita sendiri.

Penguatan Identitas Kultural Keturunan Etnis Arab di Surakarta

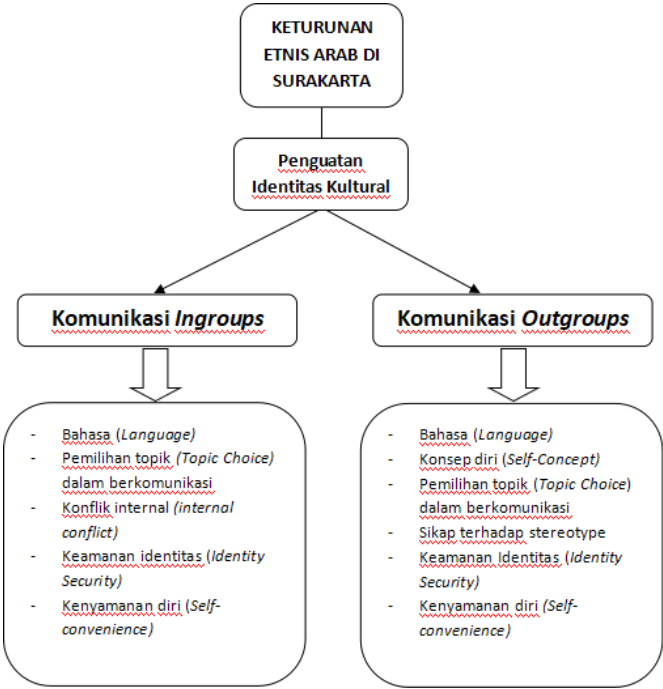
Keturunan etnis Arab di Surakarta hidup secara berkelompok dalam *ingroup* dan berdampingan langsung dengan *outgroup*. Keturunan etnis Arab sendiri terbagi menjadi dua yaitu golongan keturunan Sayyid atau Sayyidah dan golongan keturunan Syaikh atau Masyayikh. Sebagai *outgroup* kita pasti tidak dapat membedakan apa dan bagaimana maksud dari perbedaan golongan keturunan tersebut. Dalam sebuah lingkup sosial dimana terdapat kehidupan antar individu terhadap kelompok, dan kelompok terhadap individu, memiliki dua sifat dasar umum, yaitu sifat bisa menerima dan sifat kurang bisa menerima. Terdapat individu atau kelompok yang bisa menerima, dan sebaliknya ada individu atau kelompok yang tidak mudah untuk menerima. Dapat menerima dan tidak mudah menerima disini maksudnya adalah bagaimana standard seorang individu atau kelompok atau kualitas yang mereka tunjukkan kepada individu lain atau kelompok budaya lain (*outgroup*) sebagai citra diri atau *self-image* yang pada akhirnya menjadi identitas individu atau kelompok tersebut dimata individu atau kelompok budaya lain.

Komunikasi *ingroup* sebagai penguatan identitas kultural keturunan etnis Arab di Surakarta adalah pola komunikasi kelompok yang dilakukan antar anggota kelompok atau dengan sesama keturunan etnis Arab sebagai sebuah bentuk eksistensi diri dan adanya perasaan yang sama sebagai kelompok minoritas meskipun mereka telah membentuk diri menjadi komunitas lokal. Tampaknya nilai senioritas dalam masyarakat keturunan etnis Arab di Surakarta masih tetap penting hingga sekarang sebagai indikator status sosial. Posisi laki-laki senior dalam keluarga merupakan pengambil keputusan yang penting. Hal ini diperkuat dengan kuatnya nilai pada masyarakat Arab untuk menghormati orang yang telah tua.

Dalam hubungan kekerabatan, biasanya orang-orang yang dihormati ini menyelenggarakan acara-acara kekeluargaan yang dibuka dengan doa dan

ditutup dengan makan bersama. Acara-acara seperti ini merupakan forum komunikasi, misalnya acara rutin tersebut adalah *khaul* (memperingati hari kematian seseorang). Semakin tinggi frekuensi seseorang melakukan ini, semakin besar pula kharisma si penyelenggara; atau sebaliknya semakin besar kharisma seseorang semakin tinggi frekuensi kegiatan ini. Tampaknya hal ini merupakan lanjutan dari tradisi di tanah asal Hadramaut (van den berg 1989). Namun pada akhirnya di Surakarta, khaul hanya di peringati setahun sekali untuk memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW. Acara tersebut dilaksanakan bertempat di Masjid Riyadh daerah Pasar Kliwon, dimana Pasar Kliwon merupakan kampung Arab-Indonesia di Surakarta.

Terdapat beberapa variabel yang dikaji dalam bentuk komunikasi *ingroup* dan komunikasi *outgroup* sebagai penguatan identitas kultural keturunan etnis Arab di Surakarta. Variabel dalam komunikasi *ingroup* adalah bahasa (*language*), pemilihan topik dalam berkomunikasi (*topic choice*), konflik internal (*internal conflict*), keamanan identitas (*identity security*), dan kenyamanan diri (*self-convenience*). Sedangkan variabel komunikasi *outgroup* keturunan etnis Arab di Surakarta terdiri dari bahasa (*language*), konsep diri (*self-concept*), pemilihan topik dalam berkomunikasi (*topic choice*), sikap terhadap *stereotype*, keamanan identitas (*identity security*), kenyamanan diri (*self-convenience*).



Komunikasi *Ingroup* Keturunan Etnis Arab di Surakarta sebagai Penguatan Identitas Kultural

Bahasa (*language*) sebagaimana kita tahu adalah sebuah media komunikasi karena dengan menggunakan bahasa tertentu lah kita berusaha untuk menyampaikan pesan secara verbal. Ketika kita berada di dalam kelompok *ingroup* maka kita sudah familiar dengan budaya yang kita bawa sebagai identitas diri dan salah satunya juga adalah bahasa. Berada dalam sebuah *ingroup* budaya tertentu terkadang membawa dan melekatkan seorang individu kepada kebiasaan-kebiasaan yang sudah mereka anggap “itulah identitas kultural kami”. Walaupun memang terkadang budaya yang saat itu dijadikan identitas kultural tidak benar-benar otentik atau warisan turun-temurun dari generasi pendiri *ingroup* sebelumnya atau dapat dikatakan identitas kultural bawaan. Semakin identitas kultural *ingroup* bawaan tersebut dipertahankan, etika-etika sosial yang menyelubungi identitas kultural tersebut juga menjadi salah satu ketahanan identitas budaya yang dipertahankan sebagai etika dan norma sosial dalam kelompok *ingroup*.

Keturunan etnis Arab dalam kelompoknya atau dalam *ingroup* pada umumnya menggunakan bahasa Arab-Indonesia atau bahasa Arab campuran bahasa lokal setempat sebagai bahasa sehari-hari dalam berkomunikasi, kelompok tersebut melakukan *code switching* atau menyelipkan bahasa Arab dalam bahasa Indonesia untuk percakapan antara keturunan etnis Arab atau antar *ingroup*. Mereka merasa lebih nyaman menggunakan bahasa Arab-Indonesia dalam *ingroup* ataupun dalam *outgroup*.

Pemilihan topik dalam berkomunikasi di dasarkan pada kenyamanan dan kedekatan seseorang terhadap lawan bicara atau komunikan. Ketika individu merasa berada di dalam lingkungannya maka ia akan menguasai topik pembicaraan. Pemilihan topik dalam *ingroup* etnis Arab di Surakarta lebih kepada masalah-masalah internal atau relasi *ingroup*. Dalam budaya keturunan etnis Arab di Surakarta, perempuan keturunan Arab sangat dianggap tabu jika terlihat bersama dengan lawan jenis yang notabene bukan keluarganya, jadi ketika berada di dalam kelompok *ingroup* mereka sangat menanamkan etika untuk menjaga jarak dengan lawan jenis. Begitu pula ketika mereka sedang berada di dalam kelompok *outgroup* sebisa mungkin

mereka tidak terlihat bersama dengan lawan jenis tanpa sepengetahuan pihak keluarga.

Menjadi minoritas bukan berarti tidak memiliki konflik internal antar sesama anggota kelompok. Menjadi minoritas membuat individu atau anggota kelompok dengan mudah teridentifikasi oleh anggota kelompok lain. Konsep konflik internal dalam penelitian ini adalah permasalahan yang terjadi dalam kelompok atau *ingroup* keturunan etnis Arab di Surakarta yang dapat menciptakan pengkotakan dalam kelompok mereka sehingga muncul perasaan tidak nyaman atau menghindari anggota kelompok yang lain. Bagi etnis Arab, keturunan mereka tidak boleh putus atau dengan kata lain darah Arab harus tetap ada untuk keturunan-keturunan setelah mereka. Misalnya saja, seorang perempuan Arab golongan sayyid, harus menikah dengan laki-laki Arab dari golongan sayyid pula, agar golongan sayyidnya tetap diturunkan dari suaminya. Untuk laki-laki etnis Arab, mereka lebih leluasa dalam memilih pasangan karena keturunannya akan tetap Arab mengikuti garis keturunan pihak laki-laki. Contoh lainnya adalah, perempuan keturunan Arab, dan laki-laki keturunan Arab dengan faham aliran keagamaan yang berbeda, tidak boleh menikah. Hal ini membuktikan, keturunan etnis Arab di Surakarta sangat keras dalam mempertahankan identitas kultural dan masih sangat menjunjung tinggi nilai-nilai sejarah budaya mereka.

Keturunan etnis Arab di Surakarta merupakan contoh dimana perbedaan golongan dan faham aliran keagamaan dapat hidup berdampingan secara rukun tanpa adanya konflik internal. Benang merah yang dapat ditarik dari permasalahan seputar konflik internal ini adalah perbedaan pandangan tentang menyingkapi peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW. Golongan sayyid memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW dengan mengadakan acara yang dinamakan *khaul* sedangkan menurut golongan syaikh hal tersebut tidak dilakukan pada jaman Nabi sehingga mereka tidak melakukan apa yang tidak dilakukan pada jaman Nabi.

Keamanan identitas atau *identity security* merupakan sebuah konsep identitas dasar individu dalam kelompok atau dalam *ingroup*. Dimana keamanan identitas yang tinggi dalam tingkat keamanan identitas akan menimbulkan atau menyebabkan *ethnosentrisme* yang ketat, dan ketidaknyamanan akan identitas yang tinggi akan membawa ketakutan dalam *outgroup* atau orang asing. Keturunan etnis Arab secara individual mempunyai cara yang secara keseluruhan sama dalam mempertahankan

keamanan identitas mereka. Mereka rata-rata lebih sering terlihat bersama kelompok budayanya atau *ingroup* dalam rutinitas mereka daripada bersama kelompok *outgroup*. Identitas kultural mereka akan lebih terjaga ketika berada dalam *ingroup*. Hal tersebut dikarenakan ketika mereka bersama dengan sesama etnis mereka memiliki perasaan yang sama satu sama lain bisa menerima sifat mereka yang belum tentu dapat diterima oleh *outgroup* dan berpegang pada budaya yang sama, tanpa harus ada yang mempertanyakan mengapa demikian. Jika mereka harus bersama kelompok *outgroup*, mereka tetap mempertahankan nilai-nilai kultural mereka, misalnya seperti memiliki aturan sendiri atau etika ketika berada dalam *outgroup*. Hal tersebut digunakan sebagai cara menyampaikan citra diri. Untuk membuat sebuah keamanan identitas, masing-masing anggota kelompok memiliki peran sosial sesuai dengan tuntutan situasi pada saat itu. Keamanan identitas dan citra diri mereka sebagai keturunan etnis Arab dibentuk dan terbentuk dalam norma dan peraturan sosial yang dibentuk oleh kelompok mereka. Semakin kuat citra diri kita (*self-image*) berpengaruh terhadap pola nilai kultural yang besar, semakin kita menyukai untuk berlatih terhadap norma-norma dan naskah komunikasi yang dominan, budaya *mainstream*. Ketika keturunan etnis Arab di Surakarta dengan menjaga keamanan identitas mereka dalam kelompok mereka sendiri, maka secara langsung akan mempengaruhi citra diri dari individu tersebut dalam kelompoknya. Tetapi jika anggota kelompok tersebut tidak dapat mengamankan identitas mereka dalam kelompok mereka sendiri, akan berakibat pada pandangan kelompok mengenai identitasnya sebagai anggota kelompok yang keluar dari nilai-nilai budaya kelompok mereka.

Keamanan identitas dalam *ingroup* dibutuhkan sebagai pegangan seseorang terhadap identitas sosial dalam kelompoknya sendiri dan masyarakat sekitarnya, memang benar keamanan identitas mereka sebagai keturunan etnis Arab harus sesuai dengan nilai-nilai budaya yang ada, tetapi ketika mereka hanya mementingkan keamanan identitas mereka semata, akan timbul sebuah sikap penolakan terhadap kelompok lain atau orang asing sehingga mereka tidak tahu bagaimana caranya berkomunikasi dan menghadapi kelompok budaya lain. Berada dalam kelompok *ingroup*, dengan lingkungan yang benar akan membuat anggota kelompok tersebut aman dari segi identitas sosial dan menjaga identitas kultural.

Kenyamanan diri adalah perasaan individu ketika berada dalam suatu situasi dan kondisi lingkungan sosial tertentu, dimana ia mampu

untuk menempatkan diri dengan lingkungan sosial, merasa nyaman tanpa tekanan apapun, dan merasa diterima oleh lingkungan sosial. Ada dua sikap kenyamanan diri pada keturunan etnis Arab di Surakarta, sikap yang pertama adalah lebih menemukan kenyamanan diri dengan *outgroup* sehingga mengutamakan *ingroup* dalam setiap urusan, dan sikap yang kedua yaitu tidak terlalu mementingkan kelompok *ingroup*, atau tidak memiliki banyak interaksi dengan anggota kelompok budaya karena kurang dapat berekspresi dengan bebas. Perasaan nyaman dalam *ingroup* atau lebih menemukan kenyamanan diri dengan sesama kelompok dikarenakan hubungan yang sudah terjalin sejak lama atau pertemanan sejak kecil sehingga tidak dapat tergantikan dengan yang lain.

Berada dalam *ingroup* apalagi dengan kelompok minoritas dan hidup dalam satu area tempat tinggal yang sama membentuk dua faktor dalam hal kenyamanan diri individual. Ada yang menjadi ketergantungan dengan kelompoknya, selalu mengutamakan anggota kelompoknya dalam urusan-urusan tertentu, dan lebih percaya dengan anggota kelompoknya daripada dengan kelompok lain. Faktor yang kedua yaitu merasa tidak nyaman berada dalam *ingroup* karena merasa terlalu banyak aturan yang harus dipatuhi, kurang ekspresif dalam tindakan karena sempitnya ruang gerak mereka sebab mereka tinggal di dalam perkampungan etnis Arab, saling mengenal dan mengetahui satu sama lain, sehingga individu tersebut merasa hidupnya terlalu diawasi oleh anggota kelompok yang lain. Dalam *ingroup* pun mereka tetap memilih dengan siapa mereka bergaul. Peran keluarga atau orangtua sangat kuat dalam masalah ini.

Komunikasi *Outgroup* Keturunan Etnis Arab di Surakarta sebagai Penguatan Identitas Kultural

Terdapat dua tipe individu dari keturunan etnis Arab di Surakarta dalam komunikasi *outgroup* yang dilakukan sebagai penguatan identitas kultural. Tipe yang pertama adalah individu aktif atau terbuka terhadap *outgroup* dan yang kedua adalah individu pasif atau tertutup terhadap *outgroup*. Mereka yang aktif adalah yang dalam komunikasi dengan *outgroup* tidak tertutup tentang identitas kultural mereka, mau melakukan pendekatan personal dengan kelompok luar, dan memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi untuk berekspresi dengan kelompok luar. Sedangkan tipe pasif adalah individu yang memperlihatkan identitas kultural bahwa mereka adalah keturunan etnis Arab sehingga mereka merasa berbeda dan tidak mudah

untuk berkomunikasi apalagi berbaur dengan kelompok luar atau tidak membuka diri dalam interaksi sosial dan komunikasinya dengan *outgroup*.

Keturunan etnis Arab di Surakarta menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa lokal (bahasa Jawa-Solo) dalam berkomunikasi dengan kelompok *outgroup*. Secara alamiah, keturunan etnis Arab di Surakarta bisa berbahasa Jawa-Solo karena kebanyakan dari mereka dilahirkan dan dibesarkan di Surakarta. Dalam berkomunikasi dengan *outgroup*, keturunan etnis Arab di Surakarta menempatkan identitas dirinya sebagai orang Jawa dengan menggunakan bahasa lokal. Seorang keturunan etnis Arab yang aktif dan terbuka dengan *outgroup* mereka sangat menunjukkan identitas kultural mereka dengan melakukan *code switching* dalam komunikasinya dengan *outgroup*. Dengan demikian *outgroup* pun akan mengerti dan paham mengenai kultur mereka salah satunya adalah mengenai bahasa. Pendekatan kultural seperti ini dapat membantu anggota kelompok minoritas dapat diterima dalam anggota kelompok mayoritas karena sifat terbuka melalui komunikasi kultural dalam interaksi sosial keturunan etnis Arab dalam kelompok budaya *outgroup*.

Konsep diri (*Self-Concept*) adalah bagaimana keturunan etnis Arab menempatkan diri mereka dalam kelompok budaya *outgroup* dengan berusaha membaur tetapi tetap membawa aturan sendiri atau nilai-nilai budaya mereka. Di satu sisi mereka memang dituntut untuk mencoba membuka diri dan berkomunikasi dengan kelompok *outgroup*, tetapi, konsep diri mereka akan lebih menonjol jika berada dalam *outgroup* jika konsep diri yang mereka coba komunikasikan berdasarkan pada nilai-nilai budaya yang seharusnya. Dalam melakukan interaksi diluar *ingroup* mereka membawa diri mereka berdasarkan konsep seperti apakah kepribadian mereka ingin dilihat dan dinilai oleh *outgroup*. Permasalahan seperti ini kembali lagi kepada sejauh mana mereka mengekspresikan diri mereka terhadap *outgroup*, menjadi individu yang lebih terbuka atau malah tidak dapat menerima kehadiran *outgroup*. Mereka yang mampu terbuka terhadap *outgroup* dengan tidak menonjolkan identitas kultural mereka sebagai keturunan etnis Arab (menunjukkan mereka adalah golongan Sayyid atau Syaikh), lebih mengikuti pola komunikasi dari kelompok *outgroup* tetapi tetap membawa aturan sendiri atau nilai budaya ke dalam interaksi dan lingkungan *outgroup*. Aturan individu tersebut menjadi identitas kultural mereka dalam *outgroup* juga sebagai citra diri untuk menunjukkan keturunan etnis Arab seharusnya seperti ini.

Membawa aturan individu sebagai identitas kultural bagi sebagian orang menjadi tanggung jawab moral yang besar. Apalagi untuk keturunan etnis Arab yang merupakan kelompok minoritas dengan lingkup sosial yang bisa dikatakan dalam satu lingkungan, konsep diri mereka ditengah kelompok *outgroups* mempengaruhi stigma-stigma tentang kelompok mereka. Konsep diri mengarahkan individu untuk menciptakan atmosfer yang mempengaruhi pola komunikasi seseorang dalam kelompok. Konsep diri negatif membuat citra diri menjadi negatif dan sebaliknya konsep diri yang positif akan membuat citra diri positif dan membawa kelompok tersebut ke arah yang positif pula. Pentingnya memiliki konsep diri dalam berinteraksi dan berkomunikasi sebagai identitas individu akan latar belakang budaya yang ia miliki, seringkali membuat individu kehilangan konsep diri karena ia tidak paham akan latar belakang budaya serta peran apa yang seharusnya ia mainkan dalam kehidupan sosialnya. Ketika keturunan etnis Arab kehilangan konsep diri mereka dalam *outgroup*, maka identitas kultural mereka juga akan hilang dan menjadi *outgroup* sepenuhnya karena mereka tidak mengetahui apa yang harus dilakukan untuk memperkuat identitas kultural mereka.

Dalam situasi tertentu atau ketika berada dalam *outgroup*, mereka memegang prinsip serta citra kultural sesuai dengan pemahaman yang mereka dapat dalam lingkungan sosial mereka, misalnya saja dari keluarga, dan dari lingkungan *ingroup* mereka. Aturan yang mereka bawa dalam *outgroup* lebih kepada norma sosial atau aturan yang berakar dari ajaran agama dan budaya Arab itu sendiri. Pengaruh *outgroup* akan memberikan dampak besar bagi cara pandang seorang keturunan etnis Arab. Ketika berada dalam *outgroup* individu akan memilih untuk tetap berpegang pada aturan kultural atau meninggalkan semua aturan serta identitas kulturalnya. Akar budaya yang keras dalam keturunan etnis Arab bagi laki-laki membuat mereka siap untuk menapaki kehidupan yang serius dan mau bekerja keras, sedangkan untuk perempuan keturunan etnis Arab, mereka lebih terbatas dalam ruang geraknya, tidak seperti laki-laki. Perempuan keturunan etnis Arab sangat dijaga dan ruang geraknya dibatasi lebih sedikit daripada laki-laki keturunan etnis Arab. Kebanyakan perempuan Arab dibentuk sebagai pribadi yang lebih kalem dan lembut.

Pemilihan topik (*topic choice*) dalam komunikasi antar keturunan etnis Arab dengan *outgroup* akan ditentukan oleh bagaimana keturunan etnis Arab tersebut menempatkan diri mereka dalam kelompok budaya

outgroup. Jika mereka menempatkan diri sebagai individu yang pasif atau tertutup, mereka lebih mengikuti pola komunikasi dari kelompok *outgroup*, tidak memulai topik pembicaraan sebelum kelompok *outgroup* menentukan topik pembicaraan tertentu, dan berusaha untuk tidak menjadi dominan. Mereka yang menempatkan diri sebagai individu yang aktif dan terbuka dalam kelompok *outgroup*, cenderung akan menganggap dirinya sama dengan *outgroup* dan tidak ada batasan atau larangan untuk memilih topik pembicaraan terlebih dahulu dalam berkomunikasi. Kedekatan antara anggota kelompok *ingroup* dengan anggota kelompok *outgroup* tidak menghilangkan identitas kultural mereka sebagai keturunan etnis Arab tetapi sebagai pengembangan kemampuan dalam komunikasi.

Sikap terhadap *stereotype* adalah cara individu atau anggota kelompok etnis tertentu untuk menentukan sikap seperti apa yang sebaiknya diambil untuk melihat *stereotyping* yang ada dalam kenyataan sosial. Dalam *ingroup* sendiri pun keturunan etnis Arab ada yang membenarkan bahwa *stereotype* tentang etnis mereka berdasarkan dengan kenyataan yang ada. *Stereotype* sudah ada dalam kelompok *ingroup* mereka sendiri, lalu ketika *stereotype* yang ada masuk ke dalam kelompok *outgroup*, rasa ketidaknyamanan dalam kelompok *outgroup* dan prasangka yang ditimbulkan akan berpengaruh kepada sikap kelompok *outgroup* terhadap kelompok *ingroup*. Sikap terhadap *stereotype* lebih ditunjukkan dengan pembuktian individual terhadap kelompok *outgroup* melalui interaksi sosial masing-masing anggota kelompok *ingroup*.

Keamanan identitas dalam kelompok budaya *outgroup* memiliki dasar motivasi untuk mengamankan identitas kultural kelompok budaya tertentu, penyertaan, kemungkinan, hubungan dan konsistensi untuk dasar kelompok dan tingkat identitas dasar individu. Keturunan etnis Arab mengamankan identitas mereka dalam komunikasi kelompok *outgroup* sesuai dengan konsep diri yang ingin mereka tunjukkan dalam kelompok *outgroup*. Jika terlalu tinggi tingkat keamanan emosional akan identitas individu tersebut akan menyebabkan *ethnocentrisme* yang ketat. *Ethnocentrisme* adalah belajar mempercayai kelebihan kultural. Karena budaya mengajarkan orang dunia itu “seperti apa” dan apa yang “baik,” karena itu individu mempercayai bahwa nilai dari budaya mereka adalah alami dan benar. Individu dari budaya yang berbeda yang melakukan hal berbeda adalah salah.

Nilai-nilai budaya yang dibawa ke dalam kelompok *outgroup* sebagai tingkat keamanan emosional dan penguatan identitas kultural memang

membuat terjadinya *etnosentrisme* yang pada akhirnya menyebabkan terbatasnya komunikasi dengan kelompok *outgroup*, karena merasa budaya mereka berbeda dengan budaya kelompok *outgroup*. Perbedaan pandangan dalam menyingkapi nilai-nilai budaya yang sebenarnya adalah nilai budaya yang baik untuk diterapkan dalam kelompok *outgroup*, tetapi, norma sosial yang ada dalam kelompok *outgroup* tidak diberlakukan seketat dan seberat norma sosial dalam kelompok minoritas tersebut. Ketidaknyamanan akan identitas yang tinggi akan membawa ketakutan dalam kelompok *outgroup* atau orang asing. Karena individu merasa merupakan bagian dari kelompok minoritas dan merasa memiliki kelompok yang sangat mengerti dan memiliki perasaan yang sama sebagai minoritas, maka akan terjadi ketakutan dan kerentanan akan identitas dalam kelompok *outgroup*.

Kenyamanan diri merupakan sebuah faktor dalam komunikasi, dimana ketika kita merasa tidak nyaman atau merasa terancam, tidak menciptakan komunikasi yang efektif atau bahkan tidak akan terjadi komunikasi apapun antara komunikator dengan komunikan. Ketika suatu kelompok budaya minoritas yang pemahaman akan budayanya tinggi dan tidak pernah meninggalkan budaya mereka, akan merasa nyaman ketika berada dalam kelompok budaya mereka sendiri atau ketika mereka tidak pernah berhubungan atau tidak mau melihat budaya lain dengan pandangan positif maka akan menjadi ketakutan atau kerentanan akan kelompok budaya lain atau kelompok *outgroup*. Kendala kenyamanan diri berada dalam kelompok *outgroup* adalah mereka beranggapan bahwa tidak semua orang atau anggota kelompok budaya lain dapat menerima sifat dan kebiasaan dari individu dengan latar belakang budaya yang berbeda. Nilai-nilai budaya yang mereka bawa ke dalam interaksi dan komunikasi *outgroup* tersebut terkadang tidak dapat diterima begitu saja oleh kelompok *outgroup*. Maka hasilnya dalam kelompok *outgroup* mereka harus memperkenalkan budaya mereka dengan segala nilai-nilai budaya yang sudah semestinya mereka patuhi. Karena proses komunikasi yang panjang itulah yang membuat mereka merasa ketika ingin masuk ke dalam kelompok *outgroup* mereka harus memberikan penjelasan-penjelasan mengenai nilai-nilai budaya mereka, kecuali kelompok *outgroup* dapat menerima mereka tanpa pertanyaan akan budaya mereka. Ketika anggota kelompok budaya tertentu menemukan kenyamanan diri dalam kelompok budaya lain maka akan mengakibatkan krisis identitas akan identitas kultural dan konsep diri dari individu tersebut.

PENUTUP

Stereotype, sikap, dan diskriminasi dapat diterapkan ke pemahaman dan resolusi persoalan-persoalan yang muncul dalam masyarakat majemuk secara budaya. *Stereotype* menjadi alat psikologis bermanfaat yang terdapat dalam masyarakat multikultural. Karena sikap yang terlalu fanatik akan budayanya sendiri lalu mengesampingkan kelompok budaya lain sehingga terjadi *overgeneralization* dan menjadi sebuah evaluasi negatif (sikap dan prasangka) yang ditujukan kepada anggota kelompok yang bersangkutan. Dengan adanya *stereotype* yang serampangan atau terjadinya evaluasi negatif terhadap kelompok budayanya, *stereotype* sebetulnya membuat kita sadar untuk waspada serta memilah informasi yang penting untuk dipegang dalam interaksi multikultural sehari-hari.

Taylor (1981) telah menguji beberapa aspek "yang secara sosial diharapkan" dari pembuatan *stereotype* yang mencerminkan daya tarik timbal balik, bahkan para anggota dari masing-masing kelompok memelihara melalui *stereotype*, hal etnik yang membedakan diri mereka dengan yang lain (Taylor, 1981, hal. 164). Situasi yang mengandung keinginan menjalin hubungan positif dan perbedaan kelompok ini telah kita temukan sebagai suatu modus integrasi hubungan dalam masyarakat majemuk.

Sikap adalah sebuah ciri yang paling mendasar dalam masyarakat majemuk, seperti sikap etnis yang mungkin muncul di antara anggota kelompok *ingroup* dan kelompok *outgroup*. Ada kecenderungan yang konsisten terhadap *ethnosenstrisme* (penilaian terhadap kelompok sendiri selalu lebih tinggi daripada terhadap kelompok lain), suatu derajat komunalitas yang tinggi (kecenderungan berbagi pandangan yang berasal dari "kedudukan" tiap kelompok dalam suatu masyarakat majemuk), dan suatu derajat resiprositas atau keseimbangan dalam evaluasi timbal balik yang sedang.

Diskriminasi memang harus ditemukan dalam suatu masyarakat multikultural. Sebenarnya mungkin individu atau kelompok-kelompok yang berbeda secara budaya di dorong oleh masyarakat yang lebih luas untuk memelihara perbedaan-perbedaan yang ada pada diri mereka dengan tujuan untuk mengecualikan mereka dari interaksi dan partisipasi sehari-hari dalam kehidupan ekonomi, politik, dan pendidikan masyarakat. Hanya dalam modus integrasi, dimana masyarakat terbuka terhadap dan

menerima keinginan-keinginan seorang individu atau kelompok, dan dimana individu tersebut bebas memilih tingkatan yang mereka pilih atas pemeliharaan budaya dan partisipasi dalam masyarakat yang lebih luas, baru lah dipertimbangkan tidak ada diskriminasi. Faktor eksternal seperti diskriminasi adalah suatu proses penentu penting posisi suatu kelompok dalam masyarakat.

Identitas etnis sendiri merupakan atribut yang sudah melekat pada kelompok-kelompok komunitas dengan ciri khas tertentu. Identitas seperti ini biasanya sudah melekat secara mendasar dan akan menjadi penanda paling dominan dalam berbagai aktivitas etnis tersebut. Identitas etnis menjadi sebuah ikatan yang sangat kuat sebagai pembeda dengan etnis lain. Identitas etnis muncul dari sebuah rangkaian proses interaksi antara masing-masing anggotanya maupun dengan kelompok lainnya. Proses seperti ini adalah sebuah proses yang panjang bagi kelompok etnis tersebut untuk menunjukkan keberadaan mereka dengan ciri khas yang mereka bawa. Termasuk dalam hal ini adalah penguatan identitas etnis yang dilakukan oleh keturunan etnis Arab di Surakarta. Diketahui bahwa di Surakarta sendiri diwarnai oleh beberapa etnis seperti Cina, Arab, India, dan etnis-etnis asli Indonesia lainnya. Peneliti merasa kajian mengenai etnis Arab patut menjadi bahasan karena etnis Arab juga cukup dominan di Surakarta. Sebuah realitas umum juga menunjukkan bahwa pembauran dan adaptasi antara etnis Arab dengan kelompok lokal cukup berhasil dan berlangsung baik. Etnis Arab memiliki kemampuan beradaptasi dengan kelompok lokal walaupun secara pemukiman mereka hidup mengelompok dalam satu wilayah dan dikenali sebagai perkampungan Arab. Mereka bahkan menguasai budaya lokal seperti pemahaman dan fasih dengan bahasa kelompok lokal, namun identitas dan ciri khas etnisnya tetap terlihat. Meskipun masih ada beberapa individu yang tidak dapat berbaur dengan kelompok lokal dan terlalu fanatik dengan etnisnya sendiri. Sangat disayangkan ketika ada individu atau kelompok etnis yang memiliki sikap tersebut karena mereka tidak mengetahui seperti apa perjalanan panjang kelompok etnis mereka sehingga bisa bertahan hidup dengan perbedaan etnis yang mereka bawa.

Kelompok etnis tertentu beradaptasi dan berusaha membaur dengan kelompok lokal tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya mereka sendiri dapat terbilang cukup sulit di tengah masyarakat yang multikultural. Karena jika masing-masing individu tidak memiliki sikap yang kuat terhadap

identitasnya maka nilai-nilai budaya yang seharusnya dibawa dapat hilang begitu saja terbawa oleh budaya lain yang lebih menonjol. Sikap etnosentris dan fanatik terhadap etnis dan budaya sendiri membuat penolakan terhadap kelompok outgroups. Mungkin sikap seperti itu di sebabkan awalnya karena kelompok etnis tersebut merasa bahwa mereka adalah sebuah kelompok minoritas lalu timbul ketakutan akan ancaman-ancaman kelompok dominan kemudian membuat mereka berusaha untuk memperkuat diri sendiri dan kelompoknya dengan sikap yang terbuka dengan kelompok sendiri dan berusaha menarik diri dengan kelompok dominan.

Dari sisi komunikasi *ingroup*, keturunan etnis Arab di Surakarta dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka sulit untuk berkomunikasi dengan lingkungan di luar lingkungan mereka atau bisa dikatakan sangat selektif untuk memilih lawan bicara dan dengan siapa mereka berkomunikasi. Dalam beberapa faktor dalam komunikasi *ingroup* ada faktor yang tidak menunjukkan bahwa faktor tersebut menjadi penguatan identitas kultural, seperti pada faktor bahasa. Bahasa yang mereka gunakan lebih kepada bahasa lokal daerah setempat atau bahasa Jawa Solo, penguasaan bahasa Arab juga dikenal sebagai bahasa Arab Pasar Kliwon, yang sebenarnya pun bahasa Arab tersebut mengalami pergeseran lafal dari lafal yang seharusnya.

Penguatan identitas kultural yang paling kuat dalam kelompok *ingroup* adalah perkawinan antar etnis Arab. Agar keturunan mereka tidak terputus dan tetap mempertahankan nama serta golongan mereka. Misalnya saja untuk perempuan keturunan etnis Arab, karena mereka tidak membawa nama keluarga (nama keluarga hanya diturunkan untuk pihak laki-laki saja), agar keturunan dan darah Arab mereka tidak terputus mereka harus menikah dengan sesama etnis Arab atau laki-laki Arab agar keturunan mereka memiliki nama keluarga Arab. Menurut mereka, perbedaan budaya dapat menciptakan kesulitan dalam berkomunikasi, khususnya dalam hal menyatukan perbedaan kultur dalam sebuah perkawinan.

Berdirinya sekolah Diponegoro yang mayoritas siswa-siswinya adalah keturunan etnis Arab di Surakarta juga menjadi bukti bahwa sejak dulu etnis mereka sudah melakukan penguatan identitas kultural dengan membawa dan memperkenalkan budaya Arab. Keturunan etnis Arab di Solo mempercayai bahwa peninggalan berupa sekolah serta Masjid adalah sebuah identitas kultural. Jika melihat etnis Arab di Solo sudah pasti orang akan “mencap” sebagai Arab Pasar Kliwon, padahal hal tersebut belum

tentu benar adanya, oleh sebab itu Kampung Arab Pasar Kliwon menjadi sangat ikonik sebagai daerah atau kawasan untuk orang-orang Arab di Solo.

Keturunan etnis Arab di Surakarta juga sangat ketat dalam urusan Agama, sehingga ketatnya peraturan dalam lingkungan Pasar Kliwon membuat Kampung Arab tersebut menjadi eksklusif. Di Pasar Kliwon sendiri akan sangat tabu jika melihat laki-laki dan perempuan saling berdekatan atau terlihat sedang bersama di tempat terbuka karena akan menimbulkan konotasi negatif bagi kelompok *ingroup*. Peraturan atau norma yang berkedok budaya seperti itu sudah diperkenalkan sejak dini atau sejak mereka bersekolah khususnya di sekolah Arab Diponegoro. Ketatnya peraturan di sekolah tersebut merupakan sebuah bentuk komunikasi untuk memperkenalkan dan membentuk pola budaya yang menjadi identitas kultural.

Dengan melakukan penguatan identitas kultural yang awalnya dibentuk dari kelompok *ingroup* adalah sebuah bentuk komunikasi kepada kelompok *outgroup* karena tanpa di sadari kelompok *outgroup* pada akhirnya menjadi sebuah pola dan sebuah identitas terhadap etnis yang melakukan penguatan identitas kultural. Identitas kultural di pahami oleh individu etnis tersebut melalui pengenalan dari pihak keluarga atau orang tua yang menjadi penentu apakah individu tersebut nantinya menjadi individu yang kuat dalam hal mempertahankan identitas budayanya atau orangtua dan pihak keluarga yang tidak memahami akan peran dan asal-usul budaya akan menciptakan individu yang tidak melakukan penguatan identitas kultural dengan syarat dan kondisi yang seharusnya dalam budaya tersebut. Dalam hal ini, setiap anggota kelompok *ingroups* memiliki pengetahuan akan budaya tersebut melalui pelajaran serta pengamatan dimana mereka dibesarkan, karena lingkungan dapat mempengaruhi identitas seseorang. Kampung Arab Pasar Kliwon Surakarta merupakan salah satu contoh dimana lingkungan dapat mempengaruhi identitas seseorang, terlihat dari peraturan yang dapat mengikat dan membentuk karakter serta pribadi keturunan etnis Arab.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Algadri, Hamid. 1988. Politik Belanda Terhadap Islam dan Keturunan Arab di Indonesia. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Banton, M. 1965. *Roles: An Introduction to the Study of Social Relations*. London: Tavistock Publications.
- Carl Friedrich Gaumann and Margret Wintermantel. "Discriminatory Speech Acts: A Functional Approach," in "Stereotyping and Prejudice: Changing Conception," ed. Daniel Bar-tal, Carl F. Graumann, Arie W. Kruglanski, and Wolfgang Strobe. 1989. New York: Springer-Verlag.
- Cupach, W.R., & Imahori, T. (1993). Identity Management Theory. In R. L. Wiseman & J. Koester (Eds.), *Intercultural Communication Competence*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dubin, R. (1969). *Theory-building*. New York: Free Press.
- Gunter, Barrie. 2000. *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impacts*. London: Sage.
- Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City. N. Y. Anchor Books. Doubleday and Co.
- Goffman, E. 1963. *Behavior in Public Places: Notes of the Social Organization of Gatherings*. Glencoe, Ill., Free Press. Chicago. Rand McNally College Publishing Co.
- Goffman, E. 1967. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Garden City. N. Y. Anchor Books. Doubleday and Co.
- Hari Mulyadi, dkk. 1999. *Runtuhnya Kekuasaan Kraton Alit*. Surakarta : LPTP.
- Hecht, M. L., Collier, M. J., & Ribeau, S. A. 1993. *African American communication: Ethnic Identity and cultural interpretation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hofstede, G. 1991. *Cultures and Organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. 2001. *Culture's Consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Jabal Tarik Ibrahim. 2003. *Sosiologi Pedesaan*. Malang: UMM Press.
- J. A. Jackson. *Role*. 1972. Cambridge University Press. Cambridge.

- Lustig, W. Myron. Jolone Koester. Allyn and Bacon. 2003. *Intercultural Competence.* "Interpersonal Communication Across Cultures." Fourth Edition.
- Leeds-Hurwitz, Wendy. 2002. *Wedding as Text: Communicating Cultural Identities through Ritual.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Marilyn Brewer and Donald T. Campbell. 1976. *Ethnocentrism and Intergroup Attitudes.* New York: Wiley.
- Marilynn B. Brewer. 1996. "When Stereotypes Leads to Stereotyping: The Use of Stereotypes in Person Perception," *Stereotypes and Stereotyping*" ed. C. Neil Macrae, Charles Stangor, and Miles Hewstone. New York: Guilford.
- Martin, N. Judith. dan Thomas K. Nakayama. 2010. *Intercultural Communication in Contexts*, 5th ed. Boston: McGraw Hill.
- Robert A. Baron dan Don Byrne. 2003. *Psikologi Sosial Jilid I.* Jakarta. Erlangga.
- Samovar, A. Larry. Richard E. Potter. Edwin R. McDaniel. 2009. *Intercultural Communication.* Wadsworth Cengage Learning.
- Van Den Berg. L. W. C. 1989. *Hadramaut dan Koloni Arab di Nusantara.* Seri INIS Jilid III Jakarta: INIS.
- William G. Sumner. 1940. *Folkways.* Boston: Ginn.
- Walter Lippmann. 1922. *Public Opinion.* New York: Harcourt, Brace.
- Ying Y. W. Coombs M. Lee P. A. 1999. *Family Intergenerational Relationship of Asian American Adolescents. Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology.*
- Jurnal**
- Bourhis, R., Moise, L., Perreault, S., & Senecal, S. 1997. *Towards an interactive acculturation model.* International Journal of Psychology. Vol 32.
- C. Neil Macrae, Alan B. Milne, and Galen V. Bodenhausen. 1994. "Stereotypes as Energy-Saving Devices: A Peek Inside the Cognitive Toolbox," *Journal of Personality and Social Psychology* 66.
- Charles M. Judd and Bernadette Park. 1993. "Definition and Assessment of Accuracy in Social Stereotypes," *Psychological Review* 100.
- John J. Seta and Catherine E. Seta. 1993. "Stereotypes and the Generation of Compensatory and Noncompensatory Expectancies of Group Members," *Personality and Social Psychology Bulletin* 19.
- Kenang-kenangan Kota Besar Surakarta, 1945-1953. 1953. Diterbitkan Berkenaan Dengan 2 tahun DPRD Sementara Kota Besar Surakarta; Djawatan Penerangan Kota Besar Surakarta.

Marilynn B. Brewer. 1993. "Social Identity, Distinctiveness, and In-Group Homogeneity," *Social Cognition* 11.

Sala Dalam Angka 1971. 1972. Surakarta, Operations Room Kotamadia Surakarta.

Schlenker, B. R. (1985). Identity and self-identification. In B. R. Schlenker (Ed.), *The Self and Social Life*. New York: McGraw-Hill.

Yeh, C. J., and Hwang, M. Y. 2000. Interdependence in Ethnic Identity and Self: Implications for Theory and Practice. *Journal of Counseling & Developments*. Vol 78. No. 4. Fall 2000.

Penelitian

Warto. 1985. *Minoritas Keturunan Arab di Surakarta*. Skripsi. Surakarta: UNS.

Komunikasi Kultural dalam Akulturasi Budaya Islam dan Jawa (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kedungjati Kab. Grobogan)

Muhamad Nastain, M.IKom

Staff Pengajar Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : nastaindongdjates@gmail.com

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan elemen vital hari ini dalam kehidupan manusia. Tanpa komunikasi manusia akan kehilangan interaksi yang melahirkan nilai-nilai budaya dalam konstruksi sosial. Manusia yang enggan berkomunikasi atau bahkan menraik diri dari komunikasi dapat dipastikan akan tersesat karena dia tidak mampu meletakkan diri dalam lingkungan sosial. Komunikasi melahirkan interaksi, dan interaksi melahirkan kesepakatan-kesepakatan tertulis maupun tidak tertulis yang menjadi aturan bersama dalam kehidupan sosial atau sering disebut dengan kebudayaan.

Kebudayaan bukanlah ruang kosong yang miskin dengan narasi interaksi dan bangunan kesepahaman antarpersonal dan antar komunal. Kebudayaan dibentuk melalui interaksi yang intens sehingga tersaring dalam ruang konstruksi sosial antara nilai-nilai baik yang perlu dipertahankan dan nilai mengancam keragaman dan berpotensi merusak harus dicegah secara bersama-sama. Interaksi antar persona melahirkan kesepakatan yang burujung pada lahirnya “high culture” yang diproduksi dan dirawat dalam waktu yang panjang dan diwariskan secara terbuka mengikuti perkembangan zaman dan menyesuaikan tuntutan zaman.

Budaya tanpa perpaduan dalam bentuk asimilasi maupun akulturasi adalah sebuah keniscayaan. Bangunan budaya banyak ditentukan oleh sejarah hidup individu, intelektual, empati, dan moralitas dalam framing religius baik yang bersifat samawi maupun ardhhi. Proses akulturasi budaya dalam runag lingkup syariah dan budaya dalam interaksinya banyak terjadi pada setiap elemen budaya disetiap wilayah Indonesia. Dalam kultur jawa

akulturasi sudah membentuk identitas yang lebih melekat dan justru melahirkan identitas baru yakni Islam Jawa atau Jawa Islam.

Akulturasi menjadi sebuah jawaban paling menentramkan dari perpaduan dua budaya sehingga tidak perlu saling dipertentangkan. Islam datang dengan segala aturan yang dimiliki, keberagaman syariat, ada yang fleksibel dan ada yang kokoh memberikan gambaran tentang adanya potensi konfrontasi jika budaya dan syariat diletakkan secara berhadapan. Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini terdapat beberapa oknum yang ingin membenturkan antara syariat dengan budaya. Salah satunya dengan menyebarkan spanduk-spanduk anti wayang, anti mauled dan lain sebagainya. Hal tersebut patut diwaspadai sebagai upaya untuk mengganggu integrasi sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Akulturasi dan Budaya

Menurut Kamus Bahasa Indonesia akulturasi memiliki makna percampuran dua kebudayaan atau lebih yang saling bertemu dan saling mempengaruhi. Atau proses masuknya pengaruh kebudayaan asing dalam suatu masyarakat, sebagian menyerap secara selektif sedikit atau banyak unsur kebudayaan asing itu, dan sebagian berusaha menolak pengaruh¹. Sedangkan, menurut Koentjaraningrat, akulturasi adalah proses sosial yang terjadi bila kelompok sosial dengan kebudayaan tertentu dihadapkan pada kebudayaan asing yang berbeda. Syarat terjadinya proses akulturasi adalah adanya persenyawaan (*affinity*) yaitu penerimaan kebudayaan tanpa rasa terkejut, kemudian adanya keseragaman seperti nilai baru yang tercerna akibat keserupaan tingkat dan corak budayanya.

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai-nilai ini hadir ditengah masyarakat dan diwariskan dari generasi ke genarasi. Seiring berjalanya waktu nilai-nilai tersebut mengalami inovasi bahkan terdapat rekayasa sosial untuk menyesuaikan dengan perubahan dan kepentingan. Sebuah nilai yang diproduksi dalam proses interaksi tidak bisa dilepaskan dari adanya tujuan yang mengiringi. Sebagaimana nilai-nilai interkasi tersebut tidak bersifat tunggal melainkan komposisi dari berbagai pengalaman, wawasan dan

¹ <http://kbbi.web.id/akulturasi>

kearifan berelaborasi menjadi sebuah “*high culture*” yang berperan sebagai penjaga moralitas sosial.

Merujuk arti budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, lema budaya bisa diartikan sebagai 1) pikiran, akal budi; 2) adat istiadat; 3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju); dan 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah².

Secara pendekatan teori dalam tradisi antropologi, Clifort Geertz dalam Martin dan Nakayama³ mengartikan budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristiknya tersendiri dan bisa dilihat dari symbol-simbol yang muncul. Symbol tersebut bermakna sebagai sebuah system dari konsep ekspresi komunikasi di antara manusia yang mengandung makna dan yang terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan.

Dalam tradisi psikologi dikatakan bahwa budaya bukan sekedar dimaknai sebagai “*programming the mind*” melainkan juga sebagai jawaban atas respons dari interaksi antar manusia yang melibatkan pola-pola tertentu sebagai anggota kelompok dalam merespon lingkungan tempat manusia itu berada. Pendapat Geert Hofstede menekankan bahwa budaya merupakan jawaban atas interaksi antar individu dalam sebuah situasi sosial yang berlangsung secara terus menerus sampai menciptakan sebuah nilai yang menjadi sebuah kesepakatan secara tidak tertulis. Budaya dalam pendekatan etnografi memberikan gambaran lebih dekat tentang nilai sebuah tradisi dalam konstruksi sosial, Marvin Harris dalam Komunikasi antar Budaya mengatakan bahwa kebudayaan sebagai pola tingkah laku yang tidak bisa dilepaskan dari ciri khas kelompok masyarakat tertentu⁴. Setiap elemen memiliki kehasan tersendiri mengacu pada perkembangan intelektual, spiritual dan estetika. Sebuah pengalaman yang berbeda dengan pendekatan berbeda akan menambah khasanah sosial dan memberikan kekayaan nilai-nilai sosial.

Akulturasi tercermin pada budaya-budaya local yang tetap terjaga semangat dan nilai-nilainya. Masyarakat sebagai pelaku tidak pernah

² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003, Jakarta: Balai Pustaka, h. 169

³ Judith Martin and Nakayama, Thomas K, *Intercultural Communication in Contexts*. 1997. California: Mayfield Publishing Company. h. 47

⁴ Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*, 2014, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. h. 16

merasa terganggu dengan aktivitas tersebut, artinya secara syariah nilai-nilai relijiusnya tetap terjaga dan secara budaya nilai-nilai skaralitas dan kearifan tidak tercerabut dengan adanya akulturasi budaya. Membenturkan dua nilai budaya dan syariat bukanlah sebuah kearifan dalam berkomunikasi, mempertentangkan dua nilai positif yang berlaku dalam masyarakat bukanlah sebuah tindakan produktif dalam konstruksi sosial. Citra luaran yang terbentuk dari akulturasi budaya dan syariat adalah keberagaman yang melahirkan kedamaian tanpa mengusik sakralitas keagamaan dan tetap mengayomi ketinggian budaya sebagai nilai dan identitas wilayah.

Akulturasi dalam Tinjauan Teori

Sebagaimana dikemukakan Rogers dan Singhal bahwa teori difusi inovasi adalah proses dengan mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu pada waktu tertentu diantara para anggota sistem sosial.⁵ Suatu inovasi adalah ide, gagasan, perbuatan, atau objek baru yang dipahami sebagai hal baru oleh unit penerimaan individual atau lainnya.⁶ Dalam teori difusi inovasi terdapat beberapa elemen yang mempengaruhi yaitu adanya inovasi, komunikasi antara satu orang dengan yang lain, masyarakat atau komunitas dan adanya elemen waktu.⁷

Menurut Locher secara umum perilaku kolektif diartikan sebagai setiap peristiwa di mana sekelompok orang terlibat dalam perilaku yang tidak biasanya (*unusual behavior*), yakni peristiwa yang tidak diharapkan, tidak biasa (tidak lazim) dilakukan saat keadaan normal, dan tidak biasa (tidak lazim) dilakukan pada orang-orang normal pada umumnya. Perilaku kolektif berada di luar situasi yang normative dan di luar situasi yang diharapkan oleh orang-orang yang terlibat dalam perilaku kolektif (partisipan)⁸.

Semua bentuk perilaku kolektif (*collective behavior*) melibatkan tindakan dari beberapa kolektifitas manusia, yakni sejumlah besar orang-orang interaksinya minim, terjadi karena tidak adanya norma-norma konvensional yang didefinisikan dengan baik. Weller dan Quarantelli serta pendapat Turner dan Killian, menyatakan bahwa sifat dari kolektifitas meliputi:

⁵ Morrisani, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), h.141

⁶ Everret M. Rogers, *Diffusion Of Innovation*, (New York: Free Press,1995)

⁷ Jennings Bryant dan Susan Thompson, *Fundamentals of Media Effects*,(New York:Mc Graw Hill, 2002),h. 113

⁸ Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*, (Malang: Intrans Publishing, 2016), h. 33

1. kolektifitas didasarkan atas interaksi sosial yang terbatas (*Collectivity are based on limited social interaction*)
2. kolektifitas tidak memiliki batasan yang jelas (*collectivity have no clear social boundaries*)
3. Kolektifitas menghasilkan norma yang lemah dan inkonvensional (*Collectivity generate weak and unconventional norms*)

Bentuk perilaku kolektif menurut Turner dan Killin dibagi menjadi dua jenis⁹:

1. *Localized collectivity* (Kolektivitas terbatas) yakni bentuk dari perilaku kolektif yang mengacu kepada orang-orang yang memiliki kedekatan fisik antara yang satu dengan yang lain. Tipe perilaku kolektif yang termasuk dalam jenis ini antarlain *crowd* (kerumunan) dan *riots* (kerusuhan)
2. *Dispersed collectivity or mass behavior* (kolektivitas luas atau perilaku massa) yakni bentuk perilaku kolektif yang melibatkan orang-orang yang saling memengaruhi satu sama lain walaupun mereka dipisahkan oleh jarak yang jauh. Tipe collector behavior yang termasuk dalam jenis ini antara lain: *rumors* (isu), *public opinion* (opini public), dan *fashion* (mode).

Teori kognitif sosial yang diperkenalkan oleh Albert Bandura memiliki argumentasi bahwa manusia meniru perilaku yang dilihatnya.¹⁰ Proses peniruan ini terjadi dengan dua cara yaitu imitasi dan identifikasi. Imitasi yaitu proses peniruan secara langsung dari perilaku yang diamati. Identifikasi adalah perilaku meniru yang bersifat khusus yang mana pengamat tidak meniru secara persis.¹¹

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivistik* sebab berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Yang dimaksud dengan filsafat *postpositivistime* yang juga biasa disebut sebagai pradigma *konstruktifis* adalah yang memandang realitas social sebagai sesuatu yang holistic,

⁹ John. J Macionis, *Sociology*, (New Jersey: Prentice Hall, 1999), h. 608

¹⁰ Stanley Baran, *Introduction To Mass Communication: Media Literacy and Culture*, (Mayfield Publishing Company, 2001), h. 329

¹¹ Morris, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U, *Op.Cit*, h. 98-99

kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan yang bersifat interaktif (*reciprocal*).¹²

Penelitian ini juga akan menerapkan pola berpikir induktif, yakni metode berpikir yang berpangkal dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep). Pola pikir induktif ini akan meliputi : proses pengamatan, proses pengumpulan data, analisis data dan proses menarik kesimpulan.¹³

PEMBAHASAN

Sejarah perkembangan Islam berdiri diatas tatanan norma, budaya dan agama yang sudah ada terlebih dahulu. Sarjana Islam dalam berbagai karya tulisannya sudah memaparkan bagaimana sejarah Islam dibangun dengan melakukan akulturasi dengan budaya setempat. Oleh karena itu dapat dilihat hari ini keberagaman aktifitas keislaman yang bersifat “ghoiru mahdhoh”.

Di Indonesia kehadiran Islam tidak serta merta menghapuskan budaya dan norma yang sudah ada tetapi menggunakan akulturasi budaya atau serapan budaya yang disesuaikan dengan syariat Islam. Kekhasan dakwah setiap daerah seolah menyalahi dakwah dan syariat Islam yang sudah digariskan oleh Nabi. Tetapi anggapan tersebut masih bersifat “khilafiyah” atau diperselisihkan hukumnya karena melihat tantangan dakwah yang berbeda.

Upaya pendekatan rasionalisme teologis yang bergesekan dengan budaya dan norma memerlukan keluasan pemikiran dan pemahaman komprehensif serta karakter yang visioner. Bukan sekedar membumikan aturan dengan membumihanguskan aturan yang lain, merdekakan logika pada satu pihak dengan memenjarakan dogma pada pihak yang lain.

Pendekatan akulturasi dinilai sebagai langkah yang apresiatif dengan kebiasaan masyarakat. Perubahan dilakukan dengan cara yang elegan, cerdas dan tidak menimbulkan gesekan yang memantik permusuhan. Pola-pola pendekatan akulturasi yang sudah mapan sejak lama pada beberapa decade terusi dan diusik oleh madzhab atau aliran yang mempropagandakan Islam garis lurus. Seolah mereka yang mangakomodir budaya dalam kesehariannya bukanlah orang yang lurus dalam beragama.

¹² Sugiyono (2007), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

¹³ Krisyantono, Rachmat (2007). Teknik Praaktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana

Komunikasi kultural merupakan solusi yang diberikan oleh para pendahulu untuk mengkomunikasikan agama dengan pendekatan “high contex”. Melekatkan implementasi agama dalam keseharian masyarakat tanpa melakukan perubahan yang ekstrem terbukti bisa lebih diterima. Atau memasyarakatkan agama melalui akulturasi budaya terbukti mampu merubah identitas dari yang lama menjadi baru, dari dinamisme dan animisme menjadi tauhid.

Budaya dalam Akulturasi

Dalam kajian sejarah pertukaran budaya dan akselerasi dari masa lampau sampai pada titik ini terjadi karena masyarakat di seluruh dunia terjalin dalam struktur ekonomi yang independen, teknologi, politik dan hubungan sosial yang kompleks. Kapal dagang dari Gujarat datang tidak sekedar membawa barang- barang ekonomi untuk diperjualbelikan tetapi juga membawa kebiasaan, pola pikir, kebiasaan dan ideology agama yang secara langsung maupun tidak langsung dipaparkan kepada masyarakat nusantara. Ekspansi politik Eropa dengan semangat Gold, Glory and Gospel tidak hanya digerakkan oleh kepentingan profit semata melainkan ada kepentingan ekspansi ideology dan agama Kristen Eropa kepada masyarakat Nusantara.

Larry Samovar dalam bukunya Komunikasi Lintas Budaya (Communiication Between Culture) menggaris bawahi bahwa komunikasi cultural atau komunikasi antar budaya melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan sistem simbolnya cukup berbeda dalam suatu komunitas¹⁴. Berbekal definisi diatas dapat diatrik sebuah simpulan bahwa dalam prosesnya akulturasi akan menemukan budaya dominan dan budaya subkultur.

Budaya dominan merujuk pada komunitas yang memiliki pengaruh dan kemampuan untuk mengatur dan mengimplemntasikan budaya dalam aktifitas. Sedangkan budaya subkultur memiliki asumsi dasar bahwa budaya dominan tidak pernah homogen. Pada setiap budaya pasti memiliki kontradiksi internal yang menampung orang-orang yang memiliki pandangan tertentu dari buday dominan. Dikatakan oleh Samovar bahwa Subkultur adalah kelompok atau komunitas sosial dengan karakter komunikasi,persepsi, nilai-nilai, kepercayaan dan tindakan yang

¹⁴ Samovar, dkk.(2010), Komunikasi Lintas Budaya (Communcation between Cultures), Jakarta: Salemba Humanika, h. 13-14

membedakan mereka dari kelompok dan komunitas lain dan juga dari budaya dominan¹⁵.

Masyarakat Kedungjati secara garis besar terbagi dalam budaya dominan Jawa dan Islam dengan subkultur Islam abangan. Ada proses yang menarik dalam implementasi syariat Islam pada masyarakat Kedungjati. Seperti kebanyakan umumnya masyarakat Jawa yang memiliki perpaduan budaya Jawa dan Islam, masyarakat Kedungjati memiliki kreativitas budaya dalam mengkomunikasikan Islam kepada masyarakat. Desa Klitikan tepatnya dusun Kijingan memiliki pola pendidikan penanaman kewajiban shalat kepada anak-anaknya dengan pendekatan yang berbeda. Jika masyarakat dengan budaya dominan Islam akan memperkenalkan Shalat kepada anaknya sejak dini bahkan sudah dibawa ke Masjid sejak masih balita. Tetapi tidak dengan masyarakat Kijingan, mereka memiliki tradisi sendiri yaitu “nglakoni” yang merupakan tradisi seremonial untuk menegaskan dan menjadi garis batas yang jelas bahwa anak sudah harus melakukan shalat. Sebelumnya, anak-anak yang belum sampai pada proses upacara “nglakoni” tidak wajib melakukan shalat.

Budaya dan tradisi berbeda dilakukan oleh masyarakat desa Ngombak dan Karanglangu Kecamatan Kedungjati yang memiliki tradisi “Asrah Bathin”. Tradisi ini selain kental dengan mitos dan kekuatan sejarah leluhur juga kental dengan nuansa syiar syariat Islam¹⁶. Masyarakat kedua desa meyakini bahwa tidak boleh ada pernikahan diantara kedua warganya, perempuan desa Karanglangu tidak boleh dinikahi oleh lelaki desa Ngombak dan sebaliknya. Jika dilanggar dan ada yang berani banyak terbukti salah satunya akan meninggal. Sehingga ada aturan yang berlaku bahwa jika ada yang hendak menikah dari kedua desa tersebut maka salah satu harus pindah domisili dahulu. Seperti ditegaskan oleh Winoto selaku Camat Kedungjati. Hal itu dikarenakan factor sejarah leluhur yang diyakini oleh masyarakat kedua desa bahwa leluhur mereka adalah saudara kakak adik sehingga tidak boleh saling menikah.

Implementasi budaya Jawa dan Islam begitu kental dalam keseharian masyarakat Kedungjati. Factor sejarah dan geografis tidak dapat dipinggirkan dalam melihatnya. Secara geografis wilayah kecamatan Kedungjati bersebelahan dengan wilayah Demak yang mana dalam periode

¹⁵ *Ibid*, h. 15

¹⁶ Wawancara Bapak camat Kedungjati (Bapak Winoto, SH)

sejarah Islam Jawa menjadi jantung pergerakan dakwah Islam walisongo. Selain itu, Kedungjati juga menjadi wilayah yang dilewati dalam perjalanan-perjalanan dakwah para wali serta pengikutnya karena merupakan jalur lurus antara keraton Solo dan Jogjakarta ke Demak dan sebaliknya. Oleh karena itu banyak ditemukan “petilasan”, salah satunya adalah tempat istirahat Sunan Kalijaga di depan kantor kecamatan Kedungjati dan juga merupakan titik sentral acara “apitan” atau tasyakuran desa Kecamatan Kedungjati maupun desa kedungjati. “Petilasan” yang kedua adalah masjid di desa karanglangu yang dibangun sejak zaman walisongo dan merupakan warisan budaya yang dilindungi oleh Pemerintah daerah Grobogan. Letaknya jika diamati dan ditarik garis lurus dari petilasan Sunan Kalijaga yang ada di Kedungjati dan Masjid di Karanglangu maka garisnya lurus ke arah Solo ataupun Jogja.



Foto : Petilasan Sunan Kalijaga

Urgensi Komunikasi Kultural dalam Kearifan

Secara alamiah sifat manusia itu sama, tetapi kebiasaan dan tradisinya yang membuat mereka jauh terpisah¹⁷. Kalimat bijak diatas menggambarkan bahwa proses berpikir manusia sebagai makhluk sosial dan keniscayaan untuk interaksi sosial sudah muncul sejak dahulu bahkan mungkin sejak manusia menginjakkan kaki di bumi. Komunikasi cultural memberikan

¹⁷ Confucius

ruang dialektik antar budaya untuk saling mengkoreksi dan mengevaluasi tanpa dilandasi kebencian. Komunikasi kritis menjadi semangat dalam akulturasi yang sesungguhnya, yakni mampu melihat sisi positif budaya lain dan dengan kebesaran jiwa mengambil dan mengaplikasikannya. Serta mampu melihat kekurangan budaya sendiri serta dengan tegas memperbaiki bahkan jika perlu diamputasi kalau memang sudah tidak relevan dengan nilai-nilai etis.

Komunikasi cultural tidak dapat dipisahkan dengan individu-individu sebagai unsur pembentuk masyarakat. Factor pengalaman individu akan melahirkan karakter dan cara pandang (mindset) terhadap budaya asing. Dalam teori inovasi Rogers dikatakan bahwa dibutuhkan innovator untuk memulai sebuah perubahan. Akulturasi budaya merupakan inovasi yang dilakukan oleh masyarakat menyesuaikan tantangan perubahan zaman. Inovatif bergerak melakukan perubahan konsep budaya dan mensosialisasikan kepada masyarakat penerima awal. Mayoritas awal akan mendukung perubahan yang mengarah kepada perbaikan dan hanya akan menyisakan satu kelompok kecil tertinggal karena kejumudan berpikir dan keteguhan berpegang pada leluhur. Keteguhan ini juga tidak bisa dilepaskan dari factor individual karena berdasarkan observasi, mereka yang termasuk kelompok tertinggal biasanya minorita (sebagian kecil) dengan pengalaman yang relative sempit.

Komunikasi cultural mampu memenuhi kebutuhan interpersonal. Meskipun dalam beberapa hal bisa berbeda pemikiran dan pandangan yang berujung dengan menarik diri dalam interaksi sosial. Secara keseluruhan mengacu pada fungsi komunikasi dan sifat manusia sebagai makhluk sosial, percakapan dalam pendekatan budaya mampu memberikan rasa nyaman, kehangatan, persahabatan dan kepuasan bathin karena selaras dengan kepentingan dan kebiasaan masyarakat.

Komunikasi cultural juga mampu menjadi identitas pembeda antar budaya yang satu dengan yang lainnya. Komunikasi dengan menggunakan pendekatan berbeda tidak hanya sekedar menjadi media mengumpulkan informasi melainkan mampu menegaskan identitas pribadi, suku bahkan identitas sebuah wilayah territorial. Pada budaya “asrah bathin” identitas itu melekat hanya pada warga desa Karanglangu dan Ngombak. Warga diluar desa tersebut tidak akan mendapatkan kebanggaan dan kepuasan dengan komunikasi budaya tersebut. Meskipun budaya “asrah bathin”

sudah menjadi agenda dari pemerintah daerah tetap tidak akan mampu menghadirkan identitas bagi warga diluar desa Karanglangu dan Ngombak.

Yang paling penting dalam komunikasi cultural dan proses akulturasi budaya Jawa dan Islam adalah kemampuan mempengaruhi orang lain serta “memaksa” masyarakat untuk melakukan budaya tersebut. Pesan yang dikirimkan dalam komunikasi cultural baik berupa verbal maupun non verbal aktif dalam mempengaruhi masyarakat. Komunikasi verbal melalui mimbar tokoh agama mampu meyakinkan bahwa budaya tersebut sesuai dengan kaidah-kaidah syariat. Budaya adalah hal yang sudah jamak dilakukan dan disepakati keberadaannya sebagai pengembangan bahkan sebagai penekanan identitas manusia sebagai makhluk yang sempurna disbanding makhluk hidup yang lain. Ditegaskan oleh tokoh muda pengasuh Pondok Pesantren Hafidhul Quran Nurul Umam desa Kalimaro Kedungjati, Kyai Musthofa Al Hafidh, “budaya dapat dijadikan sebagai alat pengembangan dan penyebaran syariat oleh agama karena dengan budaya yang ada penyebaran syariat dapat diterima dengan baik bahkan cenderung tanpa penolakan”¹⁸.

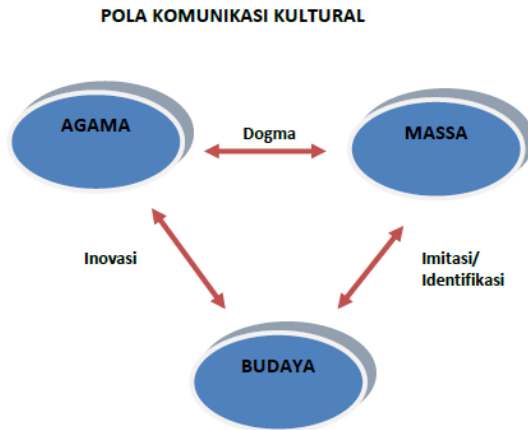
Komunikasi cultural merupakan proses yang dinamis, dimana prosesnya berlangsung secara terus-menerus, cair dan tidak statis. Melibatkan semua unsur komunikasi, mulai masyarakat sebagai komunikator sekaligus komunikan, melibatkan budaya sebagai pesan sekaligus sebagai media (channel). Semuanya aktif dan dinamis bergerak membentuk sebuah elemen perubahan dalam komunikasi cultural.

Pola Komunikasi Kultural

Dalam komunikasi cultural ada tiga komponen utama yang harus hadir dalam implementasinya yaitu Masyarakat, budaya dan agama. Keberadaan agama masih memungkinkan menimbulkan diskursus. Tetapi dalam pembahasan ini terkait dengan akulturasi budaya jawa dan Islam, keberadaan agama tentu tidak dapat dipinggirkan. Sejarah juga mencatat bahwa jika berbincang tentang jawa (suku jawa) maka tidak akan lepas dari perbincangan agama dan kepercayaan. Sebagai elemen yang turut dalam mewarnai budaya, agama sudah melekat dan sulit dipisahkan dalam kehidupan orang jawa. Budaya sebagai sebuah kajian yang kompleks dan komprehensif sejalan dengan pemikiran Nanda dan Warms dalam Samovar bahwa “budaya terdiri dari atas bagian yang saling berhubungan”. Ferraro

¹⁸ Wawancara dengan Kyai Musthofa, Alhafidh

mengemukakan bahwa budaya harus diajarkan sebagai suatu kesatuan yang utuh, bagian yang sampai pada taraf tertentu berhubungan satu dengan yang lainnya. Ketika kita memandang budaya sebagai sebuah sistem yang terintegrasi, kita dapat melihat budaya cocok dengan keseluruhan sistem¹⁹.



Gambar 1. Pola Komunikasi Kultural

Pola komunikasi cultural bersifat sirkuler yaitu saling mempengaruhi antara elemen yang satu dengan elemen yang lainnya.

a. Pola Komunikasi Budaya Dengan Agama

Dalam pendekatan teori Inovasi Rogers dapat dianalisis bahwa relasi antara budaya dan agama bersifat inovatif. Budaya yang berlaku dalam masyarakat berubah dengan adanya pengaruh agama, begitu pula sebaliknya beberapa ritual agama yang sifatnya syiar mengalami perubahan karena adanya factor budaya. Masyarakat Kedungjati memiliki beberapa budaya yang terwarnai pengaruh agama Islam sebagai agama mayoritas. Budaya “apitan” sebagai bentuk syukur atas limpahan rizki selama satu tahun terakhir dan doa permohonan untuk satu tahun yang akan datang menjadi agenda rutin setiap desa di Kecamatan kedungjati.

Prosesi ritual yang berlangsung sangat kental dengan nuansa jawa dan Islam. Tasyakuran sebagai esensi perintah syariat Islam dipadu dengan ritual budaya jawa berupa “ingkung” dan “sego kuning” dengan segala lauk pauknya menjadi komposisi yang wajib dalam acara adat tersebut. Tema besar ritual “apitan” dari waktu ke waktu tidak mengalami pergeseran

¹⁹ Samovar, dkk.(2010), Komunikasi Lintas Budaya (Communcation between Cultures), Jakarta: Salemba Humanika, h. 48

berarti kecuali semakin kental nuansa islaminya. Fakta historis “apitan” di seluruh desa Kedungjati di dominasi oleh pertunjukan ledek yang memiliki persepsi pada benak public sebagai prostitusi terselubung. Akhir-akhir ini pertunjukan ledek hanya eksis di beberapa desa saja karena sudah banyak diganti dengan pagelaran wayang dan lain-lain. Unsure-unsur pelengkap ritual saja yang mengalami pergesaran berarti menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan serapan budaya.

Beberapa hukum agama yang bersifat “ghoiru mahdhoh” juga mengalami perubahan karena tuntutan kemaslahatan yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat. Hukum waris misalnya, kata kunci hukum waris adalah kerelaan para ahli waris sebagai penerima. Oleh karena itu masih memungkinkan adanya musyawarah untuk mencapai kemaslahatan yang lebih. Pembagian hukum waris yang berlaku secara umum adalah dibagi keseluruhan kepada ahli waris (anak, saudara, istri atau suami dll), tetapi pada masyarakat Desa Klitikan pembagian waris menyisakan satu bagian untuk orang tua. Pengelolaan asset biasanya digilir oleh anak-anak dan hasil dari pengembangan asset digunakan untuk upacara ritual kematian yang bersifat tahunan atau disebut haul. Jika dikaji dalam ilmu fikih tentu ada kecenderungan menyelisihi kebiasaan umum meskipun sebenarnya secara aplkasinya masih tetap diperbolehkan²⁰.

Kategori perubahan-perubahan dengan melakukan penyesuaian baik dalam terminology budaya maupun agama merupakan inovasi yang tidak terhindarkan dalam sistem sosial masyarakat Kedungjati. Semuanya dapat berjalan dengan baik dalam transisi yang elegan dan dalam pengawasan penuh para tokoh desa dan tokoh agama. Perubahan-perubahan tersebut juga merupakan konsekuensi logis dari interaksi sosial sebagai masyarakat kolektif. Kolektifitas menghasilkan norma dan kebiasaan baru meskipun lemah dan inkonvensional. Sama dengan hukum waris misalkan, jika ada ahli waris yang tidak menerima dan tidak bersepakat dengan memberi bagian pada orang tua maka kebijakan tersebut tidak dapat diputuskan.

Kolektifitas budaya tersebut juga bersifat terbatas karena hanya mampu mewadahi masyarakat setempat dan belum tentu dapat diterapkan dalam sistem sosial masyarakat yang lain. Perlu kearifan dalam menyikapi dan menularkan pola komunikasi cultural sehingga inovasi positif dapat diadopsi oleh sistem sosial masyarakat lain.

²⁰ Wawancara dengan KH. Muridan

b. Pola Komunikasi Budaya Dengan Masyarakat

Pola komunikasi budaya dan masyarakat ditilik dari teori Kognitif Sosial Albert Bandura dapat dijelaskan dalam dua kata yaitu imitasi dan identifikasi. Imitasi yaitu proses peniruan secara langsung dari perilaku yang diamati. Identifikasi adalah perilaku meniru yang bersifat khusus yang mana pengamat tidak meniru secara persis. Tindakan peniruan dalam perspektif imitasi maupun identifikasi adalah sebuah hal yang sangat familiar dalam sosial kemasyarakatan. Pada dasarnya manusia melakukan proses peniruan merupakan sifat alamiah yang diberikan Tuhan. Kecerdasan awal manusia adalah mampu menirukan apa yang dilihat sebelum kecerdasan etik atau moral itu tertanam. Karena kecerdasan moral hadir setelah manusia mampu memaksimalkan potensi fikiran.

Proses imitasi terjadi hampir dalam seluruh budaya masyarakat termasuk di Kedungjati. Ada tambahan mitos yang melingkupi budaya dan kebiasaan masyarakat terbungkus aturan tidak tertulis yang menyisakan kekhawatiran bagi masyarakat yang meninggalkan. Budaya “kupatan” bagi ibu hamil terjadi secara turun temurun dengan proses imitasi. Yang paling tampak berbeda adalah masuknya nilai-nilai syariat Islam dalam setiap budaya yang dilaksanakan. Pembacaan ratib, albarjanji dan doa silih berganti mengiringi ritual budaya setempat.

Pola komunikasi cultural yang berlangsung dua arah antara budaya dan masyarakat juga berlangsung dalam proses identifikasi. Masyarakat diajak untuk mengenal agama dengan balutan budaya terekam dalam bentuk pengajian dan ritual keagamaan yang diidentifikasi dari sejarah untuk membangkitkan semangat keislaman. Mislakan budaya tabligh akbar menjadi sebuah fenomena metode komunikasi massal dalam memperkenalkan agama kepada masyarakat. Perpaduan budaya dan syariat agama terlihat padu dan apik terlihat dalam walimatul urs atau pesta pernikahan. Syariat agama dan budaya saling berpilin sehingga semakin sulit memisahkan antara nuansa budaya dengan syariat.

Komunikasi cultural efektif menyampaikan pesan-pesan yang sebelumnya sulit untuk dipahami oleh masyarakat. Tidaklah heran jika para pendahulu yakni leluhur, para da'i, walisongo menggunakan pendekatan budaya untuk mengkomunikasikan ajaran-ajaran agama. Proses identifikasi maupun imitasi saling memberikan pengaruh dalam relasi budaya dan masyarakat. Kedepan perubahan-perubahan budaya akan turut ditentukan

oleh dinamika perkembangan masyarakat. Sedangkan moralitas dan etika public akan dijaga oleh peranan budaya.

c. Pola Komunikasi Agama dan Masyarakat

Pola komunikasi agama dan masyarakat cenderung dogmatis. Manusia sebagai objek yang mengimplementasikan ajaran-ajaran agama diwajibkan untuk menerima, meski tidak menutup ruang untuk mendiskusikan agama. Sebagian besar ajaran agama bersifat aplikatif karena memang secara filosofis agama di wahyukan oleh Tuhan sebagai panduan hidup manusia. Dalam Islam kajian agama dalam masyarakat menjadi sangat terbuka karena diisyaratkan oleh Al Quran bahwa di dalamnya terdapat aturan yang jelas dan lugas (muhkamat) dan ada juga yang bermakna taksa dan butuh pemikiran (mutasyabihat)²¹.

Manusia juga diberikan fikiran untuk menganalisis dan mengkaji relevansi agama dengan realitas hidup. Sudah seharusnya agama menjadi sesuatu yang logis. Jika memang agama dikirim Tuhan untuk menjadi panduan hidup manusia maka sudah seharusnya ajaran agama akan memberikan kenyamanan, ketentraman dan menjamin keberlangsungan heterogenitas manusia yang tercipta dalam berbagai suku, bangsa dengan tradisi yang berbeda.

Komunikasi cultural berperan sebagai media untuk mendekatkan agama dalam implementasinya dan menjadi jembatan antara tradisi yang berkembang sebagai cipta, rasa dan karsa manusia agar selaras dan seimbang. Secara empiris dapat disederhanakan dengan sebuah kalimat “agama mengarahkan manusia dan budaya memudahkan manusia mengenal agama”.

PENUTUP

Kesimpulan

Interaksi manusia sebagai makhluk sosial sekaligus menyandang identitas individu melahirkan akulturasi atau perpaduan budaya baru yang merupakan kombinasi dari budaya-budaya yang ada. Begitu pula dalam masyarakat Kedungjati, perpaduan budaya Jawa dan Islam sebagai agama mayoritas kental mewarnai aktifitas masyarakat. Ritual dan seremonial acara budaya lekat dengan nuansa Islami dengan berbagai inovasi. Kemampuan

²¹ Majid fakhry,(2002), Sejarah Filsafat Islam, Bandung : Mizan Media Utama, h. 15-16

beradaptasi dan menyerap budaya lain serta menyesuaikan dengan perkembangan zaman tidak terlepas dari kemampuan para tokoh agama dan pemerintah yang sinergis dalam menjaga dan melestarikan budaya local dengan penataan disesuaikan dengan syariat Islam.

Komunikasi cultural menjadi pola komunikasi efektif dan efisien untuk memperkenalkan dan mendekatkan agama kepada masyarakat. Proses inovasi dalam ritual dan seremonial menyesuaikan perkembangan zaman membuat rangkaian budaya menjadi lebih fleksibel dan memudahkan meski masih kental diselubungi mitos. Proses imitasi dan identifikasi efektif membentuk pola perilaku masyarakat termasuk dalam penanaman nilai moral dan etika bermasyarakat. Agama tetap menjadi dogma dengan fleksibilitas dan membuka ruang diskursus untuk problematika masyarakat demi kemaslahatan yang lebih baik.

Saran

Akulturası budaya tidak selalu menampilkan sisi positif, banyak juga ekspansi budaya asing masuk dan mendegradasi nilai-nilai budaya local yang berimbas pada bergesernya identitas budaya dan menurunnya nilai-nilai moralitas dan etis. Diperlukan tokoh agama dan tokoh pemerintah yang mampu menjaga kelestarian budaya dengan melakukan inovasi dan akulturası yang tidak menggeser dan menggerus nilai-nilai budaya luhur. Melibatkan anak-anak muda sebagai penerus ritual dan seremonial budaya mutlak diperlukan, karena mereka nanti yang akan menjadi pemangku dimasa depan. Peran pemuda dalam ritual maupun seremonial budaya harus di dorong lebih aktif dan diberikan kesempatan untuk menjadi pelaku aktif di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Everret M. Rogers, *Diffusion Of Innovation*, (New York: Free Press,1995)
- Fakhry,Majid, 2002, *Sejarah Filsafat Islam*, Bandung : Mizan Media Utama
- Jennings Bryant dan Susan Thompson, 2002, *Fundamentals of Media Effects*, (New York:Mc Graw Hill
- Judith Martin and Nakayama, Thomas K,1997, *Intercultural Communication in Contexts*. (California: Mayfield Publishing Company
- Krisyantono, Rachmat, 2007,Teknik Praaktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Macionis, John J. 1999. *Sociology*. New Jersey. Prentice Hall
- Morrisan, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U, 2010, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor:Ghalia Indonesia
- Nasrullah,Rulli, 2014, *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*, 2014, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2003, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,Jakarta: Balai Pustaka
- Samovar, dkk.2010, *Komunikasi Lintas Budaya (Communcation between Cultures)*, Jakarta: Salemba Humanika
- Stanley Baran,2001, *Introduction To Mass Communication: Media Literacy and Culture*,(Mayfield Publishing Company)
- Sugiyono , 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sukmana, Oman, 2016, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Malang : Intrans Publishing

Website :

<http://kbbi.web.id/akulturasi>

**KOMUNIKASI NONVERBAL PADA TARIAN
SAKRAL DI BALI
(STUDI : TARI *NAMPYOG NGANTEN* DI PURA SAMUAN
TIGA KECAMATAN BLAHBATUH KABUPATEN
GIANYAR BALI)**

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, Ni Gusti Ayu Kartika
Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar Bali
Email: ayuhendra_1975@yahoo.co.id
Hp. 0818551184

PENDAHULUAN

Masyarakat Bali dalam kehidupannya senantiasa dituntun oleh nilai-nilai budaya Bali yang bercorak religius. Nilai adalah bagian yang terpenting dalam kepercayaan yang diterapkan oleh anggota masyarakat atau penduduk yang khas dari berbagai kalangan dalam masyarakat mengenai apa yang diinginkan baik atau buruk. Begitu pula dengan masyarakat Bali yang menganut nilai-nilai sekaligus merupakan kearifan lokal yang dimiliki seperti: *Tri Hita Karana*, *Tat Twam Asi*, *Hukum Karma Phala*, *Rwa Bhineda*. Nilai-nilai tersebut menuntun manusia Bali baik sebagai pribadi maupun kelompok untuk senantiasa berusaha bersikap kompromi dan harmoni terhadap lingkungan, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Nilai-nilai tersebut menuntun masyarakat Bali untuk senantiasa ingin menciptakan suasana kedamaian dan ketentraman antara sesamanya. Tanda-tanda nonverbal terlihat dalam tampilan wajah, gerakan anggota tubuh, jarak dan sebagainya (Mulyana, 2000:238).

Proses komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat Adat Bali dalam interaksi sehari-hari tidak terlepas dari penggunaan simbol baik verbal maupun nonverbal. Simbol yang digunakan dalam proses komunikasi memiliki makna komunikasi yang telah disepakati, sebab simbol yang digunakan dalam berkomunikasi sesama warga (*krama adat*) telah mewakili sesuatu yang telah disepakati secara bersama-sama. Simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Simbol meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan

atau kecintaan kepada Negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut (Mulyana, 2012:92).

Afiliasi ritus agama dan seni ritual menjadi pembaharu realisasi etik, agar nilai-nilai tetap relevansi dengan realitas aktual (Kuntowijoyo, 1987:108). Afiliasi itu terbentuk dari nilai sakralitas fakta sosial yang identik dengan yang indah. Itu sebabnya seni dan ritus agama menyatu (Fananie, 1994:233). Seni menyatu dengan prosesi ritual yang sakral. Kesakralan menurut perilaku khusus bahwa ritual agama adalah upacara sakral. Persembahan sesaji bisa sulit di mengerti dari alasan ekonomi, rasional, dan pragmatismenya, tetapi umat beragama melakukannya dari dahulu sampai sekarang dan yang akan datang. Upacara yang sulit dipahami alasan konkretnya inilah yang disebut ritus yang berarti upacara agama (Agus, 2006:95-96).

Masyarakat Bali percaya bahwa para *Dewa* sangat suka hal-hal yang berhubungan dengan seni seperti tari-tarian, *gong* dan lain-lain. Dari keyakinan inilah timbul ide bahwa permohonan manusia untuk sampai pada keselamatan, kesejahteraan dan ketentraman akan mendapat perhatian baik dari para *Dewa* melalui aktifitas persembahan seni. Agama Hindu memanfaatkan seni sebagai simbol untuk mewujudkan Tuhan. Agama Hindu meyakini Tuhan itu tak berwujud dan tak terpikirkan (*Acintya*), maka dengan perantaraan simbol-simbol tersebut, Tuhan yang tak berwujud dan tak terpikirkan diwujudkan sehingga dapat menyatukan pikiran. Penampilan simbol dibuat indah dan menarik hati setiap orang yang melihatnya.

Seni sebagai hasil cipta, rasa, karsa manusia untuk memenuhi kebutuhan manusia biasanya dikaitkan dengan upacara keagamaan atau sering juga disebut dengan seni sakral sebagai media penunjang kegiatan upacara keagamaan meliputi semua cabang seni rupa, seni tari/gerak dan sastra/seni suara. Seni tari merupakan salah satu seni yang sangat berkaitan erat dengan prosesi keagamaan. Bahkan layak dipercaya bahwa pakem tari sama tuanya dengan penetapan tatanan agama Hindu. *Dewa Siwa* yang dipercaya oleh umat Hindu sebagai *Sang Hyang Tunggal* digambarkan pula sebagai “*Dewa Tari*” dengan gelar *Siwa Nataraja*. Dalam sikap gerakan tari yang diartikan sebagai gerakan kekuatan mengisi ruang saat menciptakan alam semesta. Pada awalnya, tari-tarian yang ditekuni oleh para *pragina*

(penari) adalah jenis tarian sakral yang merupakan bagian dari prosesi upacara dan hanya dipentaskan tatkala diselenggarakan upacara keagamaan di Pura. Seni Tari ini mulai berkembang menjadi sebuah sarana komunikasi serta hiburan bagi masyarakat yang menikmatinya (Yudabakti, 2007:29).

Tari *Nampyog Nganten* merupakan tarian *wali* yang dilaksanakan dalam upacara *piodalan* di Pura Samuan Tiga sebagai tari penyucian dalam rangkaian Ida *Bhatara* akan tedun dari *Pengaruman Ageng*, tari *Nampyog Nganten* dibawakan oleh sekelompok penari wanita disebut dengan *permas*. Pementasan Tari *Nampyog Nganten* diiringi dengan musik pengiring yaitu *angklung* dan *gong kebyar* yang menambah nilai sakral dari tarian ini. Di samping itu tarian ini juga merupakan ungkapan rasa syukur terhadap Ida *Bhatara* yang berstana di Pura Samuan Tiga atas karunia yang telah dilimpahkan kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak berani untuk tidak melaksanakan tarian ini. Oleh karena keunikan itu, ketertarikan mengungkapkan tarian ini, karena menurut pengamatan peneliti, tarian ini mempunyai banyak keunikan dan mengandung hal yang amat sakral, serta mengandung fungsi dan makna yang religius yang sudah menjadi kepercayaan masyarakat *pengempon*, dan supaya kesenian ini tetap utuh di jaman globalisasi ini, yang sudah tentunya banyak terdapat pengaruh budaya barat, dan supaya tarian sakral di Bali tetap terjaga dan masih menganut paham ketimuran yang menjadi ciri khas warisan leluhur kita.

Nilai-nilai sakral dan keunikan dari tarian ini mempunyai fungsi dan makna religius yang diakui terdapat pada tarian ini, memunculkan ketertarikan untuk mengungkap tarian tersebut. Sehingga ada perhatian terutama dari pihak yang berkecimpung di bidang seni. Terkait dengan hal tersebut ada beberapa alasan untuk meneliti tari *Nampyog Nganten* di Pura Samuan Tiga yaitu sebagai berikut : (1) Karena masih ada tokoh-tokoh yang mengetahui tentang tari *Nampyog Nganten*, (2) Karena belum ada yang meneliti secara terperinci mengenai tari *Nampyog Nganten*, (3) Karena tari *Nampyog Nganten* sangat erat kaitannya dengan upacara *piodalan* di Pura Samuan Tiga, (4) Karena mempunyai fungsi yang religius. Dari fenomena-fenomena tersebut di atas muncul keinginan, untuk mengkajinya lebih mendalam karena tari wali *nampyog nganten* ini memiliki keunikan dan kekuatan tersendiri seperti tersebut di atas dan juga merupakan warisan budaya zaman lampau yang patut dipertahankan dan dilestarikan seperti apa adanya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka penelitian ini akan mengkaji bagaimana komunikasi nonverbal pada

tarian sakral di Bali dengan fokus studi Aspek Komunikasi Nonverbal Penari (*Permas*) Tari *Nampyog Nganten* di Pura Samuan Tiga Desa Adat Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar.

KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN

Kajian pustaka merupakan uraian, analisis kritis, dan evaluasi terhadap teks-teks atau hasil penelitian yang relevan. Dalam penelitian kualitatif sebenarnya tidak mengharuskan adanya hasil kajian atau penelitian yang relevan (Daymon dan Holloway, 2008:61, dalam Sumadi, 2012:17). Jika tidak ditemukan hasil kajian yang relevan baik dari aspek teori maupun jenis kajian, maka penelitian tersebut akan menjadi sumbangan penting dalam sebuah disiplin ilmu. Kepustakaan yang dikaji dalam mendukung penelitian ini, dapat berupa pustaka-pustaka, buku-buku, artikel, atau karya tulis ilmiah yang dipandang bermanfaat dalam upaya melaksanakan penelitian ini, adapun sumber yang dijadikan bahan kajian pustaka dalam penelitian adalah sebagai berikut : (1) Sumarsana (2011) dalam tesisnya yang berjudul “Tari Baris Cina Dalam Upacara Piodalan Pura Dalem di Desa Pakraman Renon”. Penelitian ini membahas mengenai sebab Tari Baris Cina dipentaskan dalam Upacara Piodalan, Bentuk Tari Baris Cina dan makna pementasan Tari Baris Cina bagi masyarakat setempat; (2) Suastini (2012) dalam tesisnya yang berjudul “Pementasan Tari Rejang Desa pada Upacara *Usaba Goreng* di Desa Pakraman Duda Kecamatan Selat Kabupaten Karangasem” (Kajian Pendidikan Agama Hindu). Tarian ini dipentaskan khusus pada saat Upacara *Usaba Goreng* yang dilaksanakan di Pura Puseh dan Bale Agung pada *sasih Kapat*; (3) Yudabakti dan Watra (2007:33) dalam bukunya yang berjudul “*Filsafat Seni Sakral dalam Kebudayaan Bali*” menyatakan bahwa seni merupakan simbol dari kebenaran, kesucian dan keindahan. Disebutkan juga bahwa seni dan agama adalah identik karena dalam setiap pertunjukkan kesenian pasti ada memuat ajaran-ajaran keagamaan dan setiap kegiatan keagamaan pasti mengandung unsur seni didalamnya. Kontribusi dengan penelitian ini adalah sebagai bahan kajian yang terkait dengan kesenian dan kebudayaan Bali dalam menjelaskan Pementasan Tari *Nampyog Nganten* yang sangat berperan penting sebagai wujud cetusan rasa bhakti kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*.

Untuk mengkaji permasalahan sesuai dengan topik penelitian ini menggunakan teori secara eklektik, yaitu semua teori itu saling melengkapi dalam mengkaji setiap permasalahan. Dalam penelitian ini peneliti akan

menggunakan beberapa teori yang merupakan tradisi dalam penelitian kualitatif. Adapun alasan peneliti menggunakan teori tersebut karena peneliti menganggap teori-teori tersebut sangat relevan dengan konteks dan fokus penelitian tentang komunikasi nonverbal pada tarian sakral di Bali (Studi: Tari *Nampyog Nganten* Di Pura Samuan Tiga Desa Adat Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar Bali). Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan fenomena komunikasi nonverbal dalam Tari *Nampyog Nganten* sebagai berikut: (1) Teori Komunikasi Nonverbal (Samovar dan Porter); (2) Teori Interaksi Simbolik (Mead dan Blumer); (3) Teori Dramaturgi (Irving Goffman). Teori yang digunakan ini untuk mempermudah pemahaman keaneka-ragaman paradigma, perspektif dalam mengobservasi realitas, sehingga kebenaran tidak lagi tunggal, tidak tetap, akan tetapi plural dan berubah sejalan dengan perkembangan budaya manusia. Teori ini menolak pemikiran yang totaliter, kemudian menghaluskan kepekaan terhadap perbedaan dan memperluas kemampuan toleransi terhadap kenyataan yang tidak terukur. Penjelasan masing-masing teori sebagai berikut:

1. Teori Komunikasi Nonverbal (Samovar dan Porter)

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal juga digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata dan tulisan yang biasa disampaikan dalam komunikasi verbal. Aktivitas komunikasi nonverbal yang terjadi dalam pertunjukan tari sakral di Bali, salah satu satunya adalah pada Tari *Nampyog Nganten* di Pura Samuan Tiga Desa Adat Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar.

Dengan sebuah makna pesan komunikasi nonverbal, Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengklasifikasikan pesan-pesan nonverbal ke dalam 2 (dua) kategori utama, yaitu: 1) Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa; 2) Ruang, waktu, dan diam (Riwandi, 2009:71). Dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji secara holistik makna pesan komunikasi nonverbal dari suatu ekspresi wajah, sentuhan, pakaian, gerakan, ruang/tempat dan waktu dalam Tari *Nampyog Nganten*.

Pada teori komunikasi nonverbal, dikenal adanya kode nonverbal adalah kumpulan perilaku yang digunakan untuk menyampaikan arti. Judee Burgoon, menggolongkan sistem kode nonverbal seperti halnya

memiliki beberapa struktur sifat. *Pertama*, kode nonverbal cenderung analog daripada digital. Sinyal digital mempunyai ciri tersendiri seperti huruf dan angka, sedangkan sinyal analog berkesinambungan, membentuk sebuah tingkatan atau spektrum, seperti volume suara dan intensitas cahaya. Oleh karena itu, sinyal nonverbal, seperti ekspresi wajah dan intonasi suara tidak dapat dengan sederhana digolongkan menjadi kategori yang memiliki ciri-ciri tersebut, tetapi lebih dilihat sebagai perbedaan. *Kedua*, yang banyak ditemukan, tetap tidak semua, dalam kode nonverbal adalah kemiripan (*iconicity*). Kode ikonis menyerupai benda yang telah disimbolkan (seperti ketika Anda menggambarkan bentuk sesuatu dengan tangan anda. *Ketiga*, kode nonverbal tertentu kelihatannya memunculkan makna universal. Terutama dalam kasus yang berhubungan dengan tanda-tanda, seperti ancaman dan penunjukan emosi yang mungkin saja dapat ditentukan secara biologis. *Keempat*, kode nonverbal memungkinkan adanya transmisi berkesinambungan dalam beberapa pesan. Dengan wajah, tubuh, suara dan tanda-tanda lainnya, beberapa pesan yang berbeda dapat terkirim sekaligus. *Kelima*, sinyal nonverbal sering menimbulkan sebuah respons otomatis menerobos lampu merah. Pada akhirnya, tanda-tanda nonverbal sering terpancar secara spontan, seperti ketika Anda melepaskan rasa gugup dengan memainkan rambut atau menggoyangkan kaki anda. Sistem kode nonverbal sering digolongkan menurut jenis aktivitas yang digunakan dalam kode. Burgoon mengusulkan tujuh jenis: kinesik (aktivitas tubuh); vokalis atau *paralanguage* (suara); penampilan fisik, haptics (*touch*); *proxemics* (ruang); *chronemics* (waktu); dan *artefact* (objek).

2. Teori Interaksionisme Simbolik (Mead dan Blumer)

Perspektif Interaksionisme Simbolik berusaha menjelaskan bahwa manusia hidup di tengah lingkungan simbolik, menciptakan, menggunakan, memanipulasi dan menyalahgunakan simbol untuk kepentingan interaksi. Esensi dari teori Interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna Blumer mengkonseptualisasikan manusia sebagai pencipta atau pembentuk kembali lingkungannya, sebagai perancang dunia obyeknya dalam aliran tindakannya, alih-alih sekedar merespons pengharapan kelompok (Mulyana, 2001:68).

Menurut Blumer, Interaksionisme simbolik menunjuk pada sifat khas manusia dari interaksi antara manusia. Kekhasan adalah dimana

manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakannya (Ritzer, 1992:61). Dalam proses pemaknaan terjadi kegiatan mental yang membedakan makna tindakan manusia dengan gerakan binatang. Kegiatan interpretasi menjadi jembatan antara stimulus dan respons. Artinya stimulus dan respons yang bermaknalah yang menjadi inti teori interaksi simbolik. Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegaskan kehidupan kelompok, dalam konteks ini, maka makna dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan peranannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial. Adapun Asumsi Interaksionisme Simbolik sebagai berikut: (1) Pentingnya makna bagi perilaku manusia; (2) Pentingnya konsep diri; (3) Hubungan antara individu dan masyarakat.

Sedangkan tiga konsep inti dalam pandangan Mead yang melandasi Interaksionisme Simbolik yakni; pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) Mead (Littlejohn, 1996). Menurut Mead ketiga aspek tersebut saling berbeda namun memberikan kontribusi yang sama terhadap tindakan sosial. Menurut Mead, tindakan sosial merupakan konsep dasar dari hampir seluruh proses psikologis dan proses sosial lainnya. Pada intinya dasar perspektif Interaksionisme simbolik adalah *self*, *other* (diri, orang lain), simbol, makna, penafsiran dan tindakan. Aliran ini memiliki pandangan bahwa peserta komunikasi dalam berkomunikasi aktif, reflektif dan kreatif dalam menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Blumer mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar model ini. Pertama, manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol nonverbal, lingkungan fisik). Kedua, makna itu berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya. Ketiga, makna diciptakan, dipertahankan, dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam hubungan dengan lingkungan sosialnya (Fisher, 1986:241; Mulyana, 2007).

Mead menekankan pentingnya *gesture* atau isyarat dalam berkomunikasi manusia. Menurut Mead manusia berkomunikasi dengan isyarat. Selanjutnya, sebuah isyarat yang menghasilkan respon yang sama pada orang yang sedang melakukan seperti pada orang yang ditujukan isyarat itu merupakan isyarat yang bermakna. Respon yang sama ini

merupakan makna isyarat, dan munculnya makna-makna bersama tersebut memungkinkan terjadi komunikasi simbolik (Johnson, 1990-12). Seperti yang dikatakan Mead, gerak atau isyarat adalah mekanisme dasar dalam tindakan sosial dan dalam proses sosial yang lebih umum. Menurut definisi Mead, *gesture* adalah gerakan organisme pertama yang bertindak sebagai rangsangan khusus yang menimbulkan tanggapan secara sosial yang tepat dari organisme kedua (Littlejohn, 1997; Johnson, 1990; Mulyana, 2002; Ritzer dan Goffman, 2004).

Kekhasan dalam interaksionisme simbolik bahwa manusia tidak hanya terbatas pada isyarat vokal tetapi juga pada isyarat gestural selama gerakan tersebut berpotensi untuk diinterpretasi. Mead sendiri mengakui, isyarat vokal dari perilaku yang terkait dengannya dalam masyarakat manusia menyediakan landasan bagi interaksi simbolik (Mulyana, 2002:79). Dalam abstraksi Goffman disebut *expression given* dan *expression given off*, yang pertama merupakan komunikasi yang disengaja (biasanya merujuk pada isyarat verbal), sedangkan yang kedua merujuk pada komunikasi yang tidak disengaja (nonverbal) yang bisa saja memberi makna yang berlainan sekali dengan isyarat verbal (Littlejohn, 1996; Mulyana, 2002:79). Dalam perintisan teori Interaksionisme Simbolik, ada beberapa orang ilmuwan memiliki andil, seperti; Mark Baldwin, William James, Cooley, John Dewey, William I. Thomas dan Mead, akan tetapi dari semua itu, Mead-lah yang paling populer sebagai peletak dasar Teori Interaksionisme Simbolik, namun dalam perkembangan salah seorang mahasiswa Mead yakni; Herbert Blumer yang menciptakan nama “Interaksi Simbolik” dan mempopulerkan dikalangan akademik setelah Mead sendiri sudah meninggal (Mulyana, 2001:68).

Secara ringkas Teori Interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut; (1) individu merespons suatu situasi simbolik, mereka merespon lingkungan termasuk obyek fisik (benda) dan Obyek sosial (perilaku manusia) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka; (2) makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada obyek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya obyek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran obyek fisik, tindakan atau peristiwa itu) namun juga gagasan yang abstrak; (3) makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan

perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri (Spradley, 2006:8).

Lebih lanjut, esensi Interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Dalam pandangan Interaksionisme simbolik, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan aturan-aturan, bukan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Dalam konteks ini makna dikonstruksikan dalam proses interaksi (Mulyana, 2001:68-70). Sedangkan George Ritzer, memformulasikan tujuh prinsip yang menjadi inti dari teori interaksionisme simbolik, yaitu: (1) manusia tidak seperti hewan karena manusia diberkahi dengan kemampuan berpikir; (2) kemampuan berpikir manusia dibentuk oleh interaksi sosial; (3) dalam interaksi sosial manusia belajar makna dan simbol yang memungkinkan mereka menerapkan kemampuan berpikirnya yang menjadi ciri dari kemampuan manusia; (4) makna dan simbol memungkinkan orang melanjutkan tindakan dan interaksinya yang khas; (5) manusia mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interaksi mereka atas situasi; (6) kemampuan melakukan modifikasi dan perubahan itu disebabkan oleh kemampuan individu berinteraksi dengan diri sendiri lewat berbagai selektivitas hingga proses pemilihan skap; (7) pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin-menjalin ini membentuk kelompok dalam masyarakat (Mulyana, 2007:73).

3. Teori Dramaturgi (Irving Goffman)

Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Kita lihat kembali contoh dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana seorang pengacara memilih perannya, juga seorang warga negara biasa memilih peran yang diinginkannya. Goffman menyebutnya sebagai bagian depan (*front*) dan bagian belakang (*back*). *Front* mencakup, *setting*, *persoal front* (penampilan diri), *expressive equipment* (peralatan untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang (*back*) adalah *the*

self, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan acting atau penampilan diri yang ada pada *Front*.

Berbicara mengenai Dramaturgi Erving Goffman, maka kita tidak boleh luput untuk melihat George Herbert Mead dengan konsep *The Self*, yang sangat mempengaruhi teori Goffman. Erving Goffman lahir di Mannville, Alberta, Canada, 11 Juni 1922. Meraih gelar Bachelor of Arts (B.A) tahun 1945, gelar Master of Arts tahun 1949 dan gelar Philosophy Doctor (Ph.D) tahun 1953. Tahun 1958 meraih Guru Besar, tahun 1970 diangkat menjadi anggota Committe for Study of Incarceration. Dan tepat tahun ia memperoleh penghargaan Guggenheim. Meninggal pada tahun 1982, setelah sempat menjabat sebagai Presiden dari American Sociological Association dari tahun 1981-1982 (Ritzer, 2004:296).

Berdasarkan pengamatan awal peneliti ini adalah bahwa dalam presentasi diri para penari (*permas*) tari *Nampyog Nganten* di Pura Samuan Tiga dalam setiap pementasan, mereka memerankan setiap panggung dengan baik. Pada panggung depan (*front stage*) mereka hanya menonjolkan status mereka terutama sebagai penari (*permas*) dan anggota masyarakat adat setempat yang dilakukan meliputi manipulasi simbol-simbol seperti cara berpakaian, berpenampilan, aksesoris, isi pesan serta sikap. Pada panggung belakang (*back stage*) mereka memperlihatkan penampilan yang normal sebagaimana masyarakat adat umumnya dan apa adanya, mereka dapat mengekspresikan diri sesuai kebutuhan, berbahasa dengan gaya sendiri, dan para aktor tidak membatasi diri. Sebelum berinteraksi dengan orang lain, seseorang pasti akan mempersiapkan perannya dulu, atau kesan yang ingin ditangkap oleh orang lain. Kondisi ini sama dengan apa yang dunia teater katakan sebagai "*breaking character*". Dengan konsep dramaturgis dan permainan peran yang dilakukan oleh manusia, terciptalah suasana-suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial masyarakat itu sendiri. Terbentuklah kemudian masyarakat yang mampu beradaptasi dengan berbagai suasana dan corak kehidupan. Masyarakat yang tinggal dalam komunitas heterogen perkotaan, menciptakan panggung-panggung sendiri yang membuatnya bisa tampil sebagai komunitas yang bisa bertahan hidup dengan keheterogenannya. Begitu juga dengan masyarakat homogen pedesaan, menciptakan panggung-panggung sendiri melalui interaksinya, yang terkadang justru membentuk proteksi sendiri dengan komunitas lainnya. Apa yang dilakukan

masyarakat melalui konsep permainan peran adalah realitas yang terjadi secara alamiah dan berkembang sesuai perubahan yang berlangsung dalam diri mereka. Permainan peran ini akan berubah-ubah sesuai kondisi dan waktu berlangsungnya. Banyak pula faktor yang berpengaruh dalam permainan peran ini, terutama aspek sosial psikologis yang melingkupinya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan peneliti, komunikasi nonverbal yang terjadi pada sebuah peristiwa pertunjukan Tari *Nampyog Nganten* Dalam *Upacara Piodalan* Di *Pura Samuan Tiga* Desa Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar, dapat dilihat mulai dari;

- 1) Pengaturan tempat pertunjukan dan tata letak tempat penari (*permas*) yang akan mempersembahkan tari *Nampyog Nganten* di atur sedemikian rupa dan menyesuaikan dengan konsep tata ruang dan waktu yang diyakini masyarakat adat Desa Bedulu yang menjadi pengempon *Pura Samuan Tiga*. Pengaturan dan tata letak tempat duduk dalam pertemuan adat di atur selaras dengan konsep *Tri Angga*. Konsepsi *Tri Angga* yang mengatur susunan unsur-unsur kehidupan manusia di alamnya/lingkungan fisik, yaitu: *utama angga*, *madya angga*, dan *nista angga*. Dalam kehidupan sehari-hari tercermin dalam hirarki tata nilai tempat tinggal, desa dan tata pengaturan tempat pertemuan adat. Suatu adat atau kebiasaan yang juga memperlihatkan adanya keseimbangan hubungan manusia dengan alam, manusia dengan sesama dalam perhitungan ergonomis dan estetika bentuk bangunan termasuk pengaturan tata letak tertuang dalam konsepsi *Asta Kosala-Kosali* dan *Asta Bumi* (Astika, 1986:7). Selain harus memperhatikan konsep tata ruang atau pengaturan tempat, dalam mempersiapkan pertemuan adat masyarakat adat Bali juga memperhatikan konsep waktu.
- 2) Waktu Pertunjukan Tari *Nampyog Nganten*
Waktu menentukan hubungan antarmanusia. Pola hidup manusia dalam waktu dipengaruhi oleh budayanya. Waktu berhubungan erat dengan perasaan hati dan perasaan manusia. Kronemika (*chronemics*) adalah studi dan interpretasi atas waktu sebagai pesan. Bagaimana kita mempersepsi dan memperlakukan waktu secara simbolik menunjukkan sebagian dari jati diri kita, siapa diri kita dan bagaimana

kesadaran kita akan lingkungan kita. Bila kita selalu menepati waktu yang dijanjikan, maka komitmen pada waktu memberikan pesan tentang diri kita. Demikian sebaliknya, bila sering terlambat menghadiri pertemuan penting (Mulyana, 2012:416). Sedangkan, Edward T. Hall membedakan konsep waktu menjadi dua yaitu: waktu monokronik (M) dan waktu polikronik (P). Penganut waktu polikronik memandang waktu sebagai putaran yang kembali dan kembali lagi. Mereka cenderung mementingkan kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam waktu ketimbang waktu itu sendiri, menekankan keterlibatan orang-orang dalam penyelesaian transaksi ketimbang menepati jadwal waktu. Sebaliknya penganut monokronik cenderung mempersepsi waktu sebagai berjalan lurus ke masa silam ke masa depan dan memperlakukannya sebagai entitas yang nyata dan bisa dipilah-pilah, dihabiskan, dibuang, dihemat, dipinjam, dibagi, hilang atau bahkan dibunuh, sehingga mereka menekankan penjadwalan dan kesegeraan waktu. Waktu polikronik dianut kebanyakan budaya Timur, Eropa Selatan (Italia, Yunani, Spanyol, Portugal), dan Amerika Latin; sedangkan waktu monokronik dianut kebanyakan budaya Barat (Eropa Utara, Amerika Utara, dan Australia), (Mulyana, 2012:416-417). Konsep waktu bagi masyarakat adat Bali dikenal adanya perhitungan hari berdasarkan *wara* sistem kalender yang dipergunakan dalam *wariga* dikenal pula perhitungan atas dasar *wuku* (buku) dimana satu wuku memiliki umur tujuh hari, dimulai hari minggu (*raditya/redite*). Setiap juga mempunyai *urip neptu*, tempat dan Dewa yang dominan, juga ke semuanya unsur itu menetapkan sifat-sifat padewasaan. 1 tahun kalender *pawukon* = 30 *wuku*, sehingga 1 tahun *wuku* = 30 x 7 hari = 210 hari.

Makna Pesan Simbolik Yang Terkandung Pada Tari *Nampyog Nganten* Di *Pura Samuan Tiga* Desa Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar

1. Pesan Simbolik Yang Terkandung Pada Tari *Nampyog Nganten* Di *Pura Samuan Tiga*

Kesenian memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat Bali terutama dalam kehidupan keagamaan. Dalam berbagai bidang kesenian, seperti seni tari, seni tabuh, seni suara, seni lukis dan seni pahat selalu hidup berdampingan dengan kehidupan keagamaan terutama agama

Hindu di Bali. Banyak kalangan masyarakat Bali yang percaya bahwa upacara keagamaan belum lengkap dan sempurna tanpa kehadiran *Panca Gita* atau lima macam bunyi-bunyian yang meliputi: *mantra*, *genta*, *kidung*, *kulkul*, dan *tetabuhan/gamelan*. Untuk itu seni pertunjukkan seperti seni tari, karawitan, wayang, drama, topeng dan yang lainnya merupakan sumber yang amat penting dalam pelaksanaan suatu upacara (Bandem, 1966:167).

Demikian pula halnya dengan *piodalan* di *Pura* Samuan tiga, pementasan Tari *Nampyog Nganten* sangat memegang peranan penting. Tanpa pementasan tari *Nampyog Nganten* upacara yang dilaksanakan belum lengkap dan sempurna.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan Tokoh Adat Ketua Paruman *Pura* Samuan Tiga berikut ini:

“Kawentenan sesolahan nampyog nganten puniki sampun ngawit saking riin pisan keanggen muput karya ritatkala Piodalan ring Pura Samuan Tiga puniki preside kepanggih ritatkala sesolahan nampyog nganten sampun puput wawu Ratu Manca-Manca preside budal suang-suang, yening durung puput Ratu Manca-Manca durung preside budal. Punika mawinan yan ten wenten sesolahan nampyog nganten Piodalan puniki kabaos nenten puput”¹.

Yang artinya:

“Keberadaan tari *Nampyog Nganten* berlangsung sejak lama sebagai pemuput Karya dalam pelaksanaan *Piodalan* di *Pura* Samuan tiga. Hal ini dapat dilihat dari setelah prosesi pementasan tari *Nampyog nganten* selesai maka pulanglah (*budal*) Ratu Manca-Manca ke tempat masing-masing. Tanpa adanya pementasan tari *Nampyog Nganten*, maka pelaksanaan *Piodalan* belum dikatakan lengkap”.

Ada beberapa macam gerakan nonverbal dalam pementasan Tari *Nampyog Nganten* pada pelaksanaan *piodalan* di *Pura* Samuan Tiga desa Adat Bedulu, meliputi:

- 1) *Ngayah Ngigel* atau *ngayah penangkilan* yaitu; menari mengitari areal *Pura* sebanyak tiga kali dengan membawa tiga batang dupa yang bermakna kehikmatan dan pengabdian serta menunjukkan bhakti dihadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa.

¹ Wawancara dengan informan Tokoh Adat Ketua Paruman *Pura* Samuan Tiga (IWP), 15 April 2017

Sebagaimana diungkapkan oleh informan *permas* (penari wanita) berikut ini:

“*Ayah Penangkilan* yaitu gerakan berjalan kedepan yang dilakukan oleh *permas* seperti *ngelikes*, disertai dengan putaran kedua tangan dan posisi tangan pada waktu diam adalah telapak tangan kiri tengah dengan arah diagonal kiri depan dan siku ada didekat pinggang. *Ngaturang Penangkilan* diilustrasikan sebagai gerak membawa tiga buah dupa. *Ayah Penangkilan* diawali di depan pelinggih Ratu Agung dengan gerak yang sama tiga kali, di depan *Pengaruman Ageng ngaturang penangkilan* dengan gerak yang sama sebanyak enam kali, di Surya tiga kali dan di *Ajeng* tiga kali, di depan *palinggih Ratu Agung Sakti* tiga kali dan di depan *Ratu Agung Panji* tiga kali”².

- 2) *Ngeberan Saet* atau *Ngoberan* ikat rambut yang berwarna putih terbuat dari kain. Gerakan *ngoberan saet* ini diikuti oleh para *Pemangku* yang membunyikan *genta* serta memercikan tirta atau air suci dan *parekan* (*pengayah* laki-laki) mengelilingi *Pura* sebanyak tiga kali.
- 3) *Ngoberan Anteng* yaitu gerakan mengibas-ngibaskan selendang yang dipakai dengan mengelilingi *Pura* sebanyak tiga kali. Gerakan ini dilakukan dengan lambat dan lemah gemulai sehingga memberikan rasa ketenangan dan kesucian lahir bathin.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan *permas* (penari wanita) berikut ini:

“*Ngober Anteng* adalah gerak yang dilakukan sambil berjalan dengan kedua tangan direntangkan lurus kesamping dan dengan tangan kiri *permas* memegang cerik atau selendang sendiri mengelilingi areal *Mandala Penataran Agung* sebanyak tiga kali putaran. Gerakan ini merupakan simbol pembersihan areal pura dilakukan dengan lambat, lemah gemulai, sehingga dapat memberikan rasa ketenangan dan kesucian lahir batin”³.

- 4) *Ngober Makedeng*, yaitu; selendang *permas* (penari wanita) yang dibelakang ditarik oleh *permas* yang didepannya dan seterusnya mengelilingi areal *Pura* sebanyak tiga kali. Gerakan

² Wawancara dengan informan *permas* (PR) 21 April 2017

³ Wawancara dengan informan *permas* (PW) 21 April 2017

ini mengandung makna kebersamaan dan meningkatkan rasa kesadaran yakni lebih memahami rasa persatuan dan kesatuan.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan *permas* (penari wanita) berikut ini:

“*Ngober Mekedeng* adalah menari mengelilingi areal *Mandala Penataran Agung* sebanyak tiga kali putaran dengan *cerik/selendang permas* yang berada di depan menarik selendang *permas* yang ada di belakangnya dan begitu seterusnya. Tiga buah dupa yang dibawa para *permas* pada saat menari *Nampyog Nganten* selanjutnya diletakkan di sebuah Batu Lempeng di *Mandala Batan Manggis* yang sebagai simbol tamu, di *Pelinggih* inilah *Permas* dan *Parekan* melaksanakan *natab banten Pamiakala* memohon keselamatan dan kesejahteraan. Tiga buah dupa yang dibawa setiap *permas* akan terus diganti sesuai dengan masa habisnya dupa. Gerakan ini mengandung makna kebersamaan dan meningkatkan rasa kesadaran yakni lebih memahami rasa persatuan dan kesatuan”⁴.

- 5) *Ngombak*, yaitu suatu gerakan yang dilakukan dengan saling memegang satu dengan yang lainnya. Gerakan ini menyerupai ombak di laut yang bergelombang menyapu pasir-pasir di pantai, memiliki arti penyucian atau pembersihan areal *Pura* dan *palinggih*.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan *permas* (penari wanita) berikut ini:

“*Ngombak* adalah gerak yang dilakukan dengan berpegangan tangan dengan gerakan maju dan mundur untuk mendekati dan menjauhi *pelinggih* pada waktu maju, tangan diayunkan ke atas dan pada waktu mundur tangan diayunkan ke bawah. Gerakan ini dilakukan dengan jalan agak cepat (berlari-lari). Selain gerakan *ngombak*, para *permas* juga bertugas untuk memendet dengan gerakan seperti *ngumbang* sambil mengelilingi *pelinggih-pelinggih* dengan membawa bermacam-macam alat upacara seperti dupa, *canang rebong*, *kendi*, *penastan* dan *canang sari*”⁵.

- 6) *Ngerejang*, yaitu; tarian yang mempunyai ciri khas gerakan yang lamban dan lemah gemulai mengikuti irama angklung. Gerakan

⁴ Wawancara dengan informan *permas* (PR) 21 April 2017

⁵ Wawancara dengan informan *permas* (PW) 21 April 2017

ini dilakukan dengan suka cita dan penuh ketulusan melaksanakan upacara *piodalan*.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan *permas* (penari wanita) berikut ini:

“*Ngerejang* adalah gerak menari dengan kedua tangan berada diatas kepala sambil berjalan agak cepat mengelilingi area *Mandala Penataran Agung*. Gerakan ini dilakukan dengan suka cita dan penuh ketulusan melaksanakan upacara *Piodalan*”⁶.

- 7) *Siat Sampian*, yaitu; suatu prosesi terakhir dari rangkaian upacara yang dilakukan oleh *permas* dan *parekan* (pengayuh laki-laki). *Siat sampain* atau perang *sampian* ini dilakukan dengan saling pukul menggunakan sampain dangsil yang telah dipersiapkan sebelumnya. Para *permas* dan *parekan* dengan suka cita dan penuh ketulusiklasan tanpa mengenal lelah melaksanakan siap *sampian*. Setelah prosesi ini berakhir para *permas* dan *parekan* ke *Beji* melaksanakan pembersihan dan persembahyangan.

2. Aspek Komunikasi Nonverbal Yang Berkaitan Dengan Tata Rias, Busana (*Wastra*) dan Properti Pendukung Penari Tari *Nampyog Nganten*

Sebagaimana diungkapkan oleh informan pemuka adat berikut ini:

“Puluhan perempuan tua menari *nonstop* selama dua jam. Mereka mengelilingi pura besar yang menjadi sejarah resolusi konflik sektarian di Pulau Dewata. Mereka menyebarkan vibrasi kebersamaan karena tiap gerakan dilakukan secara perlahan dan langkah kaki yang seragam. Aura mereka menyebar di *Pura Samuantiga* yang ramai dengan ribuan warga dan turis pekan lalu. Ritual *Siat Sampian* dan *Nampyog* menjadi tari *wali* yang ditunggu-tunggu di pura yang berlokasi di Bedulu, Gianyar, ini. Sekitar 40 orang perempuan berkebaya putih, kain hitam dan selendang putih jadi salah satu pusat perhatian. Mereka memulai ritual penyucian dengan puja di pagi hari bersama sejumlah *pemangku* laki-laki. Persembahyangan dilakukan di enam titik. Mulai dari *Pura Beji*, *Pura Anyar*, *Pura Duwur Delod (Ratu Agung Sakti)*, *Pura Agung Panji*, *Paruman Agung*, dan *Pura Batan Manggis*”⁷.

⁶ Wawancara dengan informan *permas* (PW) 21 April 2017

⁷ Wawancara dengan informan Tokoh Adat Ketua Paruman Pura Samuan Tiga (IWP) , 15 April 2017

3. Aspek Komunikasi Nonverbal Yang Berkaitan Dengan Tempat dan Waktu Pertunjukan Tari *Nampyog Nganten* di Pura Samuan Tiga

Waktu menentukan hubungan antarmanusia. Pola hidup manusia dalam waktu dipengaruhi oleh budayanya. Waktu berhubungan erat dengan perasaan hati dan perasaan manusia. Kronemika (*chronemics*) adalah studi dan interpretasi atas waktu sebagai pesan. Bagaimana kita mempersepsi dan memperlakukan waktu secara simbolik menunjukkan sebagian dari jati diri kita, siapa diri kita dan bagaimana kesadaran kita akan lingkungan kita. Bila kita selalu menepati waktu yang dijanjikan, maka komitmen pada waktu memberikan pesan tentang diri kita. Demikian sebaliknya, bila sering terlambat menghadiri pertemuan penting (Mulyana, 2012:416). Sedangkan, Edward T. Hall membedakan konsep waktu menjadi dua yaitu: waktu monokronik (M) dan waktu polikronik (P). Penganut waktu polikronik memandang waktu sebagai putaran yang kembali dan kembali lagi. Waktu polikronik dianut kebanyakan budaya Timur, Eropa Selatan (Italia, Yunani, Spanyol, Portugal), dan Amerika Latin; sedangkan waktu monokronik dianut kebanyakan budaya Barat (Eropa Utara, Amerika Utara, dan Australia), (Mulyana, 2012:416-417).

Konsep waktu bagi masyarakat adat Bali dikenal adanya perhitungan hari berdasarkan *wara* sistem kalender yang dipergunakan dalam *wariga* dikenal pula perhitungan atas dasar *wuku* (buku) dimana satu wuku memiliki umur tujuh hari, dimulai hari minggu (*raditya/redite*). Setiap juga mempunyai *urip neptu*, tempat dan Dewa yang dominan, juga ke semuanya unsur itu menetapkan sifat-sifat padewasaan. 1 tahun kalender *pawukon* = 30 *wuku*, sehingga 1 tahun *wuku* = 30 x 7 hari = 210 hari. Adapun nama-nama *wukunya* sebagai berikut; (1) *Sinta*; (2) *Landep*; (3) *Ukir*; (4) *Kulantir*; (5) *Taulu*; (6) *Gumbreg*; (7) *Wariga*; (8) *Warigadean*; (9) *Julungwangi*; (10) *Sungsang*; (11) *Dunggulan*; (12) *Kuningan*; (13) *Langkir*; (14) *Medangsia*; (15) *Pujut*; (16) *Pahang*; (17) *Krulut*; (18) *Merakih*; (19) *Tambir*; (20) *Medangkungan*; (21) *Matal*; (22) *Uye*; (23) *Menail*; (24) *Prangbakat*; (25) *Bala*; (26) *Ugu*; (27) *Wayang*; (28) *Klawu*; (29) *Dukut* dan (30) *Watugunung*. Selain perhitungan *wuku* dan *wewaran* ada juga disebut dengan *Penanggal* dan *pangelong*. Masing masing siklusnya adalah 15 hari. Perhitungan *penanggal* dimulai 1 hari setelah (H+1) hari *Tilem* (bulan Mati) dan *panglong* dimulai 1 hari setelah (H+1) hari *Purnama* (bulan penuh). Penentuan hari baik (*padewasaan*) yang berhubungan dengan tanggal *pangelong* dibagi dalam empat kelompok, sebagai berikut: (1) penentuan hari baik

(*padewasaan*) menurut *Catur Laba* (empat akibat: baik-buruk-berhasil-gagal); (2) penentuan hari baik (*padewasaan*) berdasarkan *penanggal* untuk *pawiwahan* (misalnya; hindari menikah pada *penanggal ping* empat karena akan berakibat cepat jadi janda atau duda); (3) penentuan hari baik (*padewasaan*) berdasarkan *pangelong* untuk *pawiwahan* (misalnya; hindari *pangelong ping limolas* karena akan berakibat tak putus-putusnya menderita); (4) penentuan hari baik (*padewasaan*) berdasarkan *wewaran*, *penanggal*, dan *pangelong* (misalnya: *Amerta Dewa*, yaitu *Sukra penanggal ping roras*, baik untuk semua untuk melaksanakan pertemuan adat dan ritual adat).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada Bab Pembahasan, berikut ini peneliti akan menguraikan kesimpulan berdasarkan tiga permasalahan yang disajikan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Keberadaan tari *Nampyog Nganten* berlangsung sejak lama sebagai pemuput Karya dalam pelaksanaan *Piodalan* di *Pura Samuan* tiga. Hal ini dapat dilihat dari setelah prosesi pementasan tari *Nampyog nganten* selesai maka pulanglah (*budal*) *Ratu Manca-Manca* ke tempat masing-masing. Ada beberapa macam gerakan nonverbal dalam pementasan Tari *Nampyog Nganten* pada pelaksanaan *piodalan* di *Pura Samuan Tiga* desa Adat Bedulu, meliputi: (1) *Ngayah Ngigel* atau *ngayah penangkilan*; (2) *Ngeberan Saet* atau *Ngoberan* ikat rambut yang berwarna putih terbuat dari kain; (3) *Ngoberan Anteng*; (4) *Ngober Makedeng*; (5) *Ngombak*; (6) *Ngerejang*; (7) *Siat Sampian*. Gerakan pada pementasan tari *Nampyog Nganten* dalam upacara *piodalan* di *Pura Samuan Tiga* mempunyai gerak tari yang sangat sederhana, merupakan bentuk tarian kuno yang penuh dengan rasa pengabdian dan rasa ketulusan kepada *Ida Bhatara* yang bersthana di *Pura Samuan Tiga* Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar.
2. Aspek Komunikasi Nonverbal Penari (*Permas*) Tari *Nampyog Nganten* Di *Pura Samuan Tiga* Desa Bedulu Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar; *Permas* adalah orang-orang yang berkomitmen dalam hidupnya untuk menjadi *pengayah* pada setiap upacara *piodalan* yang berlangsung di *Pura Samuan Tiga*. Secara hakiki tidak sembarang orang bisa menjadi *permas* (penari), mereka adalah orang-orang yang menjadi pewaris (berdasarkan keturunan) dan orang-orang yang

dikehendaki oleh *Ida Bhatara Sesuhunan* yang bersthana di *Pura Samuan Tiga*. *Nampyog* dilakukan selama tiga kali. Setiap tiga kali berkeliling, gerakannya berubah. Dari prosesi *nampyog* ini, ada prosesi yang dikenal dengan nama *ngober nyambung*. Dalam prosesi ini, pada pinggang *permas* diikatkan selempang selendang putih. Seledang ini pula yang dikibarkan secara sambung menyambung oleh para *permas* di barisan berikutnya. Usai prosesi *ngober nyambung*, disusul *maombak-ombakan*, yakni para *parekan* (*pengayah* laki-laki) saling berpegangan satu sama lain mengelilingi halaman *Pura*. *Parekan* yang berjumlah 360 orang saling berpegangan ini berputar selama tiga kali disertai dengan teriakan-teriakan seperti orang kesurupan. Puncaknya, para *parekan* saling lempar sampian yang sudah disiapkan. Mereka kemudian saling pukul serta melempar sebagai simbol dari perang dengan menggunakan janur selama kurang lebih 15 menit.

3. Eksistensi Tari *Nampyog Nganten* Di Pura Sकेberadaan tari *Nampyog Nganten* masih eksis sampai sekarang disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: tari *Nampyog Nganten* akan tetap eksis karena adanya faktor keturunan dan masyarakat yang religius tidak akan berani menolak kehendak *Ida Bhatara Sesuhunan* di *Pura Samuan Tiga*. Keyakinan ini menyebabkan *permas* tari *Nampyog Nganten* dalam hal ini *permas* akan tetap ada dan bertambah sesuai kehendak *Ida Bhatara Sesuhunan* yang bersthana di *Pura Samuan Tiga*; Keberadaan tari *Nampyog Nganten* meningkatkan status sosial pada masyarakat; dan Adanya perhatian dari *Paruman* Adat *Pura Samuan Tiga*. Setiap berakhirnya upacara *piodalan*, *Paruman* di *Pura* samuan Tiga selalu memberikan penghargaan kepada *parekan* maupun para *permas*. Penghargaan itu diberikan karena telah melaksanakan *ayahan* dari sebelum berlangsungnya upacara sampai upacara berakhir kurang lebih selama dua bulan. Penghargaan (*paica*) itu dapat berupa pakaian dan *sesari* (dalam bentuk uang).

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Saifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Ardan, dkk. 1983. *Pedoman Penerangan Agama Hindu dan Budha*. Jakarta : Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Hindu Buddha.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astawa, dkk. 2006. *Pura Samuan Tiga Bedulu Gianyar*. Gianyar : Pemkab Gianyar dan Pura Samuan Tiga Gianyar.
- Bogdan, R.C dan Biklen, S.K. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*, Boston : Allyn and Bacon, Inc.
- Bungin, Burhan, 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Creswell, W. John. 2008. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. New Jersey: Prentice Hall.
- Denzim, Norman K, Lincoln, Yvonna S (ed). 1994. *Handbook of Qualitative Research*. New Delhi India: Sage Publication, Inc.
- DeVito Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia, Profesional Books (Bahasa Indonesia)* Jakarta, Professional Books.
- Dibia, I Wayan. 1977. *Perkembangan Seni Tari di Bali*. Penerbit : Proyek Sarana Budaya Bali.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Great Britain: Cox & Wyman Ltd.
- Gulo, W. 2002. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Gunarta, 2008. Tri Hita Karana : *Filsafat Hidup Harmonis Dalam Hubungan Tiga Dimensi Bagi Masyarakat Umat Hindu di Bali*. Denpasar : Sanjiwani Jurnal Filsafat Vol.2, No.2.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Metodelogi dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Huberman, A. Michael & Miles B. Matthew. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Penj. Rohendi Rohini. Jakarta: UI Press.
- Koentjaraningrat. 1990. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia.

- _____. 1997. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta : Djambatan.
- _____. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi, Edisi Revisi 2009*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kuswarno, Engkus. 2008, *Metodelogi Penelitian Komunikasi*, Bandung-Indonesia, Widya Padjadjaran.
- _____. 2008. *Etnografi Komunikasi. Suatu Pengantar Dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjadjaran
- Liliweri, Alo. 2011. *Gatra-Gatra Komunikasi Antar Budaya*. Cet. II. Yogyakarta : Pusaka Pelajar.
- _____. 1994. *Komunikasi Verbal dan Non Verbal* . Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. Thosand Oaks : Sage.
- Littlejohn, Stephen W. 2006. *The Theory of Human communication*, Fifth Edition, California, Belmont Wadsworth.
- Mardalis, 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Margono, S. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Marzali, Amri, 2006. *Metode Etnografi* .Yogakarta, Tiara Wacana.
- Meichati, Siti 1967. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Moleong Lexy J. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nawawi, H. Hidari. 1993. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Jakarta : Gadjah Mada University Press.

- Oemarjati, Boen S. 1971. *Bentuk Lakon dalam Sastra Indonesia*. Jakarta : Gunung Agung.
- Panitia Karya Padudusan Agung Pura Samuan Tiga, 2004, *Kahyangan Jagat Pura Samuan Tiga Bedulu, Blahbatuh, Gianyar*.
- Panitia Penyusun.1993. *Kamus Bali-Indonesia*. Bali: Dinas Pengajaran Propinsi Daerah Tingkat 1 Bali.
- Pemerintah Kabupaten Gianyar dan Paruman Pura Samuan Tiga Bedulu Gianyar, 2006, *Pura Samuan Tiga Bedulu Gianyar*.
- Poerwadarminta, 1985, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jakarta : Ar-Ruzz Media.
- Pudja, Gede. 1999. *Bhagawadgita*. Surabaya : Paramita.
- Ritzer, George dan Goodman, J. Douglas. 2005. *Toeri Sosiologi Modern (Edisi Keenam)*. Jakarta: Kencana.
- Samovar, Larry A, Richard E Porter & Jain, NC. 2010. *Intercultural Communication: a Reader. Internatonal Edition*. California: Wadworth Inc.
- Santoso, Elha. 2008. *Kamus Praktis Modern Bahasa Indonesia*. Surabaya : Pustaka Dua.
- Satori, Djam'an. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sudirga, Ida Bagus. 2004. *Widya Dharma Agama Hindu*. Jakarta : Ganeca Exact.
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Surpha, I Wayan. 2012. *Seputar Desa Pakraman Dan Adat Bali*. Denpasar: PT Offset BP.
- Sutrisno, Mudji, Putranto, Hendar. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan* . Yogyakarta: Kanisius.
- Tim Penyusun, 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta : Balai Pustaka.
- Wiana, I Ketut. 2009. *Cara Belajar Agama Hindu Yang Baik*. Denpasar: Pustaka Bali Post.
- Yudhabakti, I Made dan Watra I Wayan. 2007. *Filsafat Seni Sakral dalam Kebudayaan Bali*. Surabaya : Paramita.

LINGKUNGAN HUTAN SUKU NAULU

(Makna Komunikasi Lingkungan Masyarakat Adat Suku Naulu Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku, Indonesia)

Sulaeman

Program Studi Jurnalistik Islam
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Ambon
sulaeman@iainambon.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia, sebuah Negara yang sangat majemuk, memiliki keberagaman suku, tersebar keanekaragaman adat istiadat, budaya dengan tradisi yang unik dan bahasa berbeda satu sama lain. Keberagaman suku dan adat istiadat masyarakat, seperti masyarakat adat Suku Naulu memiliki ketergantungan dengan alam dalam pemanfaatan lahan hutan untuk pemenuhan kebutuhan dasar. Kesehariannya melakukan tindakan berhutan dan hasilnya dimanfaatkan mengambil, menebang, memotong kayu, seperti rotan, damar, kopi, cengkeh, pala, sagu, dan durian yang kemudian di jual kepengepul. Tindakan lainnya, berkebun menjadi kerja sampingan, seperti, sayuran-sayuran (kubis, bawang merah, bawang putih, tomat, dan timun) dan hasil kebun bukan menjadi pendapatan utama mereka. Begitu juga tindakan pemanfaatan sumber-sumber air di perbukitan, mengalirkannya ke rumah-rumah dan perkebunan.

Hutan bagi mereka, bagian integral dalam kehidupannya. Hutan bagian dari tatanan sosial-budaya, dan ekonomi. Hutan dijadikan media ritual spiritual dalam pemakaman bagi meninggal dunia, pernikahan, gubuk untuk melahirkan dan menstruasi, menuju kedewasaan, menstruasi pertama untuk perempuan. Terus berinteraksi dengan lingkungan, hanya saja seiring perkembangan zaman, pola-pola sebelumnya berkaitan kearifan lingkungan hutan, harus mengakui kekuatan perubahan menerpa, seperti keberadaan perusahaan PT. Bintang Lima Makmur di Negeri Sepa mengeksploitasi hutan seluas 14,000 hektar merupakan degradasi

berdampak pada masyarakat adat. Bukan saja ancaman bagi kelestarian lingkungan, namun eksistensi masyarakat adat Suku Naulu.

Masyarakat adat Suku Naulu berinteraksi dengan lingkungan hutan, karena itu perlu pendekatan etnoekologi, studi mengenai bagaimana kelompok tradisional mengorganisasikan dan mengklasifikasikan pengetahuannya mengenai lingkungan dan proses-proses terjadi di dalamnya (Brosius, Lovelace, dan Marten, 1983:187). Pemaknaan ini bisa dikaitkan dengan keberagaman disiplin ilmu, seperti ilmu komunikasi. Menggunakan pendekatan etnoekologi dalam perspektif ilmu komunikasi lebih spesifik, karena manusia memiliki posisi strategis dengan lingkungan, terutama pemanfaatan lahan hutan. Komunikasi lingkungan sebagai pertukaran pesan manusia dalam, dari, untuk, dan mengenai dunia di sekitar manusia dan interaksi manusia dengan alam (Jurin, Roush, dan Danter, 2010:15). Manusia dan lingkungan ada pada satu mata rantai hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Manusia harus melihat lingkungan sebagai bagian integral dari kehidupannya, memahami dan berinteraksi dengan lingkungan, terfokus pada keharmonisan hubungan dan kesetaraan posisi dalam melihat lingkungan.

Perspektif Teoretis

Penelitian kuantitatif-statistik berbeda dengan penelitian bersifat “kualitatif.” Untuk mengeksplorasi individu dengan melakukan proses konstruksi simbol tersendiri terhadap hutan, kemudian memberikan pemaknaan pada hutan dengan menggunakan perspektif “interpretatif” dan atau lebih khusus, perspektif interaksi simbolik (Blummer, 1986), menekankan pada terjadinya proses pemaknaan simbol-simbol manusia. Ini untuk menunjukkan bagaimana tindakan simbolik tersebut terjadi di masyarakat adat Suku Naulu dalam lingkungan pada hutan. Mereka aktif, kreatif dan inovatif dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan lingkungan pada hutan. Tindakan komunikasi individu dihasilkan dari pemahaman mereka mengenai situasi internal, bukan sebagai akibat dari faktor eksternal. Konteks ini, realitas dianggap sebagai intersubjektif, berbagi, dan bernegosiasi. Cukup dengan berkomunikasi dan aktor menyesuaikan tindakan mereka sendiri untuk penyesuaian diri dengan lingkungan pada hutan.

Hasil penelitian beberapa ahli, umumnya bidang antropologi, pertanian, dan lingkungan, seperti Rambo (1984), dan Dove (2005). Dalam konteks Rambo (1984:47) disebut sebagai aliran energi, materi, dan

informasi antara manusia dengan lingkungannya. Sebagai perbandingan dapat dilihat perluasan gagasan ini pada tulisan Florr (2004) menunjukkan lingkungan alam pada hutan punya makna simbolik tersendiri. Pemaknaan simbolik manusia mengenai lingkungannya merupakan penekanan dalam keilmuan komunikasi, terutama komunikasi lingkungan, seperti gagasan Jurin (2010:3-4) komunikasi adalah aktivitas manusia, manusia selalu ingin dapat berkomunikasi, pemahaman adalah sasaran komunikasi, tanggungjawab terletak pada komunikator, manusia bergantung pada alam untuk bertahan hidup, dan bumi-alam memiliki pesannya sendiri untuk dibagikan pada manusia. Posisi manusia dan lingkungan ada pada satu mata rantai hubungan tidak dapat dipisahkan. Pendekatan etnoekologi komunikasi sengaja digunakan karena sangat membantu dalam menguraikan keterkaitan manusia dengan lingkungan.

Melalui pendekatan etnoekologi komunikasi, komunikasi sebagai tindakan simbolik serta etika lingkungan, maka komunikasi lingkungan di masyarakat adat Suku Naulu harus bisa dan mampu bertahan hidup (memenuhi berbagai kebutuhan diinginkan) pada konteks lingkungan pada hutan. Pemenuhan kebutuhan dasar menjadi wajib dan harus dilakukan untuk keberlanjutan kehidupan menjadi alasan perlunya pemahaman mengenai keterkaitan dirinya dengan lingkungan, diawali pemahaman mengenai pemanfaatan lingkungan hutan di sekitarnya.

Telah banyak penelitian, komunikasi lingkungan dikaitkan teori etnoekologi dan interaksi simbolik, seperti hasil penelitian dari Iskandar (2012), mengenai ekologi perladangan orang Baduy, pengelolaan hutan berbasis adat secara berkelanjutan, Satriyati (2011), mengenai pengelolaan komunikasi lingkungan berbasis nilai-nilai multikultural di Pulau Masalembu dan Kangean Madura, dan Husain (2011), menjelaskan tata kelola komunikasi lingkungan pada kepemimpinan parabola berbasis kearifan lokal pada masyarakat Buton.

Berdasarkan perspektif interaksi simbolik, masyarakat adat Suku Naulu melakukan proses konstruksi simbol tersendiri terhadap hutan, kemudian memberikan pemaknaan hutan dari proses komunikasi lingkungan dilakukan sebagai bagian integral dari ekosisten kehidupannya. Dalam konteks ini, proses konstruksi pemaknaan dihubungkan dengan pengetahuan dan sistem kepercayaan dan nilai-nilai sosial-budaya pada simbol hutan. Kesemuanya ini menarik untuk diteliti untuk mengetahui bagaimana subjek menggambarkan pemaknaan lingkungan pada hutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian bertujuan menggambarkan bagaimana masyarakat adat Suku Naulu melakukan proses konstruksi simbol tersendiri terhadap hutan, kemudian memberikan pemaknaan pada hutan dari proses komunikasi lingkungan dilakukan masyarakat sebagai bagian integral dari ekosisten kehidupannya. Selanjutnya, melibatkan duapuluh lima informan meliputi duapuluh laki-laki dan lima perempuan Suku Naulu. Usia mereka berkisar limabelas hingga tujuh puluh lima tahun saat peneliti melakukan penelitian. Lima subjek belum menikah, lainnya sudah menikah. Keduapuluh lima subjek dipilih secara purposif dari kalangan kepala pemerintahan negeri, kepala kampung, kepala marga, tokoh masyarakat, pemimpin formal, maupun anggota masyarakat yang terlibat langsung di lingkungan pada hutan yang berdomisili di Kampung Nua Nea, Bonara, Watane, Hahuwalan, Simalauw dan Rohua, selalu berhubungan dan hidup di sekitar lingkungan pada hutan, terutama dalam pemanfaatan lahan hutan untuk kegiatan berhutan, memiliki karakteristik penting dan paling memiliki intraksi kuat dengan lingkungan lahan hutan.

Untuk memperoleh data, dilakukan wawancara mendalam. Awalnya wawancara tidak mudah dilakukan, mereka menganggap peneliti sebagai karyawan perusahaan PT. Bintang Lima Makmur di Negeri Sepa yang akan memperoleh keuntungan dari mereka mengenai hutan Suku Naulu. Ketika mereka bersedia diwawancarai, awalnya mereka tampak gelisah. Peneliti mampu mengumpulkan data dari subjek dengan cara, seperti peneliti menunjukkan kesabaran dan empati terhadap mereka. Hasil wawancara tidak dimudahkan peneliti menggunakan bahasa Indonesia, sehingga menggunakan juru bahasa Suku Naulu, akhirnya wawancara dilakukan dengan lancar dan intim. Wawancara berlangsung di rumah tempat tinggal, di hutan, di kebun, dan rumah adat.

Peneliti melakukan pengamatan di saat melakukan wawancara dan subjek melakukan aktivitas. Mengamati rumah mereka, tindakan verbal dan nonverbal, tempat di mana bekerja, termasuk di hutan dan kebun di mana melakukan tindakan komunikasi keseharian mereka.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengalaman masyarakat adat Suku Naulu dalam tindakan komunikasi kehidupan sehari-hari memiliki pemaknaan berbeda-beda pada lingkungan

hutan. Mereka berinteraksi dan berkomunikasi dengan menangkap fenomena hutan berdasarkan pengalaman dirasakan dan dialami yang sudah menjadi kegiatan rutinitas keseharian. Fenomena hutan yang mereka tangkap dan maknai merupakan kekhasan menandai keunikan hasil hutan, tanaman, kondisi alam, burung, dan pemukiman rumah warga.

Hasil Hutan. Hutan merupakan wilayah perbukitan, dibedakan hutan pengelolaan dan hutan “*sasi*” (hutan konsevasi). Masyarakat memberikan pemaknaan tersendiri terhadap wilayah hutan. Pemaknaan dikomunikasikan dari kerapatan dan ketinggian pohon-pohon yang ada di dalam hutan. Masyarakat memasuki hutan pengelolaan untuk mengambil hasil-hasil hutan untuk keperluan makanan dan dikomersialkan. Sebaliknya hutan “*sasi*” diperuntukan mengambil dan memanfaatkan hasil-hasil hutan untuk kepentingan media komunikasi ritual. Pemaknaan hasil hutan dilakukan dengan melihat secara langsung wilayah di dalam hutan di saat mereka melakukan tindakan komunikasi di dalam hutan, seperti “rumah tempat pengasingan perempuan akan melahirkan,” makna komunikasi nonverbal pada hasil hutan “tatanan sosial-budaya dan ekonomi, media komunikasi pritual, sumber penghidupan, spiritual, kecintaan kampung, partisipasi, kekeluargaan, dan solidaritas.”

Tanaman. Bagi masyarakat, tanaman hutan bagian kehidupannya. Tanaman memiliki makna untuk “keselarasan kehidupan dan sumber kehidupan tertinggi” untuk melaksanakan tindakan komunikasi ritual.

- (1) Tanaman cengkeh, kopi, coklat, dan pala dimaknai “kesejahteraan” sekaligus “identitas kampung.” Makna kesejahteraan, bahan komoditas komersial. Makna identitas, memiliki lahan perkebunan adalah orang tua warga. Mereka bisa mencukupi kebutuhan sehari-harinya dan kelengkapan rumah tangga.
- (2) Tanaman sagu, dimaknai “kesejahteraan, identitas, dan pemenuhan kebutuhan” sebagai bahan makanan pokok. Masyarakat memiliki pohon sagu dan meramu sagu tidak dianggap akan menjamin kehidupannya lebih baik, namun hanya bisa memenuhi kebutuhan makan dalam kesehariannya.
- (3) Tanaman sayur-sayuran, umbi-umbian, terong, cabe merah, dan tomat dimaknai sebagai tanaman “selingan dan etos kerja.” Tanaman termasuk kebutuhan sehari-hari ditanam secara tidak teratur dipekarangan atau di kebun. Tanaman memiliki nilai

ekonomi, kecuali untuk keperluan rumah tangga. Produksinya pun terbatas untuk dikonsumsi rumah tangga dan selebihnya di komersialkan dalam skala kecil.

- (4) Tanaman maranti, beringin, dan kaskus dimaknai “identitas dan media komunikasi ritual kedewasaan anak laki-laki.”

Tanaman hutan dimaknai “keselarasan kehidupan dan sumber kehidupan tertinggi,” terkait karakteristik wilayah dan pelestarian budaya. Masyarakat menyakini hutan bagian dari kehidupannya sebagai asas keselarasan kehidupan manusia dengan alam sekitarnya, sumber kehidupan tertinggi adalah *Upuku Anahatana* (Tuhan pencipta manusia, Tuhan pencipta tumbuhan, Tuhan pencipta hewan, dan Tuhan pencipta tanah) sebagai satu kesatuan tidak terpisahkan. Masyarakat memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai keberadaan Tuhan melalui ritual-ritual dilaksanakan. Di saat ritual dilaksanakan, merasakan kebesaran Tuhan terjadi pada realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tuhan memberikan kehidupan, kemakmuran, keperkasaan, kelahiran, perkawinan, dan atau menentukan kematian.

Kondisi Alam. Pengkategorian kondisi alam meliputi kabut, cuaca, dan asap dari perbukitan hutan seringkali masyarakat melihatnya pada pagi hari dan di musim hujan cukup tebal memiliki jarak pandang hanya berkisar duapuluh lima meter, bersumber dari pelepasan udara dan embun melalui hutan di sekitar pemukiman rumah adat. Kondisi alam terjadi di hutan sudah menjadi persembahan “*Upuku Anahatana*” mengandung pemaknaan pesan komunikasi nonverbal sebagai “petunjuk” melakukan tindakan komunikasi di hutan untuk memperoleh penghidupan.

- (1) Kabut bisa terjadi pada musim hujan dan kemarau. Kondisi ini terlihat sewaktu dipagi hari, keadaan kabut terlihat tipis, kabut ini terlihat menyelimuti hampir semua pemukiman perkampungan, waktu itu matahari bersinar cukup terang, kendati udara dingin dan hembusan angin terasa bertiup agak kencang.
- (2) Kabut tebal akan terjadi hujan, terlihat di pemukiman rumah adat dan penduduk dengan cara masyarakat untuk memaknai “hujan” untuk melakukan tindakan komunikasi di hutan.
- (3) Asap pembakaran sebagai petunjuk dimaknai “ada tidak adanya orang.” Asap pembakaran sebagai petunjuk tindakan komunikasi untuk berkebun di hutan menentukan apakah ada orang dan

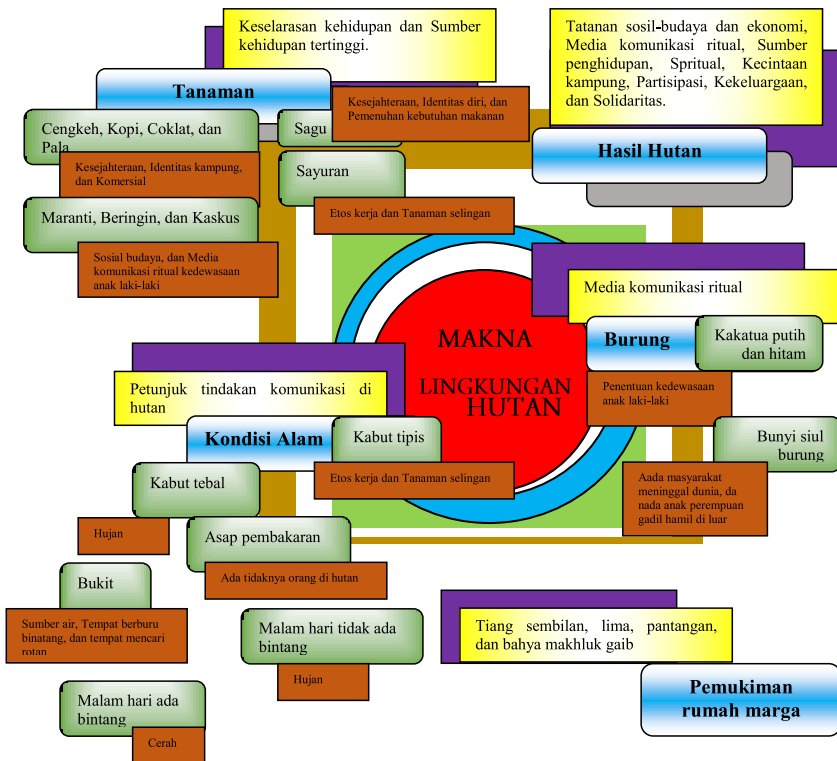
atau tidak ada di sebuah kebun jeruk, coklat, cengkeh, dan kopi. Keberadaan antara kebun yang satu dengan kebun lainnya, jaraknya berjauhan.

- (4) Perbukitan memberikan makna petunjuk “sumber air, tempat berburu binatang, dan tempat mencari rotan.”
- (5) Membuka kebun baru, masyarakat memiliki pengalaman dan pengetahuan untuk membuka lahan kebun, mereka tanpa takut akan turun hujan sebagai pemaknaan dengan banyak tidaknya jumlah bintang yang kelihatan di malam hari. Jika di malam hari bintang dilangit dengan jumlah banyak muncul dimaknai cuaca cerah dan tidak ada hujan, dan bila sebaliknya tidak ada bintang muncul dilangit malam hari itu memberi makna besok akan turun hujan.

Burung. Proses mengidentifikasi burung, berkaitan ritual adalah proses bersifat alamiah, turun temurun diperuntukan persembahan nenek moyang. Burung, seperti kakatua putih dan kasturi hitam memiliki makna bagi masyarakat. Burung dijadikan pedoman dalam menentukan kedewasaan anak laki-laki. Burung “bersiul tiga kali berturut-turut selama tiga hari” dimaknai pesan komunikasi nonverbal “peringatan dan peristiwa kejadian buruk” bahwa ada masyarakat di kampung meninggal dunia dan atau anak perempuan gadis mengalami kehamilan di luar pernikahan. Semuanya ini memunculkan keyakinan bahwa burung di hutan memiliki roh-roh tersendiri.

Pemukiman Rumah. Rumah marga berstruktur bangunan berbentuk panggung dengan empat persegi bujur sangkar dengan bumbungan rumah berbentuk melingkar. Jumlah tiang-tiang samping memperlihatkan corak masyarakat adat dianutnya “*patasiwa* dan atau *patalima*.” Persepsi masyarakat dengan *patasiwa*, dimaknai jumlah tiang harus sembilan, sedangkan *patalima* dengan jumlah tiang samping pada baileo adalah lima. Tiang-tiang berhubungan dengan jumlah marga-marga atau mata rumah dalam Suku Naulu. Pada umumnya rumah marga itu di dalamnya kosong, hanya berisi benda-benda tua-pusaka keramat, karena ada hubungan dengan para nenek moyang. Rumah marga hanya terdapat tempat tidur berukuran kecil tanpa ada sekat disamping atau disebelah bawahnya ada “tungku” tempat memasak.

Pada bagian dinding semuanya menggunakan bagian pelepah dari pohon sagu kering (*gaba-gaba*). Bagian atas rumah ditutupi dengan atap dari daun rumbia (daun sagu). Lantai rumah terbuat dari bambu yang telah di cincang dan dikeringkan dengan arah memanjang (tidak sampai putus) sehingga dapat dibentangkan. Semua bagian dalam rumah, tidak dipaku dengan memakai paku besi, namun bagian sambungannya diikat menggunakan tali dari pohon mayang (pohon sopi). Kesemuanya merupakan suatu pantangan jika memakai paku besi. Bagi masyarakat pemaknaan sesuatu dapat mendatangkan “bahaya gaib” untuk mereka dan keturunannya. Rumah marga memiliki teras kecil untuk beristirahat di waktu mereka bersantai atau tidak ada lagi pekerjaan yang harus dilakukan.



Masyarakat memiliki keterkaitan dengan lingkungan hutan. Karakteristiknya selalu berinteraksi dan berkomunikasi dengan menangkap fenomena hutan berdasarkan pengalaman dirasakan dan dialami yang sudah menjadi kegiatan rutinitas keseharian. Interaksi dan komunikasi masyarakat melalui fenomena hutan dimaknai semua aspek kehidupan

keseharian yang menunjukkan kekhasan menandakan keunikan masyarakat terhadap makna hutan mengenai hasil hutan, tanaman, kondisi alam, burung, dan pemukiman rumah warga.

Penekanannya pada cara manusia mengungkap apa yang mereka komunikasikan satu sama lain dianggap suatu interpretif subjektif. Akibat interpretasi atas perlakuan pihak-pihak terlibat selama interaksi sosial (Jones, 2003:142). Interpretasi hutan, masyarakat melakukan tindakan proses kategorisasi, di mana setiap objek memiliki makna sebagai wujud dari kategorisasi dilakukan. Objek hutan merupakan suatu rangsangan mengandung makna dan nilai dipahami bagi mereka, dan responsnya terhadap hutan adalah dalam pengertian makna dan nilainya alih-alih pengertian stimulasi fisik dari alat-alat indranya. Makna hutan bukanlah ciri-ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai hutan tersebut. Menurut Susanne K. Langer dalam Mulyana (2005:83) salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Lebih lanjut, Ernst Cassirer mengatakan keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.

Masyarakat memberikan pemaknaan sebagai bentuk pemahaman dan pengalaman berkaitan keyakinan dan kepercayaan atas keselarasan kehidupan masyarakat dengan alam sekitarnya dan ritual-ritual dipersembahkan kepada *Upuku Anahatana* sebagai satu kesatuan tidak terpisahkan. Mereka melaksanakan tradisi budaya untuk menjaga, memelihara, melindungi, dan memanfaatkan hutan mereka. Seperti ditegaskan Lahajir (2001:346-347), masyarakat memiliki pemaknaan tersendiri terhadap realitas sosial dialaminya. Hutan dikategorisasikan, memiliki makna-makna tersendiri dalam ungkapan-ungkapan khusus bagi masyarakat yang dimanfaatkan dan digunakan sebagai permohonan kepada *Upuku Anahatana*, dan yang melanggarnya akan diberikan sanksi adat.

Pemaknaan lingkungan pada hutan, sebagaimana terjadi pada masyarakat merupakan proses dasar dalam komunikasi lingkungan pada hutan. Seperti dikemukakan Flor (2004:22), komunikasi lingkungan dibutuhkan untuk mempertahankan sistem kehidupan, menjadi sebuah organisme, ekosistem atau sistem sosial. Masyarakat menjadi komponen aktif menerima dan memaknai pesan komunikasi dari lingkungan pada hutan yang digunakan untuk mempertahankan kehidupannya. Inilah esensi dasar sehingga pemaknaan masyarakat pada hutan sebagai kekhasan masyarakat

dan lingkungan hutan sebagai bagian dari upayanya melakukan adaptasi dengan lingkungan hutan untuk mempertahankan kehidupan keseharian yang dipersembahkan kepada “*Upuku Anahatana*.” Masyarakat memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai keberadaan “*Upuku Anahatana*” melalui ritual-ritual dilaksanakan. Seperti ditegaskan Mulyana (2005:85), bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang penting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya.” Di saat ritual dilaksanakan, mereka merasakan kebesaran “*Upuku Anahatana*” yang terjadi pada realitas sosial dalam kehidupan kesehariannya.

Kesimpulan

Masyarakat adat Suku Naulu telah melakukan proses konstruksi simbol tersendiri pada hutan, kemudian memberikan pemaknaan terhadap hutan sebagai proses komunikasi lingkungan dilakukan masyarakat dan bagian integral dari ekosistem kehidupannya. Beberapa temuan menjelaskan subyek melakukan pemaknaan pada hutan merupakan proses melekatkan makna-makna tertentu pada berbagai fenomena hutan, menjadikan simbol bermakna, adalah sebuah peristiwa melibatkan pelaku komunikasi di masyarakat, berlangsung dalam setting tertentu, terikat pada kaidah budaya berlaku di masyarakat. Proses simbolik berlangsung dalam pemaknaan hutan di sesama masyarakat, kemudian membentuk sebuah identitas bersama. Identitas ini diperlihatkan melalui tatanan adat mereka dengan lingkungan pada hutan.

Secara akademis penelitian ini dapat dikembangkan lagi sebagai pengembangan keilmuan komunikasi, khususnya masyarakat adat Suku Naulu dalam pendekatan dan metode yang berbeda. Metode digunakan berupa fenomenologi berdasarkan kesadaran dilandasi oleh pengalaman kehidupan masyarakat adat Suku Naulu. Pemilihan jenis studi ini secara spesifik diharapkan dapat menguak bagaimana masyarakat adat Suku Naulu mengkonstruksi keadaannya dalam membentuk konsep diri dan konsep diri itu digunakan dalam mereaksikan dirinya pada lingkungan. Masyarakat adat Suku Naulu melakukan suatu tindakan komunikasi tidak terlepas dari penilaian mereka terhadap keluarga, masyarakat, lembaga pemerintah maupun media televisi dalam membawa realitas sebagai masyarakat pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Blumer, Herber. 1998. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. New Jersey: Prentice Hall.
- Brosius, J Peter; George W Lovelace dan Gerald Marten. 1986. *Ethoecology: An Approach to Understanding Traditional Agricultural Knowledge*, dalam Gerald Marten. *Traditional Agricultural in Southeast Asia, A Human Ecological Perspective*. Westview Press: Colorado.
- Jurin, Richard; Donny Roush, and Jeff Danter. 2010. *Environmental Communication, Skill and Principles for Natural Resources Managers, Scientist and Engineer*. Springer Doerdrecht Heidelberg, Newyork London.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: CA. Sage Publication Inc.
- Denzin, Norman K. Yvonna S. Lincoln D. 2005. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Flor, G. Alexander. 2004. *Environmental Communication: Principles, Approaches and Strategies of Communication, Aplied to Environmental Management*. University of The Philippines.
- Husaini, M. Najib. 2011. *Tata Kelola Komunikasi Lingkungan pada Kepemimpinan Parabela Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Buton*. Jurnal, Konferensi Komunikasi Nasional, "Membumikan Ilmu Komunikasi di Indonesia" Depok, 9 – 10 November 2011, Jawa Barat.
- Iskandar, Johan. 2012. *Ekologi Perladangan Orang Baduy, Pengelolaan Hutan Berbasis Adat Secara Berkelanjutan*. Penerbit Alumni, Bandung.
- Jones, Pip, 2003. *Pengantar Teori-Teori Sosial Dari Teori Fungsionalisme hingga Post-modernisme*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lahajir, 2001. *Etnoekologi Perladangan Orang Dayak Tunjung Linggang*. Yogyakarta: Galang Press.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya.
- , 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cet.V. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Puri, K Rajindra, 2005. *Deadly Dances in The Bornean Rainforest, Hunting Knowledge of The Penan Benalui*. Leiden: KITLV Press.

- Rambo, A Terry and Percy Sajise. 1984. *An Introduction to Human Ecology Research on Agricultural Systems in Sountheast Asia*. University of the Philippines, University Publication Program, College, Laguna, Philippines.
- Ritzer, George. 1992. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (penyadur Alimandan), Rajawali Pers, Jakarta.
- Satriyati, Ekna. 2011. *Pengelolaan Komunikasi Lingkungan Berbasis Nilai-Nilai Multikultural di Pulau Masalembu dan Kangean Madura*. Jurnal, Konferensi Komunikasi Nasional, “Membumikan Ilmu Komunikasi di Indonesia” Depok, 9 – 10 November 2011, Jawa Barat.

BIOGRAFI

Dr. H. Sulaeman, Drs., M.Si. Kini tenaga pengajar di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon dan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia Maluku. Pria kelahiran 16 Maret 1967 Kota Watampone Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Menyelesaikan pendidikan Sarjana dari Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Alauddin (1991), Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Pembangunan Universitas Hasanuddin Makassar (2001), dan Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung (2014).

Selain sebagai pengajar juga aktif pada *Social Change Communication Forum*, sebuah kelompok diskusi untuk peminat masalah sosial dan komunikasi pembangunan, Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Provinsi Maluku Periode 2015-2019, Koordinator Survey Kualitas Program Televisi Indonesia Provinsi Maluku, dan Koordinator Komisi Informasi Publik Indonesia Provinsi Maluku Periode 2015-2019, Koordinator Tim Pelaksana Kegiatan Penerjemahan Al-Qur'an Bahasa Melayu Ambon Puslitbang Lektur dan Khazanah Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia Tahun 2016, Wakil Ketua Forum Perguruan Tinggi Pengurangan Risiko Bencana Maluku Tahun 2017-2020, Wakil Ketua Departemen Penelitian, Pengembangan, dan Diklat Pengurus Wilayah Masyarakat Ekonomi Syariah Provinsi Maluku Periode Tahun 2017-2020, Ketua Departemen Kurikulum dan Pembelajaran Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Provinsi (ASPIKOM) Maluku Periode 2017-2020, serta Instruktur Nasional CBT Methodology Bidang Komunikasi dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, dan Instruktur Nasional Teknis Substansif Keagamaan Dosen Peneliti Penelitian Pusdiklat Tenaga Teknis Pendidikan dan Keagamaan Badan Litbang Kementerian Agama Republik Indonesia.

Sejak tahun 2002 hingga kini aktif mengikuti kegiatan kompetensi penelitian, pengabdian masyarakat, dan narasumber secara nasional, seperti di LIPI dan Kementerian Agama Republik Indonesia, dan konferensi hasil penelitian nasional-internasional, seperti Dakwah Annual Conferensi, Kompetitif Research Nasional DIKTIS di bidang Dakwah Islam dan Komunikasi Tahun 2015, Simposium Nasional Komunikasi Kesehatan Tahun 2015, Konferensi "CULTHIST" 14 Cultural History and Anthropology, Istambul-Turkey,

Dakam, 2014 serta konferensi Beennial World Communication Assosiation di Lisbon-Portugal 2015; Mediterranean Journal of Social Sciences Volume 7 [1] S1 Januari 2016 MCSER PUBLISHING, ROME-ITALY; Narasumber Focus Group Discussion Model Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kalangan Masyarakat Petani dan Nelayan Tahun 2015; dan Focus Group Discussion Mendorong Keterbukaan Informasi di Provinsi Maluku Tahun 2015.

Buku diterbitkan di antaranya: Komunikasi Lingkungan: Fenomena Hutan Suku Naulu di Pedesaan [Desember 2016] dan Jurnalis Perempuan (Agustus 2017). Selanjutnya, sertifikat Hak Kekayaan Intelektual dimiliki di antaranya: Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi Penyandang Oligodaktili [Agustus 2014], dan Komunikasi Lingkungan: Fenomena Hutan Suku Naulu di Pedesaan [April 2017].

MODEL KONSERVASI HUTAN BERBASIS RELIGIUS (Studi Kasus Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh)

Riza Hernawati, S.Sos., M.Si.

(Penulis adalah dosen Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bidang Kajian Public Relations)

Email: diza0712@yahoo.com

Telp: 081320239100

PENDAHULUAN

Pemanasan global dan perubahan iklim menjadi ancaman dan kekhawatiran masyarakat dunia termasuk masyarakat Indonesia. Perubahan iklim dengan adanya penambahan curah hujan 2-3% setiap tahun telah dirasakan membawa dampak, misalnya dengan meningkatnya tinggi permukaan laut hingga mencapai 0.57 cm per tahun. Kecuali itu, perubahan iklim juga berdampak -akibat sebagian pinggiran pantai terendam- pada penurunan 95% kemampuan lokal dalam produksi padi. Di sisi lain besaran kehilangan kawasan hutan selama periode 1997-2004 tercatat sebesar 4 - 7 kali luas lapangan bola per menit atau setara dengan 2 – 3.8 juta ha per tahun. Dalam ruang lingkup yang lebih kecil, tampak kawasan sungai yang ada di Jawa Barat senantiasa menggenangi rumah dan lahan-lahan pertanian penduduk karena semakin berkurangnya kawasan resapan air. Keanekaragaman hayati yang terbentuk selama ribuan tahun sebagai rahmat Allah SWT dihancurkan secara cepat oleh perilaku sekelompok manusia yang cenderung serakah dan hanya mementingkan kelangsungan hidup mereka semata, tanpa memperhatikan keadilan ekologis.

Sistem kawasan lindung termasuk konservasi hutan dan manajemen kawasan-kawasan konservasi banyak mengambil pelajaran dari sistem Amerika Utara. Secara umum terminologi lingkungan hidup lebih banyak menggunakan kosa kata dari peradaban barat, seperti “Agenda 21”, Habitat, dan “Greenhouse effect”, “Ecolabeling”, dan “Sustainable Development”. Sehingga muncul anggapan bahwa hanya ahli-ahli dari negara Barat saja lah yang menguasai masalah lingkungan hidup. Tidak disadari bahwa pelestarian alam yang didukung oleh metode ilmiah (*scientisme*) dan

teknologi modern dari Barat sangat (berkarakter) formalistik, hirarkis-dualistik dan sentralistik. Fritjof Capra (2004;29), menyatakan bahwa “pendekatan yang berlebihan pada metode ilmiah dan pikiran rasional analitis telah menimbulkan sikap yang anti ekologis”... “pertumbuhan ekonomi (konsumtif) dan teknologi yang tak terhingga dapat menimbulkan terganggunya keseimbangan alam, sehingga menyebabkan kerusakan luar biasa”. Gunnar Myrdal (dalam Slamet Sutrisno, 2004; 100) menyatakan, “jika teori-teori dan konsep pembangunan Barat di diterapkan, maka cenderung akan menimbulkan konsekuensi-konsekuensi serius.

Fenomena di atas memotivasi semua pihak untuk dapat memformulasikan model alternatif tentang konservasi hutan yang berpihak pada kesetaraan dan keseimbangan kesejahteraan masyarakat dengan keharmonisan lingkungan serta mampu merespon nilai-nilai keadilan sosial dan keadilan ekologis.

Seyogyanya, bagi ummat Islam masalah lingkungan hidup inheren sebagai bagian dari kehidupan mereka. Namun kenyataannya masih banyak yang secara tidak sengaja memisahkan masalah lingkungan hidup dari urusan agama. Hal ini terjadi akibat ketidaktahuan mereka bahwa ternyata ajaran agama Islam banyak membahas soal pelestarian alam—termasuk merawat lingkungan dan mencegah penebangan hutan— atau mungkin kurangnya sosialisasi sehingga sukar dimengerti oleh masyarakat bahwa perawatan terhadap lingkungan sesuatu yang diwajibkan dalam Islam.

Masyarakat adat Kampung Dukuh menjadikan “agama” sebagai *the ultimate concern* (Clifford Greitz :1973). Yakni menjadikan “agama” sebagai sesuatu yang sangat mendasar dalam kehidupan mereka. Agama membentuk dan mewarnai budaya mereka. Agama tidak bisa dipisahkan dari nilai-nilai budaya yang berkembang pada kehidupan mereka, sehingga membentuk pola dan karakteristik yang khas dan menjadi pembangkit solidaritas dan penumbuh kesadaran.

Tradisi *agama* direfleksikan dalam bentuk kecintaan terhadap alam (hutan). Mereka melakukan konservasi hutan ala mereka (berbasis agama), telah dilakukan beratus-ratus tahun lamanya dan tidak terjadi bencana hingga kini. Mereka memandang bahwa kebijakan konservasi hutan yang datang dari luar (termasuk dari pemerintah) sangat rentan terjadinya bencana alam karena lebih menitik-beratkan pada aspek manusianya (*anthroposentris*) dari pada aspek lingkungannya (*ekosistem*)..

Permasalahannya adalah, *bagaimana nilai-nilai agama dapat memotivasi kesadaran masyarakat adat Kampung Dukuh dalam pelestarian alam, sehingga bernilai keadilan social dan keadilan ekologis*).

Agar penelitian ini lebih terarah, maka permasalahan di atas dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana Pola keberagamaan Masyarakat Adat Kampung Dukuh
- b. Bagaimana interdependensi antara nilai-nilai agama dengan nilai-nilai budaya pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh?
- c. Bagaimana model Konservasi Hutan Berbasis Religius pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh?

KAJIAN PUSTAKA

Konservasi Hutan

Konservasi pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari sumberdaya alam dan lingkungan hidup. Hal ini secara jelas dapat dilihat dari definisi lingkungan hidup, yaitu kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya yang memengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan makhluk hidup. Dalam konservasi, secara jelas dikemukakan bahwa pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan harus dilaksanakan secara bertanggung jawab. Sebab lingkungan dengan segala komponen yang kita manfaatkan pada hakekatnya adalah milik anak cucu kita. Apabila *living resources* dalam ekosistem ini dapat dijaga kelestariannya, maka pemanfaatan sumberdaya alam baik yang dapat diperbaharui maupun tidak, akan dapat dijamin keutuhannya. (Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup)

Hutan, menurut Undang-Undang No 41 tahun 1999, tentang Kehutanan, adalah “suatu kesatuan ekosistem berupa hamparan lahan berisi sumberdaya alam hayati yang didominasi jenis pepohonan dalam persekutuan dengan lingkungannya.” Hutan dipandang sebagai suatu masyarakat tumbuh-tumbuhan dan hewan yang hidup dalam lapisan dan permukaan tanah, yang terletak pada suatu kawasan dan membentuk suatu ekosistem yang berada dalam keadaan keseimbangan dinamis. Hutan berkaitan dengan proses-proses yang berhubungan dengan: *Hidrologis*, (gudang penyimpanan air dan tempat menyerapnya air hujan maupun embun); *Iklim*, (komponen ekosistem alam

yang terdiri dari unsur-unsur hujan (air), sinar matahari (suhu), angin dan kelembaban yang sangat mempengaruhi kehidupan yang ada di permukaan bumi); *Kesuburan tanah*, (tanah hutan merupakan pembentuk humus utama dan penyimpan unsur-unsur mineral bagi tumbuhan lain); *Keaneka-an genetika*, artinya hutan memiliki kekayaan dari berbagai jenis flora dan fauna). Apabila hutan tidak diperhatikan dalam pemanfaatan dan kelangsungannya, tidaklah mustahil akan terjadi erosi genetika. *Sumber daya alam*, (hutan mampu memberikan sumbangan hasil alam yang cukup besar bagi devisa Negara); dan *Wilayah wisata alam*, (hutan dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi, nilai estetika, etika dan sebagainya).

Agama dan Konservasi Hutan

Tujuan Allah mensyariatkan hukum-Nya adalah untuk memelihara kemaslahatan manusia sekaligus menghindari kerusakan (*mafsadah*) di dunia. Abu Ishaq al-Syatibi dalam kitab *al-Muwâfaqât*, merumuskan tujuan syaria (*maqâshid al-syariah*) untuk: (1) memelihara agama (*hifdz al-dîn*); (2) memelihara jiwa (*hifdz al-nafs*); (3) memelihara akal (*hifdz al-‘aql*); (4) memelihara keturunan (*hifdz al-nasl*); dan (5) memelihara harta benda (*hifdz al-mâl*). (Hatim Gazali, 2005) Yusuf al-Qardlawi dalam *Ri‘ayatu al-Bi‘ah fi al-Syari‘ati al-Islâmiyyah* menambahkan (6) pemeliharaan ekologis (*hifdz al- ‘âlam*). Selanjutnya al-Syatibi menegaskan, jika prinsip-prinsip tersebut diabaikan maka kemaslahatan tidak akan tegak, akibatnya terjadi kerusakan dan hilangnya kenikmatan perikehidupan manusia. (Fathurrahman Djamil, 1997:94)

Berkaitan dengan alam (selain manusia), H.Maman Abdurrahman (2012), mengungkapkan, bahwa di dalam al-Qur‘an tercatat sekurang-kurangnya ada 199 ayat yang menjelaskan tentang jenis-jenis alam. Misalnya: Langit dan Bumi (Q.S. An-Najm:88; Yunus:101; Qaf:6-11; al-Hijr:19-22; al-Mulk:15); Air (Al-Anbiya:30; al-Baqoroh: 22; al-Waqi‘ah: 66-70);Pepohonan, Buah-Buahan/Kebun (al-An‘am:141;ar-Rahman:6; An-Nahl 67-69); Rumput dan tumbuh-tumbuhan (‘Abasa: 31); Laut dan Kali-Kali (Ibrahim: 32; ar-Ra‘du:35); Ikan dan Binatang (an-Nahl: 14; ‘Abasa:32):

Di dalam al-Qur‘an dijelaskan pula bahwa manusia diciptakan sebagai khalifah di muka bumi yang bertugas untuk menjaga memelihara dan mengurus bumi serta segala yang ada di dalamnya sesuai dengan kehendak dan tujuan penciptaannya.(Harun Nasution, 1992: 542) Setiap Muslim memiliki kedudukan strategis dalam lingkungan alam, yakni diciptakan

sebagai khalifah di bumi. (Lihat Q.S.2:30) Sayyed Hossein Nasr (dalam Alim) menyatakan bahwa:

“.....*Man therefore occupies a particular position in this world. He is at the axis and centre of the cosmic milieu at once the master and custodian of nature. By being taught the names of all things he gains domination over them, but he is given this power only because he is the vicegerent (khalifah.) of God on earth and the instrument of His Will. Man is given the right to dominate over nature only by virtue of his theomorphic make-up, not as a rebel against heaven*”.

Mudhofir Abdullah dalam bukunya yang berjudul: *Al-Qur'an & Konservasi Lingkungan* (Argumen Konservasi Lingkungan Sebagai Tujuan Tertinggi Syari'ah) menyodorkan konsep tentang konservasi lingkungan berbasis *syari'ah*, dan menggagas konsep konservasi lingkungan sebagai tujuan tertinggi *syari'ah* dari sisi teoritis dan ilmiah. Gagasannya yang ditawarkannya adalah: *Pertama, eko-teologi* sebagai bentuk *teologi* konstruktif yang membahas tentang interelasi antara agama dan alam. *Eko-teologi* inilah yang diharapkan akan menjadi pilar dasar dalam konservasi hutan. *Kedua, eko-ushul fiqh*. menurut Mudhofir paradigma *eko-ushul fiqh* merupakan alternatif baru yang menyuguhkan tiga hal penting dalam konteks konservasi lingkungan. (1) meningkatkan kapasitas *ushul fiqh* terkait dukungan terhadap konservasi hutan meskipun harus mengkritik prinsip-prinsip yang sudah ada yang tidak relevan dan membuat prinsip-prinsip baru berdasarkan argumen-argumen yang aktual. (2) mengeksplorasi konsep *maslahat* dan *maqasidus syari'ah* untuk konservasi hutan. (3) memperluas cakupan *maslahat*, misalnya teknologi yang ramah lingkungan dan menghindari pencemaran lingkungan. Ketiga, *eko-sofi*. Yakni kajian yang mengarahkan manusia agar lebih membumi, karena spesies manusia merupakan bagian organik dari bumi dan tidak dapat dipisahkan antara Allah, kosmos, dan manusia.

Menurutnya, relasi antara Allah, kosmos, dan manusia diwujudkan dalam menjaga dan memelihara tatanan yang sudah digariskan oleh Tuhan semesta alam melalui sikap: *faqr* (tidak rakus dan tidak semena-mena terhadap sumber daya alam), *fiqr* dan *dzikr* (sikap reflektif terhadap alam dan penciptanya), *shabr* (menahan nafsu untuk tidak melakukan kerusakan terhadap alam dan lingkungan sekitar), *zuhd* (sikap untuk mengarahkan keinginan pada hal yang lebih baik dan berusaha untuk memalingkan dari hal-hal yang berbau kesenangan belaka), dan *al-hubb* (cinta dan kasih terhadap lingkungan).

Masyarakat Adat

Masyarakat Adat sering disebut kelompok “masyarakat tradisional.” Yakni masyarakat yang lebih banyak dikuasai oleh adat-istiadat lama. Dalam Anggaran Dasar Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN), Bab. V, Pasal 19, poin.2, disebutkan, bahwa Masyarakat Adat merupakan kelompok penduduk yang hidup: (1) berdasarkan asal usul leluhur (secara turun temurun); (2) dalam suatu wilayah geografis tertentu; (3) memiliki sistem nilai; (4) memiliki sistem sosial budaya yang khas; (5) berdaulat atas tanah dan kekayaan alamnya; (6) mengatur dan mengurus keberlanjutan kehidupannya dengan hukum dan kelembagaan adat. (7) memiliki keragaman budaya, keragaman etnis, keragaman agama, dan keragaman bahasa yang tidak terikat antara yang satu sama yang lainnya serta bisa hidup dengan caranya sendiri-sendiri.

Penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang fenomena masyarakat adat dalam berbagai perspektif, antara lain:

1. Penelitian tentang “Inventarisasi dan Dokumentasi Kebudayaan Daerah Jawa Barat tentang: Adat Daerah Jawa Barat” oleh DIKBUD, tahun 1985/1986.
2. Penelitian Disertasi yang dilakukan oleh Muhaimin AG, tentang: “Islam Dalam Bingkai Budaya Lokal: Potret dari Cirebon” tahun 2001.
3. Penelitian Syahrir Nurlina mengkaji tentang “Biksu pada masyarakat pangkep” tahun 2003.
4. Muhanis melakukan penelitian tentang “upacara adat Mapugau Hanua: tradisi megalitik dalam kawasan Adat Karampuang Kabupaten Sinjai, tahun 2004. Ia menekankan kepada ritual adat Mappugau hanua.
5. Pada tahun yang sama Muhanis juga menulis tentang “ Karampuang dan Bunga rampai Sinjai (2004),
6. Penelitian tentang “Masyarakat Adat di Indonesia : Meniti Jalan Keluar dari Jebakan Ketidakberdayaan.” Dilakukan oleh Bambang Hidayana, pada tahun 2005,
7. Darman Manda menulis mengenai Komunitas Adat Karampuang, tahun 2007. Ia menggambarkan secara umum mengenai masyarakat karampuang serta ritual adatnya
8. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Satori, dan Subhan Agung, “Kepemimpinan Poltik Masyarakat Adat (Studi Model

Pembagian Peran dan Relasi Kuasa Pemimpin Adat di Kampung Naga, Neglasari, Salawu, Tasikmalaya,”) pada tahun 2011.

9. Penelitian Disertasi yang dilakukan oleh: Yusuf Wibisono pada tahun 2013, mengkaji: Studi Tentang Perilaku Keagamaan Masyarakat Pesisir Patimban Kecamatan Pusakanegara Kabupaten Subang Jawa Barat.

10. Penelitian Disertasi yang dilakukan oleh Yusuf Akib tentang potret manusia Kajang” tahun 2013.

11. Penelitian Disertasi yang dilakukan oleh Deni Miharja mengkaji tentang, “Integrasi Agama Islam Dengan Budaya Sunda (Studi Pada Masyarakat Adat Cikondang Desa Lamajang, Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung).” (2013).

12. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti (H.M. Rahmat Effendi Dkk) tentang fenomena masyarakat adat adalah sebagai berikut:

Th. 2012	Perilaku Kepemimpinan Kuncen Pada masyarakat Adat Kampung Dukuh
Th. 2013	Studi Tentang Ritual Adat Masyarakat Adat Kampung Dukuh Kabupaten Garut
Th. 2014	Hibah Penelitian Disertasi Doktor: Religiusitas Masyarakat Adat
Th. 2015	Model Konservasi Hutan Berbasis Religius (Studi kasus Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh Desa Ciroyom Kecamatan Cikelet Garut (tahap I)
Th. 2016	Model Konservasi Hutan Berbasis Religius (Studi kasus Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh Desa Ciroyom Kecamatan Cikelet Garut (tahap II)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *fenomenologis*, *interpretatif*, *ekologis*, dan *deskriptif*. (lihat: Bogdan dan Bikken, 1982;3). Data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh dari lapangan langsung kemudian dipadukan dengan data dokumen dari berbagai penelitian awal yang telah dilakukan peneliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *observasi partisipasi* dan wawancara secara mendalam (*indepth*) ditunjang oleh telaah dokumen/ kepustakaan. Untuk menyempurnakan temuan penelitian digunakan pula “triangulasi data”. Analisis data dilakukan melalui: (1) *Proses interpretasi*; (2) *Koherensi intern*; (3) *Komparasi*; (4) *Heuristik*.

PEMBAHASAN

Pola Keberagamaan

Berdasarkan hasil temuan dilapangan, Masyarakat adat Kampung Dukuh menjadikan “agama” sebagai *the ultimate concern* (menurut istilah Clifford Greitz :1973). Yakni menjadikan “agama” sebagai sesuatu yang sangat mendasar dalam kehidupan mereka. Agama membentuk dan mewarnai budaya mereka. Agama menyatu dengan nilai-nilai budaya (darigama) yang berkembang pada kehidupan mereka, sehingga terbentuk pola keberagamaan yang khas yang secara subjektif mereka sebut “Adat Islami.”

Tradisi keberagamaan (Islam) mereka dibentuk berdasarkan hasil konstruksi sosial para elit lokal (para leluhur). Mereka meyakini dan melaksanakan ibadah berdasarkan ajaran Islam (mengikuti *faham ahlussunnah wal jamaa'ah*), mereka juga menerima dan melakukan ritual adat (menurut mereka) yang tidak bertentangan dengan syari'at Islam. Bahkan mereka berpendapat bahwa ritual adat itu dilakukan sebagai siasat dalam upaya penyebaran dakwah Islam. Dengan demikian, pola keberagamaan Masyarakat Adat Kampung Dukuh dapat dikatakan bersifat akomodatif antara konsep agama (Islam) dengan konsep darigama (adat).

Obyektifitas keberagamaan mereka diwujudkan dalam berbagai bentuk ekspresi.yaitu:

Dalam Bentuk Pikiran. Masyarakat Adat Kampung Dukuh mengekspresikan keberagamaan dalam bentuk pikiran melalui doktrin “agama” dan “adat” yang diajarkan oleh para leluhur mereka (menurut pengakuannya) oleh Syaikh Abdul Djalil. Ekspresi keberagamaan dalam bentuk ini, secara vertical meyakini Kemahakuasaan Allah, mereka menjadikan Syari'at Islam sebagai dasar bagi semua aktivitas, menghormati dan meyakini Kasuaran Karuhun. Sedangkan secara horizontal mereka memiliki prinsip kemandirian, memelihara harmonisasi kehidupan (baik dengan sesama manusia maupun dengan alam lingkungan), menjaga perilaku jujur, dan anti penjajahan. Ekspresi ini didasarkan pada kepercayaan bahwa “*jika aturan-aturan para leluhur itu dipegang dengan kuat, maka Kampung Dukuh akan tetap lestari, dan jika dilanggar maka Kampung Dukuh akan terkena bencana.*”

Dalam Bentuk Perbuatan. Masyarakat Adat Kampung Dukuh mengekspresikan keberagaman melalui upacara-upacara (ritual) sesuai dengan keyakinan terhadap ajaran agama yang diyakini sebagai ajaran yang diajarkan oleh Syaikh Abdul Djalil (Pembawa ajaran Islam pertama kali di Kampung Dukuh). Disamping itu mereka juga melakukan *ritual adat* seperti: (1) *Ngahaturan Tuang*; (2) *Tilu Waktos*; (3) *Manuja*; (4) Perayaan *Moros*; (5) *Cebor Opat Puluh*; (6) *Zaroh* (ziarah) ke makam Syekh Abdul Jalil; (7) *Shalawatan*; (8) *Terbang Gembrung*; (9) *Terbang Sejak*; (10) peringatan hari-hari besar (=1 *Syawal*, 10 *Rayagung*, 12 *Maulid*, dan 10 *Muharam*; dan (11) penentuan hari-hari penting (=hari *Sabtu* yaitu hari pelaksanaan ziarah); *Rebo Wekasan* (hari terakhir bulan Sapar; tanggal 14 *Maulud*)

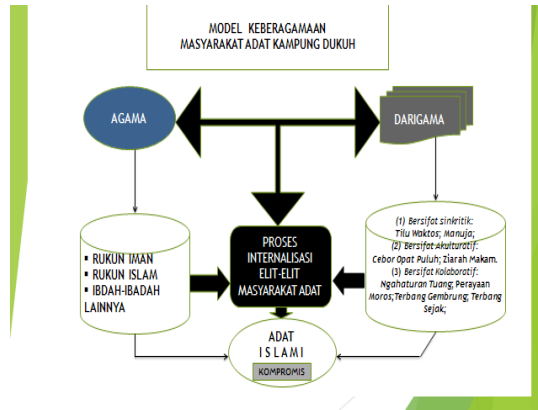
Dalam bentuk Persekutuan. Diwujudkan dalam suatu ikatan yang diatur berdasarkan aturan adat. Ritual (agama/adat) sebagai salah satu wujud dari ekspresi keberagaman, dilakukan secara bersama-sama.

Interdependensi antara Nilai-Nilai Agama (Islam) dan Budaya (Adat)

Dalam keberagaman masyarakat adat Kampung Dukuh terjadi *interdependensi* (=saling memengaruhi) antara **agama** (Islam) dengan (bahasa mereka) **darigama** (Adat).” Aturan adat terutama yang berkaitan dengan ritual, baik ritual agama maupun ritual darigama diterapkan secara ketat. Jika ada anggota komunitas adat yang tidak siap melaksanakan aturan adat dipersilakan untuk keluar dari komunitas adat (Dukuh Dalam). Mereka juga sangat ketat menyaring informasi dan pengaruh dari luar. Mereka menanamkan prinsip: “*tamu saha bae oge anu nyemah ka kampung Dukuh pasti ditarima kalayan gumbira, ngan ulah ngajak jeung ulah ngaganggu*” = siapa saja yang bertamu ke kampung Dukuh diterima dengan baik, hanya jangan mengajak dan jangan mengganggu.

Pengakuan adat sebagai Adat Islami yang secara subjektif diakui oleh masyarakat Adat Kampung Dukuh menunjukkan adanya saling memengaruhi antara nilai-nilai Agama (Islam) dan nilai-nilai Budaya. Nilai-nilai budaya mereka terima selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama. Sebagai akibat logis adanya saling memengaruhi antara nilai-nilai agama dan nilai-nilai budaya maka terbentuklah pola dan karakteristik keberagaman mereka secara khas. Agama (Islam) menjadi inti/ruh bagi budaya, sedangkan budaya merupakan realitas yang telah dibentuk oleh agama.

Jika digambarkan *interdependence* (=saling memengaruhi) antara nilai agama dan nilai budaya pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh adalah sebagai berikut:



Gambar: Pola Keberagamaan

Konservasi Hutan

Tradisi *agama* yang terinternalisasi dalam benak mereka direfleksikan dalam bentuk kecintaan terhadap alam (hutan). Konservasi hutan yang telah dilakukan beratus-ratus tahun lamanya (hingga kini) didasarkan pada *kesadaran teologis*. Hal ini terungkap dari pernyataan mereka bahwa: “*Alam teh mangrupakeun tanda kakawasaan Allah*=Alam itu merupakan tanda Keagungan Allah Swt; *Alam teh ni’mat/anugrah ti Allah*= Alam itu adalah nikmat/anugrah dari Allah Swt; *Alam teh kaendahan dunya*=Alam itu merupakan hiasan/keindahan dunia.” Kusabab kitu (oleh sebab itu) “*urang kudu syukuran ka Allah*=kita harus bersyukur kepada Allah” *ku cara ngarumati anu geus dipepelingkeun ku karuhun urang*=dengan cara merawat sesuai dengan ajaran dari para leluhur kita.”

Berdasarkan kesadaran tersebut mereka melakukan konservasi hutan ala mereka, yakni dengan cara memadukan aspek *teologis* dan nasehat karuhun. Mereka membagi wilayah hutan (bahasa mereka “*leuweung*”) menjadi lima wilayah, yaitu:

- 1) *Leuweung* (hutan) tutupan; yakni hutan ditutup dari berbagai usaha penebangan, karena dijadikan sebagai sumber mata air khususnya untuk kepentingan penduduk Kampung Dukuh. Siapapun tidak diperbolehkan melakukan penebangan pohon apapun yang ada di wilayah hutan tutupan ini. Ternyata mereka berhasil, sehingga tidak

ada yang berani melakukan perusakan terhadap hutan (hutan tetap utuh) dan airnya terus mengalir tidak pernah kering sekalipun kemarau panjang. Yang unik dalam memelihara hutan tutupan ini tidak pernah menerapkan sanksi pelanggaran, tapi semua orang tidak ada yang berani mengganggu terhadap hutan tutupan yang ada di sebelah utara Kampung Dukuh.

- 2) *Leuweung* (hutan) titipan; yakni titipan dari para leluhur yang harus terus dipelihara, dijaga dan diurus. Hutan titipan ini merupakan persediaan bagi orang Arab mereka menyebutnya "Habib" karena Syaikh Abdul Djalil pernah menuntut ilmu di Mekkah; Persediaan untuk orang Sumedang karena Syaikh Abdul Djalil pernah menjadi Pemimpin Agama di Sumedang; Dan persediaan untuk orang Sukapura, karena Syaikh Abdul Djalil berasal dari keturunan Sukapura.
- 3) *Leuweung* (hutan) *awisan* (cadangan); yaitu merupakan wilayah hutan yang berada di sekitar Kampung Dukuh yang di disiapkan untuk kebutuhan generasi yang akan datang dan cadangan jika masyarakat terkena bencana atau musim paceklik/kemarau panjang.
- 4) *Leuweung* (hutan) larangan. Yakni tanah yang difungsikan sebagai tanah mati atau tanah larangan seperti tanah untuk kuburan/makam. Dengan pemikiran bahwa manusia berasal dari tanah, maka akan kembali lagi ke tanah.
- 5) *Leuweung* (hutan) Garapan. Yakni dijadikan lahan tanaman bahan pokok sebagai sumber kehidupan mereka, seperti Pertanian, Kehutanan, dan Perkebunan.

Bagi Masyarakat Adat Kampung Dukuh pelestarian hutan menjadi pilihan dasar untuk mempertahankan kelangsungan kehidupan. (tutur Kuncen Kampung Dukuh) "Kita harus belajar dari alam, sebab alam bisa memberikan pelajaran berharga kepada manusia." "Pelestarian alam bagaikan sumur tanpa dasar, airnya tidak akan habis walaupun ditimba terus."

Mereka juga menyadari bahwa sumber keseimbangan yang menjadi kekuatan itu meliputi: Sumber Daya Alam (=Bumi, Air, Udara); Sumber Kehidupan (=Semua makhluk Allah yang ada di bumi); Sumber Pendidikan (=Aturan-aturan / agama). Ketiga sumber harus dijaga, dipelihara, dan dilestarikan secara sungguh-sungguh. Dalam prakteknya mereka berpegang pada 10 (sepuluh) nasehat para leluhur mereka yaitu: (1) **Gunung-Kaian**=

Gunung tanami kayu; (2) Gawir–Awian: Lereng tanami bambu; (3) Cinyusu–Rumateun: Mata air harus dirawat; (4) Sempalan–Kebonan: Lahan tidur jadikan kebun; (5) Pasir–Talunan: Bukit tanami pepohonan (keras); (6) Dataran–Sawah : Tanah darat jadikan sawah; (7) Lebak–Caian: Tanah bawah air; (8) Legok–Balongan: Tanah berlombang jadikan kolam; (9) Situ–pulasaraeun: Danau harus lihora; (10) Lembur–Uruseun: Kampung harus diurus. Kesepuluh nasehat tersebut, dipegang benar-benar dalam melakukan konservasi hutan.

Implikasi Teoretik

Jika mengacu pada konsep yang disodorkan oleh Mudhofir Abdullah dalam bukunya yang berjudul: *Al-Qur'an & Konservasi Lingkungan (Argumen Konservasi Lingkungan Sebagai Tujuan Tertinggi Syari'ah)*, maka kesadaran teologis yang tertanam dalam diri masyarakat adat Kampung Dukuh memunculkan sekurang-kurangnya tiga proposisi teoritik: (a) *Eko-Teologi*.; (b) *Eko-Ushul Fiqh*; dan (c) *Eko-Sofi (Tasawwuf)*.

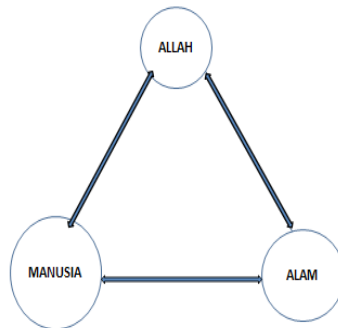
Eko-teologi. dipahami sebagai bentuk teologi konstruktif yang membahas tentang interelasi antara agama dan alam sebagai amanat dari Allah. Dalam hal ini, Tauhid menjadi sebagai dasar perbuatan setiap manusia baik itu atas nama kebaikan, keterbukaan, ataupun kepasrahan. Allah, alam dan manusia mempunyai keterkaitan yang sangat erat di mana di dalamnya terdapat relasi antara sang pencipta dengan ciptaannya. Allah sebagai pusat alam semesta mempunyai wakil di dunia (*khalifatullah fil ardhi*). Manusia sebagai *khalifatullah fil ardhi* harus berbuat mengurus, menjaga, memelihara, dan memanfaatkan alam berdasarkan tauhid bukan atas kehendak nafsu pribadi;

Eko-Ushul Fiqih, model ini merupakan pertimbangan dalam upaya mengeksplorasi konsep *maslahat* dan *maqasidus syari'ah* dalam konservasi hutan;

Eko-sofi/Tasawwuf, memandang bahwa antara Allah, kosmos, dan manusia mempunyai relasi yang kuat. Relasi tersebut diwujudkan dengan saling menjaga dan memelihara tatanan yang sudah digariskan oleh Tuhan semesta alam. Cinta dan bersahabat dengan alam.

Kesadaran *teologis* dalam pelestarian alam yang dilakukan oleh Masyarakat Adat Kampung Dukuh menumbuhkan harmonisasi relasi antara Allah, manusia, dan alam sebagaimana gambar berikut:

RELASI TUHAN, MANUSIA DAN ALAM



Gambar: Model Kesadaran Ekologis

Harmonisasi relasi antara Tuhan, Kosmos, dan Manusia merupakan kunci untuk menjaga lingkungan. Pandangan ini oleh Sachiko Murata disebut relasi model *tauhid*. Dalam perspektif Yusuf Qardhawi, bahwa tiga sudut segitiga itu dapat dipaparkan dalam tujuan hidup manusia, yaitu: untuk mengabdikan kepada Allah (sebagai *khalifatullah fil ardhi*); dan untuk membangun peradaban yang etis di muka bumi.

Masyarakat Adat Kampung Dukuh meyakini bahwa alam bisa memberikan pelajaran berharga kepada manusia “kita harus belajar dari alam.” Pelestarian alam bagaikan sumur tanpa dasar, dimana airnya tidak akan habis-habisnya walaupun ditimba terus menerus (dalam bahasa sunda mereka “*siuk dengdeng siuk langgeng, disiuk caina teu beak-beak*”).

KESIMPULAN

POLA KEBERAGAMAAN MASYARAKAT ADAT KAMPUNG DUKUH cenderung bersifat dialogis, kompromis, dan akomodatif. Pola keberagamaan ini, memunculkan proposisi teoritik. *Pertama*, antara agama Islam dan tradisi lokal saling memengaruhi dan saling ketergantungan (*interdependensi*), sehingga dapat bertahan dan lestari (*survival*). *Kedua*, tradisi keberagamaan (Islam) masyarakat adat Kampung Dukuh adalah hasil konstruksi sosial para elit lokal yang memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri. Pola keberagamaan inilah yang secara subjektif mereka akui sebagai *Adat Islami*.

Dalam menjaga keseimbangan, mereka melakukan pelestarian alam didasari oleh kesadaran teologis di atas prinsip-prinsip *tauhid, ibadah, ilmu*,

khilafah, keadilan, keindahan, dan kemaslahatan. Sehingga memunculkan model pelestarian yang disebut Eko-Teologi, Eko-Ushul Fiqih; dan Eko-sofi Tasawwuf.

Fenomena keberagaman masyarakat adat Kampung Dukuh merupakan realitas penelitian yang sangat kaya, menarik dan kompleks. Sehingga dapat memberikan kontribusi bagi disiplin ilmu lain khususnya dalam pengembangan keilmuan yang berkaitan dengan Fiqih lingkungan (Fiqh al-Bi-ah).

Dalam rangka memperluas khazanah Ilmu Agama yang berkaitan dengan pelestarian alam perlu adanya penelitian yang bersifat kolaboratif dan interdisiplin agar menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif. Mengingat fenomena sosial yang berkembang di era global cenderung hanya mementingkan keinginan berdasarkan ego masing-masing.

Penelitian ini seyogyanya dapat mendorong para Ulama dan cendekiawan muslim untuk mewujudkan Fiqh Al-Bi'ah sebagai solusi alternatif terhadap kerusakan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Satori, dan Subhan Agung (2011), *Kepemimpinan Politik Masyarakat Adat (Studi Model Pembagian Peran dan Relasi Kuasa Pemimpin Adat di kampung Naga, Neglasari, Salawu, Tasikmalaya*, LPPM Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.
- Alim, Yusmin, 2007, *Artikel: Lingkungan dan Aksioma Kerakusan*, <http://agamadanekologi.blogspot.com>.
- AMAN, 1996, Masyarakat Adat Indonesia, diunduh 11 Oktober 2010, <http://aman.or.id/index.php?option=com_docman&Itemid=96>.
- Amsyah, Budi Rahayu, 1996, *Kamus Lengkap: Sunda-Indonesia; Indonesia-Sunda; Sunda-Sunda*, Bandung, Pustaka Setia
- Annemarie de Waal Malefijt, 1968, *RELIGION AND CULTURE An introduction to Anthropology of Religion*, The Macmillan Company, New York
- Bambang Hidayana, 2005, *Masyarakat Adat di Indonesia : Meniti Jalan Keluar dari Jebakan Ketidakberdayaan*, IRE Press, Yogyakarta
- Budi Rahayu Tamsyah (2010), *Kamus Lengkap, Sunda – Indonesia; Indonesia – Sunda; Sunda-Sunda*, Pustaka Setia, Bandung.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997, *Kamus Besar Bahasa indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka)
- Djamil, Fathurahman, 1997, *Filsafat Hukum Islam*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu
- Gazali, Hatim (2005). *Mempertimbangkan Gagasan Eco-Theology*. <http://islamlib.com>. Diakses pada 28 April 2008.
- Harahap, Adnan, 1997, *Islam dan Lingkungan Hidup*, Jakarta: Yayasan Suara Bhumi,
- Hidayana, Bambang, 2005, *Masyarakat Adat di Indonesia : Meniti Jalan Keluar dari Jebakan Ketidakberdayaan*, IRE Press, Yogyakarta.
- Khalid, Fazlun M., 2007. *Islam dan Lingkungan Hidup: Umat Islam Indonesia Kabar Gembira Bagi Bumi*. <http://greenpressnetwork.blogspot.com>. Didownload tanggal 29 April 2008 pk. 09.45.
- Mangunwijaya, Fachruddin M., (2008). *Dunia Islam dan Perubahan Iklim*. Tropika/Conservation International Indonesia

- M. Rahmat Effendi, Dkk, (2012), *Perilaku Kepemimpinan Kuncen (Studi Etnografi Pada Masyarakat Adat Kampung Dukuh Desa Ciroyom Kecamatan Cikelet Kabupaten Garut Jawa Barat)*, LPPM Unisba.
- Nasution, Harun, 1992, *Ensiklopedi Islam Indonesia* Jakarta: Djambatan.,
- Rasjidi, M, 1976, *Hukum Islam dan Pelaksanaannya dalam sejarah*, Jakarta: Bulan Bintang,
- Qardhawi, Yusuf, 2002.. *Islam Agama Ramah Lingkungan*. Abdullah Hakam Shah, dkk. (terj.), Jakarta: Pustaka Al-Kautsar,
- Satori, Akhmad dan Subhan Agung,, 2011, *Budaya Politik Kampung Adat Naga*, LPPM Universitas Siliwangi, Tasikmalaya
- Sakho Muhammad, Ahsin, dkk., 2004, *Fiqh Lingkungan*, Jakarta: INFORM, Yafie, Ali, *Merintis Fiqh Lingkungan Hidup*, Jakarta: Yayasan Amanah, 2006
- Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup
- Zainal. *Kelestarian Lingkungan dalam Perspektif Islam*. [http:// www.bangrusli.net](http://www.bangrusli.net). Diakses pada 29 April 2008.

PENGUATAN PERAN MASYARAKAT ADAT DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN BERBASIS LINGKUNGAN HIDUP DI KABUPATEN KAPUAS HULU PROVINSI KALIMANTAN BARAT

Aliyah Nur'aini Hanum¹, Selvianus Saludan^{2*}

^{*} Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNTAN ¹
SAMPAN KALIMANTAN ²

Jl. Prof.Dr.H.Hadari Nawawi Pontianak

e-mail : aliyahnuraini@fisip.untan.ac.id, viansyalu@gmail.com

PENDAHULUAN

Setiap tahun, kita selalu dihadapkan pada kenyataan bahwa “Indonesia ketika musim hujan banjir dan ketika musim kemarau kekeringan dan kebakaran”. Masalah lingkungan hidup di Indonesia tidak pernah beranjak dari permasalahan diatas. Kebiasaan kita, hanya menanggapinya sebagai suatu rutinitas belaka. Lantas, kapan kita sadar bahwa lingkungan hidup kita sedang berada di ujung tanduk? Kita harus lebih serius menangani persoalan lingkungan hidup di negara ini, yang menyimpan sebuah bahaya kemanusiaan yang sangat besar.

Lingkungan hidup mulai menghentak dunia pada akhir dasawarsa 1960-an. Awalnya wakil Swedia di PBB pada 28 Mei 1968 meluncurkan usul agar PBB menjajaki kemungkinan menyelenggarakan konferensi internasional tentang lingkungan. Langkah lebih jauh PBB membentuk panitia persiapan konferensi internasional tentang lingkungan. Konferensi yang dihadiri oleh 112 negara (termasuk Indonesia) berlangsung 6-16 Juni 1972 di Stockholm, Swedia, dan membuahkan *Stockholm Declaration* memuat 62 asas yang bertemakan satu bumi. Yaitu, pembangunan tanpa merusak lingkungan dan memuat 5 deklarasi; tentang pemukiman, pengelolaan sumber daya alam, pencemaran, pendidikan, dan pembangunan (LPDS, 1996). Konferensi itu dikenal sebagai Konferensi Stockholm, dan hari pembukaan tersebut yaitu tanggal 5 Juni telah disepakati sebagai hari lingkungan hidup sedunia (Darsono, 1995).

Dalam kaitannya dengan masalah lingkungan hidup, komunikasi pembangunan menjadi sebuah elemen penting dalam sebuah negara, namun keberadaannya terabaikan karena fungsinya yang dianggap tidak

efektif. Padahal, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian pesan/gagasan dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat memahami, menerima dan ikut melaksanakan gagasan tersebut. Dalam hal ini, peran dan fungsi komunikasi (sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama masyarakat dan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan. Hal inilah yang selayaknya dipupuk dalam pelaksanaan pembangunan dan penanganan masalah lingkungan hidup termasuk di Kabupaten Kapuas Hulu.

Sama seperti wilayah Indonesia lainnya, Kabupaten Kapuas Hulu juga memiliki potensi atas permasalahan lingkungan hidup, diantaranya masalah *illegal logging*, pembakaran hutan, banjir, longsor, serta berbagai permasalahan lain yang urgen untuk ditangani dengan segera. Terdata, dalam rentang 2011-2015, Kabupaten Kapuas Hulu memiliki kasus permasalahan lingkungan hidup yakni 60 peristiwa banjir, 27 longsor, dan 118 kebakaran hutan (Kapuas Hulu Dalam Angka, 2016). Hal ini menunjukkan, bahwa peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan hidup tergolong rawan terjadi di wilayah ini.

Kapuas Hulu dikenal dengan istilah “Bumi Uncak Kapuas”, adalah salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Barat dengan jumlah penduduk 245.998 jiwa (Kapuas Hulu dalam Angka, 2016). Dengan luas wilayah 29.842,00 Km²; Kabupaten Kapuas Hulu terbagi atas 25 kecamatan, dan 278 desa. Ibu kota kabupaten ini terletak di Putussibau. Kabupaten Kapuas Hulu memanjang dari arah Barat ke Timur, dengan jarak tempuh terpanjang ±240 Km dan melebar dari Utara ke Selatan ±126,70 Km serta merupakan Kabupaten paling Timur di Provinsi Kalimantan Barat. Jarak tempuh dari Ibukota Provinsi adalah ±657 Km melalui jalan darat, ±842 Km melalui jalur aliran sungai kapuas dan ± 1,5 jam penerbangan udara.

Kabupaten Kapuas Hulu memiliki batas wilayah sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sintang dan Provinsi Kalimantan Tengah, sebelah utara berbatasan dengan Serawak, Malaysia Timur, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sintang, dan sebelah timur berbatasan dengan Provinsi Kalimantan Timur dan Provinsi Kalimantan Tengah. Sebagai wilayah yang berbatasan dengan beberapa wilayah Kalimantan

lain, termasuk wilayah perbatasan negara, Kapuas Hulu senyatanya adalah wilayah strategis yang memiliki potensi untuk berkembang. Namun, berdasarkan Peraturan Presiden (perpres) Nomor 131/2015 tentang Penetapan Daerah Tertinggal Tahun 2015–2019, Kabupaten Kapuas Hulu juga masuk dalam kategori Daerah Tertinggal, Terdepan, Terluar (3T) yang memerlukan penanganan khusus dari pemerintah. Hal ini berdasarkan kategori faktor geografis, sumber daya manusia, sumber daya alam, sarana dan prasarana, daerah terisolasi, rawan konflik, dan rawan bencana (<http://ditjenpdt.kemendesa.go.id>, 2017).

Effendy mengungkapkan Komunikasi Pembangunan adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat (Effendy, 2005). Sedangkan Nasution (2009) menyatakan bahwa dalam arti yang luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan.

Sedang dalam arti yang sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan tadi (Nasution, 2009). Dalam hal ini, komunikasi pembangunan bukan lagi hanya milik penguasa (pemerintah) melainkan setiap individu di dalam suatu negara, dapat menjadi komunikator pembangunan dalam upaya transmisi pesan pembangunan untuk menuju kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Diantara elemen yang terkait dengan komunikasi pembangunan, salah satu agen pembangunan yang dapat menjadi agen komunikasi pembangunan adalah masyarakat setempat dalam hal ini, kita gunakan istilah masyarakat adat, karena adat istiadat di Kabupaten Kapuas Hulu masih dijunjung tinggi dan menghiasi segala aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam menjaga lingkungan hidup.

FOKUS DAN TUJUAN PENELITIAN

Menurut Undang Menurut Undang-Undang No.23 Tahun 1997, Bab 1, pasal 1, dijelaskan, Lingkungan Hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Sudah disadari bahwa masalah lingkungan bukan milik negara dan bukan pula milik suatu kawasan regional. Ia sudah bermakna global. Maka tidak mengherankan apabila sikap *think globally, act locally* sering didengungkan oleh para pecinta lingkungan (LPDS, 1996).

Sebagai wilayah yang tetap menjunjung tinggi nilai budaya dan adat istiadat, keberadaan masyarakat adat cukup dominan dalam perannya sebagai agen komunikasi pembangunan di wilayah Kapuas Hulu. Agen komunikasi pembangunan berbasis lingkungan hidup diasumsikan adalah individu atau kelompok masyarakat yang secara sadar berperan aktif sebagai unsur utama dalam pelestarian lingkungan hidup. Dari itu, penelitian ini difokuskan pada:

- a. Bagaimana bentuk kearifan lokal masyarakat Kapuas Hulu dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup?
- b. Bagaimana peran masyarakat adat sebagai agen komunikasi pembangunan dalam menjaga lingkungan hidup di Kabupaten Kapuas Hulu?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana peran masyarakat adat sebagai agen komunikasi pembangunan dalam menjaga lingkungan hidup di wilayah Kapuas Hulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana Strauss dan Carbin (dalam Sukidin, 2002:1) menjelaskan bahwa metode ini merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial atau hubungan kekerabatan.

Secara umum, penelitian kualitatif memiliki ciri, diantaranya: intensif, *notes field*, analisis data lapangan, tidak ada realitas tunggal, subjektif,

realitas dan holistik,depth (dalam), prosedur penelitian: empiris rasional dan tidak berstruktur, dan hubungan antara teori, konsep dan data: data memunculkan atau membentuk teori baru.(Kriyantono, 2006:58)

Pendekatan kualitatif digunakan karena pada penelitian ini peneliti tidak bermaksud untuk mengukur secara angka-angka dan statistik sebuah fenomena, melainkan untuk memahami karakter dari fenomena tersebut. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Miller (2002:69) "*Qualitative methods of research are valuable when we wish not to count or measure phenomena but to understand the character of experience, particularly how people perceive and make sense of their experience. This involves interpreting meaning and other unobservable dimensions of communication.*"

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan kajian literatur. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data interaktif oleh Miles dan Hubermas (1992), meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan

PEMBAHASAN

Kapuas Hulu, meski ditetapkan sebagai salah satu wilayah 3T, pada saat ini kondisi lingkungan hidup di Kabupaten Kapuas Hulu apabila dibandingkan dengan kabupaten – kabupaten lain yang ada di Provinsi Kalimantan Barat masih tergolong relatif cukup baik, termasuk pada daerah perbatasan dengan Malaysia. Namun di sisi lain, keberadaan perkebunan sawit di Nanga Badau dan sekitarnya, persoalan *illegal logging* yang terjadi pada tahun 2004 berdampak besar bagi lingkungan di daerah ini. Selain itu, adanya komitmen Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat untuk memberantas *illegal logging* sangat berdampak positif bagi pengurangan kerusakan lingkungan di daerah perbatasan. Keberadaan Taman Nasional juga sangat berdampak positif bagi perlindungan lingkungan.

Bumi Uncak Kapuas ini, terkenal dengan adanya Taman Nasional, yakni Taman Nasional Danau Sentarum (TNDS) dan Taman Nasional Betung Kerihun (TNBK). Berdasarkan data dari Bappeda Kabupaten Kapuas Hulu, 56,21% wilayah Kabupaten Kapuas Hulu adalah berfungsi sebagai Kawasan Lindung dan Konservasi. Kawasan Lindung dan Konservasi terdiri dari Taman Nasional Betung Kerihun (TNBK) dan Taman Nasional Danau Sentarum (TNDS) seluas 940.385 Ha (30,17%), Hutan Lindung seluas

803.614 Ha (26,04%), sisanya Hutan Produksi, Hutan Produksi Terbatas, Hutan Produksi Konversi dan Areal Penggunaan Lain (APL).

Kekayaan sumber daya alam ini, selayaknya dilestarikan untuk menjaga keseimbangan alam. Karena itu, Kapuas Hulu juga dikenal dengan nama *The Heart of Borneo*, sebagai wilayah konservasi alam yang kaya di wilayah Kalimantan, juga dunia. Hal yang dapat menjadi nilai plus kabupaten ini adalah selain topografi keadaan alam yang indah, kabupaten ini juga masih mempertahankan warisan budaya lokal. Mulai dari adat-istiadat, *folklore*, berbagai motif pakaian adat, serta masih ditemukannya rumah adat asli penduduk lokal. Banyaknya bangunan rumah panjang atau Rumah Betang yang menjadi rumah asli penduduk lokal yakni Suku Dayak juga menjadikan Kabupaten Kapuas Hulu berbeda dari kabupaten lainnya (Awang, 2014).

Kabupaten Kapuas Hulu salah satu daerah yang didiami banyak Sub Suku khususnya Sub Suku Dayak, diantaranya Sub Suku Daya Iban, Tamambaloh, Taman Kapuas, Punan, Iban, Kantuk, Kayan, Suruk, Pangin Orung Da'an dan masih banyak lainnya, termasuk suku Melayu. Secara karakteristik Sub Suku Daya pada umumnya lebih mendiami daerah – daerah perhuluhan sungai, sebagai contoh Suku Dayak Sub Daya Kayan mendiami sungai Mendalam, Sub Daya Pangin Orung Da'an mendiami Sungai Kalis, namun sedikit berbeda dengan Suku Melayu yang pada umumnya lebih terfokus disekitar tepian Sungai Kapuas dan danau – danau. Namun disisi lain, baik Suku Dayak maupun Suku Melayu dalam hidupnya sejak dulu sangat tergantung dengan alam, baik itu hutan dan isinya maupun air. Oleh karenanya masyarakat sangat menjaga keberadaan hutan dan isinya guna keberlangsungan hidup mereka.

Eksistensi Rumah Betang tidak hanya mempertahankan bentuk asli rumah sebagai tempat tinggal masyarakat setempat, melainkan nilai luhur serta spirit yang diejawantahkan dalam Rumah Betang juga masih terus dipertahankan. Pada sisi ini, masyarakat Indonesia secara keseluruhan dapat kembali berkaca pada *semangat rumah betang* dimana hidup secara kekeluargaan dan kegotong-royongan adalah cara hidup yang dimiliki oleh nenek moyang kita terdahulu (Awang, 2014).

a. Bentuk Kearifan Lokal Masyarakat Kapuas Hulu

Satu produk konferensi PBB tentang Lingkungan dan Pembangunan (UNCED) atau Konferensi Tingkat Tinggi Bumi di Rio de Janeiro, Brazil, yang berlangsung bulan Juni 1992 ialah “agenda 21”, sebuah dokumen

500 halaman lebih berisi program bertindak di setiap bidang kegiatan manusia yang berdampak terhadap lingkungan untuk kini dan selanjutnya sampai abad ke-21. Menurut agenda-21, masalah lingkungan tersebut terdiri atas dua kelompok besar. Pertama ialah dimensi ekonomi sosial, seperti penanggulangan kemiskinan, dinamika demografi, dan kerjasama internasional. Kedua, ialah pelestarian dan pengelolaan sumber daya. Ini mencakup antara lain udara, tanah, hutan, laut berikut tumbuh-tumbuhan dan binatang di dalamnya (LPDS, 1996).

Secara historis, masyarakat Kabupaten Kapuas Hulu, baik itu Suku Dayak maupun Suku Melayu yang ada di kabupaten ini, memiliki hubungan yang sangat erat dengan alam maupun lingkungannya. Sejak dahulu masyarakat hidup berdampingan dengan alam, menjaga dan memanfaatkan alam sebagai sumber penghidupan bagi masyarakat. Bahkan seolah alam/lingkungan seolah ATM (Anjungan Tunai Mandiri) bagi masyarakat. Apabila masyarakat perlu ikan mereka tinggal turun ke sungai memasang pukat, memasang pancing, bubu dan lain sebagainya. Pulangnya mereka bisa membawa ikan untuk kebutuhan keluarga mereka. Sebaliknya, apabila masyarakat perlu makan daging, tinggal pergi ke hutan berburu dan dapat, sayur – sayuran, obat – obatan juga tersedia di alam. Oleh karena itu, apa bila lingkungan rusak, alam rusak, kehidupan masyarakat pun akan tidak seimbang, mereka akan kesulitan memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari – hari. Masyarakat di Kabupaten Kapuas Hulu menyadari betul akan pentingnya alam maupun lingkungan guna keberlangsungan hidup mereka dan generasi yang akan datang, oleh sebab itu sampai saat ini masyarakat masih menjaga lingkungannya serta memanfaatkan sewajarnya.

Selain kedekatan dan hubungan yang saling terkait antara manusia dan lingkungannya/alam, pada masyarakat adat juga ada mengatur tentang bagaimana menjaga lingkungan. Sebagai contoh, dalam buku Adat Suku Daya Sub Suku Dayak Pangin Orung Da'an ada mencantumkan tentang bagaimana seharusnya warganya membakar ladang, melindungi tempat – tempat keramat, melindungi mata air dan binatang – binatang langka seperti Orang Utan. Apabila ada warga masyarakat yang membunuh Orang Utan, orang tersebut wajib melakukan ritual adat “Buang Pantang” karena menurut masyarakat setempat, membunuh Orang Utan sama halnya dengan membunuh manusia. Bukan hanya pada suku Dayak Sub Suku Daya Pangin Orung Da'an, pada sub – sub suku daya lainnya juga ada mengatur hal yang sama, diantaranya Pada Suku Daya Sub Dayak Tamambaloh, ada aturan adat

yang melarang warga luar dan warganya meracun ikan maupun menyetrum ikan di sungai apabila ketahuan akan dikenakan sangsi adat, sesuai dengan ketentuan adat yang berlaku

Maraknya persoalan bakar ladang yang dilakukan masyarakat, dalam hal ini, masyarakat adat memiliki aturan sendiri. Bila membakar ladang, orang yang punya ladang wajib membawa warga masyarakat yang lain waktu pembakaran, tujuannya ialah membantu mengamankan apabila api menyebar keluar areal ladang. Apabila terjadi kasus api yang bersangkutan menyebar ke kebun orang lain yang bersebelahan dengan ladang tersebut, maka yang punya ladang akan dikenakan sangsi seperti:

- 1) Untuk kebun karet yang belum produksi dikenakan sangsi 50 ribu/batang;
- 2) Karet yang sudah produksi sangsinya 250 ribu/batang.
- 3) Untuk jenis tanaman buah – buahan seperti durian, tengkawan, rambutan, langsung dan lain sebagainya tergantung nilai ekonomi buah – buahan tersebut.

Sangsi adat ini, sebagai bentuk kearifan lokal yang hingga kini masih diterapkan di Kapuas Hulu dan cukup efektif untuk menekan pembakaran ladang yang sporadis.

b. Peran Masyarakat Adat Sebagai Agen Komunikasi Pembangunan

Masyarakat Kabupaten Kapuas Hulu, khususnya Dayak dan Melayu memiliki hubungan yang erat dengan lingkungan (alam dan isinya). Masyarakat hidup sangat tergantung dengan lingkungannya, mereka hidup, menjaga dan memanfaatkan lingkungan sejak dulu, bahkan ada ritual – ritual adat yang rutin dilakukan oleh masyarakat sebagai bentuk pujian dan doa pada alam dan Sang Pencipta. Masyarakat adat Dayak Sub Dayak Tamambaloh berpendapat bahwa hidup mereka sangat tergantung pada tiga hal, tiga hal tersebut ialah Rumah Panjang, Adat Istiadat dan Lingkungan (Alam dan isinya) apabila satu diantara ketiga hal tersebut hilang maka kehidupan masyarakat Tamambaloh pun diyakini tidak utuh lagi sebagai masyarakat adat.

Sejalan dengan itu pada masyarakat Dayak Sub Daya Iban khususnya Sub Dayak Iban yang ada di Desa Batu Lintang (Sungai Utik), mereka selalu menyampaikan kepada siapa pun yang datang bahwa Hutan adalah nafas Dayak Iban dan Air adalah darah bagi mereka, oleh karenanya apabila satu

diantara dua hal ini rusak sama halnya membunuh mereka dan generasi yang akan datang. Oleh sebab itu masyarakat adat di daerah ini, Kapuas Hulu, pada umumnya sampai saat ini masih menjaga lingkungan mereka dengan baik.

Guna menguatkan peran masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup, sederhana, diantaranya, ditengah harga karet yang sangat anjlok, sementara sebagian besar masyarakat hidup dari karet, perlu adanya alternatif mata pencaharian bagi masyarakat. Kedua perlu adanya kegiatan peningkatan kapasitas SDM masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan sumberdaya alam yang ada, contohnya pemanfaatan jasa lingkungan, pariwisata dan lain sebagainya. Masyarakat harus dilibatkan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah maupun para NGO, baik dalam hal perencanaan, implementasi maupun dalam tahap evaluasi, khususnya kaitannya dengan lingkungan.

Agen komunikasi pembangunan dapat juga diidentifikasi sebagai agen perubahan, yakni seseorang yang membantu terlaksananya perubahan sosial atau suatu inovasi yang terencana (Haverlock, 1973). Agen-agen perubahan ini, berfungsi sebagai mata rantai komunikasi antardua (atau lebih) sistem sosial, yaitu menghubungkan antara suatu sistem sosial yang smenjadi klien dalam usaha perubahan tersebut (Rogers dan Shoemaker, 1971).

Sejauh ini komunikasi yang dilakukan sudah menuju ke arah yang positif, dalam artian semua elemen, baik pemerintah, elemen masyarakat maupun NGO mulai menjalin kerjasama baik dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas masyarakat dan melakukan evaluasi bersama. Namun disisi lain, tidak bisa dipungkiri bahwa ada kekecewaan yang dialami oleh masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal dalam kawasan konservasi maupun kawasan lindung. Karena bukan rahasia lagi bahwa untuk wilayah – wilayah yang sudah ditetapkan sebagai kawasan konservasi maupun kawasan lindung akan sulit sulit membangun maupun dibangun dan aksesnya ke hutanpun sangat dibatasi, karena aturannya sangat jelas.

Kekecewaan itu, dari masyarakat merasa mereka selama ini menjaga/ melindungi lingkungan (hutan dan isinya) namun mereka tidak mendapa kompensasi apapun dari itu, bahkan untuk mereka membangun jalan, sawah, mengambil sesuatu dari hutan pun dilarang. Hutan Produksi, Hutan Produksi Terbatas dan Hutan Konvensi, ini kawasan yang biasanya sudah terbebani ijin, baik Hak Penguasaan Hutan (HPH), pertambangan

maupun perkebunan. Sama halnya dengan kawasan hutan lindung dan taman nasional, pada kawasan hutan produksi pun masyarakat tidak boleh memanfaatkannya dan mensertifikatkannya. Sedangkan APL, daerah haknya masyarakat yang boleh di kelola, dan di sertifikasi oleh masyarakat. Namun kenyataannya hampir semua areal APL yang ada juga sudah terbebani ijin yang dikeluarkan oleh bupati maupun gubernur, khususnya perkebunan dan pertambangan.

Hal ini yang akhir – akhir ini menjadi dilema bagi pemerintah daerah dan Taman Nasional. Padahal pada dasarnya masyarakat tidak anti dengan kawasan konservasi maupun kawasan lindung, karena tidak ditetapkan menjadi kawasan hutanpun masyarakat akan tetap menjaga lingkungannya, hanya yang menjadi persoalan bagi mereka ialah tempat tinggal mereka pun masuk dalam kawasan dan untuk membangun diri mereka pun tidak boleh karena ini kawasan yang dilindungi.

Karena itu, perlu dibangun komunikasi antara masyarakat dan pemerintah terkait hal ini dan secepatnya perlu ada solusi, sehingga masyarakat tidak merasa dianak tirikan dan mereka bisa dibangun, serta bisa membangun daerahnya tanpa merusak lingkungan. Ditambah lagi pada akhir – akhir ini sering terjadi musibah banjir dan daerah – daerah yang dilandah banjir ialah daerah – daerah yang lingkungannya sudah rusak, baik disebabkan oleh perkebunan sawit, HPH maupun pertambangan dan kejadian ini dirasakan langsung, didengar maupun dibaca dan ditonton masyarakat melalui media. Melihat kejadian tersebut masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga lingkungan. Selain itu, perlu adanya kejelasan bagi masyarakat yang berada dalam kawasan hutan. Sehingga mereka bisa hidup, bisa dibangun seperti daerah – daerah lainnya. Jangan sampai karena kekecewaan mereka terhadap pemerintah, mereka malah membabat hutan sebagai bagian dari aksi protes mereka.

Dalam hal ini, peran media massa diperlukan. Hal yang paling penting dilakukan media massa di Kabupaten Kapuas Hulu, khususnya kaitanya dengan persoalan lingkungan ialah mereka harus memberitakan segala hal dengan seimbang, baik dari sisi masyarakatnya maupun dari sisi lingkungannya. Kedua, media massa seharusnya terus mengkampanyekan tentang persoalan – persoalan lingkungan, diantaranya kasus perkebunan sawit, penambangan emas, HPH dan lain sebagainya yang pada akhirnya hanya menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat. Seperti sering terjadi banjir, longsor, air tidak layak konsumsi dan lain sebagainya.

Sebagai bentuk penguatan peran yang bisa dilakukan oleh masyarakat sebagai agen komunikasi pembangunan, terutama pemuda Kapuas Hulu yang tetap menjunjung tinggi kearifan lokal, untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup, diantaranya:

- 1) *Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang arti penting menjaga lingkungan;*

Maksudnya ialah sebagai anak muda harus berperan aktif mensosialisasikan tentang pentingnya menjaga lingkungan, bukan hanya mengeksploitasinya tanpa bertanggung jawab, juga melihat keberlanjutannya. Sebab apabila lingkungan rusak akan berdampak buruk bagi manusia dan alam. Dengan lingkungan yang tetap terjaga, masyarakat akan tetap bisa mengambil apapun dari alam, baik ikan, daging, rotan, kayu, obat-obatan dan lain sebagainya. Kebutuhan masyarakat akan hal - hal ini akan terus ada selagi kehidupan manusia ada di bumi.

- 2) *Memberikan pendidikan dan pendampingan terkait bagaimana memanfaatkan lingkungan dengan seimbang, lestari dan bertanggungjawab;*

Akhir - akhir ini orientasi pembangunan di desa - desa mulai cenderung pada eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan dan sering melupakan aspek lingkungan. Padahal pembangunan yang tidak seimbang akan menimbulkan dampak negatif bagi manusia itu sendiri, tidak untuk sekarang tapi di masa yang akan datang pasti. Oleh karenanya pendampingan kepada masyarakat terkait bagaimana seharusnya memanfaatkan lingkungan dengan lestari. Tidak hanya melihat sisi ekonomi, sisi budaya dan lingkungan juga penting dalam melakukan pembangunan di desa.

- 3) *Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa apa yang ada sekarang merupakan titipan dari generasi yang akan datang oleh karenanya perlu dijaga;*

Dalam upaya ini, istilah “titipan generasi yang akan datang” akhir-akhir ini sering digunakan oleh para agen komunikasi pembangunan di masyarakat Kapuas Hulu. Karena, kita melihat bahwa sesuatu yang ada sekarang ini (alam dan isinya) merupakan titipan dari anak cucu kita, artinya sesuatu yang dititip harus kita jaga. Mengapa demikian? supaya barang yang dititip ini pada masa yang akan datang (anak/cucu) mereka bisa menikmati apa yang mereka titip dan begitu seterusnya. Akan berbeda apabila kita melihat (alam dan isinya) ini sebagai warisan

untuk kita, yang namanya warisan itu artinya menjadi hak kita dan kita bisa saja menghabiskan/menghancurkannya.

- 4) *Memberikan informasi yang valid terkait kejadian – kejadian atau persoalan – persoalan yang dihadapi orang –orang yang lingkungannya sudah hancur;*

Peran agen komunikasi pembangunan di sini lebih pada memberikan informasi, baik melalui media, maupun berbicara langsung kepada masyarakat tentang kejadian - kejadian di daerah lain, yang hutannya hancur, lingkungan rusak, sehingga sering terjadi musibah alam yang merugikan bahkan menghilangkan nyawa warga.

- 5) *Mendorong pemangku adat supaya dalam aturan/buku adatnya juga perlu mengatur tentang cara melindungi dan memanfaatkan lingkungan (alam dan isinya) secara lestari (bagi yang belum punya).*

Maksudnya ialah, bagaimana mendorong para *temenggung*, *kadat* dan *pemangkuh adat* lainnya di dalam aturan/buku adanya penting menjelaskan tentang tata cara memanfaatkan dan melindungi lingkungan (hutan dan seisinya). Sejauh ini memang sudah ada beberapa masyarakat adat yang telah memasukkan hal itu dalam aturan adatnya, namun masih terlalu umum dan tidak semua sudah mengatur hal itu. Di sisi lain selama ini masyarakat adat selalu berteriak /memperjuangkan hak/wilayah adat mereka. Namin di lain sisi ketika ditanya apakah ada aturan dalam hukum adat yang mengatur tentang wilayah yang diperjuangkan, masyarakat adat kesulitan menjawabnya. Hal lain, yang penting untuk dilakukan adalah aturan ini dimasukkan dalam mata pelajaran formal di sekolah, misalnya dalam mata pelajaran muatan lokal. Sehingga generasi muda bisa tetap mengetahui tentang aturan adat yang ada di daerahnya, serta tidak kehilangan identitasnya sebagai masyarakat adat.

Penutup

Simpulan

Menjaga kelestarian lingkungan hidup di Kabupaten Kapuas Hulu tidaklah sulit, karena pada dasarnya masyarakat sangat sadar akan pentingnya menjaga lingkungan. Keberadaan budaya lokal maupun kearifan lokal yang ada sangat berpengaruh besar dalam menjaga lingkungan,

karena tanpa diarahkan, tanpa perlu diperintah pun, masyarakat dengan sendirinya akan menjaga lingkungannya. Hal ini dikarenakan masyarakat Kapuas Hulu merupakan masyarakat yang masih memegang teguh budaya mereka termasuk kearifan lokal yang ada masih sangat dijaga. Peran masyarakat adat yang menjunjung tinggi budaya dan kearifan lokal, layak diapresiasi dengan tepat oleh pemerintah setempat. Sebagai agen komunikasi pembangunan, penguatan peran masyarakat adat didampingi oleh NGO lingkungan hidup yang peduli akan konservasi alam. Dari merekalah, kelestarian lingkungan akan dapat dijaga hingga kapanpun.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsono. Valentinus. 1995. *Pengantar Ilmu Lingkungan Edisi Revisi*. Penerbitan Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup
- Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS). 1996. *Mengangkat Masalah Lingkungan Ke Media Massa*., LPDS dan Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Miles, Matthew B. & Huberman, A Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : UI Press.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nasution, Zulkarimen. 2009. *Komunikasi Pembangunan : Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Rajawali Press. Jakarta.
- Oetama, Jakob. 1987. *Perspektif Pers Indonesia*. LP3ES, Jakarta.

Jurnal:

- Jumrana. 2012. Model-Model Disain Komunikasi Pembangunan. Acta Diurna Vol 8 No.2.
- Jurnal Ilmu Sosial Transformatif. 2002. *Wacana Lingkungan Versus Kapitalisme Global Edisi 12 Tahun III*. Insist Press, Yogyakarta
- Misnawati, Indah Tri. 2013. Strategi Komunikasi pada Kampanye Perlindungan Orangutan Oleh LSM Centre for Orangutan Protection (COP) di Samarinda, Kalimantan Timur.e-journal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

Sumber Lain:

- <http://ditjenpdt.kemendesa.go.id>
- Kapuas Hulu Dalam Angka. 2016. BPS
- <http://kapuashulukab.go.id/statis-2-geografi.html>
- https://www.kompasiana.com/iman.saiaw/senja-di-bumi-uncak-kapuas_54f985fda33311106a8b47fc

PERILAKU KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DETENI PENGHUNI WISMA NOVRI DENGAN MASYARAKAT SETEMPAT (Suatu Studi Etnografi Komunikasi)

Abdul Aziz¹ dan Happy Wulandari²

¹ Fikom Universitas Islam Riau Pekanbaru
abdulaziz@comm.uir.ac.id

² Mahasiswi S2 University Putera Malaysia Kuala Lumpur
hwulandari03@gmail.com

PENDAHULUAN

Ide mengenai pengambilan tema ini, penulis dapatkan dari ketertarikan melihat kegiatan keseharian para warga Negara asing ilegal dalam hal ini disebut Deteni di Pekanbaru, dengan masyarakat sekitar. Kemudian ditambah lagi dengan adanya pemberitaan buruk di media massa cetak maupun *online* yang menyatakan bahwa masyarakat tidak nyaman dengan keberadaan Deteni ini. Hal ini begitu masifnya terulas di media massa terutama media massa lokal, sehingga akan dengan mudah kita menjumpai isu tersebut jika kita mencari masalah ini di internet.

Pekanbaru merupakan salah satu dari 13 kota (Tanjung Pinang, Surabaya, Semarang, Pontianak, Pekanbaru, Medan, Manado, Makassar, Kupang, Jayapura, Jakarta, Denpasar, Balikpapan) yang dijadikan pemerintah Indonesia sebagai tempat untuk menampung imigran ilegal (bermasalah dalam keimigrasian) yang disebut dengan Deteni. Dalam penempatannya Deteni diletakkan berdasarkan statusnya, apakah status mereka pengungsi atau bukan pengungsi. Deteni dengan status pengungsi atau disebut juga dengan pencari suaka, adalah mereka yang di negara asalnya mengalami perang dan semacamnya yang kemudian mencari perlindungan ke Negara lainnya melalui PBB, mereka ini akan di tempatkan di *Community House*.

Sementara Deteni yang bukan pengungsi, adalah mereka yang memiliki masalah yang bersifat administratif di keimigrasian. Mereka akan ditempatkan di Rudenim atau rumah Detensi Imigrasi, untuk di karantina. Selama berada dalam pengawasan pihak keimigrasian Deteni akan dikarantina sampai surat-surat mereka selesai diurus oleh pihak

keimigrasian yang berkerjasama dengan pemerintahan negara asal mereka masing-masing.

Di Pekanbaru ada satu Rudenim dan setidaknya ada dua *Community House*, yaitu di Perumahan Dutamas Jl. Marpoyan dan di Hotel Satria Pekanbaru Jl. Teuku Cik Ditiro. Dari ke dua tempat ini, lokasi *Community House* di Perumahan Dutamas merupakan lokasi yang paling dekat dengan kehidupan masyarakat setempat karena berada dalam lorong kompleks perumahan sehingga para deteni ini mudah berbaur dengan masyarakat setempat. Tidak seperti deteni yang ditempatkan di hotel yang sepertinya mereka mengalami kesulitan untuk berbaur dengan masyarakat.

Saat ditempatkan, Deteni tidak langsung tinggal di *community House* melainkan ada petugas-petugas dari keimigrasian yang selain mengurus secara administratif ke pengelola perumahan setempat, juga memberikan gambaran-gambaran dan himbauan pada masyarakat tentang rencana tersebut melalui ketua RT, serta melalui rapat masyarakat untuk mengutarakan maksud tersebut dan berkenalan beberapa kali sebelum akhirnya Wisma Novri benar-benar diisi oleh para Deteni. *Community House* di Perumahan Dutamas (Wisma Novri), berdasarkan data bulan Mei Tahun 2015, yang merupakan hasil dari laporan Keimigrasian Riau No. W4.IMI.1.GR.04.04, tercatat bahwa, Wisma Novri menampung 124 pencari suaka dari sembilan kebangsaan, yakni Afghanistan, Somalia, Yordania, Iran, Irak, Palestina, Myanmar, Syria dan Srilangka. Jumlah terbanyak adalah warga dari Palestina yaitu 33 orang, kemudian disusul Myanmar sebanyak 32 orang.

Selama dua tahun belakangan tersiar kabar mengenai keresahan masyarakat Pekanbaru terhadap Deteni di sekitar mereka. Sebagaimana hal ini diberitakan oleh media-media massa lokal, seperti Tribun, Republikaonline, HalloRiau, dan DataRiau. Bahkan dalam salah satu pemberitaan dari media tersebut, Ketua Umum Dewan Pengurus Harian Lembaga Adat Melayu (LAM) Riau, Drs. Al Azhar menghimbau pada pemerintah agar menertibkan para imigran yang ada dan tersebar di wilayah Pekanbaru¹. Menurut masyarakat, perilaku Deteni yang paling sering diresahkan adalah disinyalir Deteni menyebarkan ajaran agama yang dinilai sesat oleh masyarakat yaitu Syiah. Hal ini terkait perilaku Deteni

¹ <http://pekanbaru.tribunnews.com/2015/03/11/lam-riau-minta-tertibkan-imigran-yang-resahkan-masyarakat>

yang kerap datang ke masjid dan menyumbang dalam jumlah besar lalu mengajarkan cara ibadah (shalat) yang asing di mata masyarakat².

Masyarakat yang terlanjur merasa asing dan Deteni yang tidak bisa menjelaskan situasi dan maksud mereka karena keterbatasan bahasa dan budaya adalah situasi yang merugikan. Akibatnya, dengan prasangka menumpuk dan keresahan semakin membesar menimbulkan ketidaklancaran dalam kehidupan sosial mereka masing-masing, padahal Deteni harus tinggal di lingkungan tersebut dalam kurun waktu satu sampai dua tahun, relatif bergantung pada keimigrasian. Dalam kurun waktu tersebut, sebagai makhluk sosial biasa, untuk mencukupi kebutuhan mereka Deteni harus berhubungan dengan orang lain yang dalam hal ini masyarakat setempat.

Deteni sebagai pendatang baru dalam budaya pribumi harus menghadapi banyak aspek kehidupan asing. Perbedaan fisik, adat istiadat, cara berpikir, cara bersosial, cara berkomunikasi serta nilai-nilai sensitivitas dalam berperilaku yang berbeda dengan masyarakat setempat, membuat mereka satu sama lain mengalami kesulitan. Keadaan ini jika tidak dijalani dengan baik, akan menghasilkan masalah yang kompleks kedepannya, misalnya, rusaknya citra daerah Pekanbaru sebagai Kota yang tidak ramah terhadap orang asing atau bahkan menggambarkan bahwa masyarakat Pekanbaru adalah masyarakat yang tertutup. Hal ini berlawanan dengan salah satu misi Pekanbaru, yaitu tidak membedakan yang satu dengan yang lainnya³.

Oleh karena itu, keberadaan Deteni dengan keharusannya Deteni beradaptasi di lingkungan masyarakat, Menarik perhatian peneliti untuk memahami dan mengetahui lebih jauh bagaimana perilaku komunikasi dalam konteks antarbudaya antara Deteni di Wisma Novri dengan masyarakat setempat.

Berdasarkan masalah yang peneliti identifikasi, peneliti memfokuskan penelitian ini pada perilaku komunikasi antarbudaya Deteni dengan masyarakat setempat. Dengan adanya penelitian ini maka perilaku komunikasi Deteni tersebut dengan masyarakat setempat akan teridentifikasi, sehingga lebih besar kemungkinannya untuk menemukan cara yang lebih

² <http://www.salam-online.com/2014/12/sudah-sering-ke-masjid-imigran-syiah-di-pekanbaru-mulai-ajarkan-cara-shalat-baru.html>

³ <http://www.pekanbaru.go.id/visi-kota/>

efektif untuk meredam keresahan masyarakat sehingga suasana kondusif diharapkan dapat tercipta tidak hanya antar penduduk pribumi saja tapi juga Deteni.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang perilaku komunikasi antara Deteni dengan Warga Setempat Pekanbaru sehingga bermanfaat untuk menemukan solusi dalam menentukan langkah-langkah penyelesaiannya dari sudut pandang komunikasi antarbudaya. Serta penelitian ini dapat menjadi masukan ataupun referensi untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan lebih efektif dan lebih efisien.

KAJIAN TEORI

1. Konsep Penelitian Etnografi Komunikasi

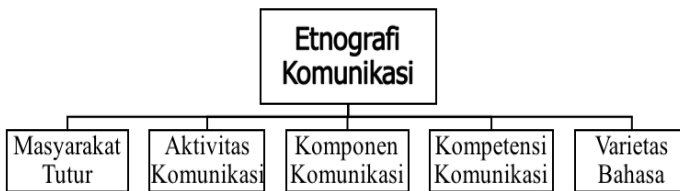
Secara spesifik, Abd. Syukur Ibrahim (1992) mengatakan bahwa etnografi komunikasi akan menghasilkan hipotesis mengenai berbagai cara, bagaimana fenomena sosiokultural dalam masyarakat itu berhubungan dengan pola-pola komunikasi atau cara-cara berbicara. Adapun fokus kajian dari etnografi komunikasi adalah perilaku-perilaku komunikatif suatu masyarakat, yang pada kenyataannya banyak dipengaruhi oleh aspek-aspek sosiokultural, seperti kaidah-kaidah interaksi dan kebudayaan. Etnografi komunikasi memulai penyelidikannya dengan mengenal perilaku-perilaku komunikasi yang khas dan kemudian mengakhirinya dengan penjelasan pola-pola komunikasi dalam konteks sosiokultural (Kuswarno, 2008: 36).

Komponen komunikasi merupakan hal yang penting untuk dikaji dalam studi ini. Melalui komponen komunikasi sebuah peristiwa komunikasi dapat diidentifikasi. Sehingga nantinya melalui etnografi komunikasi dapat ditemukan pola komunikasi sebagai hasil hubungan antarkomponen komunikasi itu. Jadi secara tidak langsung komponen komunikasi juga akan menuntun peneliti etnografi komunikasi di lapangan nantinya (Kuswarno, 2008: 42).

Kuswarno (2008: 35) menerangkan bahwa perbedaan etnografi dengan etnografi komunikasi adalah terletak pada fokus penelitiannya. Fokus penelitian etnografi adalah keseluruhan perilaku dalam tema kebudayaan tertentu sedangkan etnografi komunikasi yang menjadi fokus penelitiannya adalah perilaku komunikasi dalam kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku seperti pada etnografi.

Spradley menjelaskan fokus perhatian etnografi adalah pada apa yang individu dalam suatu masyarakat lakukan (perilaku), kemudian apa yang mereka bicarakan (bahasa) dan terakhir apakah ada hubungan antara perilaku dengan apa yang seharusnya dilakukan dalam masyarakat tersebut, sebaik apa yang mereka buat atau mereka pakai sehari-hari (artifak). Perilaku komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah perilaku dalam konteks sosial kultural.

Pada etnografi komunikasi yang menjadi fokus penelitian adalah perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku. Adapun yang dimaksud dengan perilaku komunikasi menurut ilmu komunikasi adalah tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak, ketika terlibat dalam proses komunikasi (Kuswarno, 2008: 35). Menurut Kuswarno, dalam studi etnografi komunikasi, terdapat lima hal yang dikaji untuk menjadi objek dalam setiap penelitian etnografi komunikasi yaitu masyarakat tutur, aktivitas komunikasi, komponen komunikasi, kompetensi komunikasi dan varietas bahasa.



Gambar 2.1

MODIFIKASI BAGAN OBJEK PENELITIAN ETNOGRAFI KOMUNIKASI

(Sumber: Dikembangkan Peneliti dari Kuswarno (2008: 38))

Masyarakat tutur (*Speech Community*), terdapat dua batasan yang dapat digunakan untuk menunjang penelitian etnografi komunikasi, yaitu menurut Hymes adalah menekankan bahwa semua anggota masyarakat tutur tidak saja sama-sama memiliki kaidah untuk berbicara, tetapi juga satu variasi linguistik. Sedangkan yang kedua, Seville-Torike membicarakan level analisis di mana masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara.

Jadi, batasan utama yang membedakan masyarakat tutur yang satu dengan yang lain adalah kaidah-kaidah untuk berbicara. Sehingga suatu suku bangsa atau kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat

tutur. Misalnya suku bangsa Jawa, terbagi ke dalam masyarakat tutur Jawa-Solo, Jawa-Madura, dan masih banyak lagi atau juga halus-kasarnya tutur.

Pemberian label ini berimplikasi pada terbentuknya struktur sosial, selanjutnya setiap struktur sosial membutuhkan peran dan simbol yang berbeda-beda. Hal ini lebih memusatkan pada penggunaan bahasa.

Menurut Ibrahim (1992), komponen komunikasi pada perspektif etnografi komunikasi adalah:

- a. *Genre* atau tipe peristiwa komunikatif, misalnya lelucon, salam, pengenalan, dongeng, gosip dan sebagainya
- b. Topik peristiwa komunikatif
- c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.
- d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain (misalnya besarnya ruangan tata letak perabotan, dan sebagainya)
- e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan, dan hubungannya satu sama lain.
- f. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal dan non vokal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas yang mana.
- g. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan, termasuk level konotatif dan referensi denotatif.
- h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.
- i. Kaidah interaksi.
- j. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai, dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya.

Aktivitas komunikasi menurut etnografi komunikasi tidak bergantung pada adanya pesan, komunikator, komunikati, media, efek, dan sebagainya. Sebaliknya yang dinamakan aktivitas komunikasi adalah aktivitas khas yang kompleks, yang di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tanduk komunikasi tertentu dan dalam konteks komunikasi yang tertentu pula. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi, adalah peristiwa khas yang berulang. Kekhasan di sini tiada lain karena mendapat pengaruh dari aspek sosiokultural partisipan komunikasi (Kuswarno, 2008: 42).

Kompetensi komunikasi, adalah tindak komunikatif individu sebagai bagian dari suatu masyarakat tutur. Dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari tiga keterampilan, yaitu keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan kebudayaan. Kemampuan atau ketidak mampuan dalam menguasai satu jenis keterampilan akan mengakibatkan tidak tepatnya perilaku komunikasi yang ditampilkan, sehingga dapat terjadinya *miss communication* dan *culture shock* dalam budaya (Kuswarno, 2008: 43).

Varietas bahasa, nantinya akan menunjukkan pemolaan komunikasi. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertoir komunikatif masyarakat tutur.

Setiap individu memiliki banyak pilihan bahasa dan tipe bahasa, bergantung kapan, di mana dan dengan siapa ia berkomunikasi. Pilihan bahasa dan tipe bahasa ini juga hanya dipahami oleh masyarakat tutur yang menggunakannya, sehingga tidak mungkin seseorang menggunakan semua jenis varietas bahasa ini. Kaidah bahasa ini seringkali dilakukan tanpa sadar sebagai akibat dari proses sosialisasi dan enkulturasi kebudayaan. Pemolaan komunikasi dan varietas bahasa inilah yang kemudahan akan menjadi tujuan utama penelitian etnografi komunikasi (Kuswarno, 2008: 46).

2. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota dari suatu budaya dan penerima pesan adalah anggota dari suatu budaya lainnya. Budaya memengaruhi komunikasi. Budaya bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang (Mulyana, 2000: 20).

Maka dengan makna komunikasi yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa definisi dari komunikasi antarbudaya, yaitu:

- 1) Dood (1991): komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta (Liliweri, 2013: 11).
- 2) Lustig dan Koester (1993): "*Intercultural Communication Competence*", yang mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses komunikasi simbolik, *interpretative*, transaksional, kontekstual yang

dilakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan tertentu, memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan (Liliweri, 2013: 11).

Seluruh definisi di atas memberi penekanan pada perbedaan kebudayaan sebagai faktor yang menentukan dalam berlangsungnya proses komunikasi antarbudaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi komunikasi, karena metode ini dapat menggambarkan, menjelaskan dan membangun hubungan dari kategori-kategori dan data yang ditemukan (Kuswarno, 2008: 86). Etnografi komunikasi memandang perilaku komunikasi sebagai perilaku yang lahir dari integrasi tiga keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial. Ketiga keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistik, keterampilan interaksi dan keterampilan budaya dengan kata lain etnografi komunikasi adalah studi yang menempatkan fungsi berbicara dalam konteks sosiokultural (Mulyana, 2003: 84).

Studi etnografi komunikasi merupakan pendekatan yang paling tepat untuk menganalisis perilaku komunikasi suatu kelompok, karena etnografi komunikasi sangat memperhatikan aspek sosiokultural, diantaranya budaya dan interaksi kelompok sebagai aspek yang sangat berpengaruh. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana perilaku komunikasi antarbudaya Deteni dengan masyarakat setempat.

Perilaku komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah perilaku dalam konteks sosial kultural. Pada etnografi komunikasi yang menjadi fokus penelitian adalah perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku. Adapun yang dimaksud dengan perilaku komunikasi menurut ilmu komunikasi adalah tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak, ketika terlibat dalam proses komunikasi (Kuswarno, 2008: 35).

Subjek penelitian adalah informan yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian tersebut (Bungin, 2011: 78). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Deteni di *Community House* Perumahan Dutamas dengan masyarakat setempat. Secara detail, subjek dalam penelitian ini adalah 5

orang masyarakat setempat serta 2 Deteni Myanmar dan 2 Deteni Irak yang yang dinilai dari lamanya tinggal dalam lingkungan tersebut dan aktivitas tersering di lingkungan tersebut. Serta adanya informan tambahan yang berada dalam kelompok saat wawancara berlangsung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Secara Demografi

Deteni dari Wisma Novri hidup bersama dengan 25 Kepala Keluarga masyarakat setempat dalam satu lorong RT 02/ RW 07. Berdasarkan data keimigrasian periode 2015 Wisma ini menampung 124 Deteni dari 10 kebangsaan, dengan perbandingan jumlah Deteni Laki-laki adalah 64 orang dan Perempuan 60 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.1.

Data Deteni Wisma Novri Menurut Jenis Kelamin 2015

No.	Kebangsaan	Jenis Kelamin		Jumlah
		LK	PR	
1	PALESTINA	18	15	33
2	MYANMAR	14	18	32
3	IRAQ	17	10	27
4	AFGANISTAN	4	7	11
5	IRAN	5	3	8
6	SOMALIA	2	3	5
7	SRILANGKA	2	2	4
8	SYRIA	-	1	1
9	YORDANIA	-	1	1
10	PAKISTAN	1	1	2
Total		64	60	124

(Sumber: Dikembangkan Peneliti dari data Keimigrasian 2015)

Berdasarkan dari jumlah tersebut di atas, secara lebih detil Deteni dapat dilihat berdasarkan kisaran usianya seperti berikut ini.

Tabel 4.2.
Data Deteni Wisma Novri Menurut Golongan Usia 2015

No.	Golongan Usia	Kebangsaan									
		PLSTN.	MYR.	IRAQ	AFG.	YORD.	IRAN	SOM.	SRI.	SYR.	PKS.
1	0 – 12 bln	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
2	2-6 thn	6	7	4	2	0	0	0	0	0	0
3	7-12 thn	6	7	5	0	0	0	3	0	0	0
4	13-18 thn	7	3	0	0	0	1	1	1	0	0
5	19-25 thn	3	3	4	1	0	1	0	0	0	1
6	26-35 thn	3	5	2	6	0	5	0	1	0	1
7	36-45 thn	4	5	4	2	1	0	1	1	1	0
8	46- 50 thn	3	0	2	0	0	1	0	0	0	0
9	Di atas 51 thn	1	1	6	0	0	0	0	0	0	0
Total		33	32	27	11	1	8	5	4	1	2

(Sumber: Dikembangkan Peneliti dari data Keimigrasian 2015)

1. Secara Ekonomi

Deteni yang ditampung di Wisma Novri keseluruhannya di bawah perlindungan PBB langsung, mulai dari proses pemindahan Deteni ke negara bagian ke tiga sampai dengan bantuan biaya hidup mereka selama di penampungan yang diberikan setiap bulan secara langsung kepada Deteni mengikuti mata uang di mana mereka bertempat tinggal.

Besaran bantuan tersebut bergantung pada usia, dewasa atau anak-anak, golongan dewasa berusia di atas 19 tahun, sementara anak-anak di bawah 18 tahun. Bantuan finansial diberikan perkepala dengan besarnya yang variatif.

Meski mendapatkan bantuan, ada beberapa Deteni yang terus melakukan kegiatan bertani atau berladang di tanah kosong di sekitar wisma tersebut yang dipinjamkan warga untuk mengisi waktu kosong selain itu hal ini juga sedikitnya membantu Deteni untuk memperoleh bahan makanannya sendiri, seperti bawang-bawangan atau daun ubi. Contohnya seperti keluarga M, salah satu Deteni dari Myanmar, ia dan keluarga adalah salah satu dari mereka yang bercocok tanam di tanah kosong tersebut.

Sementara bagi masyarat setempat dalam lorong tersebut rata-rata adalah berwirausaha ditandai dengan adanya enam kedai kecil di depan rumah masyarkat dalam satu lorong. Serta setiap kepala keluarga dalam

lorong tersebut semuanya pekerja aktif dengan jenis pekerjaan menengah seperti buruh, satpam, dan supir kendaraan berat.

2. Sosial Budaya

Deteni dengan masyarakat setempat bersosial dengan baik. Terlihat bahwa kedua belah pihak sama-sama berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan memiliki toleransi yang tinggi. Ketika masyarakat setempat merayakan acara-acara besar seperti 17 Agustus-an, lebaran idul fitri ataupun lebaran idul adha, Deteni ikut serta dalam mengambil bagian aktif dalam kegiatan tersebut. Bergotong royong bersama pun juga diikuti oleh Deteni bersama dengan masyarakat.

Kesehariannya Deteni dengan masyarakat berkomunikasi dalam menggunakan multi-bahasa. Lebih sering dengan bahasa Indonesia, kemudian bahasa Inggris tidak jarang masyarakat pun menggunakan bahasa Minang kepada mereka. Ketika pembicaraan sudah sama-sama tidak dimengerti maka satu sama lain akan mengangguk-angguk saja.

Selama setahun berada di lingkungan masyarakat setempat Deteni telah terbiasa bergaul dengan masyarakat. Terlebih untuk Deteni berkebangsaan Myanmar dan beberapa lainnya. Duduk bersama hingga berkegiatan sosial bersama merupakan hal yang biasa mereka lakukan.

Saat melakukan kegiatan santai, mereka saling mengunjungi. Deteni datang ke rumah masyarakat dan sebaliknya masyarakat mendatangi mereka di wisma. Namun, lebih sering Deteni yang bermain ke luar. Deteni yang sering melakukan aktivitas bertetangga adalah deteni berusia dewasa dan biasanya telah berkeluarga. Deteni perempuan dengan masyarakat perempuan dan Deteni laki-laki dengan masyarakat laki-laki, adalah sesuatu yang jarang mereka berkumpul dalam satu tempat.

Deteni perempuan dengan masyarakat perempuan jarang dan hampir tidak pernah melakukan obrolan dengan tema privasi seperti membicarakan keluarga. Sementara bagi Deteni laki-laki dengan masyarakat laki-laki, mereka secara terbuka bercerita tentang keluarganya.

3. Kepemimpinan

Masyarakat setempat dan Deteni, di pimpin oleh seorang ketua RT. Karena Deteni tinggal dalam lingkungan yang sama, meskipun pendatang, mereka sudah dianggap sebagai warga setempat. Bila Deteni memiliki masalah terkait dengan kemasyarakatan, seperti membutuhkan informasi,

mereka dapat langsung ke ketua RT. Sebagaimana juga jika masyarakat setempat memiliki masalah terkait keberadaan Deteni, mereka akan menghubungi ketua RT untuk kemudian menengahi. Namun menurut penuturan masyarakat setempat dan diakui oleh Deteni, selama mereka tinggal di Wisma mereka tidak pernah memiliki masalah satu sama lain. Sementara untuk Deteni secara khusus tidak ada sistem organisasi seperti Ketua dalam kehidupan sosial mereka di Wisma, karena semuanya terpusat kepada keimigrasian dan PBB.

4. Agama

Masyarakat setempat dalam satu lorong yang terdiri dari 25 KK, terdiri dari 23 KK beragama Islam dan 2 KK beragama Kristen. Sementara bagi Deteni, tidak ada data mengenai agama bahkan dari data keimigrasian sekali pun. Namun demikian, dari perawakan yang tampak dengan gaya berpakaian yang dikenakan, mayoritas Deteni adalah beragama Islam sebagaimana hal ini dikatakan oleh RT setempat bahwa mayoritas Deteni adalah Islam.

Kesamaan agama tampaknya juga menjadi salah satu faktor yang menjadikan hubungan Deteni dengan masyarakat baik-baik saja. Tidak jauh dari lingkungan mereka terdapat satu mesjid yang mana di sinilah masyarakat dan beberapa Deteni melakukan ibadah solat bersama. Hal ini juga menjadi salah satu alasan kemudahan bergaul bagi para Deteni, masyarakat setempat yang merasa memiliki agama yang sama dengan Deteni sering secara terbuka menyapa mereka terlebih dahulu dengan “Assalamualaikum!” dengan nada tinggi. Hingga perilaku ini yang menjadi awalnya pemancing suasana keakraban bagi Deteni dengan masyarakat.

Sajian data ini selanjutnya secara berturut-turut akan dideskripsikan beserta bagaimana bentuk komunikasi Deteni dengan masyarakat sekitarnya; bagaimana bentuk komunikasi verbal dan non verbalnya; pola komunikasi; bagaimana proses menyesuaikan diri yang muncul di tengah masyarakat; apa faktor-faktor yang menyulitkan dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan apa saja aktifitas sosial dan aktifitas lain yang sering dilakukan Deteni bersama masyarakat.

Berikut adalah penjabaran latar belakang masing-masing narasumber kunci secara singkat:

Tabel 4.3.
Data Profil Narasumber dari Deteni

Nama Deteni	Jenis Kelamin	Usia	Latar Belakang	Lama berada di Wisma Novri
1. Mhm	Laki-laki	32 Tahun	Korban perang di negaranya di Irak	1 Tahun
2. M	Perempuan	41 Tahun	Korban kekisruhan agama di Myanmar - Rohingya	1 Tahun
3. MH	Laki-laki	54 Tahun	Korban kekisruhan agama Irak	1 Tahun
4. NK	Laki-laki	27 Tahun	Korban kekisruhan agama di Myanmar - Rohingya	1 Tahun

(Sumber: Berdasarkan hasil wawancara dan observasi Peneliti November 2015)

Tabel 4. 4
Data Profil Narasumber dari Masyarakat setempat

Nama Masyarakat	Jenis Kelamin	Usia	Latar Belakang
1. Yulidani	Perempuan	49 Tahun	Ibu RT setempat yang sering berkomunikasi dengan Deteni
2. Andre	Laki-laki	20 Tahun	Pemuda setempat sering bergaul dengan Deteni
3. Joko Rusdianto	Laki-laki	46 Tahun	Masy. Setempat dulu pernah menjadi pihak keamanan Wisma Novri
4. Syafri	Laki-laki	42 Tahun	Masy. Setempat dan keamanan Wisma Novri
5. Siregar	Laki-laki	42 Tahun	Masyarakat setempat sering bergaul dengan Deteni

(Sumber: Berdasarkan hasil wawancara dan observasi Peneliti November 2015)

Demi mendukung dan menghimpun informasi dalam wawancara, selain adanya empat narasumber kunci (dalam tabel) dari Deteni dan lima dari masyarakat setempat, penelitian ini turut melibatkan informan tambahan yang berjumlah sekitar empat orang lainnya dari Deteni dan tiga orang dari masyarakat yang turut serta duduk bersama saat wawancara sedang berlangsung.

B. Perilaku Komunikasi Deteni dengan Masyarakat

1. “Kenapa bisa ada di sini?”

Deteni yang berada di Wisma Novri keseluruhannya adalah berstatus pengungsi. Mereka adalah korban kerusuhan yang terjadi di Negara asalnya dan membutuhkan perlindungan. Mereka dilindungi PBB dan kehidupannya diurus oleh PBB secara langsung. Seperti yang dinyatakan oleh NK (27 Tahun) berkebangsaan Myanmar.

“saya dan teman-teman di dalam adalah korban kerusuhan agama di Myanmar. Kami terusir, tidak tau mau ke mana. Maka kami berada di sini. Dibantu PBB.”

Masa tinggal setiap Deteni di penampungan adalah relatif, namun biasanya satu tahun atau dua tahun. Mereka menunggu segala kepastiannya dari PBB. Ketika ditanya apakah ingin kembali ke negaranya lagi. Mereka ragu dalam menjawabnya.

“saya ingin. Kalau di sana tidak rusuh lagi. Saya mau balik sana. Tapi mereka benci saya. Benci muslim. Saya tidak tau.” (M, 41 Tahun, Myanmar)

M (41 Tahun, Myanmar) memiliki keinginan untuk kembali ke negaranya, namun demikian ia pesimisi bahwa negaranya sudah bebas dari kerusuhan yang menyebabkan ia menjadi pengungsi saat ini. Meski dari negara yang sama, NK (27 Tahun, Myanmar) memberikan jawaban yang sedikit berbeda, ada nuansa keputusasaan dalam kalimatnya.

“tidak lah. Buat apa. Saya dari 12 usia sudah keluar dari sana. Saya Myanmar, tapi saya tidak mau balik. Tapi semua PBB, mereka suruh sana saya sana.” (NK, 27 Tahun, Myanmar)

Berbeda lagi dengan jawaban dari MH (54 Tahun, Irak) yang menyatakan bahwa dia menyerahkan segala keputusannya kepada PBB. Ia tidak masalah dipindahkan ke mana saja.

“saya di mana saja *okay*. Penting saya sama keluarga pun *okay*.” (MH, 54 Tahun, Irak)

Sementara Mhm, yang juga salah satu narasumber juga mengangguk-angguk setuju dengan jawaban MH. Serta beberapa Deteni lainnya yang ada ketika wawancara ini pun ikut meng-iyakan.

2. “Bagaimana perasaan Anda tinggal di sini?”

Saat ditanyai mengenai perasaannya selama menjadi Deteni di Wisma Novri, mereka semua menyatakan bahwa, perasaan mereka bahagia karena bertemu masyarakat yang baik di lorong itu, namun tidak bahagia karena hidup mereka tidak pasti karena tergantung PBB. Seperti yang dinyatakan oleh M dan Mhm yang sama-sama menyukai makan kari dan makanan pedas ini misalnya.

“saya Wisma Novri tak *okay*. Tapi orang-orang semua *okay*.” (M, 41 Tahun, Myanmar)

Jawaban yang memiliki inti yang sama juga dilontarkan oleh Mhm (32 Tahun, Irak). Secara hubungan sosial dia tidak masalah, tapi ketidakpastian kondisi hidupnya yang berpindah-pindah yang membuat ia merasa tidak bahagia.

“tidak. Tidak bahagia. Apa mau bahagia. Semua tak pasti. Nanti sini, nanti sana.” (Mhm, 32 Tahun, Irak)

3. “Biasanya mengobrol, menggunakan bahasa apa?”

Kemudian ketika ditanyai mengenai bahasa apa yang sering mereka gunakan ketika berkomunikasi dengan masyarakat setempat, secara kompak mereka semua menyatakan bahwa mereka menggunakan bahasa Indonesia meskipun pelan-pelan dan terbata-bata.

4. “Ada perbedaan cara bicara atau bahasa tidak, pada kebudayaan Anda?”

Saat ditanya apakah ada semacam pembedaan tutur bicara di budaya mereka, narasumber dari Myanmar menyatakan ada, penggunaan bahasa halus dan kasar dibagi ke dalam usia. Sementara yang dari Irak tidak demikian, penggunaan bahasa mereka sama, namun mereka punya tata karma untuk menghormati yang lebih tua.

Keduanya selama berada di lingkungan Wisma Novri sama-sama tidak dapat menunjukkan tutur tersebut. Karena keterbatasan pemahaman bahasa Indonesia serta keterbatasan masyarakat pula dalam memahami bahasa asli Deteni. Jadi ketika berbicara para Deteni menggunakan “Saya” untuk menunjukkan dirinya dan “kamu” untuk merujuk ke lawan bicaranya. Sebagaimana hal ini diceritakan kembali oleh narasumber yang juga merupakan ibu RT di lingkungan ini.

“mereka saya ajari untuk tidak berkata “kamu”. Sebelumnya mereka meng-kamukan semua orang, termasuk saya yang lebih tua dari mereka. Awalnya saya kaget saya digitukan, tapi saya paham mereka belum tau. Maka saya ajari, saya bilang jangan bilang “kamu” ya, bilang “ibuk” atau sebut nama saya. Sekarang mereka sudah mengerti.” (Yuldani, 49 Tahun, Masyarakat)

5. Cara Sapa

Saat ingin menyapa mereka, Deteni dengan masyarakat di sini menggunakan istilah “Assalamualaikum!” dengan suara lebih tinggi yang nantinya akan dibalas dengan suara lebih rendah. Biasanya lebih dulu masyarakat yang menyapa baru kemudian Deteni akan menjawab. Sapaan akan dilontarkan masyarakat kepada mereka yang familiar wajahnya. Seperti yang dinyatakan kembali oleh Syafri (42 tahun, Masyarakat) yang juga merupakan pihak keamanan Wisma Novri.

“ya kalau nyapa, saya sering nyapa duluan. Tapi mereka juga suka sapa saya. Ya saya bilang assalamualaikum!! Saya tereakin aja, kadang suka ga denger gitu.”

6. Keterbukaan Deteni dengan Masyarakat satu sama lain

Keterbukaan antara Deteni dan masyarakat tergantung pada jenis kelaminnya, yang perempuan tidak pernah membicarakan masalah keluarganya kepada satu sama lain. Tapi lain halnya bagi yang laki-laki, mereka tidak masalah menceritakan keluarganya, menceritakan anak-anak mereka, bahkan menceritakan masa lalu mereka sembari di kritik antara Deteni dan masyarakat.

“tidak. Saya tidak ada omong tentang itu (keluarga).” (M, 41 Tahun, Myanmar)

Hal ini dinyatakan pula dengan pernyataan dari Bu Yuldani sebagai masyarakat, bahwa beliau dengan Deteni selama ini memang tidak pernah membicarakan masalah pribadi seperti keadaan keluarga. Alasan mengapa tidak membicarakannya, keduanya mengatakan, karena memang tidak membicarakannya saja.

“tidak. Kami ga ada bicara itu (keluarga).” (Yuldani, 49 Tahun, Masyarakat)

Hal yang berbeda diucapkan oleh narasumber yang laki-laki yang juga di-iyakan oleh yang lainnya.

“waaah yaa.... ya adalah ngomongin itu. Ofkors! Of kors! Masalah anak-anak lahh...” ujar Joko (42 Tahun, Masyarakat) sembari tertawa.

7. “Adakah perubahan aktivitas atau gaya hidup semenjak saling bergaul satu sama lain?”

Kemudian, peneliti menanyakan mengenai apa yang biasa mereka (masyarakat dan Deteni) lakukan, namun tidak bisa lagi dilakukan di sini semenjak Wisma Novri dijadikan tempat penampungan. Jawaban mereka beragam.

“menjahit. Saya tidak bisa menjahit. Dulu sana bisa. Sekarang tidak gitu lagi. Manual saja.” (M, 41 Tahun, Myanmar)

Kemudian jawaban dari Bu Yuldani yang menyatakan, tidak ada perubahan semuanya sama saja.

“ngga ada, rasanya sama saja...” (Yuldani, 49 Tahun, Masyarakat)

Berbeda lagi dengan jawaban dari Pak Syafri yang menyatakan bahwa, justru sejak adanya Deteni dia malah semakin banyak kegiatan.

“Ohhh malah gara-gara ada mereka, kegiatan saya malah jadi nambah! Sekarang saya jadi bisa main takraw. Bisa gotong royong karena bantuan tenaga makin banyak kan.” (Syafri, 42 Tahun, Masyarakat)

8. Cara menjaga keharmonisan

Mengenai adakah hal-hal tertentu yang Deteni dan masyarakat lakukan untuk menjaga keharmonisan hubungan mereka, apa lagi sebagai pendatang Deteni akan lebih sering bertanya akan sesuatu, mengajak mereka berbicara dan sebagainya. Mereka setuju bahwa masing-masing harus memiliki jiwa toleransi yang tinggi, jangan cepat tersinggung.

“ya harus sabar-sabar lah. Mereka mana ngerti nyinggung kita apa ngga, ngomong aja udah susah. Yang paling penting sih pengertian lah.” (Syafri, 42 Tahun, Masyarakat).

“kalau saya... gampang... saya bawa diam saja. Jaga mood, jaga perasaan, biar ga baper.” (Regar, 42 Tahun, Masyarakat).

PEMBAHASAN

Membahas konsep penelitian Etnografi Komunikasi yang terjadi terhadap perilaku komunikasi Deteni dengan masyarakat setempat, melalui observasi, wawancara serta keikutsertaan dalam kegiatan mereka, peneliti dapat merangkumnya ke dalam konsep tersebut sebagai berikut.

1. Menurut Konsep Etnografi Komunikasi

- a. **Masyarakat Tutar**, batasan utama yang membedakan masyarakat tutur yang satu dengan yang lain adalah kaidah-kaidah untuk berbicara. Sehingga suatu suku bangsa atau kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat tutur (Kuswarno, 2008: 38). Dalam hal ini Deteni dengan masyarakat mengalaminya, hal ini terjadi saat mereka berada ada satu forum diskusi atau obrolan informal harian.

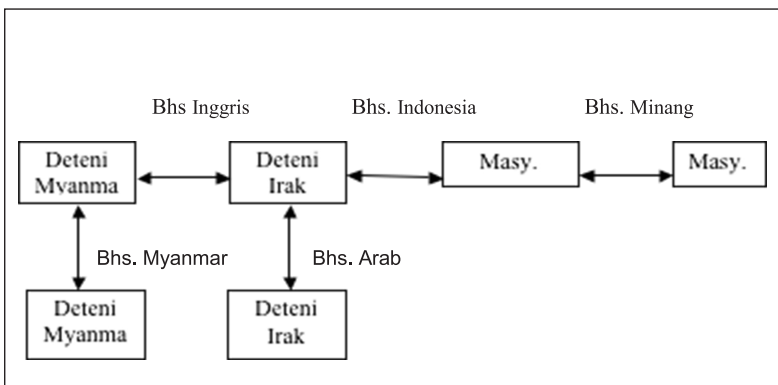
Diketahui bahwa:

- 1) Deteni ketika berbicara dengan sesama Deteni dari bangsa yang sama, akan menggunakan bahasa mereka. Contoh, Deteni Myanmar dengan sesama Myanmar, akan menggunakan bahasa Myanmar, sebagaimana yang dilakukan narasumber M asal Myanmar dengan rekannya NK. Begitu juga dengan Mhm dan MH dari Irak dengan bahasa Arabnya. (Wawancara tidak dapat ditampilkan karena keterbatasan bahasa asing Peneliti)
- 2) Sesama Deteni namun dari bangsa yang berbeda akan menggunakan bahasa Inggris. Atau mengadakan fungsi orang ketiga sebagai penghubung atau penerjemah. Contoh, Deteni Irak dengan Myanmar. Mereka akan menggunakan bahasa Inggris, namun jika tidak juga mengerti, akan hadir orang ketiga yang mampu menjelaskannya. Hal ini seperti yang dilakukan Mhm asal Irak dengan NK asal Myanmar. Misalnya saat NK ingin menawarkan makanan pada Mhm. NK berkata. “*Want some?*”, kemudian dibalas dengan “*Yes, Thank you.*” Oleh Mhm seraya mengambil makanan tersebut.
- 3) Deteni dengan masyarakat menggunakan Bahasa Indonesia. Ini terjadi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Contohnya saja M dari Myanmar ketika bertanya kepada Bu Yuldani,

apa yang beliau masak. M berkata, “Ibu. Masak. Apa.” secara patah-patah. Kemudian Bu Yuldani akan membalasnya dengan menjelaskan apa yang beliau masak, “ Saya masak ikan sambal, ini namanya ikan sambal.”

- 4) Masyarakat dengan masyarakat menggunakan bahasa Minang. Hal ini sering ditemukan ketika Siregar dan Joko bercakap-cakap. Macam-macam yang mereka bicarakan jika sedang berkumpul. Misalnya saat Joko bertanya pada Syafri kemana Deteni Irak Mhm karena ia ingin menawarkan bawang bombai. Joko bertanya, “*Kama si Mhm?*” yang kemudian akan dibalas oleh Syafri, “*Tadi ado stu. Manga?*” hingga Joko menjelaskan maksudnya mengapa ia mencari Mhm, “*Ko ha. Den ado bawang.*”

Keempat pola tutur mereka, Deteni Myanmar dan Irak serta masyarakat ini, dapat disimpulkan ke dalam sebuah gambaran pola, sebagaimana yang digambarkan di bawah ini.



Gambar 4.1.

Pola Kaidah Berbicara Deteni Myanmar, Irak dengan Masyarakat

Deteni dengan masyarakat biasa berkumpul bersama biasanya yang berkebangsaan Myanmar dan Irak, duduk-duduk setiap siang kira-kira pkl. 02.00 WIB. Mereka berkumpul di Joglo atau semacam pondokan di bawah pohon rindang. Kegiatan ini hampir setiap hari terjadi. Obrolan mereka bermacam-macam. Bahkan mereka bisa bercanda satu sama lain. Deteni dapat mengikuti gaya lelucon masyarakat. Yaitu jenis lelucon sindiran. Contohnya, lelucon yang diucapkan oleh MH kepada Syafri. Karena Syafri

merokok dengan rokok dari merk yang lebih murah dari biasanya dan telah beberapa kali meminta rokok MH yang lebih mahal.

“Boss sudah tidak boss lagi. Rokok sudah tidak Marlboro. Bos kaya kalau Selasa dan Kamis saja”.

Hal ini memancing tawa Syafri dan masyarakat lainnya yang duduk bersama di sana. Karena mereka sama-sama tahu, bahwa di lingkungan tersebut setiap hari Selasa dan Kamis ada Pasar Kaget, sehingga Pak Syafri sebagai petugas keamanan mendapatkan banyak pemasukan dari biasanya, ditandai dengan merokok rokok merk terkenal seperti *Marlboro*.

Obrolan ini dilakukan terpisah antara perempuan dan laki-laki. Laki-laki berkumpul sesama laki-laki dan perempuan dengan perempuan, kegiatan obrolan sore ini hanya diikuti oleh yang berusia dewasa saja. Sementara yang remaja jarang atau hampir tidak pernah ikut dalam obrolan sore ini.

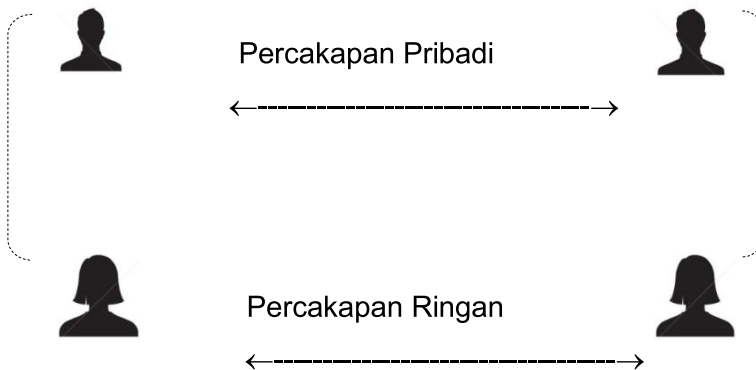
- b. **Aktivitas Komunikasi**, adalah aktivitas khas yang kompleks, yang di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tanduk komunikasi tertentu dan dalam konteks komunikasi yang tertentu pula. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi, adalah peristiwa khas yang berulang. Kekhasan di sini tiada lain karena mendapat pengaruh dari aspek sosiokultural partisipan komunikasi (Kuswarno, 2008: 42).

Ketika mereka berada dalam suatu obrolan, mereka menggunakan bahasa Indonesia. Deteni berusaha menggunakan bahasa Indonesia kepada masyarakat. Meski dengan bahasa yang patah-patah dan struktur yang tidak tepat, contohnya seperti ketika NK ingin mengatakan “Dia *ngomong* apa?”, NK akan mengatakan “Dia-apa-omong-?”, namun masyarakat setempat dapat mengerti dengan baik, sehingga mereka bisa membalas pertanyaan itu sesuai dengan jawabannya.

Saat dalam suatu obrolan, para Deteni tidak pernah mendominasi obrolan. Meski mereka lebih sering menjadi objek obrolan tersebut, ditanyai berbagai hal, tapi mereka tidak pernah mendominasi atau menonjolkan diri serta lebih memilih menunggu dalam percakapan.

- c. **Komponen komunikasi**, menurut etnografi komunikasi adalah unit-unit komunikasi yang menunjang terjadinya satu peristiwa komunikasi. Komponen komunikasi pada etnografi komunikasi terdiri dari tipe peristiwa, topik, tujuan, *setting*, partisipan, dan norma interaksi. Hubungan antar komponen yang dimaksud adalah bagaimana setiap komponen komunikasi saling bekerja sama untuk menciptakan perilaku komunikasi yang khas dari kelompok masyarakat tersebut.

Obrolan sesama perempuan antara Deteni dengan masyarakat lebih banyak membicarakan hal-hal yang ringan saja, contohnya saja seperti yang digambarkan dalam pola di bawah ini antara Deteni Myanmar dan masyarakat. Masak apa hari ini, apa kabar, kapan belanja dan juga bumbu masakan. Mereka tidak membicarakan masalah pribadi seperti keluarga. Sementara bagi yang laki-laki, obrolan mereka lebih variatif, dari candaan, transaksi jual beli, obrolan mengenai isu perang di Negara Deteni dan mereka biasa dan bisa membicarakan tentang hal pribadi, seperti keluarga, anak, lebih terbuka.



Gambar 4. 2
Pola Komunikasi Deteni Myanmar dengan Masyarakat
(Sumber: Berdasarkan hasil wawancara dan observasi Peneliti 2015)

- d. **Kompetensi komunikasi**, adalah tindak komunikatif individu sebagai bagian dari suatu masyarakat tutur. Dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari tiga keterampilan, yaitu keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan kebudayaan. Kemampuan atau ketidak mampuan dalam

menguasai satu jenis keterampilan akan mengakibatkan tidak tepatnya perilaku komunikasi yang ditampilkan, sehingga dapat terjadinya *misscommunication* dan *culture shock* dalam budaya (Kuswarno, 2008: 43).

Keterbatasan bahasa adalah satu-satunya kesulitan yang dihadapi Deteni saat ingin membicarakan suatu hal kepada masyarakat. Terkadang mereka bingung membahasakannya agar masyarakat paham sepenuhnya apa yang mereka bicarakan. Meski Deteni sedikit-sedikit dapat menggunakan bahasa Indonesia, terkadang beberapa kali percakapan akan terhenti di tengah jalan tanpa respon. Selain dari keterampilan linguistic, dua keterampilan lainnya seperti interaksi dan kebudayaan bukanlah masalah bagi kedua belah pihak, karena keduanya menerapkan toleransi yang baik.

- e. **Varietas Bahasa**, nantinya akan menunjukkan pemolaan komunikasi. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertoir komunikatif masyarakat tutur. Pilihan bahasa dan tipe bahasa ini juga hanya dipahami oleh masyarakat tutur yang menggunakannya, sehingga tidak mungkin seseorang menggunakan semua jenis varietas bahasa ini. Kaidah bahasa ini seringkali dilakukan tanpa sadar sebagai akibat dari proses sosialisasi dan enkulturasi kebudayaan. Pemolaan komunikasi dan varietas bahasa inilah yang kemudahan akan menjadi tujuan utama penelitian etnografi komunikasi (Kuswarno. 2008: 46).

Deteni dengan masyarakat setempat selalu menggunakan sapaan dengan “*Assalamualaikum!*” yang secara terbuka diucapkan oleh masyarakat dengan nada tinggi, yang kemudian akan dijawab “*Walaikumsalam*” oleh Deteni dengan nada lebih rendah. Namun salam ini hanya akan dilontarkan masyarakat kepada Deteni yang familiar wajahnya bagi mereka. Bagi yang tidak, masyarakat diam saja, cenderung acuh. Hal ini biasanya terjadi pada Deteni berkebangsaan Afganistan, menurut masyarakat mereka terlalu pendiam dan hampir tidak pernah keluar untuk sekedar berkumpul bersama masyarakat.

2. Menurut *Expectancy Violations Theory*

Expectancy Violations Theory, teori ini menyatakan bahwa orang memiliki harapan mengenai perilaku nonverbal orang lain. Burgoon berargumen bahwa perubahan tak terduga yang terjadi dalam jarak perbincangan antara para komunikator dapat menimbulkan suatu perasaan tidak nyaman atau bahkan rasa marah dan sering kali ambigu (West dan Turner 2008: 154).

Teori ini mempelajari hubungan ruang yang disebut Proksemik. Proksemik dibagi atas tiga zona, yaitu jarak Intim (0-46 sentimeter), Personal (46 sentimeter- 1,2 meter) dan Sosial (1,2 meter – 4, 6 meter).

Antara Deteni dengan masyarakat dilihat dari perilaku keseharian mereka jarak mereka cukup variatif yaitu pada jarak Intim dan Personal. Hampir sudah tidak lagi dalam jarak Sosial. Apalagi dengan Deteni yang kesehariannya sering berkomunikasi atau dalam kata lain familiar dengan masyarakat, mereka sudah berada dalam jarak intim.



Gambar 4.3

Deteni dan Masyarakat

(Sumber: Berdasarkan hasil observasi Peneliti 2015)

Jarak Personal terjadi ketika salah satu dari Deteni ataupun masyarakat sedang berjalan menuju suatu tempat dan saling sapa. Sementara jarak sosial hampir tidak lagi mereka alami kecuali seperti yang disebut di pembahasan di atas kepada Deteni kebangsaan Afghanistan, masyarakat merasa asing karena mereka jarang keluar dan terlalu

pendiam. Tidak lagi terjadi jarak Sosial didukung pula oleh kondisi jalan komplek yang berukuran selebar satu mobil (sekitar 2 meter).

3. Menurut Komunikasi Antarbudaya

a. Komunikasi Verbal

Liliweri (2013: 94) menulis bahwa dalam berkomunikasi antarbudaya maka ada beberapa perbedaan yang perlu diperhatikan. Menurut Ohoiwutun (1997: 99-107) anda harus memperhatikan: (1) kapan orang berbicara; (2) apa yang dikatakan; (3) kecepatan dan jeda berbicara; (4) hal memperhatikan; (5) intonasi; (6) gaya kaku dan puitis; (7) bahasa tidak langsung; inilah yang disebut dengan saat yang tepat bagi seorang untuk menyampaikan pesan verbal dalam komunikasi antarbudaya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti selama di lapangan, diperhatikan bahwa:

- 1) Deteni cenderung tidak mendominasi pembicaraan;
- 2) Materi pembicaraannya adalah topik-topik ringan, seperti bercanda, menanyakan kabar, serta menceritakan hobi. Contohnya pembicaraan antara narasumber Mariam dan ibu Yuldani, mereka kerap membicarakan mengenai masakan-masakan dan bumbu-bumbunya.
- 3) Saat berbicara, mereka menggunakan bahasa Indonesia. Otomatis karena mereka orang asing, mereka tidak selancar sebagaimana orang Indonesia, terputah-putah dengan struktur yang tidak beraturan. Contohnya, saat NK ingin bertanya, dia tidak mengatakan “Dia ngomong apa?” tapi ia mengatakan, “Dia-apa-omong-?”. Kecepatan bicara mereka pun tidak sama dengan masyarakat setempat, hal ini lebih jelas diperlihatkan oleh Deteni MH asal Irak dengan aksennya cenderung menyeret kata-kata tertentu ,contoh “saya tidak tidak suka pedas” maka akan menjadi “sssaaya-tidak-sssuukkha-pedass”.
- 4) Saat berbicara, Deteni narasumber yang berasal dari Irak dan Myanmar, mereka memerhatikan lawan bicaranya saat berbicara;
- 5) Intonasi mereka saat berbicara dengan masyarakat adalah lebih rendah atau menyamai nada. Tapi tidak pernah melebihi;

- 6) Deteni saat berbicara dengan masyarakat, mereka menggunakan bahasa Indonesia. Meskipun sulit bagi mereka, mereka selalu berusaha menggunakan bahasa Indonesia. Maka tidak ada nada-nada tertentu melainkan percakapan yang terputah-putah.
- 7) Penggunaan kalimat kiasan diantara Deteni dengan masyarakat tidak ada. Karena bagi mereka penggunaan bahasa saja sudah sulit. Maka mereka akan langsung saja menyatakan keinginannya atau tidak menyatakan. Contoh, saat M (41 Tahun, Myanmar) ingin ikut ibu Yuldani belanja kebutuhan pokok rumah tangga, ia akan langsung menyatakan “Ibu- kapan- belanja?”, malah saat M sudah terbiasa dengan jadwal belanja ibu Yuldani, M akan langsung datang dan menyatakan “Ayo!”. Seandainya ibu Yuldani tidak belanja, ibu Yuldani pun langsung menyatakan ketidak bisaannya.

b. Komunikasi Non Verbal

Liliweri (2013: 98) menyatakan bahwa, ada beberapa bentuk perilaku non verbal yakni: (1) kinesik; (2) okulesik, dan (3) haptiks; (4) proksemik; dan (5) kronemik.

Perilaku komunikasi non verbal terlihat dalam beberapa bentuk tersebut: kinesik (gestural, facial, postural dan gerakan tubuh), proksemik (jarak), haptik (kontak tubuh) dan okulesik (kontak mata). Perilaku kinesik gestural misalnya ketika M (41 Tahun, Myanmar) menggerakan tangannya ketika menyatakan tidak. Serta gestural dan *facial* sekaligus dilakukan Mhm (32 Tahun, Irak) yang menunduk sembari tersenyum ketika ia tidak mengerti atau tidak bisa menjawab pembicaraan dari masyarakat. Postural ditunjukkan oleh M (41 Tahun, Myanmar) saat duduk ia menyenderkan punggung belakangnya ke sandaran kursi sebagaimana ibu Yuldani memposisikan tubuhnya, hal ini menunjukkan rasa nyaman.

Komunikasi proksemik ditunjukkan oleh M (41 Tahun, Myanmar) dan ibu Yuldani juga MH (54 Tahun, Irak) dengan Syafri ketika mereka berbicara jarak mereka tidak lebih dari 20 sentimeter, ini menunjukkan hubungan keduanya masuk dalam zona intim (berdasarkan *Expectation Violations Theory*) berarti mereka akrab dan rukun. Lalu komunikasi haptik ditunjukkan Syafri kepada MH (54 Tahun, Irak) saat mereka tengah bercengkrama, Syafri menepuk bahu MH, hal ini menunjukkan ekspresi keakraban mereka. Serta komunikasi okulesik dalam hal

ini ditunjukkan oleh semua Deteni narasumber kepada masyarakat narasumber. Mereka terbiasa melakukan kontak mata saat mereka berbicara satu sama lain.

Secara keseluruhan perilaku komunikasi antarbudaya Deteni dengan masyarakat setempat menunjukkan bahwa antara mereka terdapat kecocokan satu dengan yang lain, hal ini ditunjukkan dengan suasana akrab dan rukun di antara mereka.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti telah melakukan penelitian selama kurang lebih empat bulan untuk menjawab bagaimana perilaku komunikasi antarbudaya Deteni dengan masyarakat setempat, yaitu masyarakat lorong RT 02/ RW 07. Peneliti telah mendapatkan data dan analisa dalam penelitian ini yang dapat disimpulkan bahwa perilaku komunikasi mereka terjadi dalam dua cara yaitu verbal dan nonverbal.

Perilaku verbal dilakukan dengan cara penggunaan bahasa Indonesia saat mereka sedang berada dalam percakapan. Meskipun dengan keterbatasan kosa kata dan struktur kalimat yang tidak sempurna, masyarakat dapat memahami maksud dari ucapan Deteni, hal ini ditunjukkan dengan seringnya mereka melakukan percakapan.

Perilaku non verbalnya terlihat dalam beberapa bentuk: kinesik (gestural, *facial*, postural dan gerakan tubuh), proksemik (jarak), haptik (kontak tubuh) dan okulesik (kontak mata).

Kemudian dalam pola komunikasi saat mereka berada dalam suatu percakapan sehari-hari, maka Deteni akan menggunakan intonasi suara yang lebih rendah. Serta Deteni dengan masyarakat cenderung lebih akrab dan lebih lepas berbicara saat berkomunikasi dengan yang sama *gendernya*. Laki-laki dengan laki-laki, serta perempuan dengan perempuan. Hal ini ditunjukkan saat Deteni dengan masyarakat yang laki-laki bercakap-cakap santai jarang sekali, hampir tidak pernah ada Deteni perempuan atau masyarakat perempuan bercampur di dalamnya. Begitupun sebaliknya. Namun, jika dalam acara-acara tertentu yang diselenggarakan bersama, wajar bila ditemukan bahwa mereka bercampur satu sama lain. Hal ini dilihat dari Deteni bangsa Myanmar dan Irak saja dalam rentang usia 36-45, 46-50, dan 51 tahun ke atas yang dalam hal ini frekuensi lebih sering berada

dan kontak sosial dengan masyarakat lebih tinggi. Sementara yang lebih muda, usia remaja lebih menyukai kegiatan produktif seperti olahraga, serta mereka juga diberikan pendidikan tambahan oleh keimigrasian sehingga waktu untuk berkomunikasi dengan sekitar kurang dari pada rentang usia yang telah disebutkan sebelumnya.

Dilihat dari penjabarannya menurut teori dan konsep di pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Deteni dengan masyarakat berada dalam suasana yang akrab, rukun dan baik-baik saja. Berarti apa yang peneliti dapatkan saat pra survey dan membaca melalui apa yang tersebar di media massa, tidak terbukti bahwa masyarakat merasa resah atau cemas akan keberadaan Deteni. Hal tersebut tidak terbukti ada di masyarakat RT 02/ RW 07.

B. Saran

Secara akademis, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik dan mendalam, maka terdapat beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan, yaitu:

1. Kepada akademisi, selain diharapkannya penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, hendaknya dapat melihat dan memiliki ketertarikan dengan tema penelitian ini, karena penelitian ini akan semakin bagus lagi bila ada peneliti lain yang dapat membahas dengan lebih dalam atau menemukan bagian lainnya dari topik ini yang kemudian akan melengkapi studi dengan tema ini kedepannya.
2. Kepada Deteni dengan masyarakat lorong RT 02/ RW 07. Berdasarkan apa yang saya temukan di lapangan, bahwa apa yang sudah Deteni dan masyarakat lakukan dalam berperilaku sudah dalam koridor yang baik, ditunjukkan dengan tidak adanya konflik selama ini. Dengan adanya penelitian ini diharapkan kerukunan tersebut dapat dipertahankan dengan semakin baik lagi. Untuk masyarakat Pekanbaru khususnya, meskipun penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan, namun sebaiknya tidak langsung menerima bulat-bulat apa yang disajikan di media, karena keresahan tersebut tidak terbukti dalam penelitian ini.
3. Kepada pemerintah, diharapkannya melalui sajian penelitian ini dapat semakin tahu kebiasaan dari Deteni dan cara mereka *survive* dengan masyarakat sehingga dapat melakukan tindakan preventif terhadap isu-isu keresahan seperti ini. Karena isu ini dapat memberikan dampak secara tidak langsung kepada citra kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Birowo, Antonius. Editor. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Gitanyali: Yogyakarta
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Kencana: Jakarta
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi*. Widya Padjadjaran: Bandung
- Liliweri, Alo. 2013. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana: Jakarta
- Mulyana, Deddy dan Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Mulyana, Deddy. 2005. *Nuansa-Nuansa Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Ruben, Brent D. (Terjemahan). 2014. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Rajawali Pers: Jakarta
- Sihabudin, Ahmad dan Amiruddin, Suwaib. 2005. *Prasangka Sosial dan Efektivitas Komunikasi Antar kelompok*. Dikti: Jakarta
- Sutrisno, Mudji dan Putranto, Hendar. Editor. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan*. Kanisius: Jogjakarta
- West dan Turner. (Terjemahan). 2008. *Teori-teori Komunikasi Edisi 3*. Salemba: Yogyakarta
- Zakiah, Kiki. 2005. *Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Metode*. Dikti: Jakarta

Internet

- Khusnizar. 2013. Akhirnya Imigran Irak Dikirim ke Rudenim Pekanbaru. www.metrojambi.com. Diakses pada 5 Agustus 2015
- Priananda, Melvinas. 2015. LAM Riau Minta Tertibkan Imigran yang Resahkan Masyarakat. www.tribunpekanbaru.com. Diakses pada 5 Agustus 2015

- Priananda, Melvinas. 2015. Rudenim Pekanbaru Tampung 298 Imigran Pencari Suaka dari Tujuh Negara. www.tribunpekanbaru.com. Diakses pada 5 Agustus 2015
- Ramadhan, Syahrul. 2015. Warga Pekanbaru Resah Imigran Bebas Keluar Masuk Rudenim. www.tribunpekanbaru.com. Diakses pada 5 Agustus 2015
- Redaksi. 2014. Sering ke Masjid, Imigran Syiah di Pekanbaru Mulai Ajarkan Cara Shalat Baru. www.salam-online.com. Diakses pada 5 Agustus 2015
- Sofinar, A. 2015. Pencari Suaka. www.unhcr.or.id. Diakses pada 5 Agustus 2015.

Peraturan Perundang Undangan

Standar Operasional Prosedur Rumah Detensi Imigras

ANALISIS FRAMING PENCITRAAN PARIWISATA INDONESIA PADA MAJALAH PENERBANGAN LINKER

Eka Fitri Qurniawati¹ dan Muhd Ar. Imam Riauan²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

Jl. Kaharuddin Nasution, Marpoyan,

Pekanbaru 28284 Riau, Indonesia

ekafitri_qw@comm.uir.ac.id¹; imamriauan@comm.uir.ac.id²

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan penting dalam menyumbang devisa negara Indonesia. Di tengah isu krisis global tentang sumber daya alam yang kian menurun akibat eksploitasi yang terus menerus dilakukan di negara tersebut. Sebagai negara yang mengandalkan sumber daya alam seperti minyak, batubara, dan emas, Negara Indonesia juga memiliki keindahan alam yang mampu menarik wisatawan baik dalam maupun luar negeri untuk datang menikmati keindahan alam yang ada di Indonesia. Artinya Indonesia memiliki potensi wisata yang besar untuk dimanfaatkan sebagai sumber devisa negara.

Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Pariwisata dan Budaya Republik Indonesia yang menunjukkan posisi Pariwisata sebagai penyumbang devisa terbesar kelima pada tahun 2011 dan 2012 di bawah minyak dan gas bumi, batu bara, minyak kelapa sawit, karet olahan. Selanjutnya, sektor pariwisata 2013 hingga tahun 2015 naik menjadi peringkat keempat devisa negara terbesar dan menyisihkan sektor karet olahan. Pada tahun 2013 hingga tahun 2015 devisa negara dari sektor pariwisata mengalami peningkatan dan data terakhir pada tahun 2015 menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang sebesar 12.225,89 Juta USD. Tren peningkatan semakin memperkuat sektor pariwisata yang harus diperhatikan sebagai sektor yang mampu memperkuat devisa negara Indonesia.

Berikut data peningkatan devisa negara sektor pariwisata berdasarkan data statistik data Kementerian Pariwisata dan Budaya:

Tabel 1 Devisa Pariwisata tahun 2011-2015

Tahun	Nilai (Juta USD)	Rangking Devisa
2011	8.554,39	5
2012	9.120,85	5
2013	10.054,15	4
2014	11,116.1	4
2015	12,225.89	4

Sumber: Data Olahan dari Kemenpar.go.id

Data tersebut menunjukkan bahwa pada pada 2011 hingga tahun 2015 terjadi peningkatan devisa negara yang bersumber dari sektor pariwisata adalah sebesar 8.554,39 Juta USD kemudian mengalami peningkatan menjadi 9.120,85 Juta USD. Peningkatan devisa negara mengalami peningkatan yang konsisten hingga pada akhirnya data tahun 2015 devisa negara dari sektor pendidikan meningkat hingga mencapai angka 12.225,89 Juta USD. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata mampu menjadi andalan devisa negara hingga tahun 2015.

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia mampu bekerja untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia. Pemerintah Indonesia berperan aktif dalam Untuk meningkatkan jumlah wisatawan sebagai salah satu andalan bagi devisa negara. Pemerintah melalui Kementrian Pariwisata Indonesia bersama-sama dinas pariwisata di masing-masing Provinsi harus mampu menciptakan keyakinan, gambaran, dan kesan yang positif terhadap pariwisata di Indonsia. Karena dengan kesan yang positif tersebut, pemerintah akan menarik minat dan perhatian wisatawan untuk datang ke Negara Indonesia dan meningkatkan devisa negara melalui sektor pariwisata.

Untuk menciptakan kesan yang positif, maka pencitraan dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah menggunakan media massa. Media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak secara masif. Media mampu menembus batas ruang dan waktu. Kapan saja dan dimana saja, masyarakat dapat mengakses informasi dengan baik. Salah satu media yang digunakan dalam pencitraan dan promosi wisata di Indonesia adalah majalah internal dalam pesawat. Majalah ini merupakan majalah yang didistribusikan di dalam pesawat terbang. Majalah penerbangan memiliki peran yang penting dalam mengisi ruang informasi masyarakat di dalam sebuah penerbangan. Ketika media digital tidak boleh diakses,

maka media alternatif untuk memenuhi kebutuhan informasi adalah media penerbangan.

Majalah dalam pesawat yang diteliti dalam penelitian ini adalah Majalah “Linker” Inflight Magazine. Majalah “Linker” merupakan majalah internal pesawat Citylink yang dapat diakses dalam penerbangan Citylink yang tersebar di seluruh penerbangan Citilink dengan total pembaca hingga 1 juta orang per bulan.¹ Majalah ini mendapatkan penghargaan “Gold Winner” sebagai The Best of Private Company Magazine (InMA) 2016 pada The 5th SPS Indonesia Inhouse Magazine Awards (InMA) 2016. Tidak ada pilihan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat di dalam penerbangan. Hal ini disebabkan karena media elektronik tidak boleh digunakan karena alasan keselamatan penerbangan. Hal tersebut menjadikan media penerbangan sebagai satu-satunya media yang dapat diakses untuk mendapatkan informasi. Pemerintah dalam hal ini mengambil kesempatan untuk melakukan publikasi di majalah penerbangan. Beberapa daerah di Indonesia melakukan pencitraan melalui majalah ini untuk menyampaikan informasi pariwisata di daerah mereka masing-masing.

Hal tersebut menarik bagi peneliti untuk melihat bagaimana citra pariwisata Indonesia dalam bingkai Majalah Linker selama tahun 2016. Melalui konstruksi media, kita dapat menemukan realitas. Realitas yang digambarkan dalam media massa dapat menggambarkan citra pariwisata yang di bangun oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Dinas Pariwisata di masing-masing Provinsi yang ada di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul: “Analisis Framing Citra Pariwisata Indonesia Pada Majalah Penerbangan Linker”.

KAJIAN LITERATUR

Humas/Public Relations

Menurut *The Institute of Public Relations* di Inggris (Colin dan Thomas 1989 : 2) “Humas/*public relations* merupakan usaha yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan, dan dilakukan terus-menerus untuk mendapatkan dan menjalin saling pengertian antara satu organisasi dan publiknya”.

¹ <https://www.citilink.co.id/linkers-magazine>. (diakses pada 02 Maret 2017)

Saling pengertian membutuhkan apresiasi akan kekuatan dan kelemahan, kesempatan, tujuan, dan persoalan-persoalan yang dihadapi suatu organisasi, dan juga memerlukan keterbukaan terhadap kebutuhan-kebutuhan kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap organisasi. Komunikasi hubungan masyarakat adalah proses dua arah, tidak saja membutuhkan pendengaran dan pandangan mata tetapi juga mulut untuk berbicara. Upaya yang dilakukan terus menerus dan dilakukan dalam kurun waktu tertentu.

Dalam teori, banyak pendapat yang menyatakan bagaimana fungsi manajemen Humas/*Public relations* akan tetapi peneliti mengambil salah satu pendapat yaitu Menurut Cutlip, Center, dan Canfield (Rosady, 2006 : 19), fungsi *public relations* adalah sebagai berikut :

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama
- b. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan /organisasi yang diwakilinya.
- d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan mamfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan /organisasi ke publik atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif dari kedua belah pihak.

Citra

Citra diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahunnya tentang suatu obyek. (Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2007:114). Citra menurut Philip Kotler (2000:553) dalam (Ruslan, 2008: 80), yaitu "*Image is the set of beliefs, ideas and impressions a person holds regarding an object. People's attitude and actions toward an object are highly conditioned by that object's image.*" Secara garis besar bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu, Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya.

Pariwisata

Pariwisata juga merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berkaitan dengan bidang tersebut (Pendit, 2006 : 16). Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri) meliputi pendiaman dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau suatu benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia bertempat tinggal. (Yoeti, 1995 : 107)

Beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- a. Wisata Budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata Kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata Olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
- d. Wisata Komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata Industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata Maritim atau Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan olahraga air, seperti danau pantai atau laut.

- g. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata Bulan Madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan. (Pendit, 1999 : 41)

Framing

Media memiliki peran untuk mengkonstruksi realitas karena media berupaya menggambarkan peristiwa yang terjadi untuk disampaikan kepada masyarakat. Setiap sesuatu yang ditampilkan oleh media merupakan produk dari konstruksi realitas. Dalam penelitian ini realitas yang dikonstruksi oleh media adalah citra pariwisata Indonesia. Dengan demikian objek yang dikonstruksi dalam media massa adalah berbagai hal yang berkaitan dengan kondisi nyata tentang dunia pariwisata di Indonesia. Konstruksi media terkadang berbeda dengan konstruksi realitas yang ada pada dunia nyata. Pada kenyataannya media melakukan *framing* terhadap terhadap citra pariwisata Indonesia. Untuk itu, dibutuhkan analisis yang tepat untuk mengetahui citra pariwisata Indonesia dengan menggunakan analisis *Framing*.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut. (Eriyanto, 2011: 79)

Menurut Norris dalam Fauzi (2007: 23-25), framing dapat diklasifikasikan dalam dua level, yaitu level tematik dan episodik. Pada level episodik diproyeksikan untuk mencari perbedaan kecenderungan framing wacana berita dalam priode waktu tertentu dengan priode waktu yang lain, dan pada level tematik merujuk pada analisis framing makro struktural dan mikrostruktural. Pada makro struktural menempatkan presentasi berita dalam konteks bahasan spesifik sehingga lebih memungkinkan untuk memengaruhi interpretasi khalayak, dan pada level mikrostruktural memfokuskan presentasi berita pada angel tertentu dari suatu realitas.

Analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman (dalam Eriyanto, 2011:220), mendefenisikan *framing* sebagai suatu pendekatan untuk mengetahui bagaimana proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dipandang sebagai penempatan informasi masi tertentu yang dipandang penting dan mendapatkan alokasi yang lebih besar dari pada isu yang lain. Menurut Entman (dalam Eriyanto, 2011:221), ada dua aspek dari *framing* yang sangat penting yakni, seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian analisis isi kualitatif, penelitian ini menggunakan perangkat analisis berdasarkan model analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman melalui pendekatan konstruksionis, yang terdiri dari Pendefenisian Masalah (*Define problems*), Identifikasi Penyebab Masalah (*Causalinterpretation*), Membuat Pilihan/ Keputusan Moral (*Make Moral judgement*), Menekankan Penyelesaian (*Treatment recommendation*).

Media yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Majalah “Linker” Inflight Magazine yang terbit selama Tahun 2016. Pada Penelitian ini peneliti menganalisis 7 Artikel. 4 Artikel yang merupakan *advetorial* dan 3 artikel lain merupakan laporan tim redaksi majalan “Linker”. Artikel tersebut terbit di Tahun 2016 yaitu pada Bulan Juni (1 Artikel), Bulan Oktober (1 Artikel), dan Bulan Desember (5 Artikel).

HASIL ANALISIS

Framing Pencitraan Pariwisata Indonesia. Majalah Linker memberikan informasi pariwisata dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Beberapa artikel tersebut merupakan artikel yang merupakan *advetorial* dari beberapa daerah di Indonesia yang mengekspos potensi pariwisata mereka masing-masing. Dalam penelitian ini, peneliti memilih 7 artikel yang terdiri dari 4 *advetorial* dan 3 artikel yang merupakan laporan tim redaksi Linker tentang Indonesia. Sebanyak 7 artikel dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Berikut Judul dan Isi Artikel terkait pariwisata Indonesia:

Tabel 1. Daftar Artikel Pencitraan Pariwisata Indonesia di Majalah Penerbangan Linker

No	Judul	Isi Berita/Wawancara	Sumber Berita
1	Samosir Negeri Indah Kepingan Surga Danau Toba-Sumatera Utara	Objek wisata yang terdapat di Kabupaten Samosir yang disebut dengan “kepingan surga” yang banyak menyuguhkan keindahan.	Dinas Pariwisata, Seni, dan Budaya Kabupaten Samosir
2	Lombok, Destinasi Halal	Rencana pengembangan pariwisata Nusa Tenggara Barat	Kepala Disbudpar Provinsi Nusa Tenggara Barat
3	Pariwisata Riau Meyapa Dunia	Tekad Provinsi Riau mendukung Kementerian Pariwisata untuk memenuhi target 12 Juta wisatawan mancanegara	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Provinsi Riau, Arif Yahya Menteri Pariwisata RI, Arsyad Juliandi Rachman (Gubernur Provinsi Riau)
4	Indonesia, Tanah Air Kita	Potensi Pariwisata Indonesia secara keseluruhan	Indroyono Soesilo (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman RI), dan laporan tim redaksi Majalah Linker
5	Danau Biru, Debur Ombak, Hamparan Pasir Putih, Gugusan Batu Granit, Eksotika Pariwisata Bangka Belitung	Objek Pariwisata di Kabupaten Bangka Selatan	Trisa Mutila/Jumadil Akhir (Humas Bangka Selatan)
6	Rasa Indonesia di Dunia	Masakan Indonesia di mata bangsa dan masyarakat dunia	Laporan tim redaksi Majalah Linker
7	Ritual Sakral di Indonesia	Ragam upacara tradisional yang merupakan bagian dari warisan agama Nusantara	Andy Allorante (Fotografer Toraja) dan laporan tim redaksi Majalah Linker

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi sorotan dalam majalah Linker, konten majalah Linker di dominasi oleh informasi potensi yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengeksplorasi Negara Indonesia. Berikut hasil analisis framing pencitraan pariwisata Indonesia di majalah Linker Citilink Inflight Magazine Tahun 2016:

Pendefenisian Masalah (*Define Problem*). Masalah yang diframing dalam artikel majalah Linker baik dari *advetorial* pemerintah daerah, maupun laporan dari redaksi Linker menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata. Indonesia adalah Tanah Air kita yang memiliki kekayaan dan keindahan yang perlu kita ketahui dan dipahami sebagai potensi sumber daya yang harus kita lestarikan untuk menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri.

Kekayaan dan keindahan yang dimiliki Indonesia terdiri dari kepulauan yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia, Gunung Berapi, Kekayaan alam, kuliner yang kaya akan rempah-rempah, serta kekayaan budaya yang masih dilestarikan di Indonesia. Pariwisata Indonesia sangat menarik untuk dieksplorasi lebih maksimal lagi agar dapat memaksimalkan devisa negara dengan menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang ke Negara Indonesia.

Indonesia memiliki begitu banyak adat dan kebudayaan, juga mempunyai beragam upacara tradisional yang menarik yang lahir dari Agama Nusantara sebelum agama-agama lain masuk ke Indonesia. Selain itu Indonesia memiliki makanan khas yang memiliki tempat khusus bagi bangsa Indonesia dan masyarakat dunia yang kaya dengan bumbu berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa dan gula aren.

Beberapa daerah di Indonesia juga menambah kekayaan dan keindahan objek Pariwisata seperti di Kabupaten Bangka Selatan, Kabupaten Samosir, Nusa Tenggara Barat dengan halal destinasi, dan Provinsi Riau dengan program Riau Menyapa Dunia. Pemerintah Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki rencana pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kualitas destinasi pariwisata terutama masalah kebersihan destinasi pariwisata. Selain itu NTB juga mengunggulkan Lombok sebagai “Halal Destinasi” sebagai branding dari destinasi wisatanya. Sedangkan Pemerintah Provinsi Riau bertekad mendukung Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk memenuhi target kedatangan 12 Juta wisatawan mancanegara yang ditetapkan pemerintah.

Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah (*Diagnose Causes*). Beberapa masalah pariwisata yang dikonstruksi oleh majalah Linker bersumber dari beberapa faktor-faktor yang menggambarkan bagaimana citra pariwisata Indonesia. Banyak hal asing tentang Indonesia yang tidak

pernah kita dengar dan tidak kita pahami yang perlu diceritakan dan disebarkan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat dunia. Diantaranya: Indonesia merupakan Negara Kepulauan terbesar di dunia; Indonesia merupakan negara dengan jumlah gunung api terbanyak di dunia yang merupakan bagian dari Cincin Api Pasifik; Indonesia memiliki kekayaan Indonesia akan budaya, bahasa daerah, rasa, suku bangsa, agama dan kepercayaan; Hutan, Indonesia masuk kedalam 10 besar negara dengan hutan terluas sekitar 884.950 km persegi.

Berkaitan dengan masalah adat dan kebudayaan, sumber masalah yang menjadi sorotan adalah Masih banyak daerah di Indonesia tetap melaksanakan upacara ritual kepercayaannya dan beberapa di antaranya tergerus dengan pandangan teologi agama modern yang akhirnya meninggalkan tradisi turun-menurun dari nenek moyang. Di sisi lain pemerintah masing-masing daerah mulai fokus dalam meningkatkan kualitas dan fasilitas destinasi pariwisata. Beberapa destinasi pariwisata belum memiliki fasilitas kebersihan dan tenaga kebersihan yang memadai. Di tambah lagi dengan target wisatawan mancanegara yang ditetapkan oleh pemerintah sebanyak 12 juta wisatawan.

Membuat Pilihan/Keputusan Moral (*Make Moral Judgement*), Menjaga kualitas pariwisata harus dilakukan bersama dan didukung oleh banyak pihak seperti pemerintah pusat, pemerintah kabupaten, pemilik usaha, dan yang pastinya kesadaran dan bantuan masyarakat. Seluruh pihak harus saling bekerjasama untuk mendukung target pariwisata Nasional. Bangsa Indonesia harus belajar mencintai Indonesia secara keseluruhan. Warga negara Indonesia sudah harus bangga menjadi orang Indonesia yang hidup dalam tatanan Bhinneka Tunggal Ika yang patut dijaga kelestariannya.

Adat dan budaya merupakan identitas bangsa, suatu identitas yang sudah melewati masa ribuan tahun dari generasi ke generasi. Adat dan Budaya dalam bentuk upacara sakral tidak ada salahnya untuk memahami dan melestarikannya. Upacara-upacara diselenggarakan untuk anak cucu agar paham tentang nilai rasa hormat, cinta akan lingkungan, selalu berterima kasih dan yang paling penting adalah selalu menjaga keharmonisan alam semesta Indonesia.

Menekankan Penyelesaian Kita harus menjaga Indonesia agar semua elemen yang menjadikan Indonesia sebagai surga dunia yang kita banggakan tidak lenyap. Dibutuhkan banyak usaha agar kita dapat memahami kekayaan

dan keindahannya dengan melakukan eksplorasi terhadap elemen-elemen surga dunia di Indonesia. Adat dan Budaya perlu dipahami dan dilestarikan, mayoritas dari bangsa Indonesia sudah beragama, tidak ada salahnya kita mengambil kebijakan masa lampau dari ritual-ritual ini. Mengambil sisi positifnya karena semua ritual ini telah melewati kebijakan waktu. Menghormati keharmonisan bangsa yang sejak dulu sudah ditanamkan oleh nenek moyang kita.

Indonesia yang demikian kaya ini memang surga bagi mereka yang menggemari dunia kuliner. Sudah sepantasnya kita bangga dengan makanan tradisional dan produk lokal di masing-masing tempat kita berada. Apa yang kita makan dan olah tentunya harus sesuai dengan cuaca dan perut kita masing-masing. Dalam meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, pemerintah harus Menyiapkan paket pembenahan destinasi pada penyediaan sarana dasar seperti toilet dan mushola, sarana ekonomi yang dapat diakses oleh penduduk sekitar destinasi. Menyiapkan shelter antar destinasi, penguatan kelompok cagar wisata untuk aksi bersih. Selain itu pemerintah harus Serius mengembangkan dan mengelola infrastruktur dan promosi pariwisata.

Tabel 2. Framing Majalah Linker tentang Citra Pariwisata Indonesia

<i>Define Problem</i> (Pendefinisian masalah)	Indonesia memiliki Kekayaan dan keindahan alam dan budaya yang perlu diketahui dan dipahami.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	1. Banyak hal asing tentang Indonesia yang tidak pernah kita dengar dan tidak kita pahami yang perlu diceritakan dan disebarkan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat dunia. 2. Masih banyak daerah di Indonesia tetap melaksanakan upacara ritual kepercayaannya dan beberapa di antaranya tergerus dengan pandangan teologi agama modern yang akhirnya meninggalkan tradisi turun-menurun dari nenek moyang.
<i>Make Moral judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	1. Bangsa Indonesia harus belajar mencintai Indonesia secara keseluruhan. 2. Adat dan budaya merupakan identitas bangsa, suatu identitas yang sudah melewati masa ribuan tahun dari generasi ke generasi. Adat dan Budaya tidak ada salahnya untuk dipahami dan dilestarikan. 3. Menjaga kualitas pariwisata harus dilakukan bersama dan didukung oleh banyak pihak seperti pemerintah pusat, pemerintah kabupaten, pemilik usaha, dan yang pastinya kesadaran dan bantuan masyarakat.

<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	1. Bangsa Indonesia harus menjaga agar semua elemen yang menjadikan Indonesia sebagai surga dunia yang kita banggakan tidak lenyap. 2. Dibutuhkan banyak usaha agar kita dapat memahami kekayaan dan keindahannya dengan melakukan eksplorasi terhadap elemen-elemen surga dunia di Indonesia. 3. Hampir mayoritas dari bangsa Indonesia sudah beragama, tidak ada salahnya kita mengambil kebijakan masa lampau dari ritual-ritual sakral. Mengambil sisi positifnya karena semua ritual ini telah melewati kebijakan waktu. 4. Menyiapkan paket pembenahan destinasi pada penyediaan sarana dasar seperti toilet dan mushola, sarana ekonomi yang dapat diakses oleh penduduk sekitar destinasi. Menyiapkan shelter antar destinasi Penguatan kelompok cagar wisata untuk aksi bersih. 5. Serius mengembangkan dan mengelola infrastruktur dan promosi Pariwisata.
--	--

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan citra pariwisata Indonesia yang diframing dalam majalah Linker bahwa Indonesia memiliki kekayaan dan keindahan pariwisata yang sangat besar. Mulai dari kekayaan alam hingga kekayaan budaya yang merupakan warisan dari agama nenek moyang. Masih banyak kekayaan dan keindahan yang belum kita ketahui untuk dieksplorasi dan dikenalkan kepada bangsa Indonesia dan masyarakat internasional. Masih banyak hal asing yang belum kita ketahui tentang Indonesia. Hal ini disebabkan kekayaan dan keindahan pariwisata Indonesia yang sangat banyak, mulai dari keindahan alam, kebudayaan, dan makanan khas Indonesia. Sebagian kebudayaan daerah dalam ritual adat mereka telah lama ditinggalkan karena bertentangan dengan ajaran agama yang diyakini. Untuk tetap menjaga kelestarian kekayaan dan keindahan pariwisata Indonesia dibutuhkan sinergi dari pihak pemerintah pusat, pemerintah daerah, pihak swasta dan tentunya kesadaran masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Coulson, Colin dan Thomas.1989.*Ilmu Hubungan Masyarakat.Terj Muchlis Alimin*.PT.Intermasa : Jakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media)*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Fauzi, Arifatul Choiri. 2007. *Kabar-kabar kekerasan dari bali*. Lkis: Jogja.
- Junaedi, Fajar. *Komunikasi massa : Pengantar teoritis*.2007. Yogyakarta : Santusta
- Pendit. S, Nyoman. (1999).*Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- 2006 *Konsep dan Aplikasi Manajemen Public Relations Edisi Revisi*.PT.Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Yoeti, Oka. A. (1995). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Angkasa.
- <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/devisa2011-2015.pdf> diakses pada tgl 21 Februari 2017
- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1097>
- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1096>

FESTIVAL TABUT BENGKULU SEBAGAI WISATA BUDAYA

Rasianna Br. Saragih

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi – FISIP - Universitas Bengkulu

Email: saragihraasi@gmail.com CP: 081367614711

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu alternatif sumber pendapatan bagi daerah maupun negara. Provinsi Bengkulu memiliki potensi wisata yang banyak yang jika dikembangkan akan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bengkulu. Pengelolaan potensi wisata ini perlu dilakukan secara serius dalam rangka mensukseskan program Visit Bengkulu 2020. Potensi wisata yang terdapat di Bengkulu sangat beragam, diantaranya wisata pantai, dimana Bengkulu memiliki pantai yang indah dan panjang yang biasa disebut **Pantai Panjang**, dan dikenal juga sebagai pantai terpanjang kedua di dunia. Selain itu, terdapat pula wisata sejarah seperti Rumah Bung Karno, Rumah Fatmawati, Kampung Cina, Thomas Parr, Benteng Malborough, makam Sentot Ali Basa, dan lain sebagainya.

Bengkulu juga memiliki tradisi turun temurun yang setiap tahunnya diselenggarakan yakni Perayaan Tabut atau saat ini lebih dikenal dengan Festival Tabut. Festival Tabut ini diselenggarakan selama sepuluh hari berturut turut di bulan Muharram, yakni dari tanggal 1 hingga 10 Muharram setiap tahunnya. (dalam Syiafril, 2012). Festival Tabut ini awalnya hanya berupa ritual khusus yang dilakukan oleh Keluarga Kerukunan Tabut (KKT), yang mana KKT ini merupakan keluarga yang menjadi penerus Imam Senggolo.

Seiring perkembangan zaman, perayaan Tabut tidak lagi sebatas perayaan rutin saja, pemerintah melihat adanya potensi Tabut dalam meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Bengkulu. Menyadari akan hal ini, pemerintah menjadikan Ritual Tabut sebagai

bagian dari budaya Bengkulu yang dikemas dalam Festival Tabut. Selain memiliki nilai sejarah dan budaya, perayaan Tabut mengandung nilai ekonomis sehingga dipandang mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu.

Dari hasil observasi penulis, setiap tahun dalam penyelenggaraan perayaan Tabut, Bengkulu dibanjiri pelancong atau wisatawan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan wisatawan asing juga datang ke Bengkulu untuk menyaksikan perayaan Tabut. Dari hasil pengamatan tersebut, penulis menilai bahwa perayaan Tabut atau Festival Tabut berpotensi besar untuk mendatangkan wisatawan untuk berkunjung ke Bengkulu yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Daerah. Tabut merupakan asset budaya Bengkulu yang penting untuk dikembangkan secara serius, karena Tabut memiliki keunikan dan kesakralannya sehingga perlu dilestarikan. Tabut, dengan demikian memiliki potensi sebagai aset wisata yang perlu dilestarikan dan dimanfaatkan secara kepariwisataan, dikelola sedemikian rupa sehingga menjadi obyek wisata budaya andalan Bengkulu dengan tetap memperhatikan nilai – nilai sakral perayaan ritual Tabot Bengkulu. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui potensi apa saja yang terdapat dalam Festival Tabut sehingga menjadi salah satu destinasi wisata budaya yang ada di Bengkulu.

KAJIAN TEORITIS

Tabut dan Festival Tabut

Tabot merupakan tradisi yang ada di Bengkulu, perayaannya diselenggarakan setiap tahun. Kata Tabot berasal dari kata At-Tabut (bahasa Arab), yang artinya “Kotak Kayu” atau “Peti”. Perayaan ritual Tabut bertujuan untuk mengenang kisah kepahlawanan dan kematian cucu Nabi Muhammad S.A.W, Saidina Hassan bin Ali dan Saidina Hussain bin Ali dalam peperangan dengan pasukan Ubaidillah bin Zaid di padang Karbala, Iraq pada tanggal 10 Muharam 61 Hijrah bersamaan dengan (681 Masehi). (Syiafril, 2012: xxi)

Pada awalnya, inti dari perayaan Tabut adalah untuk mengenang usaha pemimpin Syi'ah dan kaumnya mengumpulkan potongan tubuh Hussain, mengarak dan memakamnya di Padang Karbala. Perayaan Tabut di Bengkulu, dilakukan oleh para keturunan Sipai. Sipai adalah bahasa India Manggala yang artinya kembali ketempat asal. Keturunan Sipai adalah

keturunan dari percampuran etnis Muslim Syi'ah India Manggala dengan Bengkulu. Keturunan dari pernikahan campuran ini disebut keturunan Sipai, dan mereka inilah yang bertugas untuk menyelenggarakan ritual Tabut secara turun temurun di Bengkulu.

Terdapat dua (2) kelompok besar pemilik Tabut, yakni **Tabut Berkas (Tabut Imam)** yang melingkupi wilayah Pasar Baru, Kampung Kepiri, dan Malabero, sedangkan Tabut **Pondok Besi (Tabut Bangsal)**, mendiami wilayah Kebun Ros, Tengah Padang, dan Kampung Bali. (Setiawan, 2015: 48)

Sejak keturunan Keluarga Sipai melepaskan diri dari pengaruh Syi'ah, penyelenggaraan ritual Tabut hanya sekedar meneruskan kewajiban keluarga untuk memenuhi wasiat turun temurun oleh para leluhur keluarga Sipai. Selain itu, juga bermaksud untuk melestarikan adat istiadat. Saat ini, perayaan Tabut tidak hanya sekedar menjalankan tradisi dan adat istiadat saja, namun juga dimanfaatkan secara ekonomi sebagai sumber pendapatan daerah maupun sumber pendapatan masyarakat, sehingga namanya diubah menjadi Festival Tabut.

Festival Tabut Bengkulu merupakan salah satu *event* pariwisata yang diselenggarakan setiap tahun, dari tanggal 01 – 10 Muharram penanggalan Islam. Festival ini merupakan kegiatan **non ritual Tabut** yang difasilitasi oleh pemerintah Provinsi Bengkulu untuk menyemarakkan perayaan Tabut. Selama 10 hari penyelenggaraan perayaan Festival Tabut, dimeriahkan dengan bermacam lomba dan atraksi seni seperti lomba musik Dol, lomba Tari Kreasi Tabut, Pagelaran Seni Budaya kabupaten dan kota, Festival Tari Tradisi tingkat Kabupaten dan Kota, Festival Sarafal Anam, lomba Telong-Telong, lomba Ikan-Ikan, Atraksi Seni Bela Diri Takar Harimau. Selain lomba-lomba tersebut, ada juga pemilihan putri Tabot, kegiatan pameran, juga Bazaar. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan perayaan Tabut ini menjadi sarana hiburan bagi masyarakat ataupun para wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu.

Pariwisata dan Wisata Budaya

Salah satu sektor pembangunan yang sedang digalakkan saat ini adalah sektor pariwisata dalam rangka mensukseskan program kunjungan wisata 2020 yang dikemas dalam Wonderful Bengkulu 2020.

Menurut A.J. Burkart dan S. Medik (1987), Pariwisata adalah “perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke

tujuan- tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu”.

Sedangkan menurut Prof. Salah Wahab dalam Yoeti (1994:116), Pariwisata dalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa kegiatan pariwisata melibatkan aktivitas individu yang dilakukan secara sadar untuk mengunjungi suatu daerah atau negara dalam jangka waktu tertentu untuk tujuan tertentu. Obyek pariwisata dan segala atraksi yang diperlihatkan merupakan daya tarik utama, mengapa seseorang datang berkunjung pada suatu tempat, oleh karena itu keaslian dari obyek dan atraksi yang disuguhkan haruslah dipertahankan sehingga wisatawan hanya ditempat tersebut dapat melihat dan menyaksikan obyek tersebut. (Yoeti, 2007 : 58).

Menurut Yoety (1985:164), bahwa suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

- a. *Something to see*, yakni obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- b. *Something to do*, yakni agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, *relax* berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
- c. *Something to buy*, adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Dari definisi ini dapat diketahui bahwa Perayaan Festival Tabut Bengkulu memenuhi kriteria sebagai objek wisata. Disebut demikian karena perayaan Festival Tabut merupakan suatu tradisi yang diselenggarakan

secara rutin setiap tahunnya. Penyelenggara dari perayaan Festival Tabut ini terdiri dari orang-orang yang merupakan keturunan dari Imam Senggolo. Objek wisata budaya Tabut ini penting untuk dilestarikan mengingat ritual ini sudah menjadi ikon masyarakat Bengkulu. Pelestarian ini bertujuan untuk menjaga dan mempertahankan tradisi maupun adat kebiasaan dari masyarakat Bengkulu khususnya Keluarga Kerukunan Tabut Bengkulu. Pada sisi lain, perayaan Festival Tabut memiliki daya tarik tersendiri yang dapat mendatangkan keuntungan bersifat ekonomis.

Suatu objek wisata juga harus tersedia fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung. Seperti yang dikatakan oleh Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata (1985:181), mengatakan : “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”.

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa Bengkulu yang menyelenggarakan Festival Tabut sudah memenuhi kriteria sebagai objek wisata dan Festival Tabut itu sendiri sudah menjadi ciri khas masyarakat Bengkulu untuk mempertahankan dan melestarikan adat istiadat dan menjadi objek wisata Budaya.

METODE

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode deskriptif yakni mencoba untuk menggambarkan sebuah fenomena dalam hal ini tentang perayaan Festival Tabut Bengkulu. Data-data diperoleh melalui penelusuran literatur dalam bentuk jurnal maupun buku-buku. Selain itu, data juga diperoleh melalui pengamatan yakni hasil pengamatan penulis pada saat penyelenggaraan festival Tabut. Teknik analisis data yang digunakan dalam adalah analisis data kualitatif dimana terdapat tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data disajikan dalam bentuk narasi secara sistematis untuk mempermudah pemahaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelusuran literatur dan hasil pengamatan penulis, terdapat dua aspek Perayaan Tabut, yakni :

1. Aspek Ritual Perayaan Tabut/ aspek Sakral

Seperti yang sudah dipaparkan pada bagian pendahuluan, bahwa perayaan Tabut adalah upacara tradisional masyarakat Bengkulu untuk mengenang kisah kepahlawanan dan kematian cucu Nabi Muhammad SAW, Hussain bin Ali bin Abi Thalib dalam peperangan dengan pasukan Ubaidillah bin Zaid di padang Karbala, Irak pada tanggal 10 Muharam 61 Hijriah atau pada tahun 681 M.

Penyelenggaraan perayaan Tabut Bengkulu dilakukan oleh para keturunan Sipai yang tergabung dalam Keluarga Kerukunan Tabut (KKT). Ikatan KKT ini mulai dibentuk di Bengkulu pada tanggal 1 November 1993, yang pada waktu itu bernama Keluarga Kerukunan Tabut, yang kemudian dibuat akta notaris pembentukan ikatan ini pada tanggal 10 September 2002. Nama Keluarga Kerukunan Tabut berganti secara resmi pada tanggal 3 Maret 2014 menjadi Keluarga Kerukunan Tabut Bencoolen Provinsi Bengkulu (KKTTabut-Bencoolen), yang disesuaikan dengan undang-undang RI nomor 17 tahun 2013, tentang organisasi kemasyarakatan. (Setiawan, 2015:50).

Adapun visi dari organisasi KKTTabut-Bencoolen ini adalah: “Warisan budaya tabut sebagai hiburan anak negeri Bengkulu semakin lestari dan menjadi semakin menarik, menjadi pilar kebhinekaan dan penggerak kehidupan ekonomi”.

Sementara misinya sebagai berikut:

1. Melestarikan tradisi Tabut Bencoolen sepanjang masa
2. Menghidupkan tradisi yang terlupakan/tercecer atau diabaikan dan mengembangkan kreasi kegiatan yang dapat mendukung peningkatan daya tarik wisata.

Adapun aspek Ritual/sakral perayaan Tabut merupakan pelaksanaan rangkaian tahapan atau prosesi tabut. Aspek ritual ini dilaksanakan oleh keluarga Kerukunan Tabut dan bernilai sakral. Berikut rangkaian pelaksanaan ritual Tabut:

a. Upacara Mengambil Tanah

Sebelum Upacara Pengambilan Tanah, ritual diawali dengan pembacaan do'a selamat yang ditujukan kepada Allah SWT, dilakukan di rumah salah satu keluarga Tabut. Upacara pembacaan do'a selamat dimulai pada pukul 16.00 Wib untuk menyambut datangnya bulan Muharram.

Tujuan dari ritual ini adalah memohon keselamatan dan kelancaran dalam melaksanakan ritual Tabut.

Selanjutnya, pada pukul 22.00 Wib, sebelum tanggal 1 Muharram, dilakukan upacara Mengambik Tanah atau pengambilan tanah. Lokasi pengambilan tanah dilakukan di dua tempat yakni di **Pantai Nala untuk Tabut Imam** dan **Tapak Paderi untuk Tabut Bangsal**. Kedua lokasi ini dipandang suci serta mengandung nilai magis bagi KKT.

Beberapa perlengkapan/sesajian yang dibawa diantaranya bubur dua warna (merah dan putih), gula aren, sirih, rokok nipah, kopi pahit, air serbat, dadih (susu sapi murni), air cendana, air selasih, dan kain putih. Selain itu ada juga pelita/obor, dan periuk tanah/tempurung kelapa. Sofyan (dalam Nopikasari, 2009: 48).

b. Upacara Duduk Penja

Penja adalah benda yang terbuat dari kuningan/perak/tembaga yang berbentuk telapak tangan manusia lengkap dengan jari-jarinya. Upacara ini dilakukan pada tanggal 4 Muharram bertempat di halaman Gerga Tabut Imam dan Gerga Tabut Bangsal, dengan arak arakan bakul yang berisi emping, batang tebu hitam, batang pisang emas, dll. Penja merupakan benda keramat yang mengandung unsur magis, sehingga harus dirawat secara khusus dan dicuci setiap tahunnya menggunakan air limau. Upacara duduk penja adalah upacara untuk mencuci penja yang dilakukan pada tanggal 4 Muharram.

c. Upacara Menjara

Upacara menjara dilaksanakan dua malam berturut-turut yakni pada tanggal 5 dan 6 Muharram. Adapun maksud dari upacara menjara ini adalah seperti yang disampaikan oleh Safuan Dahlan

“Menjara adalah perjalanan panjang di malam hari dengan arak-arakan Tassa, Doll, Bendera dan Panji-panji kebesaran yang diibaratkan ketika terjadi perang Karbala, yang dimaksudkan sebagai ajang silaturahmi dan konsolidasi” (dalam Nopikasari, 2009: 54).

Upacara menjara diawali oleh Tabut Bangsal yang terdiri dari 8 tabut mengunjungi kelompok Tabut Imam, dan pada hari berikutnya kelompok Tabut Imam yang mengunjungi Tabut Bangsal, dengan membawa serta Tassa, Dol, Penja dan Obor. Acara Menjara biasanya dilakukan selepas

Sholat Isya bertempat di lapangan terbuka. Inti dari upacara Menjara adalah Beruji Dol.

d. Upacara Arak Jari Jari/Penja

Upacara Arak Jari-jari atau Arak Penja dilakukan pada malam ke 7 Muharram selepas Sholat Isya hingga tengah malam. Upacara ini diawali dengan pembacaan do'a selamat di Gerga masing masing kelompok Tabut yang dipimpin oleh seorang dukun Tabut atau orang yang dituakan. Beberapa perlengkapan yang disiapkan dalam upacara ini diantaranya nasi kebuli, kopi pahit, air serbat, telur dadar, serta lauk pauk 7 macam. Menurut Bayu Rifwanda (dalam Nopikasari, 2009:57), pelaksanaan Arak Penja atau arak jari-jari dimaksudkan sebagai lambang peringatan dan pemberitahuan bahwa jari-jari tangan Hussain telah ditemukan oleh para pengikutnya.

e. Upacara Arak Sorban

Upacara Arak Seroban dilaksanakan pada tanggal 8 Muharram sekitar pukul 19.30 Wib selepas sholat Isya. Upacara ini sebagai lambang telah ditemukannya sorban/penutup kepala Hussain. Perlengkapan yang digunakan dalam upacara ini hampir sama dengan perlengkapan pada upacara Arak Penja hanya saja pada Arak Seroban ditambahkan Coki (Tabut Kecil) yang berfungsi sebagai tempat meletakkan seroban untuk diarak.

f. GAM

GAM dari kata Ghum, memiliki arti tertutup atau terhalang. Upacara ini dilaksanakan pada tanggal 9 Muharram sejak pukul 06.00 – 16.00 Wib. Upacara ini wajib ditaati oleh kelompok Tabut yakni tidak membunyikan Doll dan Tassa sampai Tabut Naik Pangkek. Ritual ini adalah masa tenang atau masa berkabung.

g. Tabut Naik Pangkek

Pada upacara ini, semua bangunan tabut sudah selesai pengerjaannya untuk selanjutnya bangunan tabut berbentuk utuh. Seperti pendapat Zainuddin (dalam Nopikasari, 2009:60), bahwa Acara Tabut Naik Pangkek adalah penyelesaian akhir dari pembuatan tabut. Acara ini ditandai dengan dinaikkannya puncak Tabut ke atas badan Tabut sehingga terbentuk bangunan Tabut secara keseluruhan.

h. Arak Gedang

Upacara Arak Gedang dilaksanakan selepas sholat maghrib hingga Isya, yang diawali dengan upacara ritual di Gerga masing masing kelompok Tabut, dengan membacakan do'a do'a keselamatan. Selepas sholat Isya, upacara Arak Gedang pun dilakukan yakni Tabut Besanding. Acara Arak Gedang sering disebut sebagai Tabut Besanding, yang disandingkan di lapangan terbuka setelah sebelumnya di arak dari gerga masing masing kelompok Tabut. Acara Arak Gedang ini berlangsung hingga tengah malam, untuk selanjutnya Tabut tabut tersebut di arak lagi menuju gerga masing masing kelompok Tabut. Menurut pendapat Bayu Rifwanda (Nopikasari,2009: 62), Arak Gedang merupakan suatu kegiatan arak arak Tabut yang bergerak dari Gerga atau markas masing masing keluarga pembuat Tabut. Acara ini merupakan simbol bahwa jasad Hussain sudah ditemukan seluruhnya, oleh sebab itu jasad Hussain tersebut perlu di arak untuk diberitahukan kepada masyarakat.

i. Tabut Tebuang



Gambar 1. Arak Arakan Tabut Menuju Pembuangan

Upacara Tabut Tebuang merupakan prosesi akhir dalam pelaksanaan ritual Tabut. Upacara ini dilaksanakan pada tanggal 10 Muharram sejak pukul 08.00 pagi, dimana tabut diarak kembali ke lapangan sebelum akhirnya diarak lagi untuk di buang. Dilapangan terbuka, tabut-tabut yang dibuat disandingkan, lalu menjelang tengah hari tabut di arak untuk di buang. Dalam arak arakan menuju pembuangan Tabut, dipimpin oleh

Tabut Bangsal (Tabut yang Dituakan), diikuti oleh Tabut Imam serta Tabut lainnya diarak menuju Karabela (tempat pembuangan Tabut).

Dari paparan di atas, dapat diketahui bahwa prosesi ritual Tabut ini terdiri dari 9 tahapan, dimana masing masing tahapan ini harus dilakukan oleh keluarga Tabut. Setiap tahapan dalam prosesi ini memiliki makna makna tersendiri bagi keluarga Tabut. Setiap ritual yang dilakukan, meskipun hanya dilakukan oleh keluarga Tabut, akan tetapi pada saat berlangsung nya upacara ritual, masyarakat yang bukan keluarga tabut dapat mengikuti kegiatan-kegiatan lain atau menyaksikan kegiatan lain yang dikemas dalam festival Tabut.

Sejak dibentuknya organisasi KKT (Kerukunan Keluarga Tabut),kini keturunan Imam Senggolo itulah yang tetap melestarikan ritual Tabut di Bengkulu sehingga pemerintah daerah menetapkan sebagai agenda wisata tahunan. Setelah pemaparan aspek ritual di atas, berikutnya akan dipaparkan Aspek Non Ritual Perayaan Tabut yang dikemas dalam Festival Tabut.

2. Aspek Non Ritual Perayaan Tabut

Pemerintah Daerah Bengkulu menetapkan perayaan Tabut sebagai agenda pariwisata. Dengan melihat bahwa perayaan Tabut ini sebuah perayaan yang unik dan sakral, maka ini berpotensi untuk dijadikan aset wisata budaya dimana sepanjang pelaksanaan festival Tabut ini diisi dan dimeriahkan dengan berbagai *event* seperti seni dan budaya. Selain menjadi rutinitas budaya, Perayaan Tabut juga menjadi wadah pelestarian budaya dan sarana promosi untuk mengenalkan potensi wisata kepada masyarakat luar.

Seperti yang disampaikan oleh Plt. Gubernur Bengkulu, Dr.H. Rohidin Mersyah, bahwa:

“Tabut sudah menjadi warisan budaya, ini rutin kita laksanakan tiap tahun. Kita kemas *event* ini agar dapat menjadi penggerak ekonomi masyarakat. Festival Tabut akan terus diperbaiki kualitasnya, agar kedepan mampu menarik wisatawan lokal hingga mancanegara untuk menyaksikan kekayaan budaya dan sejarah. Tabut bukan sekedar ritual budaya dan religi, namun menjadi bagian penting kemajuan dan pembangunan sektor pariwisata. <http://bengkuluprov.go.id/penampilan-seni-budaya-tutup-rangkaian-malam-festival-tabut-2017/>

Selama penyelenggaraan perayaan Tabut, dilaksanakan beberapa perlombaan untuk menyemarakkan perayaan Tabut. Dalam perayaan Tabut, para pengunjung akan dapat melihat dan mendengarkan seni musik yang memiliki seni tersendiri seperti dol dan tassa. Alat musik dalam upacara Tabut ini biasanya di tabuh oleh seseorang yang ahli dan trampil sehingga menghasilkan irama yang menggema menyerupai genderang perang. Bunyi-bunyian ini akan membangun semangat juang bagi para penabuh dan pendengar nya. Seni tari yang ditampilkan dalam perayaan Tabut juga memancarkan keunikan tersendiri. Para penari yang membawakannya berasal dari kerukunan keluarga Tabut. Mereka membawakan tari telong-telong dan tari ikan-ikan yang merupakan tarian wajib setiap perayaan Tabut. Berikut ini beberapa perlombaan yang dilaksanakan selama penyelenggaraan Tabut, yakni:

a. Lomba Musik Dol

Lomba Musik Dol pada umumnya diselenggarakan untuk memeriahkan perayaan Tabut. Para penabuh Dol adalah mereka yang sudah terlatih sehingga dari tabuhan Dol tersebut mengeluarkan bunyi yang menimbulkan semangat bagi penabuhnya dan juga masyarakat yang menyaksikan.



Gambar 2. Lomba Musik Dol

b. Lomba Tari Kreasi Tabut

Lomba Tari Kreasi Tabut sebagian besar mengangkat tema peristiwa “Padang Karbala” yakni tarian yang menyajikan sebuah peristiwa. Perpaduan alunan ritmik musik Dol dan visualisasi perang Karbala yang

dikolaborasi dengan gerakan-gerakan khas daerah yang estetik, menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menyaksikan lomba ini. Lomba Tari Kreasi ini juga menjadi ajang silaturahmi para seniman dan penggiat seni di Provinsi Bengkulu. Lomba ini digelar dalam rangka pengembangan kebudayaan dan kesenian daerah. <http://www.bengkulunews.co.id/perang-karbala-dalam-tari-kreasi-tabut-bengkulu>



Gambar 3 : Tari Kreasi Tabut

d. Pagelaran Seni Budaya Kabupaten/Kota



Gambar 3 : Pagelaran Seni Budaya Daerah

e. Festival Tari Tradisi Tingkat Kabupaten/Kota



Gambar 4 : Festival Tari Tradisi

f. Festival Sarafal Anam



Gambar 5 : Festival Sarafal Anam

g. Lomba telong-telong

Telong-Telong dalam masyarakat Tionghoa adalah Lampion.



Gambar 4 : Lomba/pertunjukan Telong-Telong

h. Lomba Ikan-Ikan

Dalam lomba ikan-ikan disajikan sebuah tarian yang diiringi syair dengan memakai sebuah properti Boneka kertas berbentuk ikan dalam ukuran besar dan diangkat serta diarak oleh beberapa orang yang bersama-sama menggerak-gerakkan boneka **ikan-ikan** tersebut menyerupai ikan yang menari sesuai irama instrument dol dan beberapa instument khas lainnya dari Bengkulu.



Gambar 5 : Lomba/pertunjukan Ikan-Ikan

Lomba Ikan-Ikan merupakan perlombaan dengan membentuk boneka Ikan yang besar yang dipercayai sebagai simbolisasi masyarakat nelayan yang mencari penghidupan.

Kedua perlombaan ini, telong telong dan ikan-ikan, meskipun tidak mempunyai hubungan langsung dengan inoi perayaan ritual Tabut, namun kedua perlombaan ini selalu menjadi bagian tetap yang menyertai perayaan Tabut. Perlombaan ini telah menumbuhkan partisipasi masyarakat serta memberi sentuhan seni yang tinggi yang bisa dinikmati oleh masyarakat dalam hal ini wisatawan lokal, nasional, maupun internasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Perayaan Tabut atau Festival Tabut sudah ditetapkan menjadi agenda tahunan oleh pemerintah daerah Bengkulu. Pemerintah memandang bahwa penyelenggaraan perayaan Tabut berpotensi mendatangkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Bengkulu yang secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan pendapatan Daerah.

Prosesi sakral dalam ritual Tabut memiliki nilai-nilai penting terutama bagi Keluarga Kerukunan Tabut (KKT) sehingga perlu dilestarikan. Sementara aspek non ritual dari perayaan Tabut mampu memberikan kesempatan bagi pelaku seni di Bengkulu untuk mengembangkan potensinya sekaligus menjadi sarana pengembangan budaya daerah Bengkulu.

Aspek Ritual dan Sakral dalam perayaan Tabut terdiri dari Upacara Mengambik Tanah, Upacara Duduk Penja, Upacara Menjara, Upacara Arak Penja, Upacara Arak Seroban/Arak Sorban, GAM, Tabot Naik Pangkek, Arak Gedang, dan Tabut Tebuang.

Sedangkan aspek non ritual dari perayaan Tabut menampilkan pertunjukan seni dan budaya yang ditujukan untuk memeriahkan perayaan Tabut. Adapun beberapa pertunjukan seni tersebut adalah lomba musik Dol, Tari Kreasi tabut, Pagelaran Seni daerah, Festival Tari Tradisi, Festival Sarafal Anam, Lomba Telong-Telong, Lomba Ikan-Ikan dan atraksi seni lainnya. Perayaan Tabut Bengkulu berpotensi untuk dijadikan wisata Budaya dalam menyongsong program Visit Bengkulu 2020.

Saran

Dalam rangka menyambut program Visit Bengkulu 2020, hendaknya pemerintah daerah lebih meningkatkan kualitas penyelenggaraan Perayaan Tabut, termasuk penataan lokasi yang digunakan dalam festival Tabut agar memberikan kenyamanan bagi pengunjung/wisatawan. Selain itu melengkapi sarana dan prasarana penunjang yang dapat memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya. Dengan demikian diharapkan nantinya penyelenggaraan festival Tabut di Bengkulu menjadi salah satu destinasi wisata budaya andalan yang bisa meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Dan Skripsi

- Azharie, Helmi. 2006. *Tabot Dalam Konstelasi Pembangunan Kepariwisata di Provinsi Bengkulu*. Bengkulu.
- Oka A Yoeti, 1991. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa
- Oka A. Yoeti. 1996 *Pariwisata Berbasis Budaya, Masalah dan Solusinya*. Jakarta : PT.Pradnya Paramita.
- Nopikasari, Heni. 2010. *Simbol Komunikasi Dalam Upacara Ritual Tabot. (Studi Pemaknaan Simbol Komunikasi Pada Keluarga Kerukunan Tabot Bengkulu)*. Skripsi, Universitas Bengkulu
- Setiawan, Dian. 2015. *Pemaknaan Simbol Pada Bangunan Tabut Sakral*. Skripsi, Universitas Bengkulu
- Syiafril. 2012. *Tabot Karbala Bencoolen Dari Punjab Symbol Melawan Kebiasaan*. Bengkulu : PT Walaw Bengkulu

Sumber Online

- <http://travel.kompas.com/read/2014/10/26/133100027/Tabot.Potensial.Tingkatkan.Kunjungan.Wisatawan.ke.Bengkulu>
- <https://id.linkedin.com/pulse/pesona-wisata-kota-bengkulu-festival-tabot-bambang-purnomo> 15 sep 2017
- <http://www.bengkulunews.co.id/perang-karbala-dalam-tari-kreasi-tabut-bengkulu>
- <http://davidsuhndri.blogspot.co.id/>
- <http://imamutasim.blogspot.co.id/2013/11/wisata-pengertian-ciri-ciri-tujuan-bent.html>
- <http://bengkuluprov.go.id/penampilan-seni-budaya-tutup-rangkaian-malam-festival-tabut-2017/>

FILM DOKUMENTER, CITRA DAERAH DAN DUKUNGAN PEMERINTAH

Ressi Dwiana¹, Christiany Juditha²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Medan Area
Jl. Kolam No 1 Telepon: (061) 7366878 Medan
Email: ressidwiana@yahoo.com

²Puslitbang Aplikasi Informatika dan Informasi Komunikasi Publik
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9 Telepon: 021-3800418 Jakarta 10110
Email: christiany.juditha@kominform.go.id

PENDAHULUAN

Berbagai negara dan daerah berlomba-lomba memanfaatkan publikasi melalui film, terutama yang masuk kategori *box office*. Indonesia, beberapa kali telah menjadi *setting* pengambilan film Hollywood, yang paling nyaring kabarnya adalah film *Eat, Pray, Love*. Dibintangi aktris papan atas Julia Roberts, film tersebut mengambil Bali sebagai salah satu lokasi syutingnya. Selain film tersebut, ada beberapa film Hollywood, film Korea, dan film-film asing lainnya yang berlokasi di Indonesia.

Promosi melalui film tidak dilakoni oleh Indonesia saja. Berbagai negara di dunia membukakan pintu untuk menjadi lokasi syuting film-film asing ber-*budget* besar. Salah satunya adalah negara Selandia Baru yang menjadi tempat pengambilan gambar film *The Lord of The Rings*, *The Hobbit* hingga *Vertical Limit*. Dampaknya sangat jelas, berbagai lokasi syuting film-film tersebut menjadi terkenal dan menjelma sebagai destinasi wisata favorit dunia (<http://lifestyle.liputan6.com/read/2556250/ini-tempat-menawan-di-selandia-baru-yang-terkenal-gara-gara-film>, diakses pada 1 Oktober 2017).

Pemerintah Indonesia juga tidak ketinggalan mempromosikan wilayahnya kepada kalangan sineas internasional. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Muhadjir Effendy, beberapa waktu yang lalu mengundang para pembuat film di Jepang untuk melakukan syuting di daerah-daerah Indonesia (<http://www.tribunnews.com/nasional/2017/09/23/mendikbud-undang-para-sineas-jepang-bikin-film-berlatar-belakang-daerah-daerah-di-indonesia>, diakses pada 1 Oktober 2017). Tujuan promosi ini jelas untuk mendapat akses berantai. Seperti halnya Selandia Baru, Indonesia juga terkenal akan keindahan alamnya. Promosi di berbagai film internasional,

diharapkan memiliki dampak lanjutan selain imej yang semakin baik, seperti peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara untuk meningkatkan pendapatan negara.

Di Indonesia, kegandrungan untuk menggunakan film sebagai media promosi terjadi sudah lebih dari satu dekade lamanya. Para pembuat film, khususnya pemula yang melihat peluang film sebagai media segala ekspresi, berlomba-lomba menghasilkan karya terbaiknya. Munculnya beragam stasiun televisi, adanya macam-macam festival film, sekolah menengah dan pendidikan tinggi yang memasukkan perfilman dalam kurikulumnya, hingga perkembangan teknologi yang memungkinkan proses produksi, distribusi, konsumsi, dan penyimpanan film menjadi relatif murah dan mudah.

Bukan saja di Jakarta, kota-kota besar lainnya juga dituliri semangat untuk memproduksi film secara mandiri. Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia juga turut antusias dalam memeriahkan dunia perfilman nasional. Beberapa judul film ber-*setting* Sumatera Utara dan atau mengangkat cerita khas Sumatera Utara sempat diproduksi. Pada 2012, film berjudul “Demi Ucok” mendapat banyak apresiasi, termasuk delapan nominasi di ajang Festival Film Indonesia (<http://www.antaranews.com/berita/349270/demi-ucok-sabet-delapan-nominasi-ffi>, diakses pada 1 Oktober 2017) dan memenangkan kategori pemeran pendukung wanita terbaik. Masalah klasik perfilman lokal terjadi hampir di semua produksi film. Bahkan film “Demi Ucok” terpaksa disutradarai oleh ribuan *co-producer* karena terbatasnya dana produksi. Produser sekaligus sutradara film, Sammaria Simanjuntak, mengumpulkan dana publik yang mau menanamkan minimal Rp 100.000 di dalam film tersebut.

Tidak jauh dari kondisi film fiksi, film dokumenter Sumatera Utara, telah cukup berkembang. Bahkan sejak 2005, sineas muda Medan telah mampu sejajar dengan pembuat film lainnya di Indonesia. Pada perhelatan *Eagle Award Documentary Competition 2005*, dua finalis muda asal Universitas Sumatera Utara berhasil menjadi finalis dan memproduksi film dokumenter berjudul “Rute Menantang Bahaya”. Film tersebut menceritakan moda transportasi yang ada di Sumatera Utara, rute Medan-Kabanjahe, yang melewati pemandangan indah bukit dan gunung di antara dua kota tersebut.

Tahun 2005 dapat menjadi salah satu batu penanda Bergeraknya anak-anak muda Medan ke arah kancah film dokumenter. Hal ini misalnya

terlihat di tahun-tahun berikutnya semakin bermunculan sineas muda yang memproduksi film dokumenter. Sayangnya, di luar penerima dana dari ajang-ajang kompetisi, *sineas* dokumenter masih terkendala dana. Memproduksi secara *indie* masih cukup menyulitkan. Hingga beberapa sineas akhirnya membentuk kelompok-kelompok *filmmakers* untuk saling mendukung.

Dukungan lainnya adalah pembentukan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) Indonesia, pada 2015, yang memberi angin segar terhadap industri kreatif di Indonesia. Lembaga yang memiliki moto “Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia” ini digadang-gadang dapat memberi jawaban terhadap kegundahan para sineas kreatif yang minim modal.

Film Dokumenter dan Citra Daerah

Film adalah salah satu bentuk media massa yang sangat populer. Format audio visual film membuatnya kerap dipilih sebagai media untuk berbagai tujuan, dari pemberitaan, keindahan, hingga propaganda. Bahkan dengan munculnya media internet-pun, film tidak surut. Karena format film dapat dengan semakin mudah diproduksi, disebarkan, disimpan, dan dikonsumsi berulang-ulang. Karakter film yang mampu menyebarkan pesan yang kuat, membuat film dapat menjadi alat publikasi untuk berbagai tujuan, promosi barang dan jasa, memperkuat *image* dan karakter, hingga berbagai jenis kampanye (positif, negatif, dan kampanye hitam). Filosof Jerman, Walter Benjamin mengatakan bahwa film lebih mudah dianalisis daripada lukisan atau teater karena film lebih tepat, dengan lebih banyak aspek yang dapat menghubungkan antara seni dan sains (Hao, 2016: 19). Hal ini dapat diartikan bahwa film lebih terukur. Kita dapat melacak banyak studi tentang film yang dianalisis secara kuantitatif maupun kualitatif, dikaitkan dengan konten film itu sendiri maupun signifikansinya terhadap penonton.

Batty (2011) misalnya melakukan studi terhadap enam film yang ia sebut sebagai film yang mampu menggerakkan kita. Kekuatan untuk menggerakkan bahkan mengubah situasi juga dimiliki oleh film dokumenter. Morgan Spurlock memaparkan bahwa ada kekuatan nyata dalam sebuah film dokumenter di mana film dapat melampaui budaya; melampaui negara, dan memiliki sesuatu yang dapat menciptakan kesadaran global yang diperlukan saat ini (<https://www.theguardian.com/film/2011/oct/06/documentaries-puma-creative-impact-award>, diakses pada 10 Oktober 2017).

Kekuatan film dokumenter ada pada konstruksi adegan dalam film dokumenter yang tidak hanya memberi atmosfer untuk membimbing penonton kepada film, tapi juga membangkitkan keingintahuan yang membuat orang berpikir tentang adegan lagi: bagaimana pemandangan merefleksikan atau membayangi perilaku dan suasana hati manusia? Apa yang bisa orang lihat melalui pemandangan? (Hao, 2016: 19). Hal ini yang membedakan film dokumenter dari film fiksi. Penonton film fiksi bisa saja tergugah secara emosional ketika menyaksikan film tersebut. Tetapi setelah itu, penonton umumnya akan berkata pada diri sendiri bahwa film tersebut hanyalah fiksi semata, tidak nyata.

Berbeda dengan film dokumenter. Penonton tidak saja digerakkan secara emosional namun juga secara nyata karena apa yang ia lihat di dalam film dokumenter adalah kejadian riil yang ada. Ini yang disebut oleh Aufderheide (2007) bahwa dokumenter memiliki klaim terhadap kebenaran dan kesesuaian terhadap kondisi yang nyata.

Dokumenter "*Super Size Me*" yang merupakan sebuah eksperimen sosial dalam makanan cepat saji. Morgan Spurlock, sang pembuat film, mencoba untuk hidup secara unik dengan makanan dari menu McDonald's selama satu bulan penuh. Dalam prosesnya, berat badannya meningkat drastis, tingkat energinya merosot, dan dia mengalami berbagai macam efek samping yang tak terduga dan mengerikan. Dia juga meneliti peran raksasa perusahaan tersebut dalam kehidupan konsumen Amerika dan mengeksplorasi metode indoktrinasi kaum muda dan kontribusinya terhadap epidemi obesitas di Amerika. Film ini mampu menggerakkan orang, bahkan produsen makanan tersebut untuk menyingkirkan menu yang disajikan di dalam film tersebut dari gerai-gerai makanan mereka.

Kekuatan menggerakkan ini aplikatif terhadap beragam aktivitas, termasuk untuk meningkatkan citra daerah. *Imej* atau citra daerah sama halnya dengan produk pada umumnya dapat tercipta ketika suatu daerah memiliki keunikan yang membedakannya dari daerah lainnya. Hal ini bisa juga disebut sebagai merek. Konsep merek menurut Cho dan Suh (dalam Kahle dan Kim, 2006) dapat diperluas menjadi merek nasional dan juga merek regional untuk kota dan provinsi. Oleh karenanya, ada empat jenis merek dimungkinkan: pada tingkat produk, korporasi, wilayah, dan negara.

Merek nasional atau negara atau provinsi adalah citra komprehensif yang mencakup berbagai jenis informasi tentang sebuah wilayah:

masyarakat, bisnis, lingkungan alam, pemerintahan, sistem politik, standar ekonomi dan budaya, dan sebagainya (Cho dan Suh dalam Kahle dan Kim, 2006). Dari definisi ini kita dapat melihat peran film dokumenter dalam membangun citra daerah. Berbagai narasi yang disajikan dalam dokumenter mampu berkontribusi terhadap penciptaan citra daerah dalam rangka membangun merek sebuah provinsi atau negara. Tentu saja teks di dalam film dokumenter tidak dapat dilepaskan dari kondisi ril daerah tersebut.

Sumatera Utara dan Potensi Daerahnya

Sumatera Utara adalah provinsi dengan populasi terbesar ke-empat di Indonesia. Terdiri dari 33 kabupaten dan kota, alam Sumatera Utara terdiri dari gunung, pantai, hutan, dan danau. Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menyebutkan bahwa potensi daerah Sumatera Utara ada di sektor pertanian dan jasa. Untuk sektor pertanian komoditi unggulannya meliputi sub sektor tanaman perkebunan, sub sektor tanaman bahan makanan, sub sektor peternakan, sub sektor perikanan. Untuk sektor jasa komoditi yang diunggulkan adalah bidang pariwisata, dengan wisata alam yang terkenal Danau Toba dan Pulau Samosir (<http://www.kadin-indonesia.or.id/potensi/potensi-daerah/315486734321/Potensi-Daerah-Sumatera-Utara>, diakses pada 10 Oktober 2017).

Ditilik dari keragaman alam dan potensi daerahnya, Sumatera Utara memiliki kapasitas untuk menjadi salah satu provinsi yang maju dengan citra yang baik pula. Sayangnya, berbagai peristiwa yang terjadi di Sumatera Utara justru membenamkan potensi tersebut. Sumut yang dianekdotkan dengan “Semua Urusan Memakan Uang Tunai” bahkan sempat disinggung oleh Kapolri Jendral Pol Tito Karnavian pada Februari 2017 silam (<http://regional.kompas.com/read/2017/02/06/07000031/kapolri.sumatera.utara.harus.berubah>, diakses pada 10 Oktober 2017).

Hal tersebut tidak terlalu keliru jika ditelaah dari banyaknya pejabat tinggi (baik eksekutif dan legislatif) yang terjerat dan telah ditahan oleh KPK karena berbagai kasus korupsi. Selain masalah korupsi, citra negatif Sumatera Utara masih dibebani dengan buruknya pelayanan publik seperti listrik yang sering sekali padam, masalah keamanan seperti pembegalan, transportasi seperti buruknya jalan raya hingga kota Medan mendapat julukan kota sejuta lobang, dan beragam permasalahan sosial lainnya.

Di antara dua kutub tersebut, di satu sisi ada potensi daerah yang sangat menjanjikan sementara di sisi lain buruknya pengelolaan, citra

provinsi Sumatera Utara dipertaruhkan. Tangan-tangan *sineas* film adalah salah satu potensi yang masih dimiliki oleh provinsi tersebut. Lebih dari satu dekade para *sineas* Sumatera Utara terus berkarya untuk mengangkat beragam narasi tentang provinsi tersebut. Tentu tidak semuanya bernada positif. Hal ini tidak terlepas dari fakta di mana ada banyak kekurangan yang belum dibenahi di wilayah ini. Meski demikian, munculnya nama-nama para *sineas* sendiri di berbagai ajang penghargaan telah meningkatkan citra provinsi Sumatera Utara.

METODOLOGI

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metodologi tersebut dipilih karena pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi isu dari perspektif partisipan penelitian, dan memahami makna dan interpretasinya yang diberikan terhadap suatu perilaku, kegiatan, atau objek (Hennink dkk, 2011). Agar dapat mengidentifikasi isu secara mendalam, maka dalam penelitian ini, dipilih dua partisipan yang memiliki informasi yang cukup kaya. Berpatokan dari lamanya berkecimpung di bidang film dokumenter di Sumatera Utara, maka dua *sineas*, Andi Hutagalung dan Onny Kresnawan, dipilih untuk menjadi narasumber penelitian.

Penelitian kualitatif adalah non-numerikal sehingga untuk menyibak makna dan pola hubungan yang dilakukan dengan interpretasi atas observasi (Babbie, 2008) terhadap dua narasumber tersebut. Sejumlah pengalaman yang dimiliki oleh narasumber dapat dieksplorasi oleh peneliti melalui observasi dan wawancara mendalam. Dari hasil observasi dan wawancara, pendekatan kualitatif memiliki kualitas khusus dalam pemaparannya. Pendekatan kualitatif menekankan pada penelaahan detail pada kasus-kasus spesifik yang muncul secara alami di dalam kehidupan sosial (Neuman, 2011). Hal ini dilakukan dengan mencatat setiap detail hasil observasi dan wawancara yang dilakukan.

TEMUAN DAN ANALISIS

Film Dokumenter: Sebuah Pertaruhan para *Sineas*

Ada beberapa *sineas* film dokumenter di Sumatera Utara yang telah aktif sejak dekade pertengahan 2000-an. Onny Kresnawan, salah satunya. Ia mendirikan *Sineas Film Dokumenter Medan* pada 2008 silam. Ia aktif

memproduksi sejumlah film dokumenter. Sebagian film yang diproduksi merupakan film laporan video beberapa NGO yang menggunakan jasanya. Onny awalnya adalah jurnalis televisi yang kemudian berpindah jalur menjadi sineas film, terutama dokumenter. Beberapa karya dokumenternya, di antaranya:

- ◆ Omasido Sekola “Aku Ingin Sekolah” (2013)
- ◆ Menjejak Smong Di Simeulue (2011)
- ◆ Berburu Marilyn di Pulau Asu (2010)
- ◆ Berharap Air di Atas Air “BADAI” (2008)
- ◆ Pantang di Jaring Halus (2007)

Selain Onny Kresnawan, *sineas* lain yang cukup aktif memproduksi film dokumenter adalah Andi Hutagalung. Berbeda dengan Onny, Andi Hutagalung berlatar profesi fotografer. Ia mulai menggeluti arena film dokumenter pada 2006 ketika ikut dalam proses pembuatan film dokumenter untuk laporan sebuah NGO di Sumatera Utara. Sejak itu, Andi memproduksi belasan film dokumenter lainnya, di antaranya:

- ◆ Bebas Tak Lepas (2017)
- ◆ Batas Merah (2016)
- ◆ Rakut Sitelu (2015)
- ◆ Jamu Laut (2014)
- ◆ Permata di Tengah Danau (2012)
- ◆ Opera Batak (2011)
- ◆ *Go Green with Mangrove* (2010)
- ◆ Ulos Batak untuk Indonesia (2009)

Keduanya, Onny Kresnawan dan Andi Hutagalung sama-sama pernah mendapatkan penghargaan film dokumenter di tingkat daerah, nasional, bahkan beberapa penghargaan internasional. Onny Kresnawan misalnya melalui film dokumenter “Omasido Sekola” mendapatkan penghargaan khusus (*Special Jury Mention*) pada Erasmus Huis International Documentary Film Festival (Erasmusindocs) 2013 (<http://www.muvila.com/film/artikel/erasmusindocs-2013-bagikan-penghargaan-kompetisi-film-dokumenter-indonesia-1311187-page3.html>, diakses pada 10 Oktober 2017).

Andi Hutagalung, melalui film “Permata di Tengah Danau”, menjadi pemenang utama Festival Film Dokumenter Internasional 2012 di Jakarta (<https://www.voaindonesia.com/a/sineas-muda-sumatera-raih-penghargaan-festival-film-dokumenter-internasional-2012/1517583.html>, diakses pada 10 Oktober 2017). Sementara karya-karyanya yang lain seperti Batas Merah, Rakut Si Telu, dan Jamu Laut, sempat diseleksi di beberapa penghargaan di luar negeri seperti Estonia, Selandia Baru, China, hingga Amerika Serikat. Meskipun sarat prestasi, menjadi *sineas* dokumenter juga bukan pilihan yang mudah. Kedua *movie maker* ini tidak selalu bebas untuk mengekspresikan karya seninya. Hal ini terlihat dari film dokumenter yang mereka garap beberapa di antaranya merupakan proyek dari korporasi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Onny Kresnawan yang menyebut bahwa proyek film dari korporasi besar lebih cenderung untuk kepentingan finansial. Film yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan pemesan. *Video company profile, corporate image*, kontennya sudah ditentukan dan disesuaikan dengan keinginan perusahaan. Itulah yang menurutnya sebuah profesionalitas.

Hal senada disampaikan oleh Andi Hutagalung yang menganggap bahwa hidup di kota Medan belum bisa hanya berharap dari film, karena kota Medan bukan daerah industri perfilman, dan kebanyakan masyarakatnya belum bisa menghargai pekerjaan seorang pembuat film. Ini berarti bahwa menjadi *sineas* film adalah sebuah pertarungan yang tidak ringan karena menyangkut kelanjutan hidup personalnya.

Imej Daerah dalam Film Dokumenter

Secara umum, menurut Andi Hutagalung, Sumatera Utara, hingga sekarang, masih lebih dikenal dengan produksi film dokumenternya dibanding dengan film fiksi. Salah satu pemicunya adalah gerakan yang dilakukan oleh komunitas-komunitas film yang terus bergriya belajar sejaras otodidak dan memproduksi dengan dana patungan. Menurut Andi Hutagalung, 2004 adalah awal bagi komunitas-komunitas film mulai bermunculan dan memproduksi film yang bersaing di ajang festival nasional maupun internasional.

Imej daerah yang terkait film dokumenter dapat ditelaah dari dua sisi. Pertama, kehadiran para *sineas* Sumatera Utara di ajang nasional dan internasional untuk mewakili daerahnya. Kedua gambaran daerah yang dituangkan dalam karya mereka. Kehadiran para *sineas* diberbagai perlombaan, sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya. Kedua narasumber

memiliki sejumlah prestasi yang cukup dikenal, setidaknya di level nasional sebagai perwakilan provinsi Sumatera Utara. Menilik dari sisi teks film, baik Andi maupun Onny, konsisten sejak awal berkarya hingga kini menuangkan fenomena sosial di Sumatera Utara dalam karya-karya mereka. Andi Hutagalung fokus pada isu-isu sosial, budaya, dan lingkungan. Sementara Onny Kresnawan selain pada isu lingkungan dan budaya, juga lebih fokus pada isu hak-hak anak.

Dari judul-judul film yang dihasilkan para sineas ini, tampak fokus utama mereka masih di seputar masalah-masalah sosial yang terjadi. Menurut Andi Hutagalung, produksi film yang ia lakukan adalah upaya mereduksi tafsir-tafsir menyimpang yang dapat berdampak pada pergeseran nilai kultur masyarakat ke arah yang negatif. Selain itu, film yang ia hasilkan juga merupakan upaya pendidikan bagi masyarakat dalam membaca fenomena agar dapat menyikapinya dengan bijak. Salah satu film dokumenter yang merupakan pengejawantahan dari ide tersebut adalah film dokumenter “Rakut Si Telu”. Film yang mendapat penghargaan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI 2015 ini memaparkan adanya sistem kekerabatan yang terlupakan pasca erupsi Gunung Sinabung. Abainya masyarakat terhadap adat-istiadat tersebut sudah pada tahap yang mengkhawatirkan. Oleh sebab itu, maka mengangkat tema tersebut adalah sebuah bentuk kepedulian agar adat-istiadat tetap dilaksanakan meski dalam pengungsian sekalipun. Selain itu, film ini juga membuka mata penonton bahwa bencana yang terjadi di Gunung Sinabung, tidak saja berdampak secara fisik tapi juga merusak sendi-sendi budaya.

Film dapat menjadi alat kampanye yang efektif agar pihak-pihak terkait (seperti pemerintah, pemuka adat dan agama, dll) melakukan sesuatu terhadap potensi kerusakan yang terjadi. Gerakan lainnya secara lebih luas adalah pada masyarakat penonton. Erupsi Gunung Sinabung yang sudah berlangsung sejak 2013, kerap dilupakan masyarakat. Padahal korban masih banyak yang tinggal di pengungsian. Film dokumenter seperti “Rakut Si Telu” ini mengingatkan kembali bahwa bencana Gunung Sinabung belum selesai. Dengan demikian, kepedulian masyarakat dapat digerakkan melalui film. Ini yang disebut oleh Andi Hutagalung bahwa paling tidak, filmnya dapat ditontong sehingga menjadi sumber informasi bagi masyarakat luas untuk lebih melihat keadaan nyata Sumatera Utara.

Sedikit berbeda dengan “Rakut Si Telu” yang ingin mengingatkan kembali kondisi para pengungsi Gunung Sinabung, Onny Kresnawan

mengatakan bahwa film yang saat ini ingin ia wujudkan adalah sesuatu yang sebenarnya diketahui masyarakat dunia secara luas tetapi belum disajikan dari perspektif kelokalannya: Danau Toba. Banyak sudah film, dokumenter ataupun fiksi, yang telah diproduksi tentang atau bersetting Danau Toba. Tapi bagi Onny Kresnawan, belum ada satupun yang merajutnya dalam kesatuan Danau Toba di kawasan 7 kabupaten/kota.

Obsesi untuk menghasilkan film dokumenter tentang Danau Toba mungkin impian bagi hampir semua *sineas* di Sumatera Utara. Danau Toba adalah sebuah fenomena alam dan budaya yang sangat menarik. Bagi pemerintah daerah, Danau Toba merupakan salah satu potensi pariwisata yang sangat diharapkan. Bahkan di tingkat nasional, Menteri Pariwisata menargetkan 1 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada 2019 ke Danau Toba (<https://travel.detik.com/travel-news/d-3452157/menpar-bidik-1-juta-kunjungan-wisman-ke-danau-toba-tahun-2019>, diakses pada 13 Oktober 2017).

Keindahan alam dan budaya Danau Toba berbanding lurus dengan ketertarikan para *sineas* untuk mengabadikannya dalam film. Di saluran youtube.com saja ada puluhan film terkait Danau Toba dari berbagai sudut pandang baik yang diproduksi dari dalam maupun luar negeri. Namun sebagai *sineas* yang mengenal baik tentang Danau Toba, Onny Kresnawan menganggap bahwa film-film tentang Danau Toba belum ada yang menggambarkan kawasan tersebut secara komprehensif dari sudut pandang pesona alam, sosial masyarakat dan seni budayanya. Inilah yang ingin ia wujudkan segera. Sejauh ini, Onny Kresnawan sudah hampir merampungkan materi untuk *teaser* film tersebut. Namun ia masih terkendala pendanaan, yang mestinya dapat diperoleh dari pemerintah.

Menunggu Kepedulian Pemerintah Daerah yang Tak Kunjung Tiba

Persaingan, ketidakadilan dan tanpa transparansi. Itulah yang dapat menggambarkan peran pemerintah daerah terhadap dunia perfilman di Sumatera Utara. Dari kedua narasumber, tergambar *apatisme* mereka terhadap peran pemerintah dalam mendukung dunia perfilman.

Pada praktiknya, ada banyak bentuk dukungan pemerintah terhadap dunia perfilman dapat dilakukan. Salah satunya adalah festival. Namun pengalaman Andi Hutagalung membuktikan bahwa beberapa kali mengikuti festival film yang dibuat oleh Pemprov Sumatera Utara terkesan tidak serius dan hanya menghabiskan anggaran, dilakukan hanya sekedar dari pada tidak ada. Hal ini, menurut Andi, terlihat dari proses seleksi

yang tidak jelas kapan dilakukan, namun seketika ada pengumuman hasil. Minimnya adanya transparansi seperti yang digambarkan oleh Andi Hutagalung juga terbukti secara objektif. Tidak ada *website* atau laman informasi *online* lainnya yang tersedia untuk mendapatkan data tentang keberadaan festival film tersebut. Selain tidak memiliki festival film yang konsisten dan transparan penyelenggaraannya, Sumatera Utara juga tidak memberikan dukungan terhadap putera-puteri terbaik mereka yang berprestasi di dunia perfilman. Hal ini diungkapkan oleh Onny Kresnawan ketika ia beberapa kali mengikuti lomba nasional, ia harus mengeluarkan dana pribadi untuk seluruh proses produksi.

Selain festival, ada bentuk dukungan lain yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah dalam proses produksi film. Namun untuk mengaksesnya, merupakan satu permasalahan bagi para *sineas*. Andi Hutagalung mencatat bahwa ia tidak pernah menerima program yang berhubungan dengan perfilman dari Pemprov Sumatera Utara. Sementara Onny Kresnawan yang pernah mendapat proyek film dari pemerintah provinsi, namun ber-*budget* kecil dan dengan proses yang sangat kompleks. Oleh karena itu, ia memilih untuk menggarap proyek lain yang bukan dari pemerintah provinsi.

Selain pemerintah provinsi, kemunculan Bekraf di tahun 2015 silam, mestinya dapat menjadi angin segar bagi para *sineas*. Namun sejauh ini, kegiatan yang dilakukan oleh Bekraf masih sebatas sosialisasi. Andi Hutagalung mencatat sebuah acara yang pernah didukung oleh lembaga yang berkantor di Jakarta itu adalah “Jong Batak Festival”. Selain masih minim aktivitas, Andi Hutagalung mencatat kekurangan Bekraf lainnya yaitu diperlukannya koneksi jika ingin mengakses dana dari lembaga tersebut.

Koneksi, relasi, dan sejenisnya masih menjadi kata kunci dalam mengakses dana publik untuk perfilman. Bagi para *sineas* yang sangat membutuhkan dana produksi, hal ini bersifat destruktif. Sikap sinis terhadap pemerintah dikemukakan oleh kedua *sineas*. Andi Hutagalung dengan tegas menyampaikan bahwa Provinsi Sumatera Utara hanya mampu membesarkan korupsi saja. Sejalan dengan itu, Onny Kresnawan juga menggambarkan bobroknya pengalokasian dana pemerintah daerah sudah berlangsung cukup lama. Dan mungkin kedua *sineas* senior dan *sineas-sineas* muda lainnya, masih harus menunggu lebih lama sampai pemerintah daerah memberi perhatian serius terhadap mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aufderheide, Patricia. 2007. *Documentary Film: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Babbie, Earl. 2008. *The Basic of Social Research*. California: Thomson Wadsworth.
- Batty, Craig. 2011. *Movies That Moves Us*. New York: Palgrave Macmillan.
- Hennink, Monique, Inge Hutter, dan Ajay Bailey. 2011. *Qualitative Research Methods*. London: Sage Publications.
- Hao, Xiaofei. 2016. *Motion Pictures and the Image of the City: A Documentary Interpretation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kahle, Lynn, R dan Chung-Hyun Kim. 2006. *Creating Images and the Psychology of Marketing Communication*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Neuman, W. Lawrence. 2011. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Pearson.

Website

- www.antaranews.com
- www.detik.com
- www.kadin-indonesia.or.id
- www.kompas.com
- www.liputan6.com
- www.muvi1a.com
- www.theguardian.com
- www.tribunnews.com
- www.voaindonesia.com

HUMAS INTERNASIONAL DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA BAHARI DI PROVINSI KEPULAUAN RIAU

Welly Wirman, Ringgo Eldapi Yozani

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau

E-mail: welly.wirman@yahoo.com, ringgoeldapiyo@gmail.com

PENDAHULUAN

Sejarah peradaban manusia menunjukkan, bahwa kemajuan suatu negara-bangsa amat ditentukan oleh kemampuannya dalam mendiagnosis akar permasalahan dan potensi pembangunan yang dimilikinya dan kemudian menggunakan seluruh potensi tersebut untuk mengatasi sejumlah permasalahan secara cerdas, cepat, dan tepat. Dari perspektif ekonomi, permasalahan bangsa Indonesia yang paling mendasar dan mendesak adalah: kemiskinan, pengangguran, serta penurunan daya saing ekonomi. Untuk menanggulangi sejumlah persoalan di atas, maka kita harus segera memacu laju pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi (di atas 7,5% per tahun) secara berkesinambungan (*sustainable*). Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan berkelanjutan hanya dapat direngkuh, jika kita mampu melakukan investasi dan usaha untuk: (1) merevitalisasi sumber-sumber pertumbuhan yang ada, dan (2) membangkitkan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru (*new sources of economic growth*). Salah satu sumber pertumbuhan ekonomi baru Indonesia yang potensinya sangat besar adalah pariwisata bahari (*marine and coastal tourism*).

Sebagai negara bahari dan kepulauan terbesar di dunia, Indonesia dikaruniai berbagai macam ekosistem pesisir dan laut (seperti pantai berpasir, goa, laguna, *estuaria*, hutan *mangrove*, padang lamun, rumput laut, dan terumbu karang) yang paling indah dan relatif masih 'perawan' (*pristine, unspoiled*). Sumberdaya alam yang melimpah ini tersebar diberbagai wilayah Indonesia seperti halnya di Provinsi Kepulauan Riau. Provinsi Kepulauan Riau merupakan gerbang wisata mancanegara ketiga setelah Pulau Bali dan Jakarta. Objek wisata di Provinsi Kepulauan Riau antaralain wisata pantai

yang terletak di berbagai Kabupaten dan Kota. Pantai Melur dan Pantai Nongsa di Kota Batam, Pantai Belawan di Kabupaten Karimun, Pantai Lagoi, Pantai Tanjung Berakit, Pantai Trikora, dan *Bintan Leisure Park* di Kabupaten Bintan serta Kabupaten Natuna yang terkenal dengan wisata bahari seperti *snorkeling*. Namun sampai saat ini pemanfaatannya masih sangat rendah, dan belum terkelola secara maksimal. Padahal jika kita mampu mengembangkan potensi ini, maka nilai ekonomi berupa perolehan devisa, sumbangan terhadap PDB, peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja akan sangat besar.

Kontribusi sektor industri pariwisata untuk meningkatkan penerimaan pemerintah termasuk pemerintah daerah dan masyarakat secara berkelanjutan akan dapat diperoleh jika didukung oleh berbagai kebijakan dan strategi pengembangan terhadap sumber daya atau aspek-aspek yang berkaitan dengan kepariwisataan itu sendiri. Salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah pemasaran dan promosi. Promosi merupakan unsur utama dalam kegiatan-kegiatan yang mencoba menggugah kesadaran publik untuk melakukan sesuatu yang diharapkan oleh praktisi *public relations* (Chatamallah, 2008) berkenaan dengan menginformasikan objek wisata dengan tujuan utama pada publik mancanegara.

Disinilah peran *public relations internasional* dibutuhkan untuk mewujudkan citra positif dan kepercayaan terhadap pariwisata Indonesia yang aman, nyaman dan menarik di pasar internasional. Dengan terbentuknya citra positif terhadap pariwisata Indonesia, akan dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi di sektor industri pariwisata Indonesia dan lebih banyak lagi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Terkait hal ini strategi komunikasi berdasarkan perspektif kehumasan, melalui pendekatan *marketing public relations* dirasa tepat untuk digunakan.

Humas Internasional

Public relations internasional yang dalam istilah kita disebut humas internasional merupakan produk pertengahan kedua abad ke 20 setelah lahirnya Public relations (PR) di Amerika Serikat pada pertengahan abad tersebut. Lahirnya PR internasional disebabkan oleh adanya perubahan-perubahan yang sangat cepat disegala bidang seperti perkembangan dalam bidang komunikasi, transportasi, pariwisata, tukar menukar tenaga dalam

bidang pendidikan, ilmu pengetahuan dan kebudayaan, serta bidang-bidang lainnya (Ardianto, 2002: 49).

Keberadaan suatu negara yang tidak terlepas dari negara lain, merupakan faktor yang telah mendorong adanya perluasan PR Internasional. Hubungan-hubungan ini semakin meluas setelah Perang Dunia II karena timbulnya organisasi-organisasi antar negara di dalam regional dan internasional, seperti NATO, *The United Nations Economic for Europe* (ECE), badan-badan penting yang termasuk dalam *United Nations Organizations*, seperti UNESCO, WHO, UNICEF (Ardianto, 2011: 285). Setiap Negara memandang penting adanya partisipasi dari pihak swasta nasional dan semi pemerintah di dalam kegiatan badan-badan internasional nonpemerintah dalam berbagai bidang seperti ekonomi, pendidikan, pengetahuan, kebudayaan, kemanusiaan, dan sebagainya.

Berbagai definisi humas menurut para ahli dapat dijadikan acuan untuk memahami pengertian dan batasan PR internasional., misalnya definisi dari Bertrand R. Canfield, *“Public Relation is philosophy and function of management expresses in policies and practices which serve the public interest, communicated to the public to secure its understanding and goodwill”* (Yulianita, 2001:30). Wilcox et al. (2001: 283), mendefinisikan PR internasional sebagai “upaya terencana dan terorganisir dari perusahaan, institusi atau pemerintah untuk membangun hubungan saling menguntungkan dengan publik dari negara lain”. Wakefield (2003: 180), “program multinasional yang memiliki hubungan koordinasi antara kantor pusat tertentu dengan berbagai negara di mana kantor dan atau publik berada di lebih dari satu negara “.

International Publik Relations (PR) atau PR internasional adalah usaha terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan, lembaga atau pemerintah untuk membina hubungan saling menguntungkan dengan publik dari negara lain. Publik ini sebaiknya mungkin diartikan sebagai berbagai kelompok orang yang terkena pengaruh atau yang dapat mempengaruhi operasi suatu perusahaan, lembaga atau pemerintah. (Ardianto, 2011:284). Humas Internasional adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/ lembaga/perusahaan yang berhubungan dengan bangsa-bangsa lain atau berlangsung lintas negara, untuk memelihara citra serta membentuk opini positif dari khalayak (publik), agar memperoleh kepercayaan & dukungan dari khalayaknya (Rudi, 2005:79).

Pada dasarnya, pengertian, tugas dan fungsi serta tujuan humas internasional sama dengan pengertian humas pada umumnya, yang membedakannya adalah publik atau khalayak humas internasional adalah masyarakat mancanegara dan aktivitas tersebut berlangsung lintas negara. Seperti halnya tujuan kegiatan humas pada umumnya, maka tujuan humas internasional adalah pencapaian citra yang diharapkan serta pemeliharaan citra positif yang sudah berjalan. Dalam hal ini bisa menyangkut citra mengenai kondisi negara dan bangsa, citra kebijakan pemerintah, citra organisasi, lembaga atau perusahaan beserta produk-produknya, agar memperoleh pengertian, kepercayaan dan dukungan publik yang berasal dari mancanegara.

Fungsi kegiatan humas yang utama adalah melaksanakan upaya-upaya untuk menumbuhkan, memelihara dan membangun citra, dimana citra (image) yang positif tentunya akan sangat menguntungkan bagi suatu lembaga maupun individu. Humas internasional diantaranya juga bertugas menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan organisasi atau perusahaan yang seharusnya diketahui oleh publik untuk memperoleh tanggapan positif dari publik atau masyarakat internasional.

Pada dasarnya, permasalahan dalam bidang humas internasional tidak sekedar berkaitan dengan publik-publiknya secara khusus, tapi juga berkaitan dengan aspek kehidupan lain dari publik yang berasal dari berbagai negara seperti aspek sosial budaya, politik, ekonomi, bahkan aspek pertahanan dan keamanan. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan/dipertimbangkan dalam melaksanakan kegiatan humas internasional (Rudi, 2005:105-106) yaitu:

1. Komunikasi verbal, bahasa non formal.
2. Sistem politik dan kondisi sosial politik setempat.
3. Sistem ekonomi dan kondisi sosio-ekonomi penduduk
4. Lokasi dan kondisi geografis
5. Sistem hukum dan derajat kebebasan pers
6. Adat istiadat, kepercayaan, kebiasaan (tradisi)
7. Tingkat pendidikan dan penggunaan teknologi

Dengan memperhatikan berbagai aspek tersebut kegiatan humas internasional berupaya membentuk identitas, eksistensi dan citra bangsa

dalam berbagai sektor. Agar kegiatan atau program kehumasan tersebut dapat berjalan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan terlebih dahulu perlu dilakukan penyusunan rancangan program atau kegiatan yang terdiri dari: **analisa situasi, batasan tujuan, batasan publik, pilihan media, pertimbangan anggaran serta evaluasi terhadap opini masyarakat.**

Dalam melakukan perencanaan suatu program ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan, yaitu:

1. Menentukan program yang hendak dicapai, menyangkut penyusunan skala prioritas.
2. Memperkirakan jangka waktu pelaksanaan program.
3. Memilih staf yang berkualitas dan cocok untuk program tersebut.
4. Menyediakan sarana dan prasarana (kelengkapan fisik).

Untuk mempersiapkan atau mendukung perencanaan program humas internasional, hal yang jelas berbeda dengan program humas *domestic* adalah pada butir 3 dan butir 4. Staf yang cocok dan berkualitas untuk humas internasional tentunya yang mampu berbahasa asing (bahasa setempat di suatu Negara) dan bisa menyesuaikan diri dengan pola budaya setempat. Sedangkan dalam hal sarana dan prasarana tentunya disesuaikan dengan kebiasaan, jenis media serta perkembangan teknologi yang akrab dengan pola kehidupan masyarakat di Negara lain yang menjadi tujuan pelaksanaan program humas internasional tersebut.

Potensi Pariwisata Bahari Kepulauan Riau

Jumlah devisa pariwisata Indonesia yang diterima pada tahun 2016 mencapai Rp184 triliun. Jumlah ini meningkat sebesar 27,78 persen dibandingkan devisa tahun 2015 yang mencapai Rp144 triliun. Pemerintah optimis target mendatangkan 15 juta wisman pada 2017 dan 20 juta wisman pada tahun 2018 akan terealisasi dengan lebih gencar mempromosikan destinasi wisata Indonesia dimana wisata bahari akan menjadi andalannya. Berbagai upaya promosi terus dilakukan, termasuk mengkombinasikan pariwisata dengan industri kreatif untuk menciptakan daya tarik.

Pariwisata bahari di Indonesia saat ini telah menjadi pariwisata bertaraf internasional, sebagai Negara Kepulauan, Indonesia memang memiliki potensi wisata bahari dengan wilayah perairan yang sangat menjanjikan, yang terbentang dari Sabang sampai Merauke. Diantara sepuluh ekosistem

terumbu karang terindah dan terbaik di dunia, enam diantaranya berada di Indonesia (WTO, 2000). Ringkasnya, kawasan pesisir dan laut Indonesia merupakan tempat ideal bagi seluruh jenis aktivitas pariwisata bahari yang meliputi: (1) *sun bathing at the beach or pool*; (2) *ocean or freshwater swimming*; (3) *beachside and freshwater sports such as water scooter, sausage boat, water tricycle, wind surfing, surfboarding, paddle board, parasailing, kayacking, catamarans, etc*; (4) *pleasure boating*; (5) *ocean yachting*; (6) *cruising*; (7) *fishing*; (8) *diving, snorkeling, glass boat viewing and underwater photography*; (9) *marine parks*; (10) *canoeing*; and (11) *coastal parks, wild life reserves, rain forest, gardens and trails, fishing villages*.

Provinsi Kepulauan Riau (Kepri) merupakan satu dari 10 provinsi Indonesia, yang memiliki potensi wisata bahari yang diproyeksi perkembangannya. Sesuai namanya, Provinsi Kepri dengan luas wilayah 252.602 km persegi, 96 persennya adalah wilayah laut. Ribuan pulau besar dan kecil bertebaran di wilayah Kepri dengan segala macam potensi, mulai dari tambang, perikanan, perdagangan antar pulau sampai pariwisata laut (*marine tourism*). Salah satu potensi wilayah Kepri yang saat ini tengah gencar digarap adalah sektor pariwisata. sektor pariwisata menyumbang rata-rata 50 persen bagi pendapatan asli daerah (PAD) di enam kabupaten/kota yang ada. Di Kabupaten Bintan misalnya, PAD dari sektor pariwisata bisa mencapai Rp 5 miliar setiap bulannya.

Sekitar 16,41% wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia hingga maret tahun 2017 masuk melalui Provinsi Kepulauan Riau. Batam dan Bintan menjadi pintu terdepan di Kepri yang menyumbangkan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Pemerintah memang berharap Kepulauan Riau mampu menjadi pintu masuk wisman ke Indonesia yang berkisar 20%-30% dari target kunjungan wisman sebanyak 15 juta orang hingga akhir tahun 2017.

Wisata bahari bagi Pemprov Kepri memang masih baru, dan sebagai wilayah kepulauan, potensinya cukup besar. Tinggal bagaimana mengelola dan mengoptimalkannya. Namun problem klasik dan klise harus diakui sering menjadi kendala dalam mengoptimalkan potensi yang ada. Di Pemprov Kepri misalnya, dari ratusan pulau yang potensial, belum didukung oleh infrastruktur yang memadai. Kendala dalam mengembangkan wisata bahari di Kepri adalah infrastruktur, komunikasi dan energi. Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau menargetkan tingkat kunjungan wisatawan asing sepanjang 2017 mencapai 2,200 juta orang. Target itu merupakan penentuan

bersama antara pemerintah dan berbagai stakeholder pariwisata. Target kunjungan wisatawan itu diwujudkan melalui tagline pariwisata “Wonderful Kepri”.

Humas Internasional Dan Pengembangan Pariwisata Bahari Di Kepulauan Riau.

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan nasional karena mampu memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi peningkatan perekonomian, baik sebagai sumber pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja, maupun sebagai penghasil devisa.

Pariwisata bahari sebagai salah satu potensi pariwisata Indonesia yang sangat potensial akan terus didorong agar memberikan kontribusi lebih besar terhadap kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Wisata bahari diproyeksikan akan menyumbangkan kontribusi sekitar 33,4% dari total kunjungan wisman ke Indonesia yang tahun 2018 ini ditargetkan sebesar 20 juta wisman. Salah satu penyebab ketertinggalan pembangunan pariwisata, khususnya pariwisata bahari, karena indikator pembangunan selama ini hanya dipersepsi dalam cara pandang daratan sehingga sektor pariwisata bahari kurang diperhatikan baik dalam aspek permodalan, pengembangan infrastruktur, pengembangan sumber daya manusia, maupun sosialisasi dan promosi (Yuningsih, 2002:162).

Pentingnya sektor pariwisata ini selain kontribusinya terhadap perekonomian nasional, kegiatannya juga terkait hampir dengan berbagai sektor pembangunan lainnya, mulai dari sektor primer (pertanian dan pertambangan) sampai dengan sektor sekunder dan tersier (industri dan jasa). Kontribusi sektor industri pariwisata untuk meningkatkan penerimaan pemerintah termasuk pemerintah daerah dan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan, hanya akan diperoleh apabila didukung oleh berbagai kebijakan dan strategi pengembangan terhadap sumber daya atau aspek-aspek yang berkaitan dengan kepariwisataan itu sendiri. Aspek-aspek tersebut adalah obyek dan daya tarik wisata, aksesibilitas, pemasaran dan promosi, peluang usaha, pelayanan dan sumber daya manusia. Dengan kata lain untuk meningkatkan kualitas sektor industri pariwisata diperlukan investasi pengembangan sumber daya manusia di sektor pariwisata termasuk bidang humas kepariwisataan.

Provinsi Kepri memiliki banyak destinasi pariwisata diantaranya pariwisata bahari, namun belum menjadi daya tarik yang kuat bagi

wisatawan lokal dan manca negara. Hal ini disebabkan oleh masih rendahnya daya saing pariwisata Kepri jika dibandingkan dengan pariwisata daerah-daerah lain di Indonesia. Namun persoalannya tidak hanya sebatas itu. Beberapa alasan lain yang menghambat perkembangan pariwisata Kepri, yakni rendahnya komitmen pemerintah daerah (Pemda), ketidak-terpaduan lintas sektoral dan kurangnya kesiapan masyarakat. Dalam hal ini diperlukan strategi dan perencanaan komunikasi yang *kontinyu* oleh para pengelola dan pihak yang berkepentingan.

Ada 4 pilar yang digunakan untuk pengembangan pariwisata bahari di Provinsi Kepri, Keempat pilar itu adalah pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata dan kelembagaan pariwisata. Pembangunan destinasi pariwisata antara lain meliputi fasilitas umum, infrastruktur, daya tarik dari destinasi pariwisata, dll. Hal-hal yang diperhatikan dalam **pemasaran pariwisata misalnya promosi pariwisata dan analisis pengembangan pasar**. Yang termasuk dalam industri pariwisata seperti meningkatkan kompetensi pariwisata dan membangun mitra dunia usaha dengan masyarakat. Sementara yang perlu difokuskan dalam kelembagaan pariwisata adalah mendayagunakan pelaku-pelaku pariwisata yang ada sebagai mitra pemerintah.

Berdasarkan pemahaman tentang kondisi sektor industri pariwisata, dibutuhkan perencanaan dan strategi komunikasi yang matang, agar berbagai potensi yang ada dapat bersinergi dengan baik untuk memperoleh dukungan dan *goodwill*, serta kerjasama dari berbagai pihak terkait dan juga memperoleh positioning tertentu dimata publik internasinal. Ditinjau dari perspektif kehumasan, dukungan, saling pengertian, *goodwill* dan kerjasama akan tercipta apabila telah terbentuk citra yang baik. Citra merupakan hal terpenting yang mendorong seseorang mau bersikap dan berperilaku tertentu terhadap suatu produk barang atau jasa dikarenakan citra yang dimilikinya. Oleh karena itu hubungan masyarakat pada sektor pariwisata yang dilakukan oleh suatu Negara pada umumnya atau oleh perusahaan yang mengelola kawasan kunjungan wisata diartikan sebagai suatu bagian dari keseluruhan upaya komunikasi yang silakukan. Sasarannya adalah untuk menciptakan dan memantapkan suatu citra yang positif dari Negara atau kawasan kunjungan wisata yang dimaksud. Citra yang diupayakan harus sesuai dengan kenyataan sebagaimana adanya agar tujuan *public relations* lebih berhasil dan dapat menciptakan iklim penilaian dan sikap simpatik yang memuaskan. Teknik *public relations* yang dilakukan adalah

mengundang orang-orang tertentu (pejabat pemerintah, kalangan bisnis, media massa) untuk datang meninjau. Melalui kegiatan ini mereka diharapkan dapat menyebarkan apa yang mereka saksikan dan nikmati, sehingga secara tidak langsung hal ini merupakan kegiatan promosi (image promotion).

Teknik lain adalah dengan menyelenggarakan program-program menarik secara berkesinambungan, bernuansa modern maupun tradisional ataupun campuran nuansa tradisional dan modern baik di Negara sumber wisatawan maupun di Negara tempat kunjungan wisata. Misalnya menyelenggarakan pekan pengenalan masakan daerah, pameran seni, musik dan budaya sebagai upaya untuk menarik kunjungan para wisatawan mancanegara.

Upaya kehumasan ini dapat pula dilakukan bersama-sama oleh beberapa Negara antara lain melalui organisasi kerjasama regional. Dalam melaksanakan usaha promosi bersama (joint promotion effort), organisasi tersebut bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan pemasaran dan promosi di wilayah kerjanya. Fungsi humas internasional secara umum yang bisa diimplementasikan dalam upaya membentuk, memelihara serta memperbaiki citra pariwisata Indonesia (Yuningsih, 2002: 163-164) antara lain:

1. Mengidentifikasi publik dan lingkungan tempat usaha wisata tersebut berada baik publik internal maupun eksternal.
2. Mengadakan analisis dan kajian mendalam untuk memahami kedua komponen tersebut
3. Menggunakan informasi yang relevan dari hasil tersebut untuk melakukan "PR Management".
4. Mengendalikan kegiatan promosi melalui publisitas dan periklanan atau kampanye yang disebarluaskan secara luas melalui berbagai media yang tepat kepada publik nasional maupun Internasional.

KESIMPULAN

Provinsi Kepulauan Riau memiliki potensi pariwisata bahari yang sangat besar, namun disatu sisi potensi tersebut belum terkelola secara optimal. Hal ini dikarenakan masih rendahnya daya saing pariwisata Kepri jika dibandingkan dengan pariwisata daerah-daerah lain di Indonesia. Beberapa alasan lain yang menghambat perkembangan pariwisata Kepri,

yakni rendahnya komitmen pemerintah daerah (Pemda), ketidak-terpaduan lintas sektoral dan kurangnya kesiapan masyarakat. Dalam hal ini diperlukan strategi dan perencanaan komunikasi yang *kontinyu* oleh para pengelola dan pihak yang berkepentingan. 4 pilar yang digunakan untuk pengembangan pariwisata bahari di Provinsi Kepri. adalah pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata dan kelembagaan pariwisata. Humas Internasional dalam hal ini dapat diimplementasikan untuk membentuk, memelihara dan meningkatkan citra pariwisata Indonesia, karena bersifat strategis untuk membina *goodwill*, dukungan serta kerjasama dari berbagai publik dan juga dapat menarik minat mancanegara melalui kegiatan kehumasan yang didahului riset untuk mengidentifikasi permasalahan. Kegiatan itu antara lain berupa publisitas, periklanan, pameran, special events, kunjungan dan sebagainya. Faktor yang perlu diperhatikan dalam pemberdayaan sektor industri pariwisata meliputi berbagai aspek seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi termasuk norma dan tata nilai dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rudy, May. (2005). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ruslan, Rusadi. (2001). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi; Konsep dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winangsih, Nina S. 2010. *Komunikasi Pariwisata di Indonesia*, Bandung, News Publishing
- Yoeti, Oka. A, 2005, *Perencanaan Strategi Pemasaran daerah tujuan Wisata*, Jakarta, Pradya Paramita
- Yulianita, Neni. (2001). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Lab-Multimedia Fikom Unisba.
- Yuningsih, Ani. (2002). *Pemberdayaan Usaha Maritim (Pariwisata) Melalui Humas Internasional*. Bandung: Jurnal Mediator.
- <http://www.bisnis-kepri.com/index.php/2012/10/22>
- <http://wisata-kami.blogspot.com/2008/06/>
- <http://www.tempo.co/read/news/2012/02/01>
- <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.2017/07>
- <http://pikiran-rakyat.com/wisata/2016/12/07/2017>
- <http://www.tanjungpinangpos.od/maret/2017/07/30>
- <http://www.inforakyat.com/kepri-kunjungan-wisman/2017/07/30>

PENGARUH VARIABEL *SPECIAL EVENT* DAN *ORGANIZER PERFORMANCE* TERHADAP KEPUASAN EXHIBITOR (STUDI PADA EVENT IPA CONVEX 2017)

Cheryl Pricilla Bensa

Universitas Multimedia Nusantara

cheryl@umn.ac.id

PENDAHULUAN

MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) telah menjadi fokus perkembangan pariwisata di Indonesia. Industri MICE merupakan satu dari tujuh kategori minat khusus yang diprakarsai oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Artinya, MICE memiliki kesempatan besar untuk menarik sejumlah besar wisatawan melalui berbagai acara yang diselenggarakan oleh organisasi nasional dan internasional (Rodriguez, 2015).

Dengan potensi sangat besar, banyak asosiasi, perusahaan, pemerintahan, dan *event* yang butuh menggelar pertemuan yang sekaligus kawasan wisata. Sekedar informasi, Data ICCA (International Congress and Convention Association) 2014 menempatkan Indonesia di ranking ke-42 dunia, dengan 76 meetings. (Nusa indo Pos, 2017).

Hal ini membuat Menteri Pariwisata Arief Yahya sangat sadar, MICE berpotensi menjadi tumpuan pariwisata ke depan karena turis MICE melakukan *spending* dua kali lebih besar dari turis wisata mancanegara biasa (Pratama, 2017).

Pada tahun 2016, Kementrian mendirikan sebuah biro baru yang berfokus pada industri MICE bernama INACEB (*Indonesia Convention and Exhibition Bureau*). INACEB memiliki tujuan untuk mempromosikan hingga 16 kota di seluruh negeri untuk menjadi tujuan MICE tingkat internasional. Sejumlah data yang telah dihimpun dari INACEB menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung acara MICE menghabiskan sekitar US\$2000 untuk waktu 3-4 hari (Amirio, 2016).

Namun, kebanyakan kualitas sebuah *special event* hanya dilihat dari jumlah pengunjung yang hadir saja. Padahal ada beberapa hal lain yang bisa dijadikan indikator keberhasilan sebuah *event*, yaitu kepuasan *exhibitor*. Untuk itu perlu diadakan pengukuran keberhasilan suatu *event* yang dilihat dari sisi *exhibitor*.

Dalam *paper* ini objek yang akan menjadi studi kasus adalah *special event* yang dilakukan oleh *Indonesian Petroleum Association* (IPA) bernama IPA Convex ke-41, 2017. Event ini diselenggarakan dengan tujuan menjadi wadah bertukar gagasan untuk pembuat kebijakan, regulator, pakar, investor, operator dan sektor pendukung tentang teknologi maju dan kemitraan untuk investasi masa depan di Indonesia. *Event* ini berlangsung pada 17-19 Mei 2017 di Balai Sidang Jakarta Convention Center.

Dalam *paper* ini, akan diuji apakah terdapat pengaruh antara performa *event organizer* dengan kepuasan *exhibitor* dan juga pengaruh antara *special event* yang berlangsung dengan kepuasan *exhibitor*. Hal tersebut dikarenakan keduanya memiliki potensi menciptakan kepuasan yang akan berdampak pada loyalitas pengunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

Special Events: The Five Ws

Dalam memproduksi suatu *event* suatu penggagas *event* harus memikirkan beberapa variabel yang harus dijawab sebelum sebuah *event* dilakukan, hal ini yang dimaksud Goldblatt (2010:48) sebagai “The Five Ws.” Terdapat lima pertanyaan mendasar. Pertama adalah “Mengapa harus mengadakan *event* tersebut?” Tujuan sebuah *event* haruslah jelas agar dalam eksekusinya tidak mengecewakan pengunjung karena terdapat harapan ketika pengunjung akan menghadiri sebuah acara.

Pertanyaan kedua yang ditanyakan adalah, “Siapa *stakeholders* (pemilik kepentingan) yang akan terlibat dan juga menyelenggarakan *event* ini?” *Stakeholders* merupakan pihak internal dan eksternal dari suatu *event*. Internal *stakeholders* dapat terdiri dari dewan direksi, panitia, anggota, staf, para pimpinan, dan tamu undangan. Sedangkan, eksternal *stakeholders* adalah media, politisi, birokrat, dan siapapun yang berinvestasi dalam suatu *event*. Melakukan riset yang mendalam dapat membantu untuk menentukan komitmen dari masing-masing pihak dan membantu untuk mendefinisikan bagi siapa suatu *event* diproduksi. Langkah ketiga adalah

pertanyaan “Kapan acara ini akan diselenggarakan?” Yang perlu dipastikan pertama kali adalah apakah waktu pelaksanaannya sesuai dengan besarnya event tersebut. Apabila periode waktunya tidak sesuai, berarti harus diperhatikan lagi rencana tersebut dan termasuk menentukan di mana event tersebut seharusnya diadakan. Langkah keempat adalah, “Di mana *event* ini seharusnya diselenggarakan?” ketika pertanyaan ini ditanyakan, tempat diselenggarakannya *event* tersebut akan sudah dipilih, dan pekerjaan juga akan lebih mudah atau lebih menantang. Karena itu, keputusan ini harus dibuat sedini mungkin, sebagai hal itu memengaruhi banyak keputusan lainnya. Pertanyaan kelima adalah, “Apa saja acara yang berlangsung dalam *event* tersebut” Tidak mudah untuk menyesuaikan produk *event* dengan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi dari penyelenggara acara. Kelima pertanyaan dan langkah-langkah di atas harus disinergikan satu sama lain sehingga tujuan dari *event* tersebut terlaksana dengan baik.

Special Events

Special events memiliki dua pengertian menurut Getz dalam Matthew (2015: 2), yaitu:

1. *Special event* adalah suatu *event* yang diselenggarakan diluar program normal atau aktivitas yang dilakukan pihak sponsor atau organisasi tertentu.
2. Untuk *customer* atau tamu, *special event* adalah kesempatan untuk bersantai, melakukan kegiatan *social*, ataupun budaya diluar hal yang berjalan normal atau pengalaman di luar dari kegiatan yang dilakukan setiap hari.

Dalam Matthew (2015:7), terdapat berbagai jenis *special events*, yaitu (1) *meetings and conferences*; (2) *Expositions and Trade shows*; (3) *Celebrations, Ceremonies, and Spectacles*. Dalam hal ini;

Event Organization

Event organization adalah praktisi manajemen *event* yang melakukan lima fase dalam proses *event* manajemen atau organisasi. Goldblatt dan Allen dalam Matthew (2015:12), mendefinisikan beberapa fase tersebut dalam cara yang berbeda namun pada intinya sama. Dalam proses pengorganisasian *event*, terdapat beberapa tugas dan kewajiban yang saling tumpang tindih satu dengan yang lainnya. Goldblatt membagi area tersebut

menjadi, *Event Administration, Marketing, Risk Management*, dan *Event Coordination*. Sedangkan Allen, membaginya menjadi 10 area pengetahuan dibandingkan dengan tugas dengan menggunakan pendekatan proyek manajemen.

Terdapat lima fase konsep model dengan gabungan antara Goldblatt dan Allen.

a. Fase Konsep dan Proposal

Fase konsep dan proposal ini dibagi menjadi dua bagian yaitu, *preliminary research* dan *initial event design*. *Preliminary research* dimulai dengan analisis *strengths/ weaknesses/ opportunities/ threats* (SWOT) untuk memilih apakah konsep tersebut dapat dilakukan lebih jauh. Dalam fase ini juga harus dilakukan perbandingan dan pemilihan tempat termasuk inspeksi tempat dan analisis mendetail. Hal ini merupakan tanggung jawab *event administration*. *Initial event design* dimulai dengan mengembangkan konsep suatu *event* secara mendetail. Pertama, program awal dan konten digabungkan bersama. Biasanya membutuhkan masukan dari *suppliers* untuk menyokong ide dan biaya awal. Kedua, *budget* secara formal dipersiapkan sesuai dengan biaya awal. Ketiga, proposal kreatif dalam *event* tersebut dituliskan sesuai dengan ide yang telah terkoordinasi oleh tim *event* dan *budget event* tsb. Semua tugas ini adalah tanggung jawab marketing dan *event administration*. Fase ini diakhiri dengan pembuatan proposal. Setelah ini tanggung jawab selanjutnya ada pada *event producer*.

b. Fase Marketing dan Sales

Fase ini akan dimulai dari tahap proposal hingga suatu keputusan dilaksanakan. Dalam fase ini, tujuannya adalah menjual cukup *sponsorship* dan tiket untuk mencapai suatu keputusan dapat dilaksanakan dalam waktu yang cukup sebelum suatu *event* dikoordinasikan secara mendetail. Tugas utama dalam fase ini merupakan tanggung jawab dari marketing, termasuk kreasi materi marketing sesuatu dengan proposal event dan penjualan sponsor dan tiket. Tentu saja, tergantung pada *event*, fase ini bisa juga sama sekali tidak dilaksanakan. Sebagai contoh, apabila *event* tersebut akan dilaksanakan oleh perusahaan swasta yang budgetnya sudah pasti dan tidak memerlukan sponsor ataupun penjualan tiket.

c. Fase Koordinasi

Fase ini terus dilaksanakan dari awal sampai awal penyiapan acara aktual. Ini merupakan fase yang paling kompleks dan memakan waktu dalam proses pengorganisasian acara, tugas yang melibatkan manajemen risiko (mendapatkan lisensi dan izin, menilai risiko), manajemen sumber daya manusia (merekrut relawan dan staf pengurus), administrasi (kontrak pemasok, menerima registrasi, dan pemesanan), dan permulaannya koordinasi acara (manajemen produksi, kontraktor katering, dan transportasi, dll). Fase ini akan berakhir saat penyiapan acara dimulai.

d. Fase Eksekusi

Fase ini adalah fase yang meliputi *event setup*, sebenarnya *running* dari acara itu sendiri, dan acara. Dari sudut pandang manajemen acara, area tanggung jawab dan tugas terkait yang terlibat dalam fase ini meliputi administrasi (membayar pemasok, mengkoordinasikan relawan, dan staf), pemasaran (*badging*, *signage*, media penghubung, registrasi di tempat, dan tiket), manajemen risiko (risiko pemantauan, penghubung keamanan), dan koordinasi acara (penghubung transportasi, penghubung katering, manajemen tempat tinggal, dan produksi pengelolaan). Fase ini berakhir setelah tempat atau lokasi telah kembali ke kondisi *pra-event*.

e. Fase *Follow Up*

Tahap akhir dalam proses organisasi adalah tindak lanjut. Fase ini dimulai saat acara selesai. Tanggung jawab untuk tahap ini berada dalam administrasi acara dan melibatkan pemasok yang membayar, hal yang harus dilakukan adalah berterima kasih kepada klien dan / atau peserta, mengevaluasi kejadian tersebut melalui survei peserta atau klien, melakukan pertemuan review tim acara, membuat penyesuaian untuk setiap anggaran dan perubahan kontraktual, dan menganalisis keberhasilan atau kegagalan acara tersebut. Tahap ini berakhir begitu tugas-tugas ini telah selesai.

Secara keseluruhan, tanggung jawab *event organization* ada di dalam tabel di bawah ini.

Table 1 Tanggung Jawab Event Organization

Administration	Marketing	Risk Management	Operations and Logistics
Event feasibility analysis (SWOT)	Program development	Assessment and control of risk	Catering
Site and venue selection	Sponsorship acquisition	Creation of emergency plans	Transportation to and from the event site/venue
Financial administration and budgeting	Proposal preparation	Organizing emergency services	Onsite management
Contracting	Promotional material development	Obtaining licenses and permits	Production, including
Staff selection	Advertising	Addressing insurance	entertainment, décor, lighting,
and training		and liability issues	audio, visual
Volunteer	Web site design	Analyzing security	presentations (A-V), staging,
recruitment, training, and coordination	and maintenance	needs and obtaining security services	tenting and temporary structures, special effects, electrical power, HVAC, sanitation and waste management,
Event evaluation	Media liaison		rigging, fencing, technical direction
	Signage Registration and badging Ticketing Housing (usually for conferences only)		

Kelima fase di atas bisa diwakili oleh satu variabel dalam proses evaluasi yaitu performa penyelenggara *event*. Performa yang optimal dari penyelenggara *event* sangat diperlukan untuk menciptakan kepuasan yang akan berdampak pada loyalitas pengunjung.

Customer Relationship Management (CRM). Kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi profit (Hallowell,1996). Perilaku loyalitas, termasuk kelanjutan hubungan, peningkatan skala atau cakupan hubungan, dan rekomendasi (dari *word of mouth*) dihasilkan dari keyakinan pelanggan bahwa jumlah nilai yang

diterima dari satu pemasok lebih besar daripada yang tersedia dari pemasok lain.

Beberapa literatur menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat didefinisikan dalam dua cara yang berbeda. Yang pertama mendefinisikan loyalitas sebagai sikap. Perasaan yang berbeda menciptakan keterikatan keseluruhan seseorang terhadap produk, layanan, atau organisasi. Perasaan ini menentukan kesetiaan individu (murni kognitif).

Definisi loyalitas kedua adalah perilaku. Contoh perilaku loyalitas termasuk terus membeli layanan dari pemasok yang sama, meningkatkan skala dan atau cakupan suatu hubungan, atau tindakan rekomendasi (Yi, 1990). Pandangan perilaku loyalitas serupa dengan loyalitas seperti yang didefinisikan dalam literatur manajemen pelayanan. Studi ini menguji perilaku, bukan sikap, loyalitas (seperti niat untuk membeli kembali). Pendekatan ini dimaksudkan, pertama, memasukkan loyalitas perilaku dalam konseptualisasi loyalitas pelanggan yang telah dikaitkan dengan kepuasan pelanggan, dan kedua, untuk membuat hubungan kepuasan / loyalitas yang ditunjukkan segera dapat diakses oleh manajer yang tertarik dengan perilaku pelanggan yang terkait dengan kinerja perusahaan. Pada sebuah *event* bentuk dari loyalitas adalah mengikuti kembali *event* tersebut dari tahun ke tahun. *Event* IPA Convex patut dijadikan studi terkait loyalitas karena sudah berlangsung sampai 41 kali atau berusia 41 tahun yang para *exhibitornya* relatif tidak berubah dari tahun ke tahun.

Berdasarkan konsep *Special Events: The Five Ws* dan CRM bisa untuk menilai keberhasilan Special Events. Konsep *Special Events* untuk melihat lima elemen yaitu; apa, siapa, kapan, di mana, dan mengapa suatu *event* dilaksanakan dalam arti lain mewakili komponen dari sebuah variabel *special event* itu sendiri. CRM digunakan sebagai indikator untuk melihat apakah suatu event memperlihatkan kepuasan. Apabila kedua hal ini terjadi maka suatu event dinilai sukses.

METODOLOGI PENENTUAN POPULASI DAN SAMPEL

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei. Survei merupakan metode yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melakukan pengujian sampel pada responden yang diminta untuk mengisi pertanyaan yang sama.

Pengujian ini melibatkan banyak variabel, hipotesis, dan pertanyaan tentang sikap, pengalaman, dan karakteristik (Neuman, 2004:168). Survei

ini dimulai dengan pengumpulan data melalui pengisian kuesioner yang terdiri dari daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden yang telah ditentukan. Kuesioner ini dibuat berdasarkan variabel penelitian yaitu tanggung jawab *event organizer*, *The five Ws event*, dan kepuasan yang telah diturunkan menjadi dimensi dan indikator. Kuesioner ini terdapat terdapat lima skala yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat Setuju pada masing-masing variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *exhibitor* yang melakukan pameran di Convex IPA 2017, sehingga menggunakan sensus. Data ini disebarakan kepada 108 responden.

TEMUAN DAN DISKUSI

Peneliti ingin menguji bagaimana *Special Events* IPA Convex 2017 dan performa *Event Organizer* dalam menciptakan kepuasan *exhibitor*. Berikut ini dilakukan uji linier berganda, analisis determinasi, uji regresi linier sederhana untuk masing-masing variabel independen, X_1 =performa *event organizer*, X_2 = *special event*, terhadap variable dependen Y, yaitu kepuasan *exhibitor*.

Uji regresi linier berganda

Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk melihat hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen yaitu X, di mana X_1 = performa *event organizer*, X_2 = *special event* dengan variabel dependen yaitu Y= kepuasan *exhibitor*. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.537	.346		1.551	.124
TotalX2	.140	.014	.773	9.861	.000
TotalX1	-.029	.022	-.102	-1.299	.197

a. Dependent Variable: Satisfaction

Selain itu yang harus dilihat adalah nilai signifikansi, jika $\text{sig} < 0,05$; koefesien regresi signifikan, jika $\text{sig} > 0,05$; koefesien regresi tidak signifikan. Dari tabel dapat terlihat bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel $X_2 = 0,00$, berarti $\text{sig} < 0,05$ yang berarti signifikan, sedangkan variabel $X_1 = 0,197$, berarti $\text{sig} > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa X_2 (*special event*) berpengaruh secara signifikan sedangkan X_1 (*performa event organizer*) memiliki pengaruh yang sangat kecil dan dapat dikatakan tidak signifikan apabila kedua variabel tersebut diuji bersamaan.

Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi liner berganda digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) secara serentak terhadap variabel dependen Y.

Tabel 2 Hasil Analisis Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.514	.51002

a. Predictors: (Constant), TotalX2

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (R square) sebesar 0,519 atau 51,9%. Berarti variabel independen yang digunakan (*performa event organizer* dan *event*) mampu menjelaskan sebesar 51,9% variasi variabel dependen (*exhibitor*). Sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke penelitian ini.

Uji Regresi Linier Sederhana X_1

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen X_1 memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Y. Selain itu, juga mengetahui arah hubungan antara variabel X_1 terhadap Y. Rumus regresi linear adalah sebagai berikut.

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana X_1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 ^a	.088	.079	.70220

a. Predictors: (Constant), TotalX1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.435	.397		.000
	TotalX1	.085	.026	.296	.002

a. Dependent Variable: Satisfaction

Persamaan regresinya adalah:

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 2,435 + 0,085X$$

Selain itu yang harus dilihat adalah nilai signifikansi, jika $\text{sig} < 0,05$; koefesien regresi signifikan, jika $\text{sig} > 0,05$; koefesien regresi tidak signifikan. Dari tabel dapat terlihat bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel $X_1 = 0,002$, berarti $\text{sig} < 0,05$ yang berarti signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa X_1 (performa *event organizer*) signifikan secara statistik.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0,296. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang rendah antara performa *event organizer* terhadap kepuasan *exhibitor*. Selain itu diperoleh angka R^2 (R square) sebesar 0,088 atau 8,8%. Berarti variabel performa *event organizer* hanya memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap kepuasan *exhibitor*.

Uji Regresi Linier Sederhana X_2

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen X_2 memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Y. Selain itu, juga mengetahui arah hubungan antara variabel X_1 terhadap Y. Rumus regresi linear adalah sebagai berikut.

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.350	.316		1.108	.270
TotalX2	.130	.012	.720	10.690	.000

a. Dependent Variable: Satisfaction

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana X_2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.514	.51002

a. Predictors: (Constant), TotalX2

Persamaan regresinya adalah

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 0,350 + 0,130X$$

Selain itu yang harus dilihat adalah nilai signifikansi, jika $\text{sig} < 0,05$; koefisien regresi signifikan, jika $\text{sig} > 0,05$; koefisien regresi tidak signifikan. Dari tabel dapat terlihat bahwa hasil nilai signifikansi pada variabel $X_1 = 0,000$, berarti $\text{sig} < 0,05$ yang berarti signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa X_2 (*event*) signifikan.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0,720. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara *special event* terhadap kepuasan *exhibitor*. Selain itu diperoleh angka R^2 (R square) sebesar 0,519 atau 51,9%. Berarti variabel performa *event* hanya memiliki pengaruh yang cukup besar yaitu 51,9% terhadap kepuasan *exhibitor*.

Apabila diteliti lebih lanjut, terdapat berbagai alasan mengapa *special event* memiliki hubungan yang kuat, tidak seperti performa *event organizer*. Jika dilihat dari konsep The FiveWs *special event* terdapat lima elemen penting yang menjadi indikator. Yang pertama, mengapa suatu *event* diselenggarakan. Event Convex IPA ini diselenggarakan untuk menjadi wadah yang mempertemukan pemerintah, *oil company*, dan stakeholder lainnya untuk menjalin kerjasama satu sama lain. Kedua, adalah siapa *stakeholder* dari event ini, yaitu pemerintah, *oil company*, dan stakeholder lainnya seperti *supplier*. Ketiga adalah kapan acara tersebut diselenggarakan, acara ini selalu diselenggarakan pada tanggal yang sama bulan Mei setiap tahunnya dan sudah *event* yang ke-41, sehingga para pelaku usaha dibidang industri MIGAS sudah menyediakan waktu pada tanggal tersebut untuk turut berpartisipasi. Yang keempat adalah di mana *event* ini diselenggarakan. *Event* ini diselenggarakan di Jakarta Convention Center (JCC) setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena banyak perusahaan yang memang berlokasi di pusat Jakarta, seperti contohnya Ophir Energy yang berlokasi di Sudirman dan Chevron yang berlokasi di Senayan. Kelima adalah apa acara yang terdapat di dalam event tersebut. Dalam IPA Convex 2017 adalah *exhibition*, *plenary session*, dan *technical session*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian didapatkan bahwa ternyata variabel X_2 *Event* itu sendiri berpengaruh sebanyak 51,9% terhadap variabel Y yaitu kepuasan *exhibitor*. Sedangkan variabel X_1 hanya berpengaruh sebanyak 8,8%. Ketika diuji dengan regresi linear berganda terlihat bahwa variabel independen yang digunakan (performa *event organizer* dan *event*) mampu menjelaskan

sebesar 51,9% variasi variabel dependen (*exhibitor*). Sisanya sebesar 48,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa performa *event organization* dirasa sudah menjadi tanggung jawab dari *event organizer*. Terlebih lagi mereka mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk *sponsorship* dan sewa *booth*. Hal-hal seperti bertanggung jawab dalam memberikan informasi pada aplikasi Convex IPA, informasi tentang event tersebut, staff yang responsif dalam membantu *exhibitor*, dan performa profesional dalam menangani *exhibitor* merupakan hal yang dianggap memang sudah menjadi tugas dan tanggung jawab *event organizer*. Sehingga hanya 8,8% memiliki pengaruh terhadap kepuasan *exhibitor*.

Sedangkan sebanyak 51,9% dari *event* itu sendiri dirasa merupakan hal yang memiliki pengaruh besar dalam kepuasan *exhibitor*. Hal-hal seperti visitor, dampak positif dalam bisnis, meningkatnya prospek bisnis, pembentukan *network* yang baik, registrasi dengan sistem yang baik, prosedur keamanan, dan juga fasilitas menjadi hal yang menjadikan *exhibitor* puas terhadap Convex IPA 2017. Dalam *event* ini harapan terbesar dari pelaku industri adalah bisa bertemu secara langsung dengan pemerintah. Pemerintah juga memiliki kepentingan terhadap para pelaku industri MIGAS yang merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar bagi Indonesia. Apabila tujuan *event* ini dapat dicapai maka kepuasan akan tercipta dan membentuk loyalitas. Hal ini terbukti dengan hasil riset melalui sensus bahwa 96% *exhibitor* akan berpartisipasi kembali di IPA Convex 2018.

Will you participate again in the next IPA Convex 2018? Yang menyatakan akan bergabung kembali sebesar 96% responden.

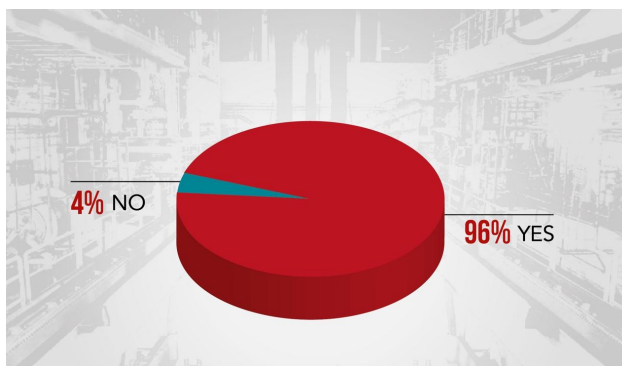


Figure 1. Participate in the Next IPA

DAFTAR PUSTAKA

- Amirio, Dylan. (2016). New Bureau Strengthen MICE Industry Lure Visitors. <http://www.thejakartapost.com/news/2016/03/29/new-bureau-strengthen-mice-industry-lure-visitors.html>
- Conves IPA. (2017). About. <https://convex.ipa.or.id>
- Goldblatt, J. (2010). *Special events: A new generation and the next frontier* (Vol. 13). John Wiley & Sons.
- Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International journal of service industry management*, 7(4), 27-42.
- Matthews, D. (2015). *Special event production: The resources*. Routledge
- Neuman, W. L., & Kreuger, L. (2003). *Social work research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Allyn and Bacon.
- Nusa Indopos. (2017). Kemenpar Tetapkan Destinasi MICE di Indonesia. <http://nusa.indopos.co.id/read/2017/02/04/86018/Kemenpar-Tetapkan-16-Destinasi-MICE-di-Indonesia>
- Pratama, Adiatmaputra Fajar. (2017). Menteri Pariwisata Ingatkan Pentingnya MICE untuk Banyuwangi. <http://www.tribunnews.com/nasional/2017/09/10/menteri-pariwisata-ingatkan-pentingnya-mice-untuk-banyuwangi/>
- Rodriguez, Gabriela. (2015). Exhibition Cargo, <https://exhibitions cargo.com/2015/02/bali-and-jakarta-the-best-choice-in-indonesia-for-mice/>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yi, Y. (1990), "A critical review of consumer satisfaction", in Zeithaml, V. (Ed.), *Review of Marketing*, 1990, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 68-123.

KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA MASYARAKAT ADAT DAYAK DALAM MEMELIHARA KERUKUNAN HIDUP ANTARUMAT BERAGAMA DI KOTA SOSOK KABUPATEN SANGGAU KALIMANTAN BARAT

H.H. Daniel Tamburian
Universitas Tarumanagara
daniel.t@fikom.untar.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang terdiri dari berbagai latar belakang suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Ribuan pulau terbentang sepanjang khatulistiwa di wilayah Asia Tenggara yang masuk wilayah Indonesia. Kondisi geografis Indonesia yang begitu luas dan strategis membuat banyak negara di dunia memperebutkannya. Banyaknya kepentingan negara asing yang mencoba menguasai Indonesia membuat negeri khatulistiwa ini rentan terhadap konflik horizontal. Pertarungan kekuatan negara-negara adidaya yang ingin menanamkan pengaruhnya di Indonesia Nampak jelas terlihat di bidang ekonomi dan politik. Kekayaan bumi pertiwi yang luar biasa besar merupakan magnet yang kuat untuk menarik negara adidaya dan Negara tetangga untuk berebut pengaruh di Indonesia demi mendapatkan potongan kekayaan bumi pertiwi.

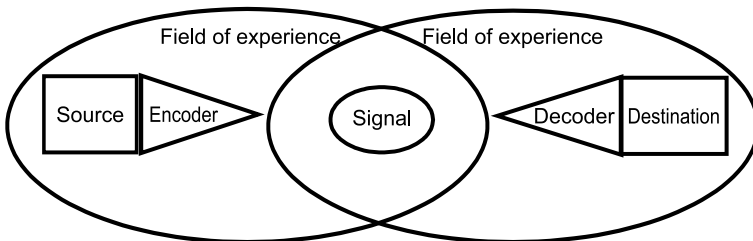
Selain kekayaan alam, Indonesia memiliki kekayaan budaya dan seni dari berbagai suku yang mendiami pulau-pulau di Indonesia. Keragaman budaya yang seharusnya bisa mempererat persatuan Indonesia dapat dijadikan sebuah pemantik konflik horizontal. Saat ini bahaya konflik horizontal nyata di depan mata dengan diangkatnya isu-isu sensitif yang berbau SARA dalam pemilihan kepala daerah (PILKADA) seperti yang terjadi di Jakarta dengan kasus Basuki Tjahaja Purnama (AHOK).

Isu SARA merupakan faktor utama penyebab konflik horizontal yang terjadi di Indonesia. Konflik horizontal berlatar belakang SARA beberapa kali terjadi di Kalimantan. Konflik antara suku Dayak dengan Madura beberapa kali terjadi hingga mencapai puncaknya pada tahun 1996 dan 2001. Selain konflik antara Dayak dengan Madura, ada juga konflik antara

suku Melayu dengan suku Madura yang terjadi pada tahun 1999 yang kemudian menyeret suku Dayak untuk terlibat di dalamnya. Tragedi kerusuhan di Kalimantan antara suku Dayak dengan suku Madura memiliki sejarah yang cukup panjang. Sejak tahun 1960an sudah terjadi konflik Dayak-Madura sebanyak 11 kali. Secara geografis orang Madura berada di wilayah Jawa dan menjadi bagian dari provinsi Jawa Timur, dan secara budaya orang Madura memiliki kedekatan dengan orang Jawa.

Budaya memengaruhi orang yang berkomunikasi begitu kata Samovar dan Porter (Mulyana & Rakhmat, 2006:20). Selanjutnya Samovar & Porter mengatakan bahwa budaya bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang. Sebagai akibatnya, perbendaharaan-perbendaharaan yang dimiliki oleh dua orang yang berbeda budaya akan berbeda pula dan tentunya dapat menimbulkan banyak kesulitan.

Sementara dalam berkomunikasi setiap komunikator dituntut untuk mampu memahami komunikan mereka. Dalam berkomunikasi lintas budaya seorang komunikator wajib mengenal komunikan mereka dengan memahami *frame of reference* komunikan. Kamus Webster mendefinisikan *frame of reference* sebagai *a set of ideas, conditions, or assumptions that determine how something will be approached, perceived, or understood*. Frame of reference merupakan konsep yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm. Ia mengembangkan model komunikasi yang sangat terkenal di mana salah satu komponen dari konsep tersebut adalah *field of experience*, yang sering juga disebut dengan istilah *frame of reference* di atas.



Field of experience dalam konsep Schramm adalah segala sesuatu yang memengaruhi pemahaman dan interpretasi seseorang terhadap sebuah pesan seperti budaya, latarbelakang sosial, keyakinan, pengalaman, nilai-nilai, dan aturan-aturan. Pesan yang sama dapat ditafsirkan secara berbeda oleh orang yang berbeda. Jika kata-kata dan simbol-simbol yang digunakan

oleh para partisipan (komunikator dan komunikan) biasa digunakan kedua belah pihak, mereka akan berkomunikasi secara efisien. Sebagai contoh, pengalaman penulis ketika bekerja dalam sebuah lingkungan *multiculture*. Suatu ketika direktur sekolah, seorang berkebangsaan Australia, menulis memo kepada kepala sekolah dengan menggunakan tinta warna merah. Kepala sekolah kaget karena menyangka direktur sekolah marah kepadanya. Kepala sekolah kemudian bertanya kepada direktur sekolah tentang kesalahannya. Direktur sekolah kaget karena ia merasa tidak pernah marah kepada kepala sekolah. Kepala sekolah mengatakan bahwa tinta merah yang digunakan menunjukkan bahwa direktur sekolah marah. Direktur sekolah kemudian menjelaskan bahwa saat menulis memo tersebut di meja dia hanya ada *ballpoint* berwarna merah.

Beberapa contoh perbedaan budaya dan bahasa pada beberapa suku di Indonesia yang bisa berakibat pada kesalahpahaman di antara komunikan. Kata “atos” dalam bahasa Sunda memiliki arti sudah, sementara bahasa Jawa berarti keras. Bahasa Sunda “cokot” berarti ambil, sedangkan bahasa Jawa berarti gigit. Jika orang Sunda berkata kepada orang Jawa “tolong cokot batunya” maka bisa jadi orang Jawa marah karena mengira dirinya disuruh gigit batu.

Bukan hanya bahasa, dalam hal budaya banyak perbedaan diantara suku-suku di Indonesia yang bisa mengakibatkan konflik horizontal. Orang Minahasa atau yang biasa dikenal orang Manado sangat suka dan merasa tersanjung bila makanan yang dihidangkan dihabiskan oleh tamu, apalagi jika tamu tersebut minta tambah. Tapi tidak demikian halnya dengan beberapa suku bangsa yang punya tradisi menyisakan sedikit makanan atau air minum yang dihidangkan, karena bila dihabiskan maka dianggap tidak sopan.

Benturan budaya tidak dapat dihindari manakala seorang individu atau sekelompok orang berinteraksi dengan kelompok lain yang berbeda bahasa dan budaya. Benturan budaya di antara kelompok yang berbeda dapat berakibat kedua belah pihak berusaha saling memahami, dapat juga berujung pada konflik di antara mereka. Konflik antara suku Dayak-Madura dan Melayu-Madura di Kalimantan merupakan contoh kasus bagaimana benturan budaya berakhir dengan konflik di bumi Borneo.

Jika melihat sejarah kedatangan orang Madura ke Kalimantan yang sudah berlangsung sejak era kolonial Belanda, maka cukup mengherankan

jika timbul konflik seperti yang terjadi di atas. Jika proses adaptasi berlangsung dengan baik selama bertahun-tahun tentunya konflik di atas tidak terjadi. Namun sayangnya, konflik tersebut tidak hanya terjadi sekali, tapi berkali-kali. Sementara orang-orang Jawa dan suku-suku lain yang juga merantau ke Kalimantan justru tidak pernah mengalami konflik dengan orang asli Kalimantan maupun orang Melayu.

Namun, ada yang menarik dalam fenomena komunikasi antarbudaya antara suku Jawa yang merantau ke Kalimantan. Mereka mampu beradaptasi dan membangun komunikasi dengan penduduk asli setempat. Bukan hanya orang Jawa saja, tapi ada juga suku Minang, dan Batak yang berdiam di kota Sosok dan dapat hidup rukun dengan masyarakat Dayak setempat. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana kerukunan hidup beragama di Kecamatan Sosok dapat terjaga hingga saat ini dilihat dari kacamata komunikasi antarbudaya masyarakat adat Dayak.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Adat Dayak dalam Memelihara Kerukunan Hidup Antarumat Beragama di Kota Sosok Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat.

LANDASAN TEORI

1. Paradigma Konstruktivis

Menurut paradigma konstruktivisme, realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang yang biasa dilakukan oleh kaum positivis.

Paradigma konstruktivisme menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami serta mengkonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman si subjek yang akan diteliti.

Pendekatan subjektif muncul karena menganggap manusia berbeda dengan suatu benda. Manusia dianggap bebas dan aktif dalam berperilaku dan memaknai realitas sosial. Realitas merupakan hasil interaksi antarindividu.

2. Teori Identitas Budaya

Identitas merupakan sebuah konsep yang abstrak, itulah sebabnya identitas tidak mudah untuk diartikan. Gardiner dan Kosmitzki memandang identitas sebagai definisi diri seseorang sebagai individu yang berbeda dan terpisah, termasuk perilaku, kepercayaan, dan sikap. Sementara Ting-Toomey mendefinisikan identitas sebagai konsep diri yang direfleksikan atau gambaran diri bahwa kita berasal dari keluarga, gender, budaya, etnis, dan proses sosialisasi individu.

Sementara identitas budaya menurut pendapat Fong, sebagaimana dikutip oleh Samovar adalah:

“identifikasi komunikasi dari sistem perilaku simbolis verbal dan non-verbal yang memiliki arti dan yang dibagikan diantara anggota kelompok yang memiliki rasa saling memiliki dan yang membagi tradisi, warisan, bahasa, dan norma-norma yang sama. Identitas budaya merupakan konstruksi sosial”. (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:184)

Samovar mengatakan bahwa identitas merupakan hal yang dinamis dan beragam. Artinya, identitas itu bukan merupakan sesuatu hal yang statis, namun berubah menurut pengalaman seseorang. Menurutny lagi setiap orang memiliki lebih dari satu identitas. Beberapa peneliti membuat kategori untuk mengelompokkan berbagai jenis identitas. Menurut Turner ada tiga kategori untuk mengklasifikasikan identitas, yaitu: identitas manusia, identitas sosial, dan identitas pribadi. Dikatakan bahwa identitas manusia merupakan pandangan yang menghubungkan seseorang dengan seluruh manusia dan memisahkan seseorang dari bentuk kehidupan yang lain. Sedangkan identitas sosial adalah perwakilan dari kelompok di mana seseorang tergabung, seperti ras, etnisitas, pekerjaan, umur, kampung halaman, dan lain-lain. Terakhir, identitas pribadi timbul dari hal-hal yang membedakan seseorang dari yang lainnya dan menandakan seseorang sebagai pribadi yang special dan unik.

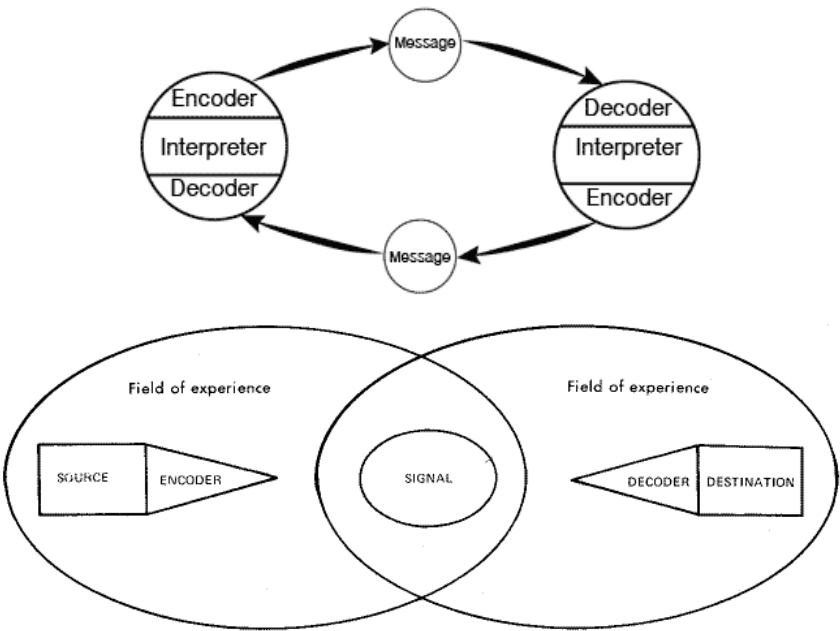
Adapun Hall menawarkan tiga level identitas yang tergantung dari konteksnya yang mungkin menonjol atau tidak menonjol dalam hubungan seseorang dengan yang lain. Ketiga level identitas tersebut adalah identitas pribadi, identitas hubungan, dan identitas komunal. Identitas pribadi adalah hal-hal yang membuat seseorang unik dan berbeda dari orang lain. Identitas hubungan adalah hasil dari hubungan seseorang dengan orang lain. Identitas komunal biasanya dihubungkan dengan komunitas berskala besar seperti kewarganegaraan, etnis, gender, agama, dan aliran politik (Samovar, Porter dan McDaniel, 2010: 185-186).

3. Stereotype

Stereotype menurut Samovar adalah bentuk kompleks dari pengelompokan yang secara mental mengatur pengalaman seseorang dan mengarahkan sikap seseorang dalam menghadapi orang-orang tertentu. Stereotype bisa positif, bisa juga negatif. Stereotype tidak dibawa sejak lahir, tapi dipelajari. Stereotype dapat mengembangkan rasa takut terhadap orang di luar kelompoknya. Dalam beberapa kesempatan, stereotype merupakan hasil dari persepsi yang terbatas, malas, dan sesat. Masalah dalam stereotype adalah overgeneralisasi dan penilaian negative (tindakan atau prasangka) terhadap anggota kelompok. Stereotype bukan sekedar masalah pengotak-kotakkan atau pengelompokan.

4. Teori Komunikasi

Model komunikasi Wilbur Schramm sekalipun masuk kategori teori komunikasi klasik, tapi masih relevan untuk digunakan sebagai pisau analisa komunikasi lintas budaya. Schramm memandang bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang tanpa akhir, bukan proses yang diawali sesuatu dan diakhiri sesuatu. Komunikasi merupakan sebuah proses yang bersifat *circular* bukan *linear* dan kita adalah “*little switchboard centres handling and rerouting the great endless current of information*”.



HASIL PENELITIAN

Masyarakat Dayak dikenal dengan sikap yang menjunjung tinggi adat mereka dalam kehidupan dengan sesama suku Dayak dan dalam pergaulan dengan suku-suku lain yang merantau di daerah mereka. Bila ada permasalahan yang muncul di tengah-tengah masyarakat biasanya diselesaikan dengan cara adat mereka masing-masing sebelum dibawa ke ranah hukum. Bila ada pelanggaran yang bersifat pidana, maka selain ada proses hukum terhadap pelanggaran pidana ada juga penerapan hukum adat setempat. Dengan kata lain, hukum adat berlaku kepada semua orang yang menetap di kota Sosok tidak terkecuali para pendatang. Dewan adat setempat menjadi lembaga yang memantau pelaksanaan dan penegakkan hukum adat Dayak.

Hukum adat merupakan produk budaya dari sebuah suku bangsa. Dengan mengedepankan proses hukum adat dalam menyelesaikan setiap perkara atau masalah yang muncul di masyarakat menunjukkan bahwa suku Dayak lebih cenderung untuk melakukan pendekatan budaya bila terjadi konflik atau masalah. Suku Dayak menunjukkan identitas mereka melalui penerapan hukum adat mereka.

Identitas budaya masyarakat Dayak yang mendominasi keseharian mereka mampu mengatasi perbedaan latarbelakang agama di antara sesama mereka. Bagi masyarakat Dayak agama bukan penghalang untuk saling berinteraksi dengan suku-suku lain yang ada di kota Sosok. Perbedaan agama dengan suku-suku lain juga tidak akan pernah menjadi potensi atau akar dari sebuah konflik selama semua orang, baik itu orang Dayak maupun warga pendatang, tunduk pada hukum adat yang berlaku. Selama ini konflik yang berlatarbelakang perbedaan agama belum pernah terjadi dikarenakan orang Dayak sangat terbuka dengan berbagai aliran agama yang ada. Di dalam sebuah keluarga suku Dayak bisa kita temukan anggota keluarganya yang menganut aliran agama yang berbeda-beda, namun mereka tetap hidup harmonis. Kehidupan yang harmonis di tengah-tengah anggota keluarga yang berbeda agama juga direfleksikan dalam pergaulan dan interaksi antara suku Dayak dengan suku-suku lain yang menetap di kota Sosok.

Bagi masyarakat Dayak bila ada orang yang datang dari suku lain dan berbeda agama dengan mereka datang dengan cara baik-baik ke wilayah mereka, maka masyarakat Dayak menerima dengan baik pula. Di samping

itu masyarakat Dayak memandang para pendatang ini sebagai orang-orang yang melakukan kegiatan bisnis atau membuka usaha. Dalam berbisnis para pebisnis tentunya tidak pernah memperhatikan latar belakang seseorang, atau melakukan transaksi bisnis dengan pertimbangan suku, agama, dan ras. Hal inilah yang membuat orang Dayak menerima para pendatang dengan tangan terbuka.

Menurut pengakuan Dionus Haryono, ketua dewan adat setempat, masyarakat Dayak tidak pernah mempermasalahkan kehadiran para pendatang di kota Sosok sekalipun para pendatang tersebut berbeda agama dengan mereka selama para pendatang menerima dan menghormati adat, budaya, dan tradisi suku Dayak yang ada di kota Sosok. Dewan Adat Dayak di kota Sosok berusaha untuk selalu mengayomi para pendatang agar dapat hidup rukun dengan sesama warga kota sekalipun berbeda latar belakang agama. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan membuka saluran komunikasi diantara lembaga-lembaga atau komunitas-komunitas suku dan agama yang ada di kota Sosok. Tindakan untuk selalu mengayomi para pendatang ditunjukkan dengan cara selalu mengambil inisiatif lebih dahulu dalam berkomunikasi dan berkumpul dengan lembaga atau komunitas suku lain.

Salah satu bukti bagaimana Dewan Adat Dayak di kota Sosok mengayomi dan merangkul pendatang dari suku-suku lain adalah dengan mengumpulkan para ketua-ketua lembaga dan komunitas untuk bersatu menyikapi fenomena Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Jakarta dalam pemilihan umum kepala daerah DKI Jakarta tahun 2017. Peristiwa politik yang terjadi di Jakarta sekalipun jaraknya jauh berimbas pada kerukunan hidup antarumat bergama di Sosok.

Kasus yang menimpa gubernur Ahok di Jakarta yang sangat terasa imbasnya sampai ke wilayah Sanggau tersebut terlihat dari emosi masyarakat Dayak yang marah atas apa yang menimpa Ahok, namun mereka sadar bahaya perpecahan antarumat beragama di tengah-tengah masyarakat dari kasus Ahok tersebut. Untuk menghindari konflik itulah maka Dewan Adat Dayak di kota Sosok mengumpulkan seluruh elemen masyarakat dari tiap-tiap komunitas yang ada untuk membuat pernyataan sikap di atas.

Hasil dari pertemuan yang digagas oleh Dewan Adat Dayak adalah pernyataan sikap bersama dan deklarasi damai yang ditandatangani oleh ketua-ketua organisasi kemasyarakatan, paguyuban, tokoh agama,

temenggung adat subsuku-subsuku Dayak, tokoh masyarakat dari berbagai suku, dan kepala desa se-kecamatan Tayan Hulu. Jumlah keseluruhan orang yang menandatangani deklarasi bersama tersebut ada 33 orang.

Pernyataan sikap dan deklarasi damai tersebut berisi tentang:

1. Menolak keberadaan ormas yang intoleran yang nyata telah meresahkan dan mengancam keamanan dan ketertiban dalam wadah NKRI, terutama di wilayah hukum Kecamatan Tayan Hulu.
2. Meminta kepada pemerintah untuk segera membubarkan ormas-ormas apapun yang intoleran dan bertentangan dengan UUD 1945, Pancasila, ke-Bhinekaan dan NKRI.
3. Semua pihak masyarakat Adat Kecamatan Tayan Hulu untuk senantiasa menjaga keamanan dan ketertiban dan barangsiapa melakukan tindakan sepihak atas alas hukum suku, agama, dan ras (SARA) di wilayah hukum Kecamatan Tayan Hulu, maka akan disanksi adat 2 (dua) kali lipat dari hukum adat Mandoh Pakat yang didirikan hari ini, dan kasusnya diserahkan kepada pihak yang berwajib untuk diproses secara hukum.

Pernyataan pada butir ketiga di atas memperkuat sikap suku Dayak kepada para pendatang akan pentingnya supremasi hukum adat masyarakat Dayak dalam setiap aktivitas kehidupan sehari-hari. Tradisi dan budaya masyarakat Dayak berada di atas kepentingan atau aturan-aturan dalam berbagai aliran agama. Dengan demikian, masyarakat Dayak menegaskan bahwa agama harus dilihat semata-mata sebagai produk budaya, bukan sebagai produk masyarakat untuk kepentingan politik bagi agama itu sendiri atau para pengikutnya.

Melalui pernyataan sikap tersebut suku Dayak ingin menunjukkan bahwa identitas komunal mereka dikenal melalui budaya atau tradisi turun-temurun dari nenek moyang mereka. Masyarakat suku Dayak tidak menonjolkan identitas mereka dari sisi agama, melainkan dari sisi budaya. Dan, melalui budaya pula mereka mendasarkan perilaku atau sikap mereka dalam berinteraksi dengan suku-suku pendatang lainnya. Segala masalah yang berhubungan dengan hubungan antarumat beragama harus diselesaikan dengan menggunakan pendekatan budaya, dalam hal ini hukum adat.

Di atas telah disebutkan bagaimana masyarakat Dayak memandang para pendatang sebagai orang-orang yang melakukan aktivitas bisnis.

Di sini jelas stereotipe yang diberikan kepada para pendatang adalah pedagang atau pelaku bisnis. Mereka melihat bagaimana para pendatang bisa masuk ke semua tingkatan masyarakat tanpa memperhatikan latar belakang orang lain. Sikap baik dari para pedagang atau pelaku bisnis ini diterima dengan baik pula oleh masyarakat Dayak di kota Sosok. Stereotipe pendatang sebagai pelaku bisnis ini menjadi salah satu kunci kerukunan hidup beragama di wilayah Sanggau. Selama ini dijaga dengan baik tentunya masyarakat Dayak akan selalu menerima dengan terbuka kehadiran suku-suku pendatang di wilayah mereka.

Namun sebagaimana halnya dengan sifat manusia secara umum yang tidak ingin ditantang, tidak terima bila tidak dihargai, atau marah bila martabatnya terganggu, masyarakat Dayakpun akan marah jika hal-hal tersebut terjadi atas diri mereka. Prinsip yang ada di tengah-tengah masyarakat Dayak di wilayah kota Sosok adalah “kamu jual, kami beli berapapun harganya”. Prinsip ini menjadi identitas komunal masyarakat Dayak yang tidak akan pernah memulai sebuah pertentangan, perselisihan, ataupun pertikaian. Sedapat mungkin mereka akan mengalah dan membawanya ke jalur hukum adat. Tapi bila orang lain berani memulai pertikaian, dan tidak mau menghormati hukum adat maka orang Dayak siap membelinya, membayar harganya berapapun yang diminta. Sikap ini bisa kita lihat dari kasus konflik Dayak-Madura di akhir tahun 90an.

Kerukunan hidup antarumat beragama di wilayah kota Sosok Kabupaten Sanggau dilihat dari sudut pandang budaya masyarakat Dayak akan selalu tetap terjaga. Hal ini dimungkinkan karena masyarakat Dayak memandang dan memaknai agama dari sisi budaya. Dalam hal menyelesaikan konflik atau pertentangan pun pendekatan komunikasi budaya lebih diutamakan oleh masyarakat Dayak.

Dialog antarbudaya sangat penting bagi masyarakat yang tinggal di wilayah Sosok, karena pada dasarnya dalam menyelesaikan setiap perselisihan atau pertentangan masyarakat Dayak memberikan tempat utama pada pendekatan budaya, mereka sangat menjunjung tinggi budaya dan tradisi mereka yang diturunkan dari generasi ke generasi.

Pada satu sisi, pendekatan dengan cara komunikasi antarbudaya akan sangat membantu masyarakat dalam menghadapi perpecahan atau konflik antarumat beragama. Pada sisi yang lain, tidak semua pendatang menerima atau bisa beradaptasi dengan budaya dan tradisi masyarakat Dayak. Selama

para pendatang yang berlainan suku bisa menerima, menghargai dan menghormati budaya dan hukum adat, dan menghormati masyarakat Dayak sebagai penduduk asli di tanah mereka, maka bila dilihat dari sudut pandang orang Dayak konflik antaragama ataupun konflik-konflik sosial lainnya tidak akan pernah terjadi.

PENUTUP

Penelitian ini memandang kerukunan hidup antarumat beragama di kota Sosok Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat dari sudut pandang atau kacamata masyarakat Dayak. Hal ini pula yang menjadi kelemahan dari penelitian ini.

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggali informasi dan mengungkap pemikiran-pemikiran dari warga pendatang yang berbeda suku dalam memahami kerukunan hidup di kota Sosok, khususnya kerukunan hidup antarumat beragama.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, Deddy & Jalaludin Rakhmat.(2006). *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Samovar, Larry A., Richard E. Porter & Edwin R. McDaniel.(2010). *Komunikasi Lintas Budaya: Communication Between Cultures Edisi 7*. Jakarta: Salemba Humanika
- Tubbs, Stewart L, Sylvia Moss.(2005). *Human Communication*. Singapore: McGraw-Hill.

KOMUNIKASI DAN GEGAR BUDAYA

STUDI KASUS GEGAR BUDAYA PADA TENAGA KERJA WANITA INDONESIA DI LUAR NEGERI

Tresna Wiwitan, Nurrahmawati, dan Neni Yulianita
Fakultas Ilmu Komunikasi – Universitas Islam Bandung
tresnawiwitan1803@gmail.com,
nurrahmawati10@gmail.com,
yulianita.neni@gmail.com

PENDAHULUAN

Hidup di negeri orang merupakan mimpi untuk sebagian orang, dimana di negeri impian itulah mereka sekolah, bekerja, dan berkeluarga, fenomena ini terjadi di negeri kita tercinta ini. Salah satu alasan melanjutkan pendidikan di luar negeri karena kualitas pendidikan di negara kita masih kurang baik dan juga karena mendapatkan kesempatan melalui beasiswa untuk sekolah/kuliah di negeri orang. Sedangkan alasan bekerja di luar negeri salah satunya untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar dibandingkan di negara sendiri. Hal ini terjadi karena karena GNP negara kita tahun 2010 sebesar US\$ 4.880¹, memang jauh dari sejahtera dibandingkan Malaysia US\$ 14.608 dan Singapura US\$ 57.288. Data dari Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) tahun 2012 jumlah tenaga kerja Indonesia (TKI) di luar negeri mencapai 3,8 – 4 juta orang².

Salah satu kendala warga negara Indonesia yang bekerja di luar negeri adalah *culture shock* (gegar budaya). Istilah gegar budaya atau yang lebih dikenal dengan *cultural shock* erat kaitannya dengan kondisi psikologis seseorang. Memiliki takaran berbeda antara satu individu dengan individu yang lain. Seberapa besar benturan yang terjadi dapat dipengaruhi oleh pengalaman orang saat berinteraksi dengan masyarakat di luar komunitasnya atau budaya daerah lain. Apabila intensitas interaksi seringkali terjadi maka dapat dipastikan seseorang akan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan atau situasi baru yang ditemuinya. Dengan kata lain individu ini memiliki kemampuan lebih dalam meminimalisir benturan budaya. Sebaliknya, seseorang yang jarang atau belum pernah keluar dari tempat asalnya akan lebih kesulitan dalam memahami keadaan

ketika dia dihadapkan pada situasi baru. Maka, tak heran bila serangan gegar budaya rentan dialami oleh mereka.

Walaupun awalnya mengalami *culture shock*, tapi jangan beranggapan bahwa ketegangan terjadi secara terus-menerus. Karena, suatu ketika kecanggungan ini perlahan akan mereda dan selanjutnya memiliki beberapa kemungkinan: apakah dia akan terbawa oleh kebiasaan baru tersebut atau serta merta akan menolak dan tetap mempertahankan apa yang selama ini diketahui dan diyakininya. Kemungkinan ini pun tidak menjadi keputusan mutlak, barangkali ada alasan lain diluar benturan yang menjadikan dia ikut terbawa atau menolak. Seperti pertimbangan adanya nilai positif dalam kebiasaan baru (lebih baik dari budaya sebelumnya), sehingga secara sadar dia melakukan perubahan dan beralih kepada budaya baru. Pengikutan budaya seperti ini berbeda dengan orang-orang yang istilahnya hanya menjadi pengekor saja. Dengan alasan terlanjur menjadi kaum minoritas, maka tanpa alasan jelas dia ikut saja melebur bersama budaya baru tanpa terlebih dahulu melakukan penyaringan dan mempertimbangkan nilai-nilai yang terkandung didalamnya.

Courtney James, sukarelawan pengajar Bahasa Inggris asal Virginia, Amerika Serikat, mengalami gegar budaya ketika baru menjadi pengajar di SMAN 1 Haurgeulis, Indramayu. Ia sempat tercengang ketika menemukan berbagai budaya lokal yang berbeda dengan budaya di negara asalnya. Budaya tersebut tidak hanya mempengaruhi etika bersosialisasi, tetapi juga cara berpakaian, berkomunikasi, hingga gaya hidup¹. Sehingga ia pernah ditegur warga sekitar ketika memakai celana pendek dan pakain lengan terbuka di luar rumah, padahal ia memakai pakaian itu hanya untuk mengurangi gerah karena cuaca panas. Ini merupakan pengalaman seorang warga negara Amerika yang menjadi sukarela di daerah Indramayu.

Gegar budaya juga dialami oleh teman saya ketika berumur 4-5 tahun, hidup di Australia selama 6 tahun, gegar budaya terjadi ketika kembali ke tanah air. Selama di Australia bersekolah di sekolah umum, sehingga ketika kembali ke Bandung, ia lupa bahasa Indonesia, sehingga harus belajar bahasa Indonesia dengan bantuan guru privat. Berdasarkan informasi dari berbagai media, banyak sekali tenaga kerja Indonesia yang bekerja di luar negeri mengalami gegar budaya. Gegar budaya yang mereka alami pertama kalinya adalah 'perbedaan bahasa', kendala inilah yang biasanya

¹ Pikiran Rakyat, 17 Desember 2013

menjadi masalah pertama sehingga seringkali terjadi *miss communication* ketika berkomunikasi dengan orang-orang yang berada di tempat kerja. Perbedaan persepsi dan makna inilah yang seringkali menimbulkan konflik para pekerja dengan teman-teman sejawat. Bahkan terjadinya kekerasan yang dilakukan majikan kepada para TKI yang bekerja di luar negeri salah satu faktornya karena perbedaan persepsi dan makna ketika berkomunikasi.

Berdasarkan fenomena ini, maka peneliti mencoba mengungkap dan menganalisis tahapan (fase) gegar budaya yang dialami TKW Indonesia yang bekerja di luar negeri dan bagaimana penyesuaian diri yang dilakukan untuk *survaive* di negeri orang.

LANDASAN KONSEPTUAL

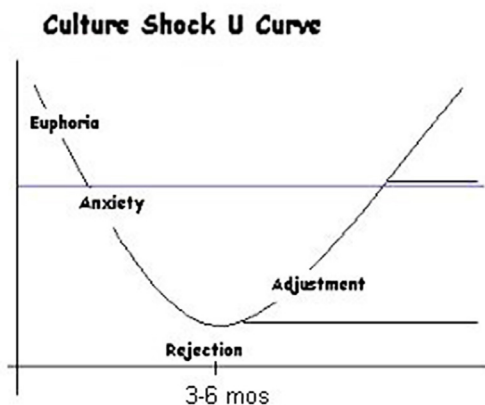
Culture shock (gegar budaya) adalah suatu penyakit yang berhubungan dengan pekerjaan atau jabatan yang diderita orang-orang yang secara tiba-tiba berpindah atau dipindahkan ke luar negeri (Mulyana & Rakhmat, 2010:174). Sebagaimana kebanyakan penyakit lainnya, gegar budaya juga mempunyai gejala-gejala dan pengobatan tersendiri. Gegar budaya ditimbulkan oleh kecemasan yang disebabkan oleh kehilangan tanda-tanda dan lambang-lambang dalam pergaulan sosial. Tanda-tanda tersebut meliputi seribu satu cara yang kita lakukan dalam mengendalikan diri sendiri dalam menghadapi situasi sehari-hari: kapan berjabat tangan dan apa yang harus kita katakan bila kita bertemu dengan orang, kapan dan bagaimana memberikan tip, bagaimana berbelanja, kapan menerima dan kapan menolak undangan, kapan membuat pernyataan-pernyataan dengan sungguh-sungguh dan kapan sebaliknya. Sedangkan Kalvero Oberg dalam Samovar, Porter dan Mc. Daniel (2010:476), *Culture shock* ditimbulkan oleh rasa gelisah sebagai akibat dari hilangnya semua tanda dan symbol yang biasa kita hadapi dalam hubungan sosial. Tanda dan petunjuk ini terdiri dari ribuan cara dimana kita mengorientasikan diri kita sendiri dalam kehidupan sehari-hari; bagaimana memberikan petunjuk, bagaimana membeli sesuatu, kapan dan dimana untuk tidak berespon. Petunjuk ini dapat berupa kata-kata, gerakan, ekspresi wajah, kebiasaan atau norma, diperlukan oleh kita semua dalam proses pertumbuhan dan menjadi bagian dari budaya kita sama halnya dengan Bahasa yang kita ucapkan atas kepercayaan yang kita terima. Kita semua menginginkan ketenangan pikiran dan efisiensi ribuan petunjuk tersebut yang kebanyakan tidak kita sadari.

Dari berbagai definisi *culture shock* yang dikemukakan di atas, maka gegar budaya merupakan reaksi individu yang bersifat temporer, fisik maupun psikis, yang muncul karena perbedaan budaya ketika individu berpindah dari negara/tempat asalnya ke negara /tempat lainnya.

Samovar, Porter, dan Mc. Daniel (2010:477), reaksi terhadap gegar budaya bervariasi antara individu yang satu dengan individu lainnya dan dapat muncul pada waktu yang berbeda. Reaksi-reaksi yang mungkin terjadi, adalah:

1. Antagonis (memusuhi terhadap lingkungan baru).
2. Perasaan disorientasi
3. Perasaan ditolak
4. Sakit perut dan sakit kepala
5. *Homesick*/rindu pada rumah/lingkungan lama
6. Rindu pada teman dan keluarga
7. Merasa kehilangan status dan pengaruh
8. Menarik diri/menyendiri
9. Menganggap orang-orang dalam budaya tuan rumah tidak peka..

Meskipun ada berbagai variasi reaksi terhadap *culture shock* dan perbedaan jangka waktu penyesuaian diri, sebagian literature menyatakan bahwa orang biasanya melewati empat tingkatan *culture shock*. Keempat tingkatan ini dapat digambarkan dalam bentuk kurva U (tapal kuda), sehingga disebut U-curve (Samovar, Porter, dan Mc.Daniel, 2010:477-478):



Gambar 1
Tahapan Gegar Budaya Kurva U (Tapal Kuda)

1. Fase Optimistik/*honeymoon (Optimistic Phase)*, fase ini berisi kegembiraan, rasa penuh harapan, dan euphoria sebagai antisipasi individu sebelum memasuki budaya baru.
2. Fase Masalah Kultural (*Cultural Problems*), fase kedua dimana masalah dengan lingkungan baru mulai berkembang. Fase ini biasanya ditandai dengan rasa kecewa dan ketidakpuasan. Ini adalah periode krisis dalam *culture shock*.
3. Fase Kesembuhan (*Recovery Phase*), fase ketiga dimana orang mulai mengerti mengenai budaya baru.
4. Fase Penyesuaian (*Adjustment Phase*), fase terakhir dimana orang telah mengerti elemen kunci dari budaya baru (nilai-nilai, khusus, keyakinan, dan pola komunikasi).

Pada fase ke-empat mungkin akan muncul beberapa hasil; pertama, banyak orang memperoleh kembali level keseimbangan dan kenyamanan, mengembangkan hubungan yang penuh makna dan sebuah penghargaan bagi budaya baru. Kedua, ada orang yang tidak bisa sepenuhnya menerima budaya baru, tetapi ia bisa menemukan cara yang baik untuk mengatasi persoalan guna meraih tujuan secara memadai. Ketiga adalah menemukan cara untuk 'melakukan yang terbaik', meskipun secara substansial disertai dengan ketegangan dan ketidaknyamanan pribadi. Akhirnya, adapula yang gagal bahkan dalam meraih kelanjutan level penyesuaian ulang, dan menemukan satu-satunya alternative adalah mengundurkan diri dari situasi itu.

Beradaptasi terhadap sebuah budaya adalah persoalan sosialisasi dan persuasi, melibatkan pembelajaran yang tepat mengenai representasi diri, peta gagasan, aturan-aturan, dan citra hubungan kelompok, organisasi, dan masyarakat dimana kita menjadi anggotanya. Adaptasi juga melibatkan persuasi, seperti halnya dengan pendidikan yang dilakukan oleh keluarga dan sekolah, bertujuan memberikan pengetahuan, nilai, dan aturan orang lain menganggapnya perlu (Ruben & Stewart, 2013:373).

Ketika seorang individu menyesuaikan diri dengan budaya sebuah masyarakat baru yang jaraknya ribuan kilometer dari rumah, dimana secara geografis, iklim, ritual, adat istiadat, gaya hidup, dan bahasa semuanya asing, tanpa kawan menyertai dan tanpa prospek untuk kembali ke Negeri asal mereka selama beberapa tahun, maka adaptasi budaya dapat menjadi pengalaman yang sangat hebat dan menegangkan. Dinamika adaptasi

yang sama terjadi dalam keadaan lebih umum. Setiap kali berpindah dari satu area ke area lain, memasuki hubungan baru, memulai pekerjaan baru mendapat teman sekamar baru, atau menemukan diri dalam situasi baru, kita mungkin akan menjalani pula tahap-tahap adaptasi yang sama karena penyesuaian terhadap orang baru, harapan baru, symbol baru, dan realitas budaya baru perlu dilakukan.

METODE PENELITIAN

John W. Creswell (2012:4-5), penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah social atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana peneliti mencoba mengeksplorasi dan menganalisis tahapan gegar budaya (*culture shock*) yang dialami TKW Indonesia yang bekerja di luar negeri.

Pendekatan Studi Kasus

Studi kasus (*case study*) yaitu, pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasikan suatu kasus (*case*) dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar (Yin, 2002 :93). Stake dalam Creswell (2012:20), studi kasus merupakan strategi penelitian di mana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti menumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.

Peneliti melakukan penelitian mengenai gegar budaya yang dialami dua orang tenaga kerja wanita Indonesia yang bekerja di luar negeri, di dua negara yang berbeda.

Subjek Penelitian

Narasumber yang dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah seorang perawat yang bekerja di suatu rumah sakit yang berada di

kota Madinnah selama kurang lebih 2 tahun (tahun 2005 – tahun 2007) dan kemudian tinggal di Sydney, Australia sudah 5 tahun (tahun 2008 – 2015). Di Sydney bekerja sebagai *assintant disable carrer* dan juga mengikuti suami yang sedang melanjutkan studi. Kota Madinah dan Sydney mempunyai kultur yang sangat berbeda, Madinah merupakan salah satu kota suci (tanah haram) bagi umat muslim dan Sydney merupakan salah satu kota besar yang berada di Australia dimana sebagian besar masyarakatnya menganut budaya bebas (sekuler). Dan narasumber yang satunya lagi adalah WNI yang bekerja di Singapore (2003-2004) dan di Hongkong selama 8 tahun (2005-2013). Hal inilah yang menarik perhatian peneliti karena narasumber mengalami gegar budaya di dua daerah yang sangat kontradiktif. Kota madinah merupakan kota yang sangat menjunjung nilai keagamaan sedangkan Sydney merupakan kota besar yang begitu bebas, sedangkan narasumber yang satunya lagi berasal dari negara yang tipikalnya hampir sama, yaitu menganut sistem kebebasan.

TEMUAN DAN ANALISIS PENELITIAN

Tahapan pertama, divisualisasikan sebagai ujung sebelah kiri dalam kurva-U, biasanya penuh dengan rasa gembira, harapan, dan euphoria seperti yang diantisipasi seseorang ketika berhadapan dengan budaya yang baru. Marx (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:477) menawarkan ulasan dari bagaimana fase yang pertama dilihat oleh seseorang yang mengerjakan tugas managerial internasional:

Kehidupan barunya dianggap menyediakan kesempatan yang tidak terbatas dan sang manajer biasanya dalam keadaan gembira. Ada keterbukaan dan keingintahuan, tergabung dengan kesediaan untuk menerima apa pun yang ada. Hal yang paling penting, dalam tahap ini penilaian tidak dikerjakan dan bahkan rasa tersinggung juga ditekan supaya dapat berkonsentrasi pada hal-hal yang menyenangkan dari pekerjaan, negara, rekan sekerja, makanan, dan lain-lain.

Joseph Devito dalam buku “Komunikasi Antarmanusia” (Devito, 1997:492), “pada tahap ini pada mulanya terasa ada pesona, kegembiraan, dengan kultur yang baru dan masyarakatnya. Tahap ini ditandai dengan keramah-tamahan dan persahabatan yang bersifat dangkal”. Kedua informan, ketika pertamakali menginjakan kaki ke kota dimana mereka bekerja sangat antusias, karena cita-cita mereka untuk bekerja di luar negeri

tercapai, dan itu merupakan pertama kalinya mereka datang ke luar negeri. Suatu kebanggaan tersendiri dapat bekerja di luar negeri setelah beberapa bulan melakukan pelatihan, pendidikan, dan berbagai test untuk dapat lolos bekerja ke luar negeri.

Harapan informan A ketika bekerja di Madinah adalah bisa bekerja dengan baik dan bisa membantu menghajikan orang tua, ketika bekerja di Australia harapannya bisa bekerja sesuai standar pemerintah Australia dan bisa melanjutkan studi. Euforia yang dirasakan ketika di Madinah, sangat senang serada sudah naik haji padahal belum, rasanya *keren*. Ketika pertama kali berada di Australia bahagia sekali bisa bertemu suami dan kayak mimpi bisa ke negeri kangguru. Rasa bahagia ini dirasakan di Madinah hanya dua minggu karena kendala bahasa, sedangkan di Australia kurang lebih tiga bulan.

Informan B menjelaskan tujuan utama bekerja di luar negeri karena ingin membantu derajat ekonomi keluarga di kampung, setelah menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Cilacap memberanikan diri untuk mendaftar ke agen untuk bisa bekerja di Singapore. Singapore dipilih karena ingin mencari kakak yang bekerja di sana, sudah lima tahun tidak ada kabar, sambil bekerja saya bisa mencari keberadaan kakak saya di Singapore. Setelah pelatihan dan pendidikan di Jakarta selama 3 bulan akhirnya berangkat ke Singapore dan memperoleh majikan yang sudah berumur. Di Singapore informan B sama sekali tidak diperkenankan keluar dari apartemen, untuk keperluan rumah tangga dan kebutuhan saya dipenuhi oleh majikan, ia hanya diberi libur apabila ada perayaan keagamaan, misal Idul Fitri, Tahun Baru China, dan Natal. Di Singapore hanya bertahan selama satu tahun. Setelah itu memutuskan bekerja di Hongkong karena diajak oleh kakak untuk bekerja di sana, setelah pendidikan dan pelatihan selama 3 bulan akhirnya bisa bekerja di Hongkong. Di Hongkong informan B mendapatkan majikan sepasang suami istri yang berprofesi sebagai dokter, mempunyai 2 orang anak, anak yang paling besar sudah menikah. Tahapan antusiasme di Singapore kurang lebih 1 bulan selanjutnya banyak sekali kendala bahasa yang saya hadapi sehingga banyak menggunakan bahasa isyarat dengan majikan. Selain itu juga karena pengalaman saya yang baru pertama kali bekerja di luar negeri sehingga tidak punya pengalaman. Ketika pertama kali bekerja di Hongkong, sudah ada pengalaman bekerja selama 1 tahun di Singapore”.

Tahapan antusiasme biasanya terjadi apabila seseorang yang keluar dari budaya asli mereka akan mengalami kejutan budaya (gegar budaya), yang menimbulkan gangguan yang hebat dari rutinitas, ego, dan gambaran diri seperti kekhawatiran dan kecemasan terhadap bagaimana mereka akan berkomunikasi selama tinggal di budaya baru. Hal ini dialami oleh kedua informan, dimana merasa khawatir bagaimana berkomunikasi dengan orang-orang baru yang berbeda bahasa dan budaya.

Tahapan kedua, dimulai ketika seseorang menyadari kenyataan dari ruang lingkup yang berbeda dan beberapa masalah awal mulai berkembang, misalnya kesulitan komunikasi dan adaptasi mulai muncul. Tahapan ini kadang ditandai perasaan kecewa, tidak puas, dan segala sesuatunya mengerikan. Hal ini merupakan periode krisis dari gegar budaya. Orang-orang mulai bingung dan heran dengan lingkungan baru mereka. Rasa frustrasi ini dapat membuat mereka gampang tersinggung, memiliki sikap bermusuhan, tidak sabar, marah, dan bahkan tidak mampu (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:478). Dalam kasus yang ekstrem, perasaan tidak nyaman ini dapat menjadi perasaan benci terhadap segala sesuatu yang asing.

Bradford J. Hall (2005:271), mengibaratkan fase masalah budaya ini seperti guncangan yang dialami oleh tanaman ketika ditransplantasikan atau dicangkok. Tanaman ini akan layu untuk beberapa saat sebelum akhirnya tanaman itu memegang tanah baru dalam proses pencangkokan dan kembali normal. Sama halnya dengan pendatang baru dalam suatu budaya, pendatang ini akan mengalami kecemasan dan kebingungan dalam berinteraksi dengan lingkungan budaya dan sosial barunya. Seperti halnya ada beberapa pendatang yang mulai menganggap hal-hal lucu atau menarik dari budaya baru sebagai hal yang menjengkelkan bagi dirinya. Ada juga pendatang lain yang mengalami kebingungan dan kelelahan mental ketika harus menyesuaikan diri untuk memahami dan menerima budaya baru.

Tahapan masalah budaya muncul karena adanya keterkejutan dan tekanan dari pendatang yang berada dalam lingkungan budaya berbeda. Hal ini mengakibatkan guncangan konsep diri, identitas kultural dan kecemasan yang temporal. Guncangan ini terjadi karena adanya perasaan kehilangan identitas kultural seperti Bahasa, symbol atau tanda, norma, kepercayaan, makan dan kebiasaan makan serta penampilan yang sudah familiar di budaya asal. Informan A dan B mengalami tahapan masalah bahasa dan budaya, terutama informan A. Ketika bekerja di Madinah dalam kurun waktu minggu ke-2 sudah mengalami tahapan ini, dimana sudah mulai

bekerja. Masalah bahasa menjadi kendala utama, dimana bahasa Arab dan bahasa Inggris yang terbatas sehingga sering menimbulkan masalah dalam pekerjaan. Ketidaksiapan dari segi bahasa maupun mental untuk berinteraksi dengan sesama teman perawat di rumah sakit dan di asrama menimbulkan dampak kecemasan, juga peraturan yang tidak mengizinkan pegawai perempuan keluar kecuali didampingi atau rombongan, Awalnya aturan ini membuat tertekan karena biasanya di Indonesia kemana-mana dilakukan sendiri. Perlakuan yang berbeda terhadap pribumi dan pendatang kelihatan begitu nyata (jelas).

Informan B juga mengalami tahapan ini, ketika di Singapore akhirnya banyak menggunakan bahasa isyarat dan di Hongkong karena bahasa china yang dikuasai sangat terbatas. Hal ini menimbulkan kemarahan majikan, salah persepsi, apa yang diperintahkan majikan berbeda dengan apa yang dikerjakannya. Informan A menyadari adanya kendala perbedaan budaya pada saat minggu kedua, di Madinah yang menjadi kendala adalah tempat (asrama) yang disatukan dengan bangsa lain, bahasa inggris dan bahasa arab yang pas-pasan, peraturan yang berbeda antara kaum perempuan dan laki-laki, dan juga perlakuan yang sangat timpang untuk pribumi dan pendatang. Ketika di Australia selain kendala bahasa apabila bepergian sendiri, juga budaya yang terlalu bebas, sistem tata kelola *bill* (tagihan) yang memberlakukan sistem mingguan bukan bulanan, peraturan jam kerja untuk *student* dan keluarga yang dibatasi dan juga perbedaan musim. Dan semua ini membuatnya kaget (*shock*).

Menurut Joseph A. Devito (1997:486) menyatakan bahwa; “perbedaan bahasa akan membuat komunikasi antarbudaya yang efektif tidak mungkin terjadi”. Perbedaan bahasa ini terlihat paling besar pada awal interaksi, karena itulah sangatlah penting untuk menggunakan teknik-teknik komunikasi yang efektif. Pertimbangkanlah, misalnya teknik mendengarkan secara aktif, pengecekan persepsi, berbicara secara spesifik, dan mencari umpan balik. Bahasa mencerminkan budaya, makin besar perbedaan antara budaya, makin sulit komunikasi dilakukan. Kesulitan ini dapat mengakibatkan lebih banyak kesalahan komunikasi. Lebih banyak kemungkinan salah paham, makin banyak salah persepsi dan makin banyak potong kompas (*bypassing*).

Ketika informan dalam penelitian ini tidak memahami makna dari bahasa yang disampaikan rekan sejawat maupun majikannya, maka mereka menerka-nerka apa yang dimaksud penyampai komunikasi sehingga sering

terjadi “*miss communication*”. Berger & Bradac, 1982; Gudykuns, 1989 dalam Devito (1997:487), menyatakan bahwa: “ makin besar perbedaan antarbudaya, makin besarlah ketidak-pastian dan ambiguitas dalam komunikasi”. Semua hubungan mengandung ketidakpastian. Banyak dari komunikasi yang dilakukan berusaha mengurangi ketidakpastian ini sehingga dapat lebih baik menguraikan, memprediksi, dan menjelaskan perilaku orang lain. Karena ketidakpastian dan ambiguitas yang lebih besar ini diperlukan lebih banyak waktu dan upaya untuk mengurangi ketidakpastian dan untuk berkomunikasi secara lebih bermakna.

Maka dari itu, seseorang yang hidup dalam budaya yang baru harus menghadapi tantangan terhadap rintangan bahasa, kebiasaan serta praktik yang tidak biasa, dan variasi budaya dalam gaya komunikasi verbal dan non-verbal dalam rangka mencapai pemahaman. Harper (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:480), menyimpulkan pandangan dalam tulisannya: “Keterbatasan bahasa merupakan penghalang yang besar dalam penyesuaian dan komunikasi budaya yang efektif, dimana kurangnya pengetahuan berkaitan mengenai cara berbicara kelompok tertentu akan mengurangi tingkat pemahaman yang dapat kita capai dengan rekan kita”. Orang-orang berusaha untuk menyesuaikan diri dan berinteraksi dengan budaya baru harus menghadapi tantangan yang berhubungan tidak hanya dengan belajar bahasa, namun juga dengan pola budaya yang unik yang ditemukan dalam setiap bahasa. Bahasa dan budaya, keduanya bekerja sama dalam hubungan saling menguntungkan, yang menjamin keberadaan dan kelangsungan keduanya. Untuk memiliki suatu budaya, bahasa dibutuhkan sehingga anggota suatu kelompok dapat berbagi kepercayaan, nilai, dan perilaku dan terlibat dalam usaha komunal.

Sedangkan untuk informan B, selain bahasa yang menjadi masalah adalah: “ketika kontrak kerja pertama selama dua tahun, informan tidak diberi kebebasan untuk melaksanakan kewajiban beribadah, untuk sholat lima waktu saja dilaksanakan secara sembunyi-sembunyi, sama juga ketika melaksanakan ibadah shaum”. Perbedaan pandangan mengenai agama pada awalnya menjadi masalah, tetapi setelah kontrak untuk tahun ke-3 dan ke-4, informan mengajukan negoisasi dengan majikannya untuk bisa melaksanakan ibadah sesuai dengan ajaran Islam.

Pada aspek lain, informan mengalami perubahan psikologis baik yang bersifat negatif maupun positif, karena ketidaksiapan dari segi bahasa maupun mental untuk berinteraksi secara terus-menerus, menimbulkan

dampak kecemasan, takut tidak paham pembicaraan orang lain dan salah ketika berbicara, sehingga hal ini membuatnya tertekan. Segi positifnya berusaha untuk terus belajar bahasa secara baik sehingga lebih percaya diri. Selain itu selalu terus belajar meningkatkan *skill* dan mengikuti ritme kerja di negara tuan rumah dan ingin terus menggali kebiasaan (budaya) setempat dengan cara bertanya kepada kakaknya yang sudah lama bekerja di Hongkong. Berdasarkan karakteristik budaya (Mulyana & Rakhmat, 2010:61-62), pada aspek proses mental dan belajar, beberapa budaya menekankan aspek pengembangan otak ketimbang aspek lainnya sehingga orang dapat mengamati perbedaan-perbedaan yang mencolok dalam cara orang-orang berpikir dan belajar.

Hal tersulit yang dialami ketika hidup di negara lain, kedua informan mengatakan hal yang sama adalah kesepian. Kesepian ketika pertama kali datang karena belum punya banyak teman. Ketika di Madinah, kurangnya waktu yang disediakan untuk akses ke dunia luar atau lingkungan di luar asrama lingkungan. Di Sydney disibukkan dengan harus membantu suami secara finansial dengan mencari pekerjaan untuk membantu membayar tagihan mingguan.

Adler (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:478) menyatakan; “Kejutan budaya merupakan tanda positif yang menandakan bahwa ekspatriat menjadi terlibat dalam budaya yang baru dibandingkan terisolasi dalam ruang lingkup ekspatriat saja”. Keterlibatan ini menolong orang-orang untuk belajar mengenai diri sendiri dan pada saat yang sama, juga budaya yang lain. Kejutan budaya ini, memberikan kesempatan pada informan untuk mempelajari diri mereka sendiri. Dalam hal ini pengalaman kejutan budaya memiliki potensi yang kuat untuk membuat seseorang menjadi multikultur atau bikultur. Selaras dengan penelitian RA. Ardina Hendra Kusumawardhani dan Aryanto Budhy Sulihyantoro, yang menyatakan bahwa: “dalam mengatasi *culture shock* tidak hanya memiliki peranan bahasa yang baik untuk berkomunikasi, tetapi dengan cara mengenal diri sendiri melalui posisi ego sebagaimana dalam teori analisis transaksional”.²

Tahapan ketiga, dimulainya proses penyesuaian kembali, karena masing-masing mulai mengembangkan cara-cara mengatasi frustrasi mereka dan menghadapi tantangan situasi baru, memahami apa yang diperoleh dari budaya baru. Disini orang-orang secara bertahap membuat beberapa

² Komunikasi Antar Budaya pada Tenaga Kerja Indonesia, www.jurnalkomnas.com

penyesuaian dan modifikasi dalam bagaimana mereka berhadapan dengan budaya yang baru. Peristiwa dan orang-orang sekarang kelihatan lebih dapat diprediksi dan tingkat stress sedikit, karena mulai membuka jalan ke dalam lingkungan budaya yang baru.

Bradford J. Hall (2005:73) menyatakan bahwa pada tahapan ini pendatang baru mengalami masa pemulihan setelah cuaca badai selama berada di tahap masalah budaya. Dalam fase penyesuaian ini pendatang baru mulai melihat aspek positif tentang masyarakat yang ada dalam budaya dimana mereka berada di lingkungan budaya baru dengan orang-orang yang berbeda dari budaya mereka. Seperti apa yang disampaikan kedua narasumber dalam penelitian ini, adalah:

Ketika di Madinah hal yang meyakinkan untuk terus bekerja di Negara tersebut, yaitu pekerjaan dan penghasilan yang baik, tempat tinggal yang memadai, *supply* kebutuhan dasar yang melimpah dan *free* dari tempat bekerja. Tanggungan uang transport serta bonus-bonus dari *government* setempat dan setiap tahun diberi kesempatan untuk berumroh atau pulang berlibur ke Indonesia. Sedangkan ketika di Australia karena adanya suami dan harapan untuk bekerja dan melanjutkan studi. Informan B, menyatakan ada beberapa hal yang membuat dirinya bertahan di sana, adalah majikannya tidak pelit memberikan bonus-bonus setiap kali gaji, diberi dua hari libur oleh majikannya dari jumat malam sampai minggu malam, dan juga ada cuti tahunan dua belas hari dalam setahun. Jadinya rasa nelongso hilang ketika mendapatkan gaji bulanan dan bonus yang diberikan majikan.

Akulturasi merupakan proses pembelajaran bagaimana untuk hidup dalam budaya baru (penyesuaian terhadap budaya yang baru). Berry menjelaskan, akulturasi sebagai proses dari perubahan budaya dan psikologis yang terjadi sebagai akibat dari hubungan antara dua atau lebih kelompok budaya dan anggotanya (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:479-480). Dalam tahap individual, hal ini melibatkan perubahan dalam perilaku seseorang. Proses penyesuaian ini merupakan proses panjang yang membutuhkan banyak pengetahuan mengenai budaya baru.

Pada tahap akulturasi dukungan (*support*) dari teman-teman dan komunitas warga negara Indonesia (WNI) yang sudah menetap terlebih dahulu sangat besar untuk memperkuat keyakinan tetap tinggal dan bekerja di negara tersebut. Misalnya informan A dengan tinggal di *flat*

(apartemen) yang sebagian besar dihuni oleh komunitas WNI atau dengan cara berkumpul dua minggu sekali dengan teman-teman seperjuangan. Dengan *sharing* (berbagi) pengalaman akan menambah wawasan untuk melanjutkan pekerjaan, melepaskan kepenatan, dan mengobati rindu akan kampung halaman. Berdasarkan hasil penelitian Hofstede tentang dimensi individualism/kolektivisme pada 50 negara dan 3 negara bagian, bangsa Indonesia menempati peringkat 47/48 dimana nilai kolektivitasnya sangat tinggi (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:236-239). Budaya kolektivitas menekankan komunitas, kolaborasi, minat, harmoni, tradisi, fasilitas umum, mempertahankan harga diri. Budaya individualis menekankan hak dan kewajiban pribadi, privasi, menyatakan pendapat pribadi, kebebasan, inovasi, dan ekspresi diri.

Pada budaya kolektivitas orang-orang bergantung pada kelompok-dalam mereka (misalnya kerabat, klan, suku, dan organisasi) untuk merawat mereka dan sebagai gantinya mereka setia terhadap kelompok tersebut. Hal ini terlihat ketika narasumber tinggal di *flat* (apartemen) yang sebagian besar penghuninya WNI, dimana ketergantungan mereka sangat kuat. Informan B juga dalam kurun waktu 2 minggu sekali berkumpul dengan kakak dan teman-teman sekampung untuk sekedar arisan dan makan bersama. Hal ini menunjukkan bahwa WNI yang bekerja di luar negeri menunjukkan dimensi kolektivitas yang menekankan adanya ketergantungan satu sama lain dengan sesama WNI lainnya, sama halnya dengan kita yang berada di negara sendiri.

Triandis dalam Samovar, Porter, dan McDaniel (2010:239), menyatakan bahwa beberapa perilaku yang ditemukan dalam budaya kolektif:

Kolektivisme berarti penekanan terhadap (a) pandangan, kebutuhan, dan tujuan kelompok-dalam dibandingkan diri sendiri; (b) norma dan kewajiban sosial yang ditentukan oleh kelompok-dalam dibandingkan untuk bersenang-senang; (c) kepercayaan yang dianut dalam kelompok-dalam yang membedakan pribadi dalam kelompok-dalam; dan (d) kesediaan untuk bekerja sama dengan anggota kelompok dalam.

Tahap akulturasi dan adaptasi selama di Australia juga mendapat dukungan dari pemerintah setempat, dimana disediakan akses gratis untuk pendatang dari mulai belajar bahasa sampai grup-grup belajar sesuai keinginan. Sehingga bisa belajar berkomunikasi langsung dengan *native speaker*. Selain itu disediakan interpreter atau penerjemah di berbagai

layanan public tapi dengan appointment (perjanjian diawal). Informan A menjelaskan, tanpa disadarinya ada faktor budaya setempat yang mempengaruhi *personality* dirinya, misalkan karena Madinah merupakan salah satu tanah haram (tanah suci) bagi umat muslim maka saya berusaha untuk berbusana muslim secara sempurna, dan kebiasaan mereka yang sangat baik pada saat ramadhan tiba, semuanya berlomba-lomba dalam kebajikan. Di Australia dengan budaya *welcome*-nya dan membiasakan diri untuk tidak sungkan meminta maaf dan mengucapkan terima kasih. Sedangkan informan B menyatakan, selama di Hongkong harus mengikuti budaya tahun baru cina, dengan menggunakan baju serba merah, mengikuti makan-makan pada perayaan tersebut dengan memilih makanan yang halal yang tidak mengandung babi. Untuk masalah makanan halal, informan diberi kebebasan untuk memasak sendiri, dengan alat masak tersendiri.

Komunikasi Konteks Tinggi dan Konteks Rendah

Ritual keagamaan orang Madinah tidak begitu berbeda, sedangkan secara karakter ada beberapa hal yang berbeda. Orang Madinah cenderung tertutup dan memandang bahwa orang pendatang/pekerja adalah masyarakat kelas dua, dimana untuk gaji pekerja pendatang dengan pekerja asli Madinah berbeda, padahal tanggungjawan dan beban kerja sama malah lebih berat pekerja pendatang. Sedangkan ketika di Australia karena ada suami mendampingi dan mengajari, komunitas sesama WNI, dan akses yang mudah di dapat yang disediakan oleh *council* (pemerintah setempat)". Dan juga karakter orang Australia yang *welcome*, hangat, *helpfull*, dan mendahulukan kepentingan orang lain, ibu hamil, orang tua dan *disable*, walaupun ada juga masyarakat setempat yang berpandangan dengan orang yang berkerudung. Orang Australia lebih *easy going* dan saling menghormati terhadap pekerja pendatang, bahkan yang pernah terjadi masalah ketika pasiennya adalah orang Indonesia. Bahkan ada beberapa keluarga yang orang tuanya dirawat menawarkan bantuan untuk menjadi *permanent resident*. Orang Australia merupakan budaya yang sedikit dipengaruhi oleh kekuasaan, antara mereka dengan pekerja merupakan mitra sejajar atau setara. Budaya orang Australia cenderung menggunakan budaya konteks rendah, dalam budaya ini pesan verbal mengandung banyak informasi dan hanya sedikit yang tertanam dalam konteks atau peserta (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:257).

Dalam budaya orang Arab, ada tumpang-tindih yang luas antara hubungan pribadi, hubungan sosial, dan hubungan kerja (Ruben dan Stewart, 2013:365-366). Karena tumpang-tindihnya jaringan-jaringan komunikasi, terjadilah budaya konteks tinggi, dan karena itu kegiatan komunikasi sehari-hari tidak membutuhkan banyak latar belakang informasi. Orang-orang yang bekerja sama menghabiskan begitu banyak waktu dalam kegiatan bersama keluarga dan sosial yang membuat mereka saling banyak tahu aspek kehidupan orang lain satu sama lain. Orang-orang dari budaya konteks tinggi, lebih banyak bersandar kepada isyarat non-verbal dan apa yang mereka telah ketahui mengenai latar belakang orang, untuk mengarahkan mereka sepanjang percakapan. Adanya perlakuan yang berbeda antara pribumi (orang Arab) dengan pendatang, ini menandakan bahwa orang Arab termasuk ke dalam budaya konteks tinggi. Dalam masyarakat yang menganut budaya konteks-tinggi kegiatan komunikasi dipengaruhi aspek kekuasaan, dimana orang yang mempunyai kekuasaan/kekuatan mempunyai kedudukan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian Edward T. Hall (Samovar, Porter, dan McDaniel, 2010:258) menyatakan bahwa orang China termasuk ke dalam budaya konteks tinggi, dimana komunikasi dilakukan kurang terbuka, atau berkomunikasi dengan cara yang tidak langsung. Budaya konteks tinggi terjadi karena tradisi dan sejarah, sejarah berperan dalam membentuk pola pikir seseorang. Selama berabad-abad, faktor alam mengisolasi Cina, keterpencilan secara geografis ini berkontribusi terhadap rasa superioritas budaya masyarakat Cina. Sejarah Cina mengenai persepsi diri tentang superioritas didukung oleh kepercayaan, bahwa bahasa, institusi politik, dan seni serta kreativitas intelektual Cina tidak tertandingi. Faktor sejarah inilah yang membentuk budaya konteks tinggi. Secara kontekstual ketika informan B tidak diperkenan untuk berbahasa Inggris tetapi harus menggunakan bahasa Cina, tidak diperkenankan untuk keluar apartemen, dilarang sholat (berdoa), harus mengikuti budaya Cina, ini semua menunjukkan bahwa pekerja tidak setara kedudukannya dengan majikan (orang Cina). Inilah yang menunjukkan bahwa orang Cina menganut budaya konteks tinggi.

SIMPULAN

Tenaga kerja wanita Indonesia yang bekerja di luar negeri mengalami gegar budaya (*culture shock*), hal ini diakibatkan karena adanya perbedaan bahasa dan budaya. Pada tahapan awal mereka antusias karena

keinginan bekerja di luar negeri tercapai, ada suatu kebanggaan bisa bekerja di luar negeri, ada harapan untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi. Tahapan ini berlangsung pada awal bulan pertama. Tahapan kedua, mereka mulai menyadari adanya perbedaan bahasa dan budaya. Perbedaan bahasa menjadi kendala utama, karena mereka tidak menguasai bahasa Arab (Mrs. A) dan bahasa Cina (Mrs. B) dengan baik sehingga sering terjadi kesalahan komunikasi dan kesalahan persepsi. Selain itu, masalah perbedaan budaya menjadi kendala, dimana ada kebiasaan di Madinah yang membuat narasumber terkekang, tidak bebas untuk menjalankan aktivitas dan juga adanya perlakuan berbeda antara pribumi dengan kaum pendatang (pekerja). Sedangkan di Hongkong, pada awalnya majikan tidak memberikan kebebasan untuk melaksanakan ibadah, karena ada perbedaan pandangan mengenai 'agama'. Tahapan ketiga, merupakan tahapan adaptasi dan akulturasi, dimana narasumber sudah mulai melakukan penyesuaian dengan bahasa dan budaya setempat. Pada tahapan ini mereka mulai terhibur dengan mendapatkan gaji dan fasilitas yang diberikan. Mereka mulai bergaul dengan komunitas warga negara Indonesia sehingga dapat menghibur rasa kesepian.

Faktor bahasa dan kebiasaan suatu negara tidak terlepas dari budaya konteks tinggi dan konteks rendah. Cara berkomunikasi orang Arab dan Cina termasuk ke dalam budaya konteks tinggi, dimana pekerja dianggap tidak sejajar dengan pribumi. Sedangkan kebiasaan komunikasi orang Australia termasuk ke dalam budaya konteks rendah, dimana pekerja dianggap sejajar dengan pribumi. Karena faktor inilah sebaiknya tenaga kerja Indonesia yang akan bekerja di luar negeri dibekali kemampuan berbahasa negara yang dituju dengan baik dan kesiapan menghadapi gegar budaya, akibat perbedaan bahasa dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell. W John. 2012. *Research Design Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Devito, Joseph A, 1997, *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*, Jakarta, Profesional Book.
- Hall, Bradford J, 2005, *Among Culture: The Challenge of Communication*, USA: Wadsworth.
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Jalalludin Rakhmat, 2010, *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*, Bandung, Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, 2013, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Ruben, Brent D dan Lea P. Stewart, 2013, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.
- Samovar, Larry A, Richard E. Porter, dan Edwin R. McDaniel, 2010, *Komunikasi Lintas Budaya: Communication Between Cultures*, Jakarta, Penerbit Salemba Humanika.
- Yin, Robert. K, 1995, *Studi Kasus; Desain & Penelitian*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.

BAKAR TONGKANG; SEBUAH TRADISI BERBALUT RITUAL KEAGAMAAN

Studi Etnografi Komunikasi di Bagansiapi-api Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Genny Gustina Sari
Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau
gennygustina@gmail.com

PENDAHULUAN

Menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi dalam Basrowi (2005: 71), kebudayaan adalah semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan yang akan diabadikan untuk keperluan masyarakat selanjutnya. Seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dewasa ini beberapa kebiasaan dan tradisi lama mulai ditinggalkan. Beberapa ritual adat dan keagamaan banyak yang dipangkas, dihapuskan bahkan dianggap menyalahi aturan. Tradisi-tradisi yang masih dilestarikan hingga saat ini biasanya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, seperti tradisi Ngaben di Bali, Tradisi Tabuik di Pariaman Sumatera Barat dan banyak lagi. Tidak hanya tradisi dari budaya asli Indonesia saja, beberapa tradisi yang dibawa sejak lama oleh masyarakat luar yang merantau ke Indonesia juga masih dipertahankan, salah satunya adalah tradisi Bakar Tongkang yang diadakan di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

Rokan Hilir adalah kabupaten baru yang dipisahkan dari Kabupaten Bengkalis. Daerah ini memiliki potensi maritim yang cukup terkenal di dunia, tercatat sejak zaman penjajahan Belanda, Kota Bagansiapiapi terkenal sebagai penghasil ikan terbesar kedua setelah Norwegia dan hal ini juga didukung oleh tradisi Bakar Tongkang yang bisa dijadikan objek wisata budaya selain wisata alam dan budaya lainnya (Samin, 2007:84).

Bakar Tongkang merupakan kisah perjuangan pahit masyarakat keturunan Tionghoa untuk menemukan tempat hidup yang layak dan berakhir di Bagansiapiapi. Etnis tionghoa datang dengan menggunakan tiga tongkang kayu atau kapal layar yang terbuat dari kayu, Marga Ang

Mie Kui yang terdiri dari 18 orang, satu diantaranya perempuan berlayar ke Bagansiapiapi tahun 1826 Masehi. Awalnya, mereka merupakan penduduk asli RRC yang bermigrasi ke desa Songkhla, Thailand tahun 1825 Masehi. Saat terjadi perpecahan di desa tersebut antara warga desa Songkhla dengan etnis Tionghoa ini, etnis Tionghoa menyelamatkan diri dan pindah ke Bagansiapiapi. Dengan menunggangi tiga tongkang kayu, mereka berlayar, ditengah perjalanan dua kapal tenggelam. Hanya satu kapal saja yang selamat berlabuh di Kerajaan Kubu, merasa kurang aman, mereka kembali berlayar dan mendarat di daratan Bagansiapiapi. Satu tongkang yang selamat inilah yang dipimpin oleh marga Ang Mie Kui bersama 17 orang penumpang. Dikisahkan, karena terdapat patung dewa Tai Sun di haluan tongkangnya dan Dewa Kie Ong Ya diletakkan dirumah kapal (magun) kapal mereka selamat dan tidak ikut tenggelam. Sebagai ucapan terimakasih mereka kepada dewa tersebut, mereka membakar kapal yang telah membawa mereka mendarat ke Bagansiapiapi, sehingga mereka tidak lagi bisa kemana-mana. Dari sinilah ritual Bakar Tongkang itu lahirnya (Desti, 2008:30).

Ritual Bakar Tongkang dalam pelaksanaannya dimulai dari tahap persiapan yaitu dilakukan sebelum tanggal 15 bulan 5 penanggalan Cina. Panitia acara mempersiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk pelaksanaan ritual bakar tongkang, seperti pembuatan Tongkang, pembuatan panggung, pemasangan baliho, bendera, spanduk dan sebagainya. Tanggal 15-16 bulan Go (lima) penanggalan Cina ritualpun dimulai, hari pertama masyarakat Tionghoa melakukan sembahyang di klenteng Ing Hok Kiong, dengan membawa berbagai sesembahan yang diletakkan di altar yang telah tersedia, sembahyang ini berlangsung hingga acara penjemputan Tongkang. Setelah Tongkang dijemput, segala aktivitas di klenteng Ing Hok Kiong ditutup untuk sementara dengan maksud memberi kesempatan para dewa dewi menjamu sesembahan yang dibawa oleh penziarah hingga keesokan harinya.

Pukul 00.00 WIB tanggal 16 bulan 5 atau hari ke-2 Tongkang diresmikan oleh sesepuh/tokoh adat dan seorang Tanki. Aktivitas di kelentengpun dibuka kembali. Pukul 16.00 WIB, tongkang diarak ke lokasi pembakaran yang kemudian dibakar, dalam hitungan menit api akan berkobar dan membakar replika Tongkang hingga tiba saat yang ditunggu yaitu jatuhnya tiang kapal yang dipercaya sebagai ramalan arah rezeki setahu kedepan, jika tiang kapal jatuh kearah darat maka keberuntungan atau sumber rezeki

yang baik berasal dari darat dan sebaliknya jika tiang kapal jatuhnya ke laut maka keberuntungan atau sumber rezeki yang baik berasal dari laut. Tahun 2012 ritual Bakar Tongkang dilaksanakan pada Tanggal 3-4 Juli 2012 dan tiang kapal jatuh mengarah ke darat, dimana menandakan pada tahun itu sumber rezeki yang lebih baik berasal dari darat (dalam Tantor, 2013:8-9).

Sebuah pertanyaan menarik muncul saat penulis mengenai ritual tersebut. Apakah Bakar Tongkang merupakan sebuah bagian dari peringatan hari besar keagamaan atau sebuah budaya yang dilestarikan? Mengingat penggunaan istilah yang begitu lumrah dikalangan masyarakat namun memiliki makna berbeda. Pertanyaan ini mengerucut apakah Bakar Tongkang sebuah Tradisi atau Ritual? Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai Bakar Tongkang ditilik dari sudut makna dan penggunaan istilah yang selama ini beredar di masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksi simbolik dipopulerkan oleh George Herbert Mead dan dikembangkan pada tahun 1920-an dan 1930-an di Universitas Chicago. Gagasan Mead tentang teori interaksi simbolik berkembang pesat setelah mahasiswanya menerbitkan catatan-catatan kuliah mereka melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksi simbolik, yaitu *Mind, Self and Society* (1934) tepatnya setelah kematian Mead. Salah satu mahasiswa Mead yang menyebarkan dan mengembangkan teori Mead adalah Herbert Blumer yang secara langsung menciptakan istilah “interaksi simbolik” pada tahun 1937 dan mempopulerkannya di dunia akademik (Mulyana, 2010 : 68). Ada 3 konsep penting yang dibahas dalam teori interaksi simbolik yaitu *mind, self, and society*.

a. *Mind*

Teori interaksi simbolik beranggapan bahwa pikiran mensyaratkan adanya masyarakat, dengan kata lain masyarakat harus lebih dulu ada, sebelum adanya pikiran. Dengan demikian pikiran adalah bagian integral dari proses sosial bukan malah sebaliknya: proses sosial adalah produk pikiran. Seorang manusia yang sadar-diri, tidak mungkin ada tanpa adanya kelompok sosial terlebih dahulu. Pikiran adalah mekanisme penunjukan diri (*self-indication*), untuk menunjukkan makna kepada diri sendiri dan kepada orang lain.

Pikiran mengisyaratkan kapasitas dan sejauh mana manusia sadar akan diri mereka sendiri, siapa dan apa mereka, objek di sekitar mereka dan makna objek tersebut bagi mereka.

b. *Self*

Pandangan Mead tentang diri terletak pada konsep “pengambilan peran orang lain (*taking the other role of other*)”. Konsep Mead tentang diri merupakan penjabaran “diri sosial” yang dikemukakan William James dan pengembangan dari teori Cooley tentang diri. Bagi Mead dan pengikutnya, individu bersifat aktif, inovatif yang tidak saja tercipta secara sosial, namun juga menciptakan masyarakat baru yang perilakunya tak dapat diramalkan. Mary Jo Deegan mengatakan bahwa individu mengontrol tindakan dan perilakunya, dan mekanisme kontrol terletak pada makna yang dikonstruksi secara sosial (Mulyana, 2010 : 75).

Sebagai suatu proses sosial, diri terdiri dari dua fase, yaitu “aku” (*I*) dan “daku” (*Me*). Aku adalah diri yang subjektif, diri yang reflektif yang mendefinisikan situasi dan merupakan kecenderungan impulsif individu untuk bertindak dalam suatu cara yang tidak terorganisasikan, tidak terarah, dan spontan. Sementara daku adalah pengambilan peran dan sikap orang lain, termasuk kelompok tertentu (Mulyana, 2010 : 88).

c. *Society*

Mead mengatakan bahwa interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis, budaya, masyarakat dan sebagainya. Individu-individu lahir dalam konteks sosial yang sudah ada. Mead mendefinisikan masyarakat sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu-individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarala. Jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individu. Masyarakat ada sebelum individu, tetapi diciptakan dan dibentuk individu.

Mead berbicara mengenai dua bagian penting masyarakat yang mempengaruhi pikiran dan diri. Pemikiran Mead mengenai orang lain secara khusus (*particular others*) merujuk pada individu-individu dalam masyarakat yang signifikan bagi kita. Orang-orang ini biasanya adalah anggota keluarga, teman, dan kolega ditempat kerja. Kita melihat

orang lain secara khusus tersebut mendapatkan rasa penerimaan sosial dan rasa mengenal diri. Orang lain secara umum (*generalized other*) merujuk pada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan. Hal ini diberikan oleh masyarakat kepada kita, dan sikap dari orang lain secara umum adalah sikap dari keseluruhan komunitas

Ralph LaRossa dan Donald C.Reitzes (dalam West dan Turner, 2009: 98) mengatakan ada tiga tema besar yang bisa dipelajari dengan interaksi simbolik, yaitu: (1) Pentingnya makna bagi perilaku manusia (2) Pentingnya konsep mengenai diri (3) Hubungan antara individu dengan masyarakat. Tema diatas didukung dengan pemikiran Blumer yang memberikan beberapa asumsi- asumsi dasar terkait dengan teori interaksi simbolik. West dan Turner (2009:99-100) merangkum ketiga asumsi tersebut sebagai berikut, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka. Asumsi ini menjelaskan perilaku sebagai suatu rangkaian pemikiran. Perilaku ini dilakukan secara sadar berdasarkan rangsangan dan respon yang diterima. Makna yang kita berikan kepada suatu simbol merupakan produk dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan manusia untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu pula. Artinya sebuah simbol akan memiliki makna yang sama jika sudah ada kesepakatan untuk memaknai simbol tersebut.
2. Makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia. Menurut Mead makna akan terbentuk jika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol-simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi. Blumer mendefinisikan makna menjadi tiga, yaitu: (1) makna adalah sesuatu yang bersifat intrinsik dari suatu benda, (2) makna itu “dibawa kepada benda oleh seseorang bagi siapa benda itu bermakna” dengan kata lain makna itu terdapat di dalam orang dan bukan di dalam benda, (3) makna adalah “produk sosial” atau “ciptaan yang dibentuk melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka berinteraksi”
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif. Blumer mengatakan bahwa proses interpretif memiliki dua langkah, yaitu: (1) para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna (2) si pelaku

terlibat untuk memilih, mengecek, dan melakukan transformasi atau perubahan makna di dalam konteks di mana mereka berada.

Perspektif interaksi simbolik menurut Kuswarno mengandung pemikiran yang sama dengan teori tindakan sosial tentang “makna subjektif” (*subjective meaning*) dari perilaku manusia, proses sosial dan pragmatismenya (Kuswarno, 2009: 113). Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perilaku manusia dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana, 2010: 68-70). Menurut Blumer (dalam Mulyana, 2010), dalam proses sosial makna dikonstruksikan dalam proses interaksi. Rose juga mempertegas bahwa simbol simbol yang meliputi makna dan nilainya tidaklah berlangsung dalam satuan kecil terisolasi, melainkan dalam satuan besar dan kompleks. Pada dasarnya menurut teoretisi interaksi simbolik, kehidupan sosial adalah “interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol.” Mulyana menjabarkan beberapa premis yang didasarkan pada teori interaksi simbolik, yaitu:

1. Individu merespons suatu situasi simbolik, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung oleh komponen-komponen lingkungan tersebut.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Selain itu makna bersifat subjektif dan sangat cair.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.

George Ritzer (dalam Mulyana, 2010) membuat beberapa poin yang lebih rinci tentang interaksi simbolik sebagai berikut:

1. Manusia, tidak seperti hewan lebih rendah, diberkahi dengan kemampuan berpikir
2. Kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial
3. Dalam interaksi sosial orang belajar makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi

4. Orang mampu melakukan modifikasi dan perubahan karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka memeriksa tahapan-tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relative, dan kemudian memilih salah satunya
5. Pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin-menjalin ini membentuk kelompok dan masyarakat.

Interaksi simbolik pada dasarnya memungkinkan pertukaran simbol-simbol dalam interaksi sosial yang dapat membentuk atau membangun makna dari simbol yang dipertukarkan. Hal ini dipertegas oleh Kuswarno bahwa persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol. Melalui simbol-simbol yang dipertukarkan inilah nantinya makna akan dipelajari (Kuswarno, 2008: 114).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan menggunakan pendekatan Etnografi Komunikasi melalui teori Interaksi Simbolik. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kabupaten Rokan Hilir tepatnya di Kota Bagansiapiapi. Subjek pada penelitian kualitatif disebut informan, pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu pengambilan data dengan cara memilih orang-orang tertentu berdasarkan pada kelompok, wilayah, atau sekelompok individu melalui pertimbangan tertentu yang diyakini mewakili semua unit analisis yang ada (Hamidi, 2007: 139). Informan terdiri dari: Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan, Dinas Pariwisata, Masyarakat etnis Tionghoa dan etnis Melayu yang tinggal di Bagansiapiapi, Tanki dan pemuka adat Tionghoa di Bagansiapiapi.

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis pengumpulan data' yaitu :

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan pengamatan jarak jauh, artinya penulis atau peneliti tidak terlibat secara langsung ke dalam aktifitas objek dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan mengikuti dan mengamati ritual Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semiterstruktur, dengan panduan wawancara yg sdh dirancang terlebih dahulu. Tujuan

dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta ide dan pendapatnya.

c. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya, jika didukung dengan dokumen-dokumen terdahulu yang dapat memperkuat hasil penelitian. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pelaksanaan tradisi Bakar Tongkang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari lapangan, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, maka langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi (rangkuman).

Huberman dan Miles mengajukan model analisis data interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi). Sebagai sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (dalam Idrus, 2007:180).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian etnografi komunikasi adalah penelitian yang menitikberatkan pada kekuatan observasi penulis dilapangan. Selama melakukan pengamatan, penulis dibantu oleh para informan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya tradisi bakar tongkang tersebut melalui dua sudut pandang, yakni sudut pandang pemerintah daerah yang mewakili etnis melayu dan sudut pandang pengelola klenteng dewa Laut dari etnis Tionghoa.

Bakar Tongkang merupakan tradisi yang dilakukan setiap tahun oleh etnis Tionghoa di Indonesia. Tidak hanya di Indonesia, tetapi etnis Tionghoa dari negara-negara tetangga juga biasanya ikut serta hadir dan memeriahkan tradisi

ini. Pusat pelaksanaan tradisi ini terletak di kota Bagansiapi-api Kabupaten Rokan Hilir. Tradisi ini sendiri memuat tiga aktivitas penting yang dilakukan setiap tahunnya yaitu pembuatan kapal, memperingati hari ulang tahun Dewa Laut serta membakar tongkang sebagai sebuah aktivitas momentum sejarah kedatangan etnis Tionghoa ke Bagansiapi-api.

Tradisi Bakar Tongkang ini dilaksanakan di kota Bagansiapi-api. Hal ini tentunya bukan tanpa sebab, dipilihnya kota Bagansiapi-api adalah sebuah sejarah panjang bermulanya ritual ini dimana Tongkang (kapal) yang membawa rombongan etnis Tionghoa mendarat di sini melalui bantuan dewa Laut (Kie Ong Ya). Tongkang dibakar sebagai penanda bahwa mereka (etnis Tionghoa) akan menetap dan melanjutkan kehidupan turun temurun di Bagansiapi-api dan tidak akan kembali kekampung halaman mereka. Aktivitas inilah yang kemudian menjadi tradisi yang diperingat setiap tahunnya.

Dalam prakteknya, tradisi ini tidak lepas dari unsur-unsur keagamaan. Pemuka masyarakat Etnis Tionghoa mengakui bahwa Bakar Tongkang adalah murni tradisi yang dilakukan untuk tiga tujuan, yakni :

1. Memperingati hari Ulang Tahun dewa Laut Kie Ong Ya.
2. Sebagai wujud syukur dan terimakasih kepada Dewa Laut Kie Ong Ya yang telah menyelamatkan nenek moyang mereka pada peristiwa 1825 sehingga mendarat dengan selamat di Bagansiapi-api.
3. Sebagai momentum pelestarian sejarah untuk dikenang, diajarkan dan diletakkan kepada anak cucu mereka tentang sejarah keberadaan etnis Tionghoa di kota Bagansiapi-api.

Mengenai keberadaan ritual keagamaan pada tradisi Bakar Tongkang diakui oleh Budi selaku panitia kegiatan Bakar Tongkang memang telah ada dari dulu. Ritual keagamaan dan tradisi bagi etnis Tionghoa adalah sebuah kesatuan yang sulit dipisahkan, namun demikian Hasanto alias Aking sebagai salah satu pemuka masyarakat Etnis Tionghoa mengakui bahwa Bakar Tongkang murni tradisi bukan sebuah ritual keagamaan.

Meskipun Bakar Tongkang merupakan sebuah tradisi, namun seperti yang dikemukakan oleh informan dan hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa beberapa ritual keagamaan juga dilakukan dalam tradisi ini, diantaranya :

- a. Sembayang memanggil Dewa Laut melalui tarian Ngoya. Ritual ini dilakukan untuk memanggil Dewa Laut Kie Ong Ya dengan tujuan

untuk menentukan ukuran dan posisi Tongkang yang akan dibakar serta menanyakan kehendak atau keinginan dewa pada saat perayaan ulang tahun dewa tersebut.

- b. Sembayang pada saat malam perayaan ulang tahun dewa laut Kie Ong Ya. Masyarakat etnis Tionghoa di Bagansiapi-api meyakini peranan dewa Laut Kie Ong ya menyelamatkan leluhur mereka pada tahun 1982 tidak terlepas dari peranan dewa utama mereka yakni Dewa Bumi Ta Pe Kong. Oleh karena itu momentum ulang tahun dewa Kie Ong Ya bagi mereka dianggap saat yang tepat untuk memanjatkan permohonan.
- c. Sembayang penutupan melalui tarian Ngoya. Sebagaimana tarian Ngoya dilakukan pada awal sebelum tradisi ini digelar, maka masyarakat etnis Tionghoa akan melakukan sembayang penutup yang bertujuan untuk mengantarkan dewa Laut Kie Ong Ya pulang. Sembayang ini juga disebut sebagai sembayang perpisahan karena dewa Laut yang tadinya merasuki salah satu etnis Tionghoa selama tradisi ini berlangsung akan berpisah.

Tradisi atau ritual bagi masyarakat awam memang tidak menjadi persoalan. Namun perlu dicatat bahwa dasar acara Bakar Tongkang adalah sebuah tradisi yang memuat ritual di dalamnya sehingga masyarakat etnis Tionghoa tidak keberatan jika kemudian acara ini disebut sebagai ritual dikarenakan ketidaktahuan mereka akan bedanya istilah tradisi dan ritual itu sendiri. Karena pada dasarnya Dalam acara tersebut memuat unsur tradisi dan ritual seperti yang penulis jabarkan pada table di bawah ini :

Bakar Tongkang Sebagai Tradisi Dan Ritual

ACARA BAKAR TONGKANG	
TRADISI	RITUAL
Tujuan : memperingati ulang tahun dewa laut, sebagai ucapan terimakasih atas bantuan dewa laut dan sebagai momentum pelestarian sejarah keberadaan Etnis Tionghoa di Bagansiapi-api Aktivitas : membuat mengarak dan membakar tongkang, perayaan music atau hiburan rakyat, arak-arakan miniature patung dewa, kuda terbang dan aksesoris lainnya selama perayaan. Peserta : dilakukan berkelompok baik persatuan komunitas atau keluarga besar serta masyarakat umum diluar etnis Tionghoa.	Tujuan : memohon keselamatan, lancer rezeki, kesehatan atau segala hajat yang diinginkan Aktivitas : sembayang, membakar hio (dupa) dan ritual keagamaan lainnya. Peserta : dilakukan perorangan seperti ibadah pada umumnya khusus untuk penganut kepercayaan Konghyucu.

Sebagai tradisi atau Ritual, acara Bakar Tongkang merupakan sebuah kegiatan yang sangat dinanti khususnya masyarakat etnis Tionghoa dimana saja. Pada perayaan yang dilakukan dari tahun ke tahun, jumlah etnis Tionghoa yang hadir tidak pernah sepi belum lagi partisipasi masyarakat non-Tionghoa yang penasaran dan ingin juga menikmati tradisi Bakar Tongkang telah mengundang perspektif lain bahwa Tradisi Bakar Tionghoa bukan hanya milik etnis Tionghoa melainkan milik umum yang patut dijadikan sebagai wisata budaya kota Bagansiapi-api.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan simpulan sebagai berikut :

1. Perayaan Bakar Tongkang pada dasarnya merupakan sebuah tradisi namun memuat beberapa aktivitas ritual keagamaan didalamnya seperti sembayang dan berdoa.
2. Perayaan Bakar Tongkang sebagai tradisi bertujuan untuk merayakan ulang tahun dewa Laut Kie Ong Ya, ucapan terimakasih atas bantuan dewa Kie Ong Ya menyelamatkan leluhur etnis Tionghoa serta sebagai momentum pelestarian sejarah keberadaan etnis Tionghoa di Bagansiapi-api. Sedangkan sebagai ritual, perayaan ini dianggap sebagai momen yang tepat untuk mengajukan permohonan kepada dewa.
3. Sebagai tradisi, perayaan Bakar Tongkang bias disaksikan oleh siapa saja termasuk masyarakat local atau wisatawan internasional sedangkan sebagai ritual hanya untuk etnis Tionghoa berkeyakinan Konghyucu saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi. 2005. *Pengantar Sosiologi*.Bogor : Ghalia Indonesia
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Moleong, lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Soemardjan, Soelaeman. 1964. *Setangkai Bunga Sosiologi; Buku Bacaan Untuk Kuliah Pengantar Sosiologi*.Djakarta: Universitas Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H.Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Tantoro, Swis. 2013. *Makna Simbolik Tradisi Bakar Tongkang (Go Ge Cap Lak) di Kabupaten Rokan Hilir*.Pekanbaru : Universitas Riau
- file://ritual--bakar-tongkang-persembahan
- <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1142/712>
- <http://e-journal.uajy.ac.id/4316/1/JURNAL.pdf>

IDENTITAS ETNIK MASYARAKAT KETURUNAN TIONGHOA DI SURYAKENCANA BOGOR

Nathalia Perdhani Soemantri¹ dan Muthia Karina²

¹Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila

08164664428

nperdhani@gmail.com

²Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila

muthiaeffendy13@gmail.com

PENDAHULUAN

Identitas pada dasarnya merupakan refleksi diri, ciri-ciri yang melekat pada individu dan menjadi ciri khasnya. Identitas sejatinya dimiliki oleh semua orang karena dengan identitas itu kita dapat dikenali. Ubaedillah (2015) menjelaskan bahwa secara teoritis, hakikat identitas adalah suatu yang dinamis dan beragam ekspresi yang dibentuk oleh praktik yang khas atau kejadian yang saling terkait satu sama lain.

Identitas tidak hanya melekat pada individu saja, akan tetapi dapat kita lihat melekat pada unsur-unsur budaya. Dengan keragaman budaya yang kita miliki, menjadikan identitas etnik suatu hal yang penting karena menjadi pembeda yang khas. Tercatat ada 1.340 suku bangsa dan 300 kelompok etnik yang ada di Indonesia (www.netralnews.com). Masyarakat keturunan etnik Tionghoa yang selama ini dianggap sebagai minoritas ternyata merupakan etnik dengan populasi ke tiga terbanyak di Indonesia. Sekitar empat persen atau kurang lebih 9.4 juta etnik Tionghoa yang tinggal dan tersebar di wilayah nusantara ini menambah keragaman suku yang ada.

Awalnya suatu identitas etnik diasumsikan akan dapat bertahan jika tidak mengacuhkan kelompok lain dan melakukan isolasi baik secara sosial atau pun geografis dengan etnik lainnya (Barth: 1988). Akan tetapi dari hasil kajian yang tertuang di tulisan-tulisan yang dieditori Barth dalam bukunya *Ethnic Group and Boundaries* (1969), terungkap bahwa terdapat temuan yang memperlihatkan ketidaktepatan asumsi diatas. Seringkali kita lihat bagaimana suatu kelompok etnik yang bisa dikatakan minoritas dapat tetap mempertahankan identitas etniknya di tengah-tengah etnik mayoritas

walaupun mereka dalam kesehariannya melakukan interaksi sosial secara intensif dengan etnik disekitarnya.

Bogor merupakan salah satu kawasan yang termasuk dalam wilayah provinsi Jawa Barat yang terdiri dari mayoritas etnik Sunda. Seperti kebanyakan kota-kota besar di Indonesia, Bogor juga memiliki keragaman etnik yang turut membentuk peradaban kekayaan budaya. Masyarakat keturunan Tionghoa merupakan salah satu etnik yang menjadi bagian dari keragaman etnik di Bogor. Penyebaran wilayah tempat tinggal warga keturunan Tionghoa ini umumnya berpusat di wilayah kecamatan Bogor tengah. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor tahun 2015 (<https://bogorkota.bps.id>) dari jumlah penduduk di kecamatan Bogor tengah sebesar sebanyak 104.439 penduduk/jiwa. Umumnya etnis keturunan Tionghoa di Kecamatan Bogor Tengah bermukim di kelurahan Gudang dan Babakan Pasar yang mencakup jalan Suryakencana memiliki presentase sebesar 27% yang sudah berbaur dengan masyarakat pribumi sehingga yang terdata pada BPS tidak ada warga keturunan melainkan WNI (Warga Negara Indonesia).

Kawasan Suryakencana sendiri pada tahun 2016 ditetapkan oleh Pemkot Bogor sebagai kawasan Heritage. Wali kota Bogor Bima Arya mengatakan dipilihnya kawasan Suryakencana sebagai ikon pusaka kota Bogor karena kawasan itu menjadi tempat bertemunya berbagai etnik, bahasa, dan budaya. Kawasan Suryakencana yang juga dikenal sebagai Kampung Cina yang merupakan bukti toleransi umat beragama di kota Bogor (www.kompas.com).

Penelitian ini akan mencoba memparkan secara komprehensif bagaimana masyarakat keturunan Tionghoa yang tinggal di kawasan Suryakencana tersebut mempertahankan identitas etniknya ditengah keberagaman etnik lainnya. Apakah identitas etnik masyarakat keturunan Tionghoa akan memudar karena tempat tinggal yang bercampur baur dengan etnik lain? Melalui cara apakah etnik keturunan Tionghoa mempertahankan identitas etniknya? Dan cara apa saja yang dilakukan oleh etnik keturunan Tionghoa untuk beradaptasi dengan lingkungannya sambil tetap mempertahankan ke khas-an identitas etniknya.

TINJAUAN PUSTAKA

Identitas Etnik

Barth memandang kelompok etnik sebagai suatu tatanan sosial dimana batas-batas kesukubangsaannya ditekankan kepada batas-batas yang sifatnya sosial. Bagaimana masing-masing dari kelompok etnik tersebut

menentukan “aturan main” yang dipahami bersama oleh kelompok itu sendiri. Mereka memiliki kemampuan untuk berbagi sifat budaya yang sama, sehingga membuat suatu ciri khusus tersendiri. Namun lebih lanjut ia menerangkan sebagai suatu tatanan sosial, sukubangsa mempunyai ciri khas yang mendasar dan secara umum yang kemudian menentukan apakah seseorang termasuk kelompok etnik yang mana. Penentuan ciri khas tersebut biasanya bersifat kategoris askripsi (*categorical ascription*) atau ciri khas yang mendasarkan seseorang termasuk ke dalam kelompok etnik tertentu berdasarkan dari latar belakang asal-usulnya. Ciri-ciri atau atribut tersebut diberikan, baik oleh sesama anggota kelompok maupun oleh kelompok lain (Barth, 1988:5)

Thomas Luckmann dalam Berger (1990:87) menegaskan bahwa segala sesuatu termasuk identitas etnik terbentuk melalui proses konstruksi yang terus menerus dilakukan oleh pelaku yang terlibat didalamnya. Dari sini dapat dilihat bahwa masyarakat yang datang dari etnik berbeda akan melakukan penyesuaian dengan etnik lainnya saat mereka berdiam di satu wilayah yang sama. Tidak peduli etnik mana yang pendatang dan etnik mana yang merupakan pribumi, masing-masing tetap melakukan penyesuaian dan mencari formula yang tepat untuk dapat hidup secara berdampingan. Konstruksi yang dilakukan oleh etnik ini dimungkinkan karena adanya tujuan-tujuan tertentu yang ingin dicapai, misalnya terjadinya proses timbal balik yang menguntungkan bagi keduanya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Barth (1988:13) dalam Bakry (2005:51) bahwa seorang individu akan mengeksploitasi simbol-simbol dan menampilkan perilaku yang berubah-ubah sesuai dengan peran dan situasi serta kepentingannya, sehingga sering sekali terjadi apa yang disebut “peminjaman budaya” (*cultural borrowing*).

Dalam bukunya Barth (1988:10) menyebutkan ada dua pandangan, yaitu:

- a. Batas-batas budaya dapat bertahan meskipun kelompok-kelompok etnik tersebut saling berbaur. Adanya perbedaan antar etnis tidak ditentukan oleh tidak terjadinya pembauran, kontak dan pertukaran informasi, tetapi lebih kepada adanya proses-proses sosial yang berupa pemisahan dan penyatuan, sehingga perbedaan etnik tetap dipertahankan meskipun terjadi pertukaran peran dan keanggotaan diantara unit-unit etnis dalam perjalanan hidup seseorang.

- b. Dapat ditemukannya interaksi sosial yang stabil, bertahan lama, dan penting antara 2 kelompok etnis yang berbeda, yang biasanya terjadi karena adanya status etnis yang terpecah dua. Sehingga dapat dikatakan bahwa ciri-ciri masing kelompok etnis bukan ditentukan oleh tidak adanya interaksi dan penerimaan sosialnya, tetapi berdasarkan terbentuknya sistem sosial tertentu dalam interaksi itu. Interaksi sosial semacam itu tidak menyebabkan perubahan dan akulturasi terhadap budaya tertentu justru ciri khas budaya tertentu dapat bertahan meski terjadi kontak antar etnis dan saling ketergantungan.

Dapat disimpulkan bahwa kelompok etnik ditentukan oleh batas-batas dan mempunyai atau berciri khas yang ditentukan oleh kelompok itu sendiri yang kemudian membentuk polanya sendiri. Disamping itu batas budaya dapat bertahan walaupun dua etnik tersebut berbaur. Adanya perbedaan etnis dalam masyarakat disebabkan oleh proses berupa pemisahan dan penyatuan sehingga perbedaan dapat dipertahankan dalam perjalanan hidup seseorang. Selain itu hubungan sosial yang ada di masyarakat dengan waktu yang begitu lama dan berjalan sedemikian rupa dalam masyarakat multietnis biasanya terjadi karena adanya status etnis (Usman, 2009:21).

Etnik menurut Fredrik Barth menunjuk pada suatu kelompok tertentu yang karena kesamaan ras, agama, asal-usul bangsa, ataupun kombinasi dari kategori tersebut terikat pada sistem nilai budayanya. Menurut Narrol (1964), istilah kelompok etnis pada umumnya dipahami dalam literatur antropologi dalam suatu populasi sebagai berikut:

- a. Secara biologis mampu berkembang biak dan bertahan.
- b. Mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaan dalam suatu bentuk budaya.
- c. Membentuk jaringan komunikasi dan interaksi diri.
- d. Menentukan ciri kelompoknya sendiri yang diterima oleh kelompok lain dan dapat dibedakan oleh kelompok populasi lain (Barth, 1988:11).

Kelompok etnik merupakan kelompok masyarakat yang secara biologis mampu berkembang dan bertahan, mempunyai nilai-nilai yang sama dan rasa kebersamaan dalam suatu bentuk budaya, membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri, dan menentukan ciri kelompoknya sendiri yang berbeda dengan kelompok lainnya. Barth menyebutkan bahwa bila sebuah kelompok tetap mempertahankan identitasnya sementara anggotanya berinteraksi dengan kelompok lain, hal ini menandakan adanya suatu kriteria untuk menentukan keanggotaanya dalam kelompok tersebut dan ini merupakan

cara untuk menandakan mana yang anggota kelompoknya dan mana yang bukan. Kelompok etnis bukan semata-mata ditentukan oleh wilayah yang didudukinya, berbagai cara digunakan untuk mempertahankan kelompok ini, bukan dengan cara sekali mendapatkan untuk seterusnya, tetapi dengan pengungkapan dan pengukuhan yang terus menerus. Batas etnik menyalurkan kehidupan sosial sehingga merupakan tatanan sosial dan hubungan sosial yang kompleks. Mengidentifikasi seseorang dalam suatu kelompok etnis sekaligus menerapkan kriteria etnis baginya. Disamping itu seseorang dikatakan asing atau orang lain dari kelompok etniknya maka dalam hal ini adanya pembatasan dalam pengertian bersama baik mengenai nilai-nilai maupun adanya interaksi dalam masyarakat (Barth, 1988:16).

Untuk dapat berpartisipasi dalam sistem sosial di masyarakat, kelompok etnik memilih strategi sebagai berikut:

- a. Mereka berusaha untuk bergabung dan masuk ke dalam kelompok masyarakat dan budaya industri
- b. Mereka menerima status minoritas dan berusaha mengatasi dan mengurangi minoritasnya dengan cara membatasi budayanya hanya pada sektor kegiatan yang tidak dikerjakan bersama. Sekaligus berperan serta dalam kelompok industri yang lebih besar untuk kegiatan lainnya.
- c. Mereka baru menonjolkan identitas etniknya, dan menggunakannya untuk mengembangkan posisinya dan kegiatan yang selama ini belum terjamah dalam masyarakat ini (Barth, 1988:35).

Kelompok etnik hanya dikenal sebagai unit bila kelompok itu memperlihatkan perilaku yang berbeda, jadi ada perbedaan budaya. Tetapi bila orang-orang dengan budaya yang berbeda berinteraksi, diharapkan perbedaan akan berkurang, sebab interaksi memerlukan dan membentuk kesatuan tanda dan nilai atau dengan kata lain, harus ada budaya yang sama atau umum. Di dalam masyarakat dimanapun kontak budaya tidak dapat dihindari sehingga hubungan antar budaya tersebut menjadi kemitlakan guna lancarnya interaksi dan komunikasi dalam masyarakat (Barth, 1988:17).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana penelitian deskriptif itu sendiri bertujuan untuk membuat deskripsi faktual dan akurat mengenai data, sifat data, serta hubungan antara fenomena yang

diteliti (Djasudarma:1993). Objek dari penelitian ini adalah masyarakat keturunan Tionghoa yang berada di wilayah Suryakencana Bogor, Jawa Barat. Bahan penelitian didapat dan dicari dengan cara melakukan observasi non partisipatif dan dilakukan juga wawancara mendalam (*depth interview*). Menurut Stewart & Cash seperti dikutip oleh Herdiansyah (2010:118) bahwa wawancara adalah sebuah interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran atau berbagi aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan. Selanjutnya dalam menentukan informan, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dimana informan terdiri 3 orang warga keturunan Tionghoa yang tinggal di wilayah Suryakencana yaitu Mardi Lim, Ayung Kusuma, dan Tjhin Mei Lan.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Gambaran umum objek penelitian

Jalan Suryakencana adalah salah satu jalan tertua di Kota Bogor yang diperkirakan sudah ada sejak tahun 1808. Gubernur Jenderal Herman Willem Daendels adalah orang yang memiliki ide untuk mendirikan jalan ini dengan tujuan untuk memperlancar komunikasi antar daerah jajahan VOC (*Vereenigde Oostindische Compagnie* alias Perusahaan Hindia Timur Belanda). Jalan Surya Kencana itu adalah salah satu bagian dari jalan Anyer Panarukan tersebut dan pertama kali dikenal sebagai *Post Weg* atau Jalan Pos (Bagian dari *De Grote Post Weg*).

Nama itu kemudian berubah di tahun 1905 oleh pemerintahan saat itu menjadi *Handlestraat* alias jalan Perniagaan. Sekitar tahun 1970-an nama tersebut berubah menjadi Jalan Suryakencana sampai saat ini. Kawasan sekitar jalan ini merupakan sebuah daerah Pecinan alias area tempat tinggal masyarakat etnis Cina atau Tionghoa. Hal ini disebabkan kebijakan dari Gubernur Jenderal Belanda bernama JC. Baud di tahun 1853. Kebijakan tersebut berupaya mencegah terjadinya percampuran antar etnis di Bogor untuk mempermudah pengawasan. Hal inilah yang membuat beberapa daerah di Bogor memiliki ciri khas berdasarkan etnis seperti Jalan Suryakencana dikenal sebagai pecinan dan kawasan Empang dikenal sebagai daerah tempat masyarakat keturunan etnis Arab/Timur Tengah berkumpul.

Nama Suryakencana sendiri diambil dari nama raja pajajaran terakhir Prabu Surya Kencana sebelum kerajaan tersebut ditaklukan oleh kerajaan

Islam dari Cirebon dan Banten. Jalan ini sekarang masih menunjukkan mengapa dulu disebut sebagai *Handlestraat* alias jalan Perniagaan. Semakin berkembangnya kawasan niaga ini membuat mereka mendirikan pemukiman yang berfungsi sebagai tempat tinggal dan toko. Di sepanjang jalan ini berderet ratusan toko dan ruko serta berbagai bangunan komersial. Hanya sebagian kecil saja yang tidak terpakai untuk bisnis seperti di pojokan jalan dimana Vihara Dhanagun berada. Selebihnya terpakai untuk area komersial (<http://bogormylovelytown.co.id>, Diakses pada 18 Juli 2017).

Identitas Etnik Masyarakat Keturunan Tionghoa di Suryakencana Bogor

Masyarakat keturunan etnik Tionghoa yang tinggal di wilayah Suryakencana Bogor memang merupakan etnik dominan jika dibanding dengan etnik lainnya, akan tetapi karena wilayah tersebut merupakan daerah perdagangan maka intensitas interaksi antar etnik sangatlah tinggi. Hal ini menjadikan keturunan etnik Tionghoa harus berbaur dengan etnik lainnya dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk interaksi jual beli tetapi juga untuk kegiatan kemasyarakatan dengan warga setempat lainnya yang berbeda etnik. Hal ini dijelaskan oleh Mardi Lim sebagai berikut:

“Nggak hanya penduduk keturunan Tionghoa dan penduduk asli yaitu Sunda, pendatang urban dari kawasan diluar pulau Jawa banyak sekali, mereka mencari peruntungan dalam berdagang termasuk orang-orang Padang, sebagian menetap disini karena dia sukses (Selasa, 20 Juni 2017).”

Pernyataan ini sejalan dengan harapan Walikota Bogor, Bima Arya yang melihat potensi daerah Suryakencana sebagai tempat wisata budaya sehingga kedepannya direncanakan akan dibangun pusat Kolonial Heritage, Kampung Sunda, Chinese Heritage, dan Kampung Arab (Rabu 10 Februari 2016: 18.53, www.kompas.com). Dari sini dapat kita simpulkan bahwa etnik yang ada di wilayah Suryakencana tidak terisolasi secara sosial ataupun geografis dengan etnik lainnya. Akan tetapi hal itu tidak menjadikan etnik keturunan Tionghoa kehilangan identitas etniknya.

Atribut khas etnik keturunan Tionghoa salah satunya masih terlihat melalui penggunaan ornamen patung kucing pembawa keberuntungan yang digunakan di semua toko-toko mereka. Ornamen ini digunakan sebagai penanda identitas etnik mereka yang diturunkan tradisinya dari generasi ke generasi. Mardi Lim yang memiliki restoran masakan Chinese menjelaskan bahwa penggunaan atribut tersebut di tokonya merupakan hal yang bisa

dibilang keharusan bagi warga keturunan etnik Tionghoa. Pernyataan ini juga didukung oleh Thjin Mei Lan yang bertugas sebagai kasir di salah satu toko di wilayah Suryakencana,

“Patung kucing ini ya kepercayaan masyarakat Tionghoa untuk mendatangkan rezeki, istilahnya biar rame yang beli dan makmur. Udah biasa disemua toko yang punyanya orang Tionghoa pasti ada. Ya namanya juga kepercayaan mereka masih pegang sampai sekarang dan orang-orang umum juga pasti tau lah kalau itu kepercayaan kita jadi ya mereka biasa-biasa aja (Jumat, 30 Juni 2017).”

Hal lain yang menjadi penanda identitas etnik warga keturunan Tionghoa di wilayah Suryakencana Bogor adalah terlihat dari bahasa yang digunakan. Walaupun pada saat observasi terlihat sekilas hampir tidak ada perbedaan bahasa saat berkomunikasi dengan mereka akan tetapi setelah dicermati ternyata ada penanda khas yang mencirikan identitas mereka. Umumnya karena mereka sudah merupakan generasi ke tiga yang tinggal menetap di kawasan tersebut sehingga artinya mereka lahir dan besar disana. Dapat dipastikan mereka fasih berbahasa Sunda karena lingkungan tempat tinggal mereka merupakan wilayah Jawa Barat yang menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa ibunya. Selain itu saat mereka bersekolah, mereka mendapatkan pelajaran bahasa Sunda dan dalam komunikasi sehari-hari dilingkungan sekolah dan tempat tinggal dominan menggunakan bahasa Sunda. Hal ini seperti diungkapkan oleh Mardi Lim sebagai berikut:

“Sejak zaman orde baru semenjak dilarangnya sekolah-sekolah bahasa Tionghoa maka sejak saat itulah mayoritas dari kami tidak bisa berbahasa Mandarin, jadi yang digunakan bahasa Indonesia, malah cenderung kami dalam berinteraksi dengan pelanggan menggunakan campuran bahasa Sunda, karena memang bahasa Sunda ini kan diajarkan di sekolah-sekolah dasar dahulu. Kalo yang memang lahir di Jawa Barat kemudian lahir masa era orde baru disini memang rata-rata sudah tidak bisa. Kalo orang-orang yang dari luar pulau Jawa mereka mungkin masih menguasai bahasa asli ibu mereka (Selasa, 20 Juni 2017).”

Penggunaan bahasa Sunda ini memang tidak selalu sesuai dengan aturan bakunya artinya untuk komunikasi sehari-hari bahasa Sunda yang digunakan adalah tingkatan sedang hingga kasar. Tingkatan jenis bahasa Sunda ini biasanya digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang dianggap sudah dekat. Masyarakat keturunan Tionghoa di Suryakencana

pada umumnya saat berkomunikasi sehari-hari menggunakan campuran bahasa Sunda dan bahasa Indonesia. Ayung, salah seorang informan yang merupakan pengurus vihara Dhanagun menjelaskan sebagai berikut:

“Bahasa yang digunakan itu bahasa Indonesia dan bahasa Sunda. Cuma yang disebut bahasa pasaran, jadi kalo bahasa pasaran tuh, kalo mengerti Sunda ada kalanya Sunda sepotong, Indonesia sepotong, tapi dominasi kalo 80% masih Sunda selang seling sama bahasa Indonesia (Selasa, 20 Juni 2017).”

Jika menilik komposisi penggunaan bahasa Sunda yang digunakan dalam percakapan sehari-hari masih lebih dominan bahasa Sunda, menunjukkan kesesuaian dengan apa yang disampaikan oleh Barth (1988:10) yaitu batas-batas budaya dapat bertahan meskipun kelompok-kelompok etnik tersebut saling berbaur. Pembauran bahasa sebagai alat komunikasi ini tetap bisa dibedakan dengan beberapa ke khas-an dari identitas etnik Tionghoa dalam hal panggilan antara sesama etnik mereka. Diungkapkan oleh Ayung (Selasa, 20 Juni 2017) bahwa panggilan seperti Koko, Cici, Ncim, Engkong, Ema masih berlaku dan semuanya merupakan penanda Identitas etnik keturunan Tionghoa. Pun dalam berdagang mereka masih menggunakan perhitungan jumlah dalam bahasa Tionghoa seperti *ce tiaw, go ban, ce pek ceng*. Penggunaan bahasa ini sebenarnya cukup populer dan difahami oleh etnik lain dan wajar kita temui sehari-hari dalam transaksi jual beli, akan tetapi yang digunakan biasanya hanya yang umum seperti *gocap, cepek, gopek dll*.

Identitas etnik juga terlihat dari masih digunakannya nama marga walaupun rata-rata dalam akte kelahiran mereka biasanya yang tercantum adalah marga yang sudah dialih bahasakan menjadi bahasa Indonesia. Warga etnik keturunan Tionghoa menganggap penting penggunaan dan kepemilikan marga sehingga hal ini secara tidak langsung berpengaruh dalam hal pemilihan pasangan hidup. Tidak dapat dipungkiri untuk dapat mempertahankan kepemilikan marga ini mereka kemudian lebih memilih menikah dengan sesama keturunan Tionghoa. Hal ini diungkapkan oleh Thjin Meilan:

“Karena papa saya khek, mama saya Hokkian. Kalau nikah dengan yang sama-sama Tionghoa supaya bisa tetap ngelanjutin tradisi biasanya. Apalagi kalau perempuan kalau mau dapat marga Tionghoa harus nikahnya sama laki-laki Tionghoa juga (Jumat, 30 Juni 2017).”

Adanya harapan dari orang tua agar anaknya dapat melanjutkan tradisi dan memiliki marga merupakan salah satu penanda Identitas etnik bagi warga keturunan Tionghoa. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat keturunan Tionghoa di Suryakencana Bogor secara biologis mampu berkembang biak dan bertahan, mempunyai nilai-nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa kebersamaan dalam suatu bentuk budaya dan membentuk jaringan komunikasi dan interaksi diri menentukan ciri kelompoknya sendiri yang diterima oleh kelompok lain dan dapat dibedakan oleh kelompok populasi lain (Barth, 1988:11).

Selanjutnya, identitas etnik terlihat juga dari jenis masakan khas Tionghoa yang kemudian mempengaruhi bentuk dan memperkaya kuliner etnik lainnya. Berdasarkan observasi, peneliti mengamati bahwa kawasan Suryakencana juga merupakan pusat kuliner di Kota Bogor. Terlihat dari berbagai makanan khas yang dapat dijumpai merupakan perpaduan antara budaya Tionghoa, Sunda dan Belanda. Seperti yang disampaikan oleh Mardi Lim:

“Kampung Tionghoa sebagai pusat pertemuan kuliner Sunda Bogor dan Tionghoa. Sampelnya Tawge Goreng, komposisi bahan makanan Tionghoa Hokkian Bogor berpadu dengan konsep pasta Belanda dan gula aren Sunda... ada juga ngohiang ditilik dari kuliner khas di kawasan Suryakencana (Rabu 20 Juni 2017).”

Tawge goreng merupakan masakan modifikasi yang mencampurkan bahan-bahan dari etnik Tionghoa, Sunda dan Belanda, sedangkan Ngohiang gang Aut di Suryakencana merupakan kuliner asli Tionghoa yang kemudian dilakui sebagai salah satu kekhasan legenda kuliner Bogor. Dari sini dapat terlihat bahwa sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Barth (1988:10) bahwa ciri khas budaya tertentu dapat bertahan meski terjadi kontak antar etnis dan saling ketergantungan.

Identitas etnik keturunan Tionghoa di Suryakencana juga tergambar dari kegiatan keagamaan yang masih berlangsung dan kemudian sifatnya berevolusi menjadi lebih cair dan dapat dinikmati oleh etnik lain sebagai acara hiburan. Perayaan tahun baru Cina, Perayaan Capgomeh, Cheng Beng, dan Peh Cun merupakan sebagian dari kegiatan keagamaan yang masih menjadi tradisi hingga saat ini. Seperti yang disampaikan Mardi Lim:

“Tradisi yang masih dilakukan seperti Cap Go Meh kalo sekarang pesta rakyat Bogor, Ciamsi, Cheng Beng, Peh Cun yang kalau dulu

dirayakan dengan kegiatan lomba perahu naga di sungai katulampa kalau sekarang sudah tidak (Selasa, 20 Juni 2017)."

Perayaan Cap Go Meh di Bogor dilakukan sejak klenteng HokTekBio (vihara Dhanagun) berdiri. Pada tahun 2008, Cap Go Meh yang semula merupakan orientasi Tionghoa sentris, kemudian di revitalisasi menjadi cikal bakal Bogor Street festival atau pesta raya Bogor. Kini Cap Go Meh tidak hanya ditujukan untuk satu etnis saja. Seluruh pihak yang berpartisipasi dalam perayaan ini berasal dari lintas generasi, lintas budaya, lintas suku bahkan religi. Perayaan ini mengandung seni dan budaya yang bertujuan untuk mempererat persatuan dan kesatuan masyarakat Bogor yang majemuk. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Mardi:

"Capgomeh Bogor sejak klenteng HokTekBio atau vihara Dhanagun berdiri. Sejak tahun 2008 orientasi Tionghoa Sentris di revitalisasi menjadi cikal bakal Bogor Street Festival atau pesta raya Bogor. Peserta dan panitianya lintas generasi, lintas suku, hingga religi. Dengan satu semangat kontribusi seni dan budaya sebagai ajang persatuan dan kesatuan Bogor (Selasa, 20 Juni 2017)."

Perayaan Cap Gomeh di Bogor dimaksudkan untuk mengembangkan dan memperkenalkan berbagai macam budaya Indonesia. Sehingga terjadilah akulturasi budaya Tionghoa dan budaya lain yang termanifestasikan dalam sebuah pawai budaya yang dinamakan Cap Go Meh (Pesta Raya Bogor). Perayaan ini biasanya dilakukan dengan cara turun ke jalan menelusuri Jalan Suryakencana dengan menampilkan berbagai seni dan kebudayaan. Budaya yang ditampilkan seperti budaya Sunda Sisingaan, Sunda Calung, Rampak Tambur berpadu dengan penampilan budaya Tionghoa Kie Lin, Liong dan Barongsai sebagai penutup acara. Pada akhirnya dapat dikatakan bahwa Pesta Raya Bogor sudah mendapat tempat dihati masyarakat. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Ayung:

"Kalau cap gomeh tuh kita mengembangkan pawai budaya , mengembangkan macem-macem budaya yang ada di Indonesia, supaya didalam kebudayaan itu timbulnya persatuan dan kesatuan. Sehingga dari situ sudah terjadi akulturasi. [...] Seperti perayaan cap gomeh sebenarnya adanya mah cuma di Indonesia dengan arak-arakan, di Cinanya sendiri ga ada. Sebenarnya kalo disini sudah menghilangkan kata-kata cap go meh menjadi pawai budaya jadi ga cuma ciri khas etnis Tionghoa kan ada juga budaya Sunda Sisingaan, Sunda Calung, Rampak Tambur kalau budaya Tionghoanya Kie Lin, Liong dan Barongsai paling

belakang nah itu yang jadi bagian dari kebudayaan yang mainnya juga bukan cuma etnis Tionghoa, sudah macem-macem jadi sesuatu yang sudah dapat diterima (Selasa, 20 Juni 2017)."

Etnik keturunan Tionghoa dan etnik lain saling membaaur namun tetap saling menghargai apa yang diyakini masing-masing. Barth(1988:35) mengungkapkan bahwa hal tersebut merupakan cara mereka beradaptasi dengan berusaha untuk bergabung dan masuk ke dalam kelompok masyarakat dan budaya industri. Mereka menerima status minoritas dan berusaha mengatasi dan mengurangi minoritasnya dengan cara membatasi budayanya hanya pada sektor kegiatan yang tidak dikerjakan bersama. Sekaligus berperan serta dalam kelompok industri yang lebih besar untuk kegiatan lainnya. Hal ini tercermin juga melalui kegiatan sosial lintas etnik dan agama yang mereka lakukan. Ayung menceritakan salah satu implementasi kegiatan tersebut adalah buka puasa bersama di Vihara Dhanagun sebagai berikut:

"[...] Panitiaya dari vihara yang mayoritas Tionghoa tapi mengundang masyarakat yang ada disekitar sini. Seperti waktu buka puasa bersama dengan anak-anak yatim. Ini merupakan suatu kebersamaan. 200 orang yang kumpul buka puasa disini. Kita juga mengundang ulama-ulama dan masyarakat lintas agama [...]" (Selasa, 20 Juni 2017)."

Identitas etnik juga terbentuk melalui proses konstruksi yang dilakukan secara terus menerus sehingga kemudian menghasilkan formula sesuai untuk dapat hidup berdampingan dengan budaya setempat (Thomas Luckmann dalam Berger 1990:87). Hal tersebut tercermin dari pertanyaan Thjin Meilan sebagai berikut:

"Setiap hari pasti lah berkomunikasi, apalagi sama orang Sunda, karena saya tinggal kan lingkungannya memang banyak orang Sundanya dan muslim semua. Kalo komunikasi si kayak biasa saja, misalnya ketemu tetangga, saling menyapa terus kalo lagi senggang ngobrol-ngobrol biasalah ibu-ibu, yang dibicarakan seputar makanan, pengalaman ya, saya juga suka arisan sama temen juga kebanyakan muslim, cinanya saya sendiri (Rabu, 12 Juli 2017)."

Konstruksi yang dilakukan oleh etnik ini dimungkinkan karena adanya tujuan-tujuan tertentu yang ingin dicapai, misalnya terjadinya proses timbal balik yang menguntungkan bagi keduanya dan terciptanya toleransi. Hal tersebut disampaikan oleh Ayung:

“Kalo kita bisa saling harga menghargai dan menghindari timbulnya praduga yang sifatnya kecurigaanlah. [...]Kalo kita hanya satu Bhineka Tunggal Ika tanpa lagi memandang latarbelakangnya. Konsekuen terhadap Undang_Undang Dasar maka kita bisa saling menghargai, saling menghormati tidak mungkin ada perpecahan, malah adanya persatuan (Selasa, 20 Juni 2017).”

Kesadaran untuk saling menghargai dan menghindari timbulnya praduga yang disinyalir dapat berpotensi menciptakan perpecahan kerukunan antar budaya merupakan kearifan yang selalu diterapkan di lingkungan Suryakencana Bogor.

KESIMPULAN

Dari keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik beberapa poin kesimpulan mengenai Identitas Etnik warga keturunan Tionghoa di Suryakencana Bogor yaitu:

- a. Identitas Etnik terlihat pada atribut oramen patung kucing pembawa keberuntungan di setiap toko di kawasan Suryakencana
- b. Penggunaan bahasa untuk berkomunikasi sehari-hari antara sesama etniknya atau dengan etnik lain yaitu dominan menggunakan bahasa Sunda yang dicampur dengan bahasa Indonesia dan khususnya dalam kegiatan jual beli menggunakan harga dalam bahasa Tionghoa.
- c. Penggunaan panggilan dalam bahasa Tionghoa.
- d. Penggunaan marga yang diturunkan hingga ke generasi sekarang.
- e. Kekhasan makanan Tionghoa baik yang asli maupun yang sudah mendapat pengaruh dari budaya setempat.
- f. Kegiatan keagamaan yang masih terus dilestarikan sebagai tradisi dan diadaptasi oleh budaya setempat sebagai bagian dari kekayaan budaya yang harus dilestarikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barth, Federick. 1988. *Kelompok Etnis dan Batasannya*. Terjemahan oleh Nining L.S. Jakarta: UI Press.
- Bakry, Rijaluddin Lamone. 2005. *Studi Dramaturgis Tentang Identitas Etnik Orang Sasak Dalam Komunikasi Antarbudaya di Kota Mataram*. Bandung.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Djasudarma, T.Fatimah dkk. 1993. *Akulturas Bahasa Sunda dan Non Sunda di Daerah Pariwisata Pangandaran Jabar*. Jakarta: Proyek Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah Depdikbud
- Effendy, Onong Uchjana. 2014. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaluddin. 2014. *Komunikasi Antar Budaya: Paduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Samovar, Larry. A, Porter, Richard. E & McDaniel, Edwin. R. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ubaedillah. 2015. *Pendidikan Kewarganegaraan Pancasila, Demokrasi dan Pencegahan Korupsi*. Prenada Media Group: Jakarta.

Sumber Online

- Pemkot Bogor Tetapkan Jalan Suryakencana sebagai Kawasan “Heritage”. Dalam <http://kompas.com/regional/2016/02/10>, diakses pada 14 Oktober 2017 pukul 20.00 WIB
- Di Indonesia ada 1.340 Suku Bangsa dan 300 Kelompok Etnik. Dalam <http://netralnews.com/news/rsn/read/71459>, diakses pada 14 Oktober 2017 pukul 15.00 WIB
- Apakah itu Identitas. Dalam <http://informasi ahli.com/2016/06>, diakses pada 14 Oktober 2017 pukul 19:00 WIB.

Jalan Suryakencana- tua, perniagaan, pencinan, kuliner. Dalam <http://lovelybogor.com>, diakses pada 10 April 2017, pukul 23:31 WIB.

Sejarah Cina di Indonesia. Dalam <http://wawasansejarah.com/sejarah-cina-di-indonesia/>, diakses pada 10 April 2017, pukul 20:00 WIB.

Sumber Lain

Badan Pusat Statistik Kota Bogor 2015

PERBEDAAN CARA PANDANG ANTARA KAUM MUDA DAN KAUM TUA DI KOTA PALEMBANG MENGENAI TAHAPAN PERNIKAHAN ADAT PALEMBANG (Studi Pada Kaum Muda dan Kaum Tua di Kecamatan Sematang Borang, Kota Palembang)

APRILYANTI PRATIWI

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila
apriyanti.mikom@gmail.com

PENDAHULUAN

Pernikahan adalah suatu peristiwa penting dalam kehidupan manusia. Umumnya sebuah peristiwa pernikahan dilaksanakan dengan menempuh beberapa rangkaian upacara yang diyakini dalam tradisi budaya daerah asal calon mempelai. Upacara pernikahan pada setiap adat budaya, khususnya di Indonesia, masing-masing memiliki kekhasan, keindahan dan kesakralan nilai-nilai. Begitu pula dengan upacara pernikahan adat Palembang, memiliki kekhasan khusus, keindahan dan kesakralan yang sesuai dengan nilai-nilai kesakralan Kerajaan Palembang.¹

Prosesi ritual dalam sebuah pernikahan adat tradisional adalah suatu momen yang sangat penting dan sering dianggap sebagai penentu bagi perpindahan tahapan dalam kehidupan selanjutnya. Koentjaraningrat (1981:90) menjelaskan bahwa ritual pernikahan merupakan upacara ketika keadaan krisis (*crisis ritus*) dan upacara pada saat peralihan (*rite passage*) yang mana fungsi sosialnya adalah ungkapan yang ditujukan kepada teman, keluarga dan handay taulan bahwa seseorang telah menapaki jenjang hidup yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Akan tetapi pada kenyataannya kini, ritual pernikahan adat suatu kebudayaan hanya dilaksanakan berdasarkan alasan bahwa ritual pernikahan adat tersebut memang secara tradisi tidak dapat dilewatkan,

¹ Adat pergaulan bujang gadis, adat perkawinan, dan lain sebagainya diatur dalam pedoman yang terdapat dalam Undang-Undang Simbur Cahaya yang dibuat oleh Pangeran Sedo Ing Kenayan Jamaluddin Mangkurat IV (1639 – 1650 M) bersama sang istri, Ratu Senuhun, saat Kesultanan Palembang Darussalam masih berbentuk Kerajaan Palembang (Badaruddin, 2008:9).

hanya sebuah kewajiban, bukan semata-mata karena makna ritual pernikahan adat. Inilah yang terjadi pada kaum muda di Palembang, mereka umumnya mengalami pergeseran dalam memaknai arti dari ritual suci adat pernikahan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa kaum muda Palembang rata-rata kurang mengenal dan kurang memahami makna tata cara pernikahan adat Palembang. Apalagi menurut adat tradisi Palembang asli, tata cara pernikahan adat Palembang dibagi menjadi tiga tahapan yaitu proses pelaksanaan sebelum menikah, proses pelaksanaan pernikahan, dan proses pelaksanaan setelah pernikahan (Jalaludin,1991:102). Ketiga tahapan tata cara pernikahan adat Palembang tersebut masing-masing memiliki beberapa sub-tahapan lagi.

Berdasarkan pengakuan dari beberapa kaum muda di Palembang bahwa mereka sering menghadiri acara pernikahan adat dari saudara, kerabat dan teman mereka, akan tetapi mereka tidak terlalu memahami tata urutan upacara pernikahan adat Palembang tersebut. Ketika menghadiri acara pernikahan adat Palembang mereka sibuk dengan urusan masing-masing dan terkesan acuh. Kaum muda lebih suka melakukan poto-poto dan mengunggahnya di akun sosial media mereka. Berbeda halnya dengan kaum tua Palembang yang masih memiliki pengetahuan mengenai tata urutan upacara pernikahan adat Palembang. Mereka lebih tertib dalam mengikuti prosesi acara dan masih memiliki pemahaman yang cukup mengenai setiap tahapan prosesi pernikahan adat Palembang.

Berdasarkan fenomena yang telah tergambarkan di atas kita sebenarnya sudah cukup mengidentifikasi bahwa adanya perbedaan pemahaman antara kaum muda dan kaum tua di Palembang mengenai penting dan sakralnya pernikahan adat Palembang. Masing-masing dari kaum muda dan kaum tua memiliki penilaian, sikap dan persepsi tersendiri mengenai pernikahan adat Palembang. Hal tersebut sesuai dengan kepercayaan, nilai-nilai, cara pandang dan pola pikir yang masing-masing dianut oleh masing-masing kaum muda dan kaum tua. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan, maka tulisan ini ingin mengetahui perbedaan cara pandang antara kaum muda dan kaum tua di kota Palembang mengenai tahapan pernikahan adat Palembang.

LANDASAN KONSEP

Komunikasi

Pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia di muka bumi ini pasti memerlukan komunikasi. Liliweri (2007:2) menyatakan bahwa kebutuhan hidup manusia hanya akan terpenuhi jika berkomunikasi dengan orang lain. Jika seseorang berhasil melakukan proses komunikasi yang efektif maka semua yang ia butuhkan akan terpenuhi.

Hybels dan Weafer (Liliweri, 2007:3) mengemukakan bahwa komunikasi adalah semua proses pertukaran informasi, ide dan apa yang dirasakan. Proses yang dimaksud tidak hanya secara lisan dan tulisan saja, namun juga dengan gerakan tubuh dan penampilan. Sedangkan Snapp (Liliweri, 2007:4-5) mengemukakan bahwa komunikasi adalah interaksi antarpribadi dengan menggunakan sistem simbol linguistik, baik verbal, paraverbal dan nonverbal yang disosialisasikan secara langsung atau menggunakan media. Dari kedua definisi mengenai komunikasi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran ide, gagasan dan perasaan yang disampaikan secara verbal ataupun nonverbal dengan tatap muka atau dengan menggunakan media.

1. Komunikasi Antar Budaya

a. Definsi Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua elemen yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi dan kebudayaan sama-sama memiliki fokus utama perhatian yaitu bagaimana caranya untuk menelaah makna, bentuk tindakan dan bagaimana kedua hal tersebut (makna dan bentuk tindakan) diaplikasikan pada kelompok sosial, kelompok budaya, kelompok politik dan lain sebagainya yang menyangkut interaksi antarmanusia (Liliweri, 2007:12).

Komunikasi antarbudaya menurut Rich dan Ogawa (Liliweri, 2007:12) komunikasi diantara individu-individu yang memiliki kebudayaan yang berbeda. Chen dan Starosta (Liliweri, 2007:13) menyebutkan bahwa komunikasi antarbudaya merupakan sebuah proses negosiasi atau pertukaran proses sistem simbolik yang membimbing dan membatasi manusia dalam menjalankan fungsinya sebagai salah satu dari anggota kelompoknya (Liliweri, 2007:13).

Berdasarkan dua definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh individu-individu yang memiliki perbedaan latar belakang budaya yang mana di dalamnya terdapat proses negosiasi dan pertukaran proses sistem simbolik yang menuntun individu dalam berperilaku dan memberikan batasan individu tersebut dalam melaksanakan fungsinya sebagai kelompok.

b. Konsep Nilai

Clyde Kluckhohn dkk (dalam Marzali, 1998:238) menjelaskan bahwa sebuah nilai merupakan sebuah konsepsi, secara terus terang dan tersirat, sifat khusus dari individu yang tidak dimiliki oleh individu atau kelompok lainnya mengenai suatu hal yang semestinya diinginkan yang berpengaruh pada pilihan yang sudah ada dari wujud, aturan dan maksud tindakan.

Penjelasan di atas menekankan bahwa “nilai” merupakan “konsepsi mengenai hal yang seharusnya diinginkan”. Nilai merupakan suatu yang abstrak, dikonstruksi dan ada dalam alam pikiran manusia yang tentu saja tidak dapat disentuh dan dilihat dengan mata. Nilai hanya dapat diinterpretasi dari kata-kata yang diucapkan manusia, perilaku yang ditampakkan manusia serta segala sesuatu yang nampak yang merupakan hasil karya manusia. Kata-kata yang diucapkan, perilaku yang ditampakkan dan segala sesuatu hasil karya manusia tersebut merupakan perwujudan dari nilai.

Ucapan seseorang yang mengatakan bahwa “anak harus berbakti kepada kedua orangtua” bukan merupakan sebuah nilai, melainkan wujud dari sebuah nilai dari perkataannya tersebut. Seseorang yang mengenakan pakaian tradisional bukan merupakan sebuah nilai, melainkan wujud dari sebuah nilai yang diekspresikan dalam bentuk perbuatan.

Liliweri (2007:50) mengungkapkan bahwa nilai merupakan unsur yang terpenting dalam kebudayaan. Nilai membimbing manusia untuk menentukan apakah manusia tersebut boleh atau tidak boleh melakukan sesuatu.

c. Budaya Individualisme dan Kolektivisme

Individualisme-kolektivisme merupakan dimensi utama dari keragaman budaya yang digunakan untuk menjelaskan perbedaan dan persamaan dalam komunikasi lintas budaya. Individualisme-kolektivisme hadir pada level kultural dan level individual (Gudykunts, 2003). Liliweri

(2002:124) menjelaskan bahwa individualisme-kolektivisme merupakan konsep kebudayaan yang menunjukkan derajat kesetiaan dan loyalitas anggotanya kepada individu atau kelompok.

Hofstede dan Bond (Gudykunts, 2003) menjelaskan bahwa dalam budaya individualisme, tujuan individu lebih ditekankan dari pada tujuan kelompok. Sebaliknya, tujuan kelompok diutamakan dari pada tujuan individu dalam kebudayaan kolektivisme. Dalam budaya individualisme, “orang diarahkan untuk melihat diri sendiri dan keluarga terdekat saja”, dan dalam budaya kolektif, “orang-orang adalah milik kelompok atau kolektivitas yang mana harus loyal kepada kelompok mereka”.

Tabel 1. Budaya Individualisme dan Kolektivisme

Tipe budaya		
Budaya Individualisme	tujuan individu lebih diutamakan dari pada tujuan kelompok (keluarga, agama, klub hobi, dll)	“orang diarahkan untuk melihat diri sendiri dan keluarga terdekat saja”
Kebudayaan Kolektivisme	tujuan kelompok diutamakan dari pada tujuan individu	“orang-orang adalah milik kelompok atau kolektivitas yang mana harus loyal kepada kelompok mereka”

Triandis (1988, 1995) berargumen bahwa kepentingan relatif ingrup adalah faktor utama yang membedakan kebudayaan individualisme dengan kolektivisme. Triandis juga menyatakan bahwa ingrup merupakan kelompok yang penting bagi anggotanya dan kelompok di mana tempat individu akan berkorban (Gudykunst, 2003:10). Anggota-anggota kebudayaan individualistik memiliki banyak ingrup yang spesifik (contohnya keluarga, agama, klub sosial profesi, dll) yang mungkin akan berdampak pada perilaku mereka dalam beberapa situasi sosial. Karena banyaknya ingrup, maka ingrup secara spesifik memberikan dampak yang relatif lebih banyak pada perilaku individual (Gudykunts, 2003).

Gudykunts (2003) menjelaskan bahwa pada kebanyakan tulisan mengenai kolektivisme, hubungan *self ingroup* merupakan gambaran satu arah. Kim mengatakan terdapat tiga hubungan *self ingroup* yang dapat diisolasi, yaitu dapat dibedakan, ketergantungan, dan hidup berdampingan. Pembedaan dalam kolektivisme didefinisikan secara terbatas pada kelompok eksplisit. Hubungan dalam kolektivisme digambarkan dengan batasan

poros antara anggota ingrup yang mengizinkan adanya ide, dan emosi yang mengalir bebas. Ini berfokus pada hubungan yang dibagi oleh anggota ingrup.

Triandis (1995) mengatakan kebudayaan individualisme dan kolektivisme dapat dibedakan dengan hubungan antar individu dalam budaya horizontal atau vertikal. Individu tidak diekspetasikan dari anggota lain dalam ingroup (pada kebudayaan horizontal). Pada kebudayaan horizontal, individu berdiri sendiri untuk memperlihatkan dirinya sama dengan individu lainnya, dan adanya tekanan dalam nilai yang sama. Sementara dalam kebudayaan vertikal, individu diekspetasikan berdiri sendiri. Individu yang satu berbeda dengan yang lainnya, dan nilai kesamaan tidak dijunjung tinggi (Gudykunts, 2003).

Triandis menyatakan bahwa budaya horizontal kolektivisme sangat menjunjung tinggi kesetaraan, namun sedikit menjunjung nilai kebebasan. Di Jepang, sebagai contoh, ada istilah “paku yang menonjol akan dipalu ke dalam”, yang mengilustrasikan bahwa anggota budaya tidak diharapkan untuk berdiri keluar dari anggota ingroup. Pada budaya individual vertikal, individu diharapkan untuk masuk ke dalam ingroup mereka, dan pada saat yang sama diperbolehkan untuk berdiri keluar dari ingroup mereka. Individu pada budaya vertikal tidak menghargai kesetaraan atau kebebasan (Gudykunts, 2003).

2. *Generation Gap/Kesenjangan Generasi*

Prasad menjelaskan bahwa sebuah generasi adalah sebuah bentuk kelompok usia. *Travitock's A Dictionary of The Social Science* (dalam Prasad, 1992 :1) menyatakan bahwa sebuah generasi terdiri atas semua anggota sosial yang diperkirakan lahir pada saat yang sama, baik memiliki hubungan darah atau tidak. Generasi juga digunakan untuk menunjukkan periode antara orang-orang yang lahir pada periode yang sama dan kelahiran anak mereka, biasanya diasumsikan oleh para ilmuwan sosial sekitar tiga puluh tahunan.

Permasalahan pada *generation gap* adalah sebuah budaya, masalah ekonomi, kemasyarakatan, dan sebuah pendidikan yang salah satunya disebut untuk memahami melalui sebuah pendekatan interdisiplin. Akar dari *generation gap* ini adalah konflik antara yang tua dan yang muda yang telah terbentuk sejak awal yang munculnya sejak mereka hidup di bumi. Generasi seperti organisme. Semua sejarahnya telah tercatat pada konflik generasi. Setiap generasi memiliki tujuan dan takdir yang berbeda. Dengan

pencapaian yang ideal, manfaat dari generasi tua pun menghilang (Prasad, 1992: 185).

Dari masa ke masa dan pada setiap masyarakat, kaum muda memberontak kaum tua. Kaum tua dengan segala pengalaman yang mereka miliki ingin kaum muda mendengarkan mereka agar kaum muda tidak salah dalam menjalankan hidup. Namun kaum muda merasa hal tersebut merupakan hal yang membosankan karena mereka menganggap mereka memiliki jalan sendiri dalam menjalankan hidup ini (Prasad, 1992: 185).

Terdapat lima pembagian generasi (Rini, 2016:20), yaitu Generasi Baby Boomer (1946-1964), Generasi X (1965-1980), Generasi Y (1981-1994), Generasi Z (1995-2010), Generasi Alpha (2011-2025). Kaum tua yang dimaksud pada penelitian ini adalah generasi Baby Boomers dan Generasi X. Sedangkan kaum muda yang menjadi subjek penelitian ini adalah Generasi Y dan Z yang lahir dari tahun 1981 hingga 2010.

3. Pernikahan Adat Palembang

Umumnya tata cara pernikahan adat Palembang dilakukan berdasarkan aturan budaya yang telah mengakar secara turun-temurun sejak jaman Kerajaan Palembang. Kemewahan pakaian adat serta ritual adat pernikahan Palembang yang sakral merupakan cerminan dari agungnya kerajaan Palembang.

Dalam rangkaian tata cara pernikahan adat Palembang, peran mempelai wanita lebih mendominasi jika dibandingkan dengan mempelai pria. Hampir semua rangkaian acara diatur dan dilaksanakan pihak mempelai wanita. Pihak pengantin pria hanya bertugas menyiapkan dana atau disebut dengan “duit ponjen” (Jalaluddin, 1991: 103).

Jalaludin (1991:102) menjelaskan bahwa terdapat tiga tahapan tata cara pernikahan adat Palembang yaitu proses pelaksanaan sebelum menikah, proses pelaksanaan pernikahan dan proses pelaksanaan setelah pernikahan. Pada setiap proses pelaksanaan pernikahan tersebut terbagi lagi menjadi beberapa sub-proses yang sarat dengan nilai-nilai budaya yang tinggi.

Pratiwi (2015:61) menyatakan bahwa dengan kesibukan masyarakat serba praktis ini maka tidak dapat dipungkiri lagi bahwa prosesi pernikahan adat Palembang dipersingkat. Akan tetapi pelaksanaan proses pernikahan dilakukan dengan tetap mempertahankan makna dan nilai budaya yang tinggi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Creswell (Semiawan, 2010:7) metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk menyelidiki dan memahami sebuah peristiwa sentral. Penelitian ini menggambarkan fenomena perbedaan cara pandang antara kaum muda dan kaum tua di Kota Palembang mengenai tahapan pernikahan adat Palembang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara observasi dan dokumentasi. Moleong (2007:186) menjelaskan bahwa wawancara dalam konteks penelitian adalah sebuah proses percakapan yang dilaksanakan antara peneliti dan narasumber untuk mendapatkan data mengenai penelitian. Penelitian ini menggunakan wawancara terbuka dan tak terstruktur. Narasumber ada penelitian ini adalah Kartika, Gita dan Ayu yang mewakili kaum muda di Kecamatan Sematang Borang, Palembang, serta Hertati, Ita Rasyid dan Rani yang merupakan perwakilan dari kaum tua di Kecamatan Sematang Borang, Palembang. Narasumber primer lainnya adalah Yuli, yang merupakan sesepuh adat Palembang yang juga mewakili kaum tua.

Subagyo (2004:63) menjelaskan bahwa observasi adalah salah satu jenis peralatan yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan cara mengamati secara sengaja atau pun tidak sengaja sebuah fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan observasi spontan dan disengaja fenomena perbedaan cara pandang antara kaum muda dan kaum tua di Kota Palembang mengenai tahapan pernikahan adat Palembang.

Schatzman dan Strauss (dalam Mulyana 2004:195) menerangkan bahwa salah satu bahan yang tidak kalah pentingnya dalam penelitian kualitatif adalah dokumen. Pada penelitian ini dokumen yang digunakan adalah foto-foto koleksi pribadi mengenai tahapan pernikahan adat Palembang.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Manusia dalam melakukan setiap aktivitasnya mutlak membutuhkan komunikasi. Hajat hidup manusia akan dapat dipenuhi apabila ia melakukan komunikasi dengan manusia yang lainnya. seerti yang dikemukakan oleh Hybels dan Weafer bahwa komunikasi merupakan sebuah proses barter informasi, ide dan apa yang manusia rasa. Komunikasi dapat dikatakan berhasil atau efektif jika transfer informasi, ide dan perasaan yang

dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Bukan hal yang mudah bagi seseorang untuk dapat memperoleh komunikasi yang efektif.

Komunikasi yang efektif terjadi jika masing-masing peserta komunikasi memiliki tujuan yang sama dalam perjalanan komunikasinya. Semakin peserta komunikasi memiliki latar belakang yang serupa maka makin mudah untuk mencapai komunikasi yang efektif. Namun, untuk mencari kesamaan pada setiap peserta komunikasi merupakan suatu hal yang sulit. Dua orang kembar yang pernah bernaung dalam rahim yang sama pun masih memiliki perbedaan, mulai dari makanan kegemaran, artis idola, warna kesukaan dan lain-lain. Apalagi bagi peserta komunikasi yang datang dari budaya yang berbeda yang tentu saja memiliki banyak sekali perbedaan diantaranya perbedaan bahasa, warna kulit, ideologi, dan lain-lain.

Kesenjangan Generasi dan Budaya Individualisme-Kolektivisme pada Kaum Muda-Kaum Tua

Seperti apa yang telah disampaikan oleh Prasad bahwa salah satu masalah utama dari kesenjangan generasi adalah budaya. Bahwa budaya yang ditampilkan oleh generasi Y dan generasi Z (kaum muda) sangat jauh berbeda dengan apa yang diharapkan generasi Baby Boomers dan Generasi X (kaum tua). Terjadi gesekan ketika kaum muda melakukan hal di luar akal sehat kaum tua. Ketika kedua belah pihak tidak kunjung menemukan titik temu maka gesekan ini lama-kelamaan berubah menjadi konflik. Masing-masing generasi memiliki tujuan dan takdir yang tidak sama. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah banyaknya kaum muda yang bahkan tidak memiliki nilai. Kaum muda terkesan acuh tak acuh dengan lingkungan sekitar, bahkan mereka terkesan apatis dengan keberadaan atau urusan orang lain. Apa yang terjadi dengan kaum muda ini sangat bertolak belakang dengan nilai yang dianut oleh kaum tua. Kaum tua cenderung untuk masih menaruh rasa peduli pada urusan orang lain, terlebih kelompoknya.

Jika ditarik benang merah, maka apa yang ditampilkan oleh kaum muda dan kaum tua saat ini sama halnya dengan dimensi individualisme-kolektivisme. Individualisme-kolektivisme adalah konsep kebudayaan yang merujuk pada derajat kesetiaan dan loyalitas anggotanya kepada individu atau kelompok. Budaya individualisme merujuk pada kaum muda, sedangkan kolektivisme merujuk pada kaum tua. Budaya individualisme lebih mementingkan tujuan individu dan mengarahkan orang untuk melihat

diri sendiri dan keluarga terdekat saja. Inilah yang tergambar pada kaum muda saat ini bahwa mereka cenderung mementingkan tujuan mereka sendiri dari pada orang lain. Kaum muda saat ini memiliki banyak ingrup. Selain sekolah atau kuliah, kegiatan lain yang dijalani oleh kaum muda saat ini lebih beragam dari kaum muda pada era sebelum mereka. Kaum muda era sekarang mengikuti berbagai macam les, mulai dari les mata pelajaran sampai les kesenian atau keterampilan lainnya. Mereka tidak hanya condong pada ingrup tunggal saja karena mereka memiliki banyak ingrup pada kehidupan sosial mereka. Banyaknya ingrup yang mereka miliki membuat kaum muda saat ini memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dari ada kaum muda seusia mereka pada era sebelumnya. Banyak mengenal orang dan memiliki berbagai macam keahlian merupakan modal yang cukup untuk kaum muda saat ini menghadapi dunia luar. Maka ketika kaum muda mencapai kesuksesan maka ia akan menganggap bahwa kesuksesannya ini adalah buah dari kerja kerasnya selama ini.

Sebaliknya, dalam budaya kolektivisme yang merujuk pada kaum tua, tujuan kelompok lebih diutamakan dari pada tujuan individu. Dalam budaya kolektif, “orang-orang adalah milik kelompok atau kolektivitas yang mana harus loyal kepada kelompok mereka”. Kaum tua cenderung memiliki ingrup yang sedikit. Kaum tua umumnya lebih suka berada di rumah atau di lingkungan sekitar rumah mereka. Ibu-ibu contohnya lebih memilih mengikuti arisan RT atau pengajian RT yang tentu saja anggotanya adalah orang-orang yang sama. Inilah yang menyebabkan kaum tua cenderung lebih dekat dan akrab dengan ingrup mereka berasal karena mereka sudah layaknya seperti keluarga karena intensitas pertemuan yang terjadi. Kelangsungan hidup kaum tua lebih tergantung pada kesuksesan dan efektivitas kelompok bukan individu. Ketika mencapai suatu kesuksesan maka kaum tua akan beranggapan bahwa kesuksesannya datang dari doa dan dukungan orang-orang sekitarnya, bukan ia capai sendiri.

Perbedaan Cara Pandang Antara Kaum Muda Dan Kaum Tua Di Kota Palembang Mengenai Tahapan Pernikahan Adat Palembang

Adanya kesenjangan antara kaum muda dan kaum tua di Kecamatan Sematang Borang dalam memandang dan memaknai tahapan upacara pernikahan adat Palembang. Penyebab yang membuat kaum muda dan kaum tua memiliki perbedaan cara pandang mengenai tahapan pernikahan adat Palembang ini adalah nilai budaya. Nilailah yang menuntun individu

agar dapat bersikap atas apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Nilai tersebut tercermin dari perkataan dan perbuatan yang ditampakkan oleh individu tersebut. Nilai-nilai budaya yang diyakini oleh kaum muda dan kaum tua di Kecamatan Sematang Borang, kota Palembang. Nilai-nilai yang berbeda tercermin dari sikap dan pandangan hidup dan yang ditampilkan oleh kaum muda dan tua.

Sesuai dengan apa yang dijelaskan Kluckhohn dkk bahwa ucapan dan perilaku seseorang merupakan perwujudan dari nilai yang diyakininya yang selanjutnya memberikan dampak pada sikap serta padangan hidupnya. Kaum muda di Kecamatan Sematang Borang ketika menghadiri upacara pernikahan adat Palembang dari saudara, kerabat dan teman mereka, cenderung memilih mengenakan busana yang praktis dan tidak ribet seperti gamis, gaun atau batik.

Berbeda halnya dengan kaum tua Palembang, ketika menghadiri undangan pernikahan adat Palembang kaum wanitanya kebanyakan masih mengenakan kebaya yang dipadupadankan dengan kain songket khas Palembang. Mereka mengakui bahwa jika menghadiri undangan tidak mengenakan songket maka mereka menganggap seperti ada yang kurang dalam diri mereka. Mereka menganggap bahwa songket adalah identitas budaya asli Palembang yang harus selalu ada pada momen seremoni sakral semacam upacara pernikahan adat.

Walaupun kaum muda di Kecamatan Sematang Borang sering menghadiri undangan upacara pernikahan adat Palembang akan tetapi mereka tidak terlalu mengerti dengan tata urutan upacara pernikahan adat Palembang. Ketika ditanya mereka juga mengaku lupa atau tidak ingat dengan nama-nama serta makna dari tahapan upacara pernikahan adat Palembang yang telah mereka hadiri. Mereka hanya mengingat secara garis besar saja tahapan pernikahan adat Palembang. Mereka pun mengakui tidak terlalu suka dengan prosesi acara pernikahan yang bertele-tele.

Berbeda halnya dengan kaum tua di Palembang yang masih mengenal dan memahami beberapa tahapan pernikahan adat Palembang. Terlebih menurut penuturan seorang sesepuh adat Palembang sebagai perwakilan kaum tua Palembang yang menyatakan bahwa nilai-nilai budaya yang terdapat dalam tahapan pernikahan adat Palembang memiliki benang merah dengan nilai-nilai syariat Islam. Maka dari itu pelestarian atas tradisi tahapan pernikahan adat Palembang ini perlu diturunkan ke generasi selanjutnya.

Pengetahuan dan pemahaman dari masing-masing generasi mengenai makna tata cara upacara pernikahan adat Palembang berimplikasi pada perbedaan cara mereka dalam memandang tata cara upacara pernikahan adat Palembang tersebut. Kaum tua masih memandang tata cara upacara pernikahan adat Palembang memiliki makna filosofis yang terkandung di dalamnya. Dari ketiga narasumber yang mewakili kaum tua, dua diantaranya mengakui bahwa nilai filosofis yang terkandung di dalam tata cara upacara pernikahan adat Palembang sejalan dengan nilai filosofis agama Islam. Hal ini dibenarkan oleh sesepuh adat Palembang yang juga perwakilan kaum tua. Akan tetapi ketika hal ini dikonformasi kepada kaum muda, ketiga narasumber mengakui bahwa mereka sama sekali tidak mengetahui bahwa ada benang merah antara makna filosofis yang terkandung dalam tata cara upacara pernikahan adat Palembang dengan nilai-nilai syariat Islam.

Selain itu makna yang juga terkandung dalam tata cara upacara pernikahan adat Palembang adalah kekeluargaan, yang mana pada setiap tahapannya pasti melibatkan keluarga besar baik dari pihak mempelai wanita atau pun mempelai pria. Inilah yang salah satunya menjadi pembeda padangan yang dimiliki kedua kaum. Kaum tua yang menganut budaya kolektivisme merasa sangat perlu untuk merangkul dan melibatkan keluarga besar serta para tetangga dan kerabat dalam sebuah pelaksanaan upacara pernikahan. Jika tidak melibatkan orang lain kaum tua merasa ada sesuatu yang kurang. Mereka ingin melibatkan orang lain pada momen spesial yang sedang mereka rasakan (utamanya momen pernikahan) dan mereka pun sangat senang jika dilibatkan dalam momen spesial keluarga, kerabat, dan tetangganya (ingrup). Dapat dikatakan bahwa adanya timbal balik yang terjadi pada proses interaksi yang terjadi pada kaum tua. Jika mereka tidak dilibatkan oleh ingrupnya dalam momen spesial ingrupnya, maka kaum tua akan merasa sedih dan merasa tidak dianggap. Sejalan dengan itu jika kaum tua berhalangan terlibat dalam momen spesial ingrupnya maka mereka merasa berhutang atas hal itu dan wajib membayarkan diwaktu yang akan datang.

Berbeda halnya dengan apa yang diungkapkan oleh narasumber kaum muda pada penelitian ini. Mereka mengakui bahwa dalam menjalankan tata cara pernikahan adat Palembang, mereka lebih nyaman untuk melibatkan keluarga inti saja. Menurut tiga narasumber kaum muda pada penelitian ini mereka semua sepakat bahwa mereka lebih suka dengan suasana yang lebih intim dan akrab yang dijalin bersama keluarga inti mereka dan calon

mempelai pria mereka kelak. Apalagi pada acara *berasan* yang mana pada acara ini akan ditentukan hal-hal apa saja yang akan diminta oleh pihak calon mempelai wanita serta apa saja yang akan diberikan oleh calon mempelai pihak pria, mereka tidak ingin permintaan mereka dan yang diberikan oleh calon mempelai pria diketahui oleh pihak lain yang bukan anggota keluarga mereka. Menurut mereka hal ini adalah privasi, tidak untuk konsumsi umum. Apa yang dikemukakan oleh kaum muda ini sesuai dengan budaya individualisme yang mereka anut, bahwa kelangsungan hidup mereka tergantung pada keberhasilan individu-individu dari pada kelompok.

Kaum muda memandang pernikahan sebagai suatu hal yang harus disahkan di mata Sang Pencipta. Menurut kaum muda di Kecamatan Sematang Borang, sebuah pernikahan cukup dilakukan di KUA atau catatan Sipil saja. Yang paling penting adalah ijab qobul yang dilakukan, karena ijab qobul adalah janji kedua mempelai kepada Allah SWT. Menurut mereka tata cara dan tahapan pernikahan adat Palembang hanyalah syarat saja, jika tidak dilaksanakan pun mereka tidak terlalu mempermasalahkannya. Umumnya mereka lebih suka terhadap hal-hal yang simpel dan tidak ribet. Mereka beranggapan bahwa sakralnya sebuah pernikahan itu justru terjadi pada saat ijab qobul karena janji yang dibuat kepada Allah SWT. Sedangkan tata cara pernikahan adat Palembang bagi mereka tidaklah wajib. Apalagi mereka menganggap bahwa tata cara pernikahan adat Palembang cukup rumit dan memakan waktu serta biaya yang tidak sedikit. Mereka lebih memilih membeli rumah atau perabotan rumah dari pada harus menjalani tata cara pernikahan adat Palembang yang memang cukup mewah dan membutuhkan biaya yang besar.

Berbeda halnya dengan kaum tua. Mereka masih menganggap penting tata cara pernikahan adat Palembang. Karena dalam tata cara pernikahan adat Palembang tersebut menyimpan makna yang mendalam yang merupakan doa dan harapan agar pasangan mempelai menjadi keluarga yang rukun dan bahagia serta menyatunya dua keluarga baru. Bagi kaum tua, sebuah pernikahan bukan hanya menyatukan kedua mempelai saja, namun juga menyatukan keluarga besar dari kedua mempelai.

Proses pelaksanaan sebelum menikah

Ada istilah yang sering dijadikan wejangan oleh kaum tua kepada kaum muda yaitu "*Yang nikah bukan cuma kau dan pasangan bae, tapi*

jugo keluarga kau dan keluarga pasangan kau”. Maksudnya adalah kaum tua sangat menjunjung tinggi kolektivitas. Bahwa ketika sepasang insan menikah, kedua keluarga juga ikut menyatu menjadi keluarga besar baru, ayah mempelai wanita adalah ayah mempelai pria juga, ibu mempelai wanita adalah ibu mempelai pria juga, begitupun sebaliknya.

Keluarga masing-masing calon mempelai harus saling mengenal dengan baik. Oleh sebab itulah pada proses pelaksanaan sebelum menikah orang tua yang mengajukan calon kepada anaknya, ini sesuai dengan adat Palembang lama pada jaman kerajaan Palembang. Proses ini dinamakan *milih calon*. Orang tua memberikan deretan nama calon untuk diperkenalkan kepada sang anak dengan harapan agar anaknya mendapatkan jodoh yang berakhlak baik, berasal dari keluarga baik-baik dan memiliki pekerjaan yang baik. Namun *trend*-nya pada saat ini adalah anak memilih sendiri calon yang akan dinikahi. Berdasarkan pengakuan narasumber kaum muda, mereka mengaku tidak mau dijodohkan. Mereka menganggap jodoh harus dicari dan ditemukan sendiri, secara nartural karena yang bersangkutanlah yang akan merasakan hidup dengan jodohnya nanti, makanya harus dicari sendiri seduai dengan keinginan hati.

Dalam pemahaman kaum muda, pada proses pelaksanaan sebelum pernikahan tidak ada yang namanya *milih calon* dan *madik* (pendekatan) karena mereka umumnya sudah menemukan sendiri calon yang akan mereka nikahi. Berbeda dengan apa yang diidamkan oleh kaum tua yang masih mengingat proses *milih calon* dan *madik* dan berharap kelak anak mereka ketika menikah menjalani kedua proses ini. Proses *milih calon* dan *madik* ini sesuai dengan syariat Islam, yaitu ta’aruf. Proses awal dari pelaksanaan sebelum menikah yang umumnya diketahui dan dipahami oleh kaum muda adalah *menyengguk/nyubuk* yang tak lain adalah bertunangan. Tujuan dari *menyengguk/nyubuk* adalah agar calon mempelai wanita tidak diganggu pria lain. Setelah proses *menyengguk/nyubuk* dilanjutkan dengan proses *ngebet*, *berasan* dan *mutuske kato*. Ketiga proses ini bersama proses *menyengguk/nyubuk* umumnya dijadikan dalam satu rangkaian acara karena memiliki hubungan yang erat.

Ngebet adalah kunjungan yang dilakukan oleh keluarga calon mempelai pria ke rumah keluarga mempelai wanita sebagai bukti keseriusan dan berharap keluarga calon mempelai wanita juga sepakat. *Berasan* atau musyawarah adalah proses yang mana calon mempelai wanita meminta sesuatu atau beberapa hal kepada calon mempelai pria. Pada proses ini juga

calon mempelai pria harus menyanggupi (pernyataan kesanggupan) apa saja yang diminta oleh calon mempelai wanita.

Proses selanjutnya adalah *mutuske kato*, menetapkan jadwal tahap selanjutnya yaitu menentukan hari nganterke belanja, hari H pernikahan, *mungghah*, *nyemputin* dan *nganterke penganten* dan lain-lain. Dari ketiga narasumber kaum muda, masing-masing menuturkan bahwa mereka baru mendengar istilah ini, dan sama sekali tidak mengetahui dan memahami maknanya. Yang mereka hanya tahu bahwa dalam proses acara tunangan atau *menyengguk/nyubuk* semua sudah termasuk kesepakatan, membahas permintaan calon mempelai wanita dan penentuan tanggal pernikahan. Mereka menganggap bahwa penyatuan acara ini agar lebih praktis dan tidak memakan waktu dan biaya.

Kaum tua membenarkan bahwa umumnya proses *menyengguk/nyubuk*, *ngebet*, *berasan* dan *mutuske kato* adalah dalam satu rangkaian acara yang sama pada hari yang sama. Akan tetapi mereka masih mengingat dengan cukup detil mengenai nama dan makna dari keempat proses tersebut.

Proses selanjutnya adalah nganterke belanja atau hantar-hantaran atau seserahan. Setelah calon mempelai wanita menyebutkan apa-apa saja yang diminta, maka calon mempelai pria membeli barang yang diinginkan oleh calon istrinya tersebut. Pada jaman dahulu, calon mempelai pria akan dibantu ibu atau saudaranya dalam membeli barang permintaan calon istrinya ini. Namun di era ini calon mempelai pria hanya memberikan sejumlah uang sesuai dengan harga barang yang diinginkan calon mempelai wanita. Calon mempelai wanitanya sendirilah yang akan membelanjakan keperluannya sendiri. Setelah belanja selesai maka barang-barang pun dikemas dengan cantik untuk dibawa ke rumah mempelai wanita. Kaum tua menuturkan bahwa dahulu momen mengemas seserahan ini adalah momen penuh hangat karena dibantu oleh sanak keluarga, tetangga dan kerabat yang sengaja datang untuk membantu. Namun sekarang kaum muda lebih mempercayakan pengemasan seserahan kepada ahlinya (pengrajin seserahan) agar lebih rapih dan praktis.

Proses pelaksanaan pernikahan

Beberapa hari sebelum hari H pernikahan disebut dengan hari *ngocek bawang* yang sesuai dengan makna sesungguhnya bahwa pada hari tersebut ibu-ibu dan anak gadis tetangga dan kerabat mengupas bawang dan bumbu-bumbu masak lainnya untuk persiapan makanan pada hari

upacara pernikahan. Suasana ini kental dengan konsep budaya kolektivisme bahwa kepentingan kelompok di atas segalanya. Pihak keluarga yang sedang mempersiapkan pernikahan anaknya sangat memerlukan bantuan tenaga dari tetangga dan kerabat mereka. Ibu-ibu dan anak gadis tetangga serta kerabat pun dengan suka rela membantu keluarga yang akan menikahkan anaknya ini dengan harapan suatu saat nanti mereka pun akan dibantu oleh tetangga dan kerabat tersebut. Menurut pengakuan kaum tua, di Palembang, khususnya di Kecamatan Sematang Borang, pihak mempelai wanita akan mendatangi rumah ketua RW dan ketua RT serta warga-warga lain untuk memberikan informasi mengenai hajatan yang akan mereka lakukan dan sekaligus menjadi ajang undangan bagi tetangga untuk membantu proses pelaksanaan pernikahan agar dapat berjalan lancar. Konsep ini sudah terjadi secara turun temurun hingga saat ini. Akan tetapi konsep ini tidak sesuai dengan pemikiran yang dimiliki kaum muda di Kecamatan Sematang Borang. Mereka beranggapan bahwa orang tua mereka terlalu berlebihan, berlebihan dalam hal jumlah undangan dan berlebihan dalam hal meminta bantuan. Kaum muda mengakui bahwa orang tua mereka ingin mengundang semua orang yang mereka kenal makanya mereka sangat memerlukan bantuan tenaga dari para tetangga untuk mempersiapkan keperluan hari H pelaksanaan pernikahan. Kaum muda berkeinginan untuk mengundang orang-orang terdekat saja atau dalam jumlah yang sedikit agar suasana pernikahan khidmat dan tertib. Namun kaum tua beranggapan bahwa *ngocek bawang* inilah momen yang pas untuk kembali menjalin silaturahmi dengan para tetangga dan kerabat.

Tibalah pada upacara pernikahan yang pada era sekarang umum dilaksanakan di rumah mempelai wanita. Proses acara selanjutnya adalah munggah atau hari “H” atau pelaksanaan upacara pernikahan adat Palembang yang merupakan acara puncak dari rangkaian tahapan tata cara pelaksanaan pernikahan adat Palembang. Umumnya hari H munggah dipilih atau ditetapkan setelah hari raya Idul Fitri atau Idul Adha. Kaum tua menyatakan bahwa masa-masa setelah hari raya Idul Fitri atau Idul Adha adalah hari yang baik untuk melaksanakan munggah. Mereka menganggap pernikahan yang dilakukan di hari baik akan berimplikasi secara langsung pada kelancaran proses upacara pernikahan dan kelanggengan kehidupan pernikahan pengantin selamanya. Namun kaum muda menganggap bahwa semua hari adalah baik asalkan dijalankan dengan persiapan yang matang.

Proses pelaksanaan setelah pernikahan

Pada proses pelaksanaan setelah pernikahan akan dilaksanakan acara *nyanjoi*. Acara ini dilaksanakan dua malam. Malam pertama dilaksanakan khusus untuk kaum muda-mudi yang merupakan teman, kerabat dan tetangga dari kedua mempelai. Malam kedua diselenggarakan khusus untuk kaum tua yang merupakan teman, kerabat dan tetangga dari kedua orang tua mempelai. Masing-masing kaum muda dan kaum tua di Kecamatan Sematang Borang mengetahui proses acara ini, namun kaum muda tidak mengetahui nama atau istilah asli dari acara ini. Mereka hanya mengetahui bahwa nama acara ini adalah Acara Muda Mudi yang tujuannya adalah melepas masa lajang bagi kedua pengantin. Sedangkan kaum tua kecamatan Sematang Borang mengetahui nama dan makna acara ini.

Proses selanjutnya adalah *nyemputi* dan *nganter penganten*. Pada acara yang dilaksanakan dua hari setelah *munggah* ini, pihak keluarga mempelai pria datang berkunjung ke rumah keluarga mempelai wanita untuk menjemput mempelai wanita dan keluarganya agar berkunjung ke rumah mereka. Setelah acara ini dilanjutkan dengan *nganter penganten* yang maknanya menyambut pengenalan antara mempelai wanita dan pria, pada acara ini kedua mempelai melaksanakan mandi simburan. Kaum tua menganggap kedua proses acara ini cukup penting karena maknanya adalah melepaskan anak perempuan dari tanggung jawab ayah dan ibunya. Sedangkan kaum muda tidak begitu memahami makna dari kedua acara ini dan bahkan mereka pun sama sekali tidak mengetahui bahwa acara ini ada dalam rangkaian proses pelaksanaan setelah pernikahan adat Palembang.

SIMPULAN

Terdapat kesenjangan antara kaum muda dan kaum tua di Kecamatan Sematang Borang dalam memandang dan memaknai tahapan upacara pernikahan adat Palembang. Penyebab yang membuat kaum muda dan kaum tua memiliki perbedaan cara pandang mengenai tahapan pernikahan adat Palembang ini adalah nilai budaya. Secara umum, kaum muda di kecamatan Sematang Borang lebih menyukai sesuatu yang sederhana dan simpel, termasuk dalam urusan pernikahan. Mereka lebih memilih mengenakan busana yang simpel dan praktis ketika menghadiri undangan upacara pernikahan, yaitu dengan mengenakan gamis, gaun atau batik. Berbeda halnya dengan kaum tua. Mereka masih menganggap penting tata

cara penikahan adat Palembang. Karena dalam tata cara penikahan adat Palembang tersebut menyimpan makna yang mendalam yang merupakan doa dan harapan agar pasangan mempelai menjadi keluarga yang rukun dan bahagia serta menyatunya dua keluarga baru. Bagi kaum tua, sebuah pernikahan bukan hanya menyatukan kedua mempelai saja, namun juga menyatukan keluarga besar dari kedua mempelai. Ketika menghadiri undangan pernikahan adat Palembang kaum tua wanitanya kebanyakan masih mengenakan kebaya yang dipadupadankan dengan kain songket khas Palembang. Mereka mengakui bahwa jika menghadiri undangan tidak mengenakan songket maka mereka menganggap seperti ada yang kurang dalam diri mereka. Mereka menganggap bahwa songket adalah identitas budaya asli Palembang yang harus selalu ada pada momen seremoni sakral semacam upacara pernikahan adat.

Kaum muda di Kecamatan Sematang Borang tidak mengetahui urutan tata cara pelaksanaan pernikahan adat Palembang secara detil. Mereka hanya mengetahui tata cara pelaksanaan upacara pernikahan adat Palembang secara garis besar saja yaitu bertunangan, serah serahan, akad nikah, munggah dan acara muda-mudi. Mereka pun tidak memahami makna dari setiap proses pernikahan adat Palembang. Berbeda halnya dengan kaum tua yang masih mengingat dengan cukup detil setiap proses pernikahan adat Palembang beserta maknanya. Kaum tua menganggap bahwa setiap tata cara pada proses pernikahan adat Palembang memiliki benang merah dengan ajaran syariat Islam yang tentu saja mengajarkan kepada kebaikan khususnya dalam hal pernikahan. Proses tata cara pernikahan adat Palembang yang sesuai dengan syariat Islam diantaranya adalah *milih calon* dan *madik* yang dalam syariat Islam disebut ta'aruf.

Kaum tua berorientasi ada masa lalu. Mereka masih menganut nilai filosofis yang berakar pada agama. Kaum tua menganut budaya kolektivisme, hal ini tercermin dari perilaku yang ditampilkan oleh kaum tua yaitu lebih mneutamakan tujuan kelompok di atas tujuan pribadi. Kaum tua menganggap mereka adalah milik kelompok mereka, jadi mereka harus loyal kepada kelompok mereka. Kaum tua cenderung memiliki sedikit ingrup dan umumnya lebih suka berada di rumah atau di lingkungan sekitar rumah mereka saja. Sifat kolektivitas mereka ini tercermin pada hari *ngocek bawang* pada proses pelaksanaan pernikahan adat Palembang. Suasana ini kental dengan konsep budaya kolektivisme. Pihak keluarga yang sedang mempersiapkan pernikahan anaknya sangat memerlukan bantuan tenaga

dari tetangga dan kerabat mereka. Ibu-ibu dan anak gadis tetangga serta kerabat pun dengan suka rela membantu keluarga yang akan menikahkan anaknya ini dengan harapan suatu saat nanti mereka pun akan dibantu oleh tetangga dan kerabat tersebut. Sedangkan kaum muda menganggap bahwa tindakan orang tua mereka (kaum tua) terlalu berlebihan, berlebihan dalam hal jumlah undangan dan berlebihan dalam hal meminta bantuan. Kaum muda berorientasi pada masa depan. Mereka menganut budaya individualisme, kebalikan dari kaum tua yang menganut kolektivisme. Kaum muda hanya menginginkan pesta pernikahan yang privat, yang hanya dihadiri kerabat dan teman dekat saja karena lebih terkesan akrab dan khidmat. Mereka cukup melakukan pernikahan secara sah di KUA atau catatan sipil dengan pesta seadanya yang tidak merepotkan banyak pihak.

Kesenjangan cara padangan antara kaum tua dan kaum muda di Kecamatan Sematang Borang dalam memaknai tata cara proses pernikahan adat Palembang ini berimplikasi pada kesenjangan proses komunikasi mereka dalam memaknai proses pernikahan adat Palembang sesuai tradisi yang mengandung pesan yang mendalam mengenai pernikahan. Kedua kaum harus saling memahami katakter masing-masing dan membicarakan dan menemukan kesepakatan jika kelak akan melaksanakan pernikahan agar kesenjangan antarkaum ini dapat diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Badaruddin, Sultan Iskandar Mahmud. 2008. *Sejarah Kesultanan Palembang Darussalam*. Palembang: Kraton Kesultanan Palembang Darussalam.
- Gudykunst, William B. 2003. *Cross Cultural Intercultural Communication*. California. Sage Publication.
- Larasati, Dyah Ayu Niken. 2010. *Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Perbedaan Persepsi Antara Generasi Muda dan Generasi Tua dalam Memaknai Upacara Perkawinan Adat Yogyakarta*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Jalaludin. 1991. *Petunjuk Kota Palembang: dari Wanua ke Kotamadya*. Palembang. Humas Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Palembang.
- Liliweri, Alo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta. LKis.
- Marzali, Amri. 1998. *Pergeseran Orientasi Nilai Kultur dan Keamgaamn di Indonesia: Sebuah Esei dalam Rangka Mengenang Almarhum Prof. Koenrjaraningrat*. Antropologi Indonesia No. 57 thn. XXII.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- , 2005. *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintasbudaya*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Prasad, Ramaa. 1992. *Generation Gap, a Sociological Study of Inter-generational Conflicts*. New Delhi. Mittal Publication.
- Pratiwi, Aprilyanti. 2015. *Makna Prosesi Acara Suap-Suapan dan Cacap-Cacapan (Studi Komunikasi Antarbudaya pada Pernikahan Adat Palembang, Sumatera Selatan)*. Banten. UMN Press.
- Subagyo, Joko 2004. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Grasindo.
- Rini, Diyah Puspita. 2016. *Pengaruh Karakter Generasi Z Dan Peran Guru Dalam Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Akuntansi Siswa Kelas X Akuntansi Smk Negeri 1 Godean Tahun Ajaran 2015/2016*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

PROSES TRANSFORMASI PADA MASYARAKAT BETAWI DI KOTA BEKASI MELALUI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Hamida Syari Harahap

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: hamidasyari1104@gmail.com

081932176366

PENDAHULUAN

Perekembangan zaman dan perkembangan teknologi telah merubah peradaban manusia. Rasa saling menghormati, toleransi beragama sudah hampir terancam punah. Individualistik dan perasaan sekelompok membatasi rasa kebersamaan dalam mencapai kehidupan yang rukun dan damai. Budaya baru telah banyak merubah pola hidup manusia.

Bekasi merupakan kota industri mengalami perkembangan yang sangat pesat. Begitu banyak pendatang dengan keanekaragaman budaya dan agama yang memasuki wilayah ini dan menetap. Namun hal ini tidak berdampak pada masyarakat di kota Bekasi yang kental dengan budaya aslinya. Pada artikel di media *online* diberitakan keragaman dari berbagai budaya dan toleransi beragama di Kampung Sawah Bekasi, “kampung sawah adalah kampung betawi pertama yang agama warganya beraneka. Sejak seabad yang lampau, warga setempat ada yang beragama Islam, Protestan, maupun Katolik”. Beritabekasi.co.id, Minggu 7 Mei 2016

Lebih lanjut dalam Beritabekasi.co.id pada Minggu, 7 Mei 2016 disampaikan bahwa, “Kampung Sawah menjadi contoh penerapan kerukunan umat beragama yang telah berlangsung hingga sekarang sekaligus menjadi contoh penerapan kehidupan berbangsa dan bernegara dengan keragaman berbangsa dan bernegara dengan keragaman budaya di Indonesia”. Hal ini dapat juga kita lihat pada pemberitaan di media Republika.co.id pada tanggal; 2 Agustus 2016 mengatakan bahwa “Saat pelaksanaan shalat Idul Fitri, disampaikan masjid mana saja yang menggelar berikut imam dan khatib yang bertugas. Saat acara tersebut, warga non

muslim di Kampung Sawah ikut berpartisipasi dengan mengatur keamanan juga membantu kelancaran parkir serta lalu lintas sekitar”.

Jacob Napiun seorang tokoh masyarakat yang sudah puluhan tahun menetap di Kampung Sawah mengatakan, bahwa Kampung Sawah merupakan Kampung Betawi pertama di Kota Bekasi. Selain itu fenomena dalam konteks budaya Betawi, meski ada daerah yang memiliki persamaan dengan Kampung Sawah seperti Kampung Betawi Setu Babakan, Depok dan di Kampung Tugu, Kampung Betawi di Jakarta Utara, namun tidak seunik Kampung Sawah. Masyarakat biasanya menyebutnya dengan Kampung Sawah karena daerah ini adalah suatu daerah yang dikelilingi area persawahan padi namun bernuansa seperti di Kampung pada umumnya. Fenomena unik yang terdapat di Kampung Sawah ini salah satunya yaitu umat Kristen jika sedang beribadah di gereja mereka memakai pakaian betawi, bagi kaum laki-laki mereka memakai pakain baju Betawi seperti Pitung, memakai sarung menggunakan peci atau kopiah. Sedangkan kaum wanita meggunakan kebaya dengan kerudung.

Lebih lanjut Jacob Napiun mengatakan,”Pada jaman dahulu hampir semua warga Kampung Sawah menganut agama Islam. Kemudian agama Kristen Protestan datang pada tahun 1886 silam dengan munculnya jemaat yang bernama Meester F.L. Anthing di dalam Perhimpunan Pekhabaran Injil Belanda. Akhirnya pada tahun 1880 silam perkembangan agama Protestan kian pesat karena banyaknya jemaat dari Jawa Timur dan Jawa Tengah yang pindah ke Kampung Sawah”. Sedangkan perkembangan Kristen Katolik diawali dengan pembaptisan 18 putra pada 16 Oktober 1896 silam yang dipimpin oleh Pater Bernardus Scwheitz dari Gereja Katedral Jakarta. Mereka kemudian membentuk sistem marga yaitu diantaranya ada yang bernama Baiin, Saiman, Bicin, Napiun, Kadiman, Dani, Rikin, dan Kelip. Marga adalah suatu sistem hukum kolonial Belanda dan tradisi marga ini tidak ditemukan di Betawi lainnya.

Kolonial Belanda menerapkan sistem hukum yang berbeda pada masing-masing golongan masyarakat. Meskipun penganut ajaran agama di Kampung Sawah berbeda namun kunci kerukunan di Kampung Sawah ternyata adalah kekerabatan yang terus dijaga sejak jaman penjajahan dulu, kekerebatan ini terlihat ketika adanya acara kematian. Mereka saling membantu yaitu dengan membangun tenda, mengurus surat kematian, sampai mengurus prosesi pemakaman. Ketika acara tahlilan dimulai, warga non-muslim yang melayat mereka dengan sabar menunggu di

luar rumah untuk menghormati acara agama tersebut. Begitu acara usai, semua bergabung mencicipi hidangan atau sekedar bercengkerama untuk menyatakan turut berbelas sungkawa. Begitu pula ketika penghiburan dalam agama Kristen, kerabat muslim akan sabar menunggu di luar, sampai acara ritualnya selesai. Hubungan kerabat itu karena masih adanya hubungan darah melalui jalur perkawinan. Dalam satu keluarga terdapat beberapa penganut agama, hal ini terjadi karena banyak terjadi kawin silang antar pemeluk agama berbeda dan juga ada yang berpindah ke agama pasangannya namun, juga masih ada yang bertahan pada agama masing-masing. Kegiatan gotong royong yang tercipta, membantu perkembangan daerah Kampung Sawah, hal ini disebabkan karena mereka sangat rukun dan tidak menjadikan perbedaan agama sebagai masalah mereka karena masyarakat tidak terlalu fanatik dengan ajaran agama.

Fenomena lain yang terjadi di Kampung Sawah yaitu saat adzan berkumandang dari Masjid Pesantren Fisabilillah bersamaan dengan suara lonceng berdentang dari Gereja Katholik Servatius yang berjarak seratus meter. Umat Nasrani bisa beribadah tenang tanpa terganggu dan suara adzan tidak mengganggu ibadah di dalam gereja. Begitupun sebaliknya, suara lonceng dari gereja juga tidak mengganggu ibadah umat muslim di masjid karena volume suara baik dari masjid ataupun gereja memang diatur agar tidak saling mengganggu. Selain itu Sedekah Bumi adalah suatu kegiatan dengan penggabungan keyakinan dan tradisi juga terjadi di Kampung Sawah yang dilakukan setahun sekali. Menurut Jacob Napiun selaku tokoh masyarakat, "Sedekah Bumi merupakan suatu pembaharuan bentuk atau saya biasa menyebut dengan modifikasi dari suatu tradisi ritual yang disebut bebaritan. Upacara Sedekah Bumi ini dilakukan di lingkungan gereja. Sepanjang perjalanan dari tahun 1936, dalam kurun waktu 30 tahun upacara peringatan sedekah bumi setidaknya sempat mengalami pasang surut, kendati upaya untuk terus mempertahankan tradisi itu tetap berjalan". Dalam peringatan Sedekah Bumi pada tahun 1960-1970, hasil bumi yang dipersembahkan menjadi lebih beragam selain padi, ada juga singkong, ubi, kelapa, pepaya, nangka dan beberapa jenis sayuran.

Tahun 1996 Gereja Katolik Kampung memberikan dorongan dan ruang yang lebih luas untuk mengembangkan dan melestarikan budaya Kampung Sawah dengan menjadikan Sedekah Bumi sebagai upacara peringatan khusus pada setiap tanggal 13 Mei, bersamaan dengan Pesta Nama Pelindung Gereja dan Paroki St. Servatius. Sedekah Bumi selain di

Kampung Sawah, mungkin tidak pernah ada di Gereja Katolik manapun di Jakarta, kecuali di daerah luar Jakarta, seperti di Jawa Barat, Jawa Tengah, atau mungkin juga di Bali, namun modelnya barangkali yang berbeda”. Di dalam rangkaian acara tradisi Sedekah Bumi ada juga tradisi Ngaduk Dodol, tradisi ini merupakan kegiatan yang bersamaan dengan tradisi Sedekah Bumi. Proses pembuatan yang memakan waktu lebih dari 7 jam dan diaduk secara bergantian oleh peserta atau masyarakat yang mengikuti acara tradisi Sedekah Bumi, tradisi ini dilakukan bertujuan untuk mengajarkan kesabaran, toleransi, dan gotong royong. Dalam konteks kedua tradisi ini disebut dengan komunikasi antar budaya. Komunikasi Antar Budaya di definisikan sebagai analisis perbandingan yang memprioritaskan suatu kegiatan kebudayaan (Purwasito, 2003:178).

Komunikasi antar budaya pada umumnya lebih terfokus pada hubungan antarbangsa, ras, dan agama tanpa harus membentuk kultur baru. Tidak hanya itu, keunikan di Kampung Sawah ini juga berupa gotong royong saling membantu pada perayaan Islam seperti Hari Raya Idul Fitri, panitia yang bertugas yaitu masyarakat yang beragama Kristen dalam membantu menata karpet, mengatur lalu lintas kendaraan, dan mengatur parkir kendaraan jemaat. Namun pada saat perayaan Kristen seperti hari raya Natal warga Muslim yang sibuk menjadi panitia untuk menjalankan acara Natal tersebut seperti mempersiapkan peralatan ibadah, mengatur parkir kendaraan, dan penyambutan Pastur. Saat hari raya Idul Fitri dan Natal, masyarakat di Kampung Sawah saling silaturahmi satu sama lain tanpa memandang agama, mereka saling membawakan makanan jika bersilaturahmi ke rumah saudara mereka yang muslim dan masih memiliki ikatan persaudaraan. Demikian pun sebaliknya pada hari raya Natal, mereka yang islam datang membawakan makanan kepada yang merayakan Natal untuk silaturahmi dan bercengkrama. Kegiatan tersebut merupakan suatu bentuk pola komunikasi yang digunakan oleh masyarakat Islam dan Kristen di Kampung Sawah. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Djamarah, 2004:1). Maksudnya adalah dalam kegiatan gotong royong seperti yang sudah dijelaskan diatas, itulah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara masyarakat Islam dan Kristen yaitu dengan gotong royong yang merupakan cara yang tepat sehingga dapat dipahami untuk menjaga kerukunan antar agama. Hal ini juga merupakan komunikasi antar agama.

Fenomena keunikan tersebut yang membedakan Kampung Sawah dengan daerah lain yang memiliki persamaan dengan sebutan kampung Betawi-Kristen. Kampung Sawah adalah Kampung Betawi pertama di Kota Bekasi yang memiliki agama yang beraneka ragam serta memiliki toleransi yang tinggi antar warga, antar budaya, dan antar agama.

Dari fenomena dan pemberitaan media tentang Kampung Sawah di atas menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengetahui lebih dalam mengenai apa saja keistimewaan yang ada pada Kampung Sawah Bekasi dalam hal komunikasi antar budaya yang bukan saja terjadi hanya pada komunikasi yang berbeda budaya akan tetapi dalam mencapai taraf hidup yang berdampingan secara damai, menghindarkan konflik dan kesalahpahaman serta menjalin harmoni kehidupan dalam perbedaan. Sehingga penulis mengasumsikan keragaman budaya di Kampung Sawah memiliki kriteria untuk diangkat menjadi sebuah penelitian.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana komunikasi antar budaya pada masyarakat Betawi Kampung Sawah Kota Bekasi.
2. Bagaimana proses transformasi masyarakat betawi di Kampung Sawah Bekasi sebagai model komunikasi multikultural

TINJAUAN TEORITIS

Komunikasi

Menurut Hoveland, Janis & Kalley (Dalam Marhaeni Fajar, 2009: 31) mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya. Sedangkan Barnlund (Dalam Marhaeni Fajar, 2009: 32), komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego. Carl I Hovland (Dalam Suprpto, 2011:6) mengemukakan, komunikasi adalah proses dimana seseorang individu atau komunikator mengoperkan stimulan biasanya dengan lambang bahasa (verbal maupun non verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran atau makna atau suatu pesan

dianut secara sama. Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg, Williom W. Wilmot, Keneth K. Sereno, dan Edward M. Bodaken bahwa setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai transaksi dan komunikasi sebagai interaksi (Mulyana, 2013: 67). Fajar (2009: 33) berpendapat komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan atau dari pelakunya.

Dari semua pendapat para ahli diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan dengan maksud mengubah perilaku seseorang (komunikan) dan menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan dari komunikator.

Budaya

Taylor (Dalam Saifudin, 2005: 82) mengemukakan bahwa kebudayaan adalah totalitas pengalaman manusia yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kapabilitas, serta kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Budaya (*culture*) adalah produk dari seluruh rangkaian proses sosial yang dijalankan oleh manusia dalam masyarakat dengan segala aktivitasnya. Dengan demikian maka kebudayaan adalah hasil nyata dari proses sosial yang dijalankan oleh manusia bersama masyarakatnya (Bungin, 2013;52). Shoelhi (2015;34) mengatakan budaya secara etimologi berasal dari bahasa Sanskerta, Buddhayah yang merupakan bentuk jamak dari kata Buddhi (Budi atau Akal) yang berarti budaya diartikan sebagai hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Budaya juga diartikan sebagai segala sesuatu yang dilakukan manusia sebagai hasil pemikiran dan akal budi. Peradaban juga merupakan hasil dari akal budi, dan ilmu pengetahuan menjadi puncak peradaban yang memberikan manfaat dalam kehidupan sosial. Jadi budaya adalah segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pemikiran manusia yang memiliki nilai bagi kesejahteraan manusia.

Hubungan Komunikasi Dengan Kebudayaan

Komunikasi dan budaya dua konsep yang tidak dapat dipisahkan, kendati komunikasi dan kebudayaan adalah hal yang berbeda. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan diantara para pelaku komunikasi dengan tujuan untuk saling memahami satu sama lain.

Sedangkan budaya adalah dapat dikaitkan sebagai cara berperilaku suatu komunitas masyarakat secara berkesinambungan. Namun demikian, komunikasi dan kebudayaan eksistensinya saling berkaitan. Suatu budaya dapat lestari dan diwariskan kepada generasi penerus melalui proses komunikasi. Komunikasi berfungsi sebagai alat penyebaran tradisi dan nilai budaya. Pada sisi lain cara orang berkomunikasi sangat dipengaruhi oleh budaya yang dianut. Hal ini menjadikan komunikasi dan budaya bersifat resiprokal atau saling berhubungan dan dua entitas yang tidak dapat dipisahkan (Soelhi, 2015: 40). Lebih lanjut Mulyana (2004: 14) juga menjelaskan bahwa setiap praktik komunikasi pada dasarnya adalah representasi budaya atau tepatnya suatu peta atas suatu realitas budaya yang sangat rumit. Begitu kita mulai berbicara tentang komunikasi, tak terhindarkan, seseorang itupun berbicara tentang budaya.

Komunikasi Multikultural

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Pusat perhatian komunikasi dan kebudayaan terletak pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia dan kelompok sosial yaitu dengan kode-kode pesan baik secara verbal maupun non verbal.

Komunikasi antar budaya menurut beberapa pendapat ahli dalam Liliweri (2003), adalah sebagai berikut:

1. Rich dan Ogawa, mendefinisikan komunikasi antar budaya adalah komunikasi diantara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya antara suku bangsa, etnik, ras dan kelas sosial.
2. Samovar dan Porter menyatakan komunikasi antar budaya terjadi diantara produsen pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda (1976)
3. Charley H.Dood mengungkapkan komunikasi antarbudaya melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, atau kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta (1991)
4. Komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, interpretative, transaksional dan kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang, yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan, memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa

yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan (Lastig dan Koester,1993).

5. *Intercultural communication* yang disingkat “KK” mengartikan komunika antar budaya sebagai interaksi antar pribadi, antara seorang anggota dengan kelompok yang berbeda.
6. Guo Ming Chen dan William J.Starosta mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau proses pertukaran simbolik yang membimbing perilaku manusia, dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi diantara orang-orang yang memiliki kebudayaan berbeda dimana terjadi proses komunikasi dengan dengan derajat komunikasi yang berbeda pula dalam komunikasinya di kelompok.

Fungsi Komunikasi Antarbudaya

1. Fungsi Pribadi

a. Menyatakan identitas sosial

Perilaku ini dinyatakan dalam tindakan berbahasa baik secara verbal maupun non verbal. Dari perilaku berbahasa itulah dapat diketahui identitas diri maupun sosial , misalnya dapat diketahui asal usul suku bangsa, agama maupun tingkat pendidikan.

b. Menyatakan integrasi sosial

Inti konsep integrasi sosial adalah menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi, antar kelompok namun tetap mengakui perbedaan – perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur. Salah satu tujuan komunikasi adalah memberikan makna yang sama atas pesan yang dibagi antara komunikator dengan komunikan. Prinsip utama dalam proses pertukaran pesan komunikasi antarbudaya adalah: saya memperlakukan anda sebagaimana yang saya kehendaki. Dengan demikian komunikator dan komunikan dapat meningkatkan integrasi sosial atas relasi mereka.

c. Menambah pengetahuan

Seringkali komunikasi antarpribadi maupun antarbudaya menambah pengetahuan bersama, saling mempelajari kebudayaan. Contohnya ketika saya memperkenalkan budaya saya yaitu budaya

Toraja kepada teman saya yang tentunya berbeda kebudayaan dengan saya. Disini saya memperkenalkan tentang budaya Rambu Solo dimana orang yang sudah meninggal sebelum dikuburkan harus dipesta terlebih dahulu.

d. Melepaskan diri/jalan keluar

Kita berkomunikasi dengan orang lain untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar atas masalah yang sedang kita hadapi. Kita mungkin lebih suka memilih teman kencan karena dalam banyak hal dia cocok dengan kita, dia memiliki pikiran - pikiran dan gagasan yang sama, dia seorang perasa, sama seperti kita. Pilihan komunikasi itu kita katakan komunikasi yang berfungsi menciptakan hubungan yang komplementer dan hubungan yang simetris. Hubungan komplementer selalu dilakukan oleh dua pihak yang mempunyai perilaku yang berbeda sedangkan hubungan simetris dilakukan oleh dua orang yang saling becemin pada perilaku lainnya.

2. Fungsi Sosial

a. Pengawasan

Praktek komunikasi antarbudaya di antara komunikator dan komunikan yang berbeda kebudayaan berfungsi saling mengawasi. Fungsi ini lebih banyak dilakukan oleh media massa yang menyebarluaskan secara perkembangan peristiwa yang terjadi disekitar kita meskipun peristiwa itu terjadi dalam sebuah konteks kebudayaan yang berbeda. Akibatnya adalah kita turut mengawasi perkembangan sebuah peristiwa dan berusaha mawas diri seandainya peristiwa itu terjadi dalam lingkungan kita.

b. Menjembatani

Fungsi komunikasi yang dilakukan antara dua orang yang berbeda budaya itu merupakan jembatan atas perbedaan diantara mereka. Fungsi menjembatani itu dapat terkontrol melalui pesan-pesan yang mereka pertukarkan, keduanya saling menjelaskan perbedaan tafsir atas sebuah pesan sehingga menghasilkan makna yang sama.

c. Sosialisasi Nilai

Fungsi sosialisasi merupakan fungsi untuk mengajarkan dan memperkenalkan nilai - nilai kebudayaan suatu masyarakat kepada

masyarakat lain. Dalam komunikasi antarbudaya sering kali tampil perilaku non verbal yang kurang dipahami namun yang lebih penting ialah bagaimana kita menangkap nilai yang terkandung didalamnya.

d. Menghibur

Fungsi menghibur juga sering tampil dalam komunikasi antarbudaya. American Fun yang sering ditampilkan TVRI memberikan gambaran tentang bagaimana orang - orang sibuk memanfaatkan waktu luang untuk mengunjungi *teater* dan menikmati suatu pertunjukan humor. Dari apa yang telah diuraikan diatas terlihat bahwa praktek komunikasi antarbudaya mengandung fungsi - fungsi pribadi dan fungsi sosial, namun dalam komunikasi antarbudaya, salah satu fungsi utama adalah mengurangi tingkat ketidakpastian dan kecemasan.

Prinsip-Prinsip Komunikasi Antarbudaya

1. Relativitas Bahasa

Gagasan umum bahwa bahasa memengaruhi pemikiran dan perilaku paling banyak disuarakan oleh para antropologis linguistik. Pada akhir tahun 1920-an dan disepanjang tahun 1930-an, dirumuskan bahwa karakteristik bahasa memengaruhi proses kognitif kita. Dan karena bahasa-bahasa di dunia sangat berbeda-beda dalam hal karakteristik semantik dan strukturnya, tampaknya masuk akal untuk mengatakan bahwa orang yang menggunakan bahasa yang berbeda juga akan berbeda dalam cara mereka memandang dan berpikir tentang dunia.

2. Bahasa Sebagai Cermin Budaya

Bahasa mencerminkan budaya. Makin besar perbedaan budaya, makin perbedaan komunikasi baik dalam bahasa maupun dalam isyarat-isyarat nonverbal. Makin besar perbedaan antara budaya (dan, karenanya, makin besar perbedaan komunikasi), makin sulit komunikasi dilakukan. Kesulitan ini dapat mengakibatkan, misalnya, lebih banyak kesalahan komunikasi, lebih banyak kesalahan kalimat, lebih besar kemungkinan salah paham, makin banyak salah persepsi, dan makin banyak potong kompas (*bypassing*).

3. Mengurangi Ketidak-pastian

Makin besar perbedaan antarbudaya, makin besarlah ketidak-pastian dan ambiguitas dalam komunikasi. Banyak dari komunikasi kita berusaha mengurangi ketidak-pastian ini sehingga kita dapat lebih baik menguraikan, memprediksi, dan menjelaskan perilaku orang lain. Karena ketidak-pastian dan ambiguitas yang lebih besar ini, diperlukan lebih banyak waktu dan upaya untuk mengurangi ketidak-pastian dan untuk berkomunikasi secara lebih bermakna.

4. Kesadaran Diri dan Perbedaan Antarbudaya

Makin besar perbedaan antarbudaya, makin besar kesadaran diri (*mindfulness*) para partisipan selama komunikasi. Ini mempunyai konsekuensi positif dan negatif. Positifnya, kesadaran diri ini barangkali membuat kita lebih waspada, ini mencegah kita mengatakan hal-hal yang mungkin terasa tidak peka atau tidak patut. Negatifnya, ini membuat kita terlalu berhati-hati, tidak spontan, dan kurang percaya diri.

5. Interaksi Awal dan Perbedaan Antarbudaya

Perbedaan antarbudaya terutama penting dalam interaksi awal dan secara berangsur berkurang tingkat kepentingannya ketika hubungan menjadi lebih akrab. Walaupun kita selalu menghadapi kemungkinan salah persepsi dan salah menilai orang lain, kemungkinan ini khususnya besar dalam situasi komunikasi antarbudaya.

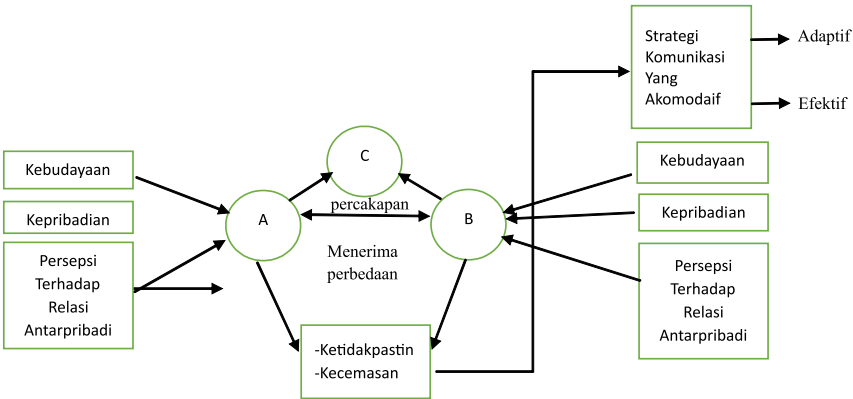
6. Memaksimalkan Hasil Interaksi

Dalam komunikasi antarbudaya – seperti dalam semua komunikasi – kita berusaha memaksimalkan hasil interaksi. Tiga konsekuensi yang dibahas oleh Sunnafrank (1989) mengisyaratkan implikasi yang penting bagi komunikasi antarbudaya. Sebagai contoh, orang akan berinteraksi dengan orang lain yang mereka perkirakan akan memberikan hasil positif. Karena komunikasi antarbudaya itu sulit, anda mungkin menghindarinya. Dengan demikian, misalnya anda akan memilih berbicara dengan rekan sekelas yang banyak kemiripannya dengan anda ketimbang orang yang sangat berbeda.

Kedua, bila kita mendapatkan hasil yang positif, kita terus melibatkan diri dan meningkatkan komunikasi kita. Bila kita memperoleh hasil negatif, kita mulai menarik diri dan mengurangi komunikasi.

Ketiga, kita membuat prediksi tentang mana perilaku kita yang akan menghasilkan hasil positif, dalam komunikasi, anda mencoba memprediksi hasil dari, misalnya, pilihan topik, posisi yang anda ambil, perilaku nonverbal yang anda tunjukkan, dan sebagainya. Anda kemudian melakukan apa yang menurut anda akan memberikan hasil positif dan berusaha tidak melakukan apa yang menurut anda akan memberikan hasil negative (Tubbs dan Moss,1996).

Model Komunikasi Antar Budaya (Liliwert;2002)



(Gambar 1)

Gambar di atas menunjukkan bahwa budaya asli dan budaya pendatang serta dengan keragaman agama. Ketika mereka berkomunikasi yang disebut komunikasi antarbudaya karena dua pihak “menerima” perbedaan diantara mereka sehingga bermanfaat untuk menurunkan ketidakpastian dan kecemasan dalam relasi antarpribadi, sehingga dapat menjadi motivasi bagi strategi komunikasi yang bersifat akomodatif. Strategi tersebut juga dihasilkan karena terbentuknya sebuah kebudayaan baru yang secara psikologis menyenangkan penduduk asli dan pendatang. Dan akibatnya menghasilkan komunikasi multikultural dalam masyarakat yang plural.

Apabila dikaitkan dengan pembahasan di atas, komunikasi yang dilakukan oleh warga Kampung Sawah Bekasi adalah proses transformasi melalui Komunikasi Antarbudaya yaitu proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang yang berbeda budaya, karena semakin banyak warga pendatang dari berbagai daerah di Kampung Sawah Bekasi.

Komunikasi Multikultural merupakan pengembangan dari komunikasi antar budaya dan perubahan sosial. Purwasito (2003:120) mengatakan

bahwa komunikasi multikultural adalah sebuah proses komunikasi yang kontinyu dalam perjalanan hidup manusia dalam upaya membangun komunikasi baru. Komunikasi multikultural tidak ubahnya proses seorang petualangan yang menjelajahi wilayah asing. Bagaimana proses seorang pejalan budaya mengarungi dunia asing tersebut diselidiki dan dicatat sebagai bagian penting dalam data komunikasi multikultural. Stephen Dahl dari Luton University masih dalam Purwasito (2003):

Intercultural Communication as the information exchange between one person and any other source transmitting a message displaying properties of a culture different to the one of the receiver's culture. The source of us a message can be either a person, in an interpersonal communication process, or any form of mass media or either form of media.

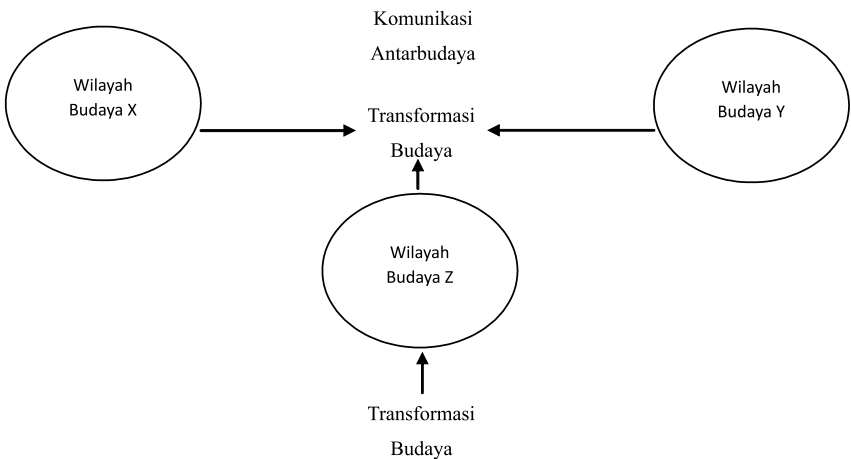
(komunikasi multicultural sebagai pertukaran informasi antara seseorang dengan orang lain, sebagai yang menyampaikan pesan dengan disertai unsur-unsur latar belakang kebudayaan yang berbeda kepada seorang penerima dari kultur lainnya. Sumber informasi sebagai pesan dapat berupa orang dalam proses komunikasi antarpersona atau segala bentuk media massa atau bentuk lainnya dari media).

Unsur-unsur Komunikasi Multikultural

1. Adanya pertemuan berbagai kultur dalam waktu dan tempat tertentu
2. Adanya pengakuan terhadap pluralism
3. Adanya perubahan perilaku individu
4. Adanya transformasi sosial budaya yang secara evolutif mampu mengubah konvensi sosial budaya yakni proses transformasi yang berlangsung dari budaya dominan ke budaya pluralistik atau multicultural
5. Adanya perubahan sosial dan perubahan budaya, yang mampu melahirkan struktur sosial baru yang diikuti pada perubahan pada bidang dan sector lainnya. (Purwasito;2003)

Komunikasi multicultural yang dilakukan oleh warga Kampung Sawah adalah dengan memperkenalkan Betawi melalui tutur kata bahasa, pakaian, dan upacara adat kepada warga baru Kampung Sawah khususnya. Proses transformasi dapat kita lihat pada gambar 2:

Model Komunikasi Multi Kultural (Purwasito:2003)



(Gambar : 2)

Dalam proses ini wilayah budaya x dan wilayah budaya y akhirnya terkikis oleh adanya budaya baru. Proses reduksi dan penyusunan tersebut akan memperlemah kedua budaya tersebut bahkan bisa sampai lenyap sama sekali. Meskipun pada kenyataannya ada revitalisasi budaya yang mengunggulkan. jadi budaya baru merupakan hasil transformasi *multicultural* antara budaya x dan budaya y lewat proses komunikasi multikultural

Teori Akomodasi (*Accommodation Theory*)

Teori ini merupakan salah satu teori tentang perilaku manusia yang sangat berpengaruh. Teori ini dirumuskan oleh Howard Giles dan para koleganya dalam little John dan Karen (2011), teori akomodasi menjelaskan bagaimana dan kenapa kita menyesuaikan perilaku komunikasi kita terhadap tindakan orang lain. Richard dan Turner (2008) mendefinisikan bahwa akomodasi (*Accommodations*) sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain.

Akomodasi biasanya dilakukan secara tidak sadar. Seseorang cenderung memiliki naskah kognitif internal yang digunakan ketika berbicara dengan orang lain.

Dalam ilmu sosiologi, istilah “akomodasi” digunakan dalam dua arti, yaitu menunjuk pada suatu proses. Sebagai suatu keadaan, akomodasi

mengacu pada terjadinya suatu keseimbangan (*equilibrium*) dalam interaksi antar orang – perorang atau kelompok-kelompok manusia dalam kaitannya dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku di dalam masyarakat. Sedangkan sebagai suatu proses, akomodasi berarti tindakan aktif yang dilakukan untuk menerima kepentingan yang berbeda dalam rangka meredakan suatu pertentangan yang terjadi.

Perubahan Sosial

Perubahan sosial adalah proses sosial yang dialami oleh anggota masyarakat semua unsur budaya dan sistem sosial, dimana semua tingkat kehidupan masyarakat secara sukarela atau dipengaruhi oleh unsur eksternal meninggalkan pola kehidupan, budaya lama, dan sistem sosial lamanya kemudian menyesuaikan diri atau menggunakan pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial yang baru (Bungin, 2013: 91). Soekanto (2005: 301) juga menjelaskan perubahan sosial dalam masyarakat dapat mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, dan sistem sosial lama kemudian menyesuaikan diri atau menggunakan pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial baru. Perubahan sosial yang terjadi, Kampung Sawah Bekasi terjadi ketika kesediaan masyarakat untuk meninggalkan unsur budaya mereka yang lama dan sistem sosial lama dan mulai beralih menggunakan unsur budaya dan sistem sosial yang baru atau yang ada di lingkungan yang ada di Kampung Sawah yaitu Betawi. Perubahan sosial ini dipandang sebagai konsep yang serba mencakup seluruh kehidupan masyarakat baik pada tingkat individual, kelompok agama.

Komunikasi Kelompok

Muhammad 2005 (Dalam Fajar, 2009: 65) mengemukakan komunikasi kelompok adalah suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. Komunikasi dalam kelompok yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung diantara kelompok. Pada tingkatan ini setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peranan dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok (Fajar, 2009) : Pengertian kelompok di Jati Melati, Kampung Sawah adalah kelompok kecil, yaitu kelompok antar-agama, antar-etnik, dan antar pribumi dengan pendatang, tidak ada batasan yang

jelas berapa jumlah orang. Kelompok atau masyarakat Kampung Sawah memiliki tujuan yang diperjuangkan bersama yaitu menjaga toleransi dan hidup rukun antar agama dan antar budaya.

METODE

Untuk menjawab permasalahan yang diuraikan, maka metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan menggunakan *literature study* atau studi pustaka dengan menganalisa secara teoritis mengenai proses transformasi masyarakat betawi di kota Bekasi melalui komunikasi antar budaya yang selanjutnya haslbertansformasi dalam komunikasi multikultural. *Literatur study* dilakukan dengan mengumpulkan bahan bacaan yang berhubungan dengan topik ini seperti Jurnal, buku dan berita melalui media *online*.

PEMBAHASAN

Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi diantara orang-orang beda budaya dalam satu komunitas atau dalam satu lingkungan. Lingkungan masyarakat betawi di Kampung sawah sangat heterogen baik dari segi budaya maupun agama. Hal tersebut disebabkan banyaknya pendatang yang menetap di wilayah tersebut.

Kampung sawah dahulu sebagian besar beragama Islam. Namun datangnya penduduk baru ke daerah tersebut yang beragama Kristen protestan dan Kristen khatolik telah membawa warna keragaman agama. Keragaman agama bukan hanya disebabkan adanya pendatang tetapi juga terjadinya perkawinan silang antara pendatang yang beragama Kristen dengan penduduk asli yang beraga Islam.

Hal tersebut bukan menimbulkan perbedaan malah semakin mengakrabkan hubungan diantara warga pendatang dan penduduk asli kampung sawah. Semangat kebersamaan dan saling menghargai menciptakan suatu suasana yang kondusif sehingga tercipta suatu ketentraman.

Ketentraman, kebersamaan dan kenyamanan akan tercipta apabila persepsi terhadap relasi antar pribadi mampu menerima perbedaan baik dalam kelompok maupun lingkungan sekitar. Seperti apa yang dikatakan Richard dan Turner (2008) bahwa akomodasi (Accomodations) sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain. Kemampuan masyarakat

pendatang menyesuaikan diri, memodifikasi dan mengatur perilaku dengan penduduk asli bahkan melebur mengikuti tradisi yang ada dengan tanpa mengurangi nilai budaya sendiri . Contohnya apa yang telah dilakukan oleh warga yang beragama kristen dalam melaksanakan ibadah ke gereja mengenakan pakaian khas betawi, saat shalat Idul fitri warga yang beraga kristen berperan serta untuk menjaga keamanan pelaksanaan ibadah, marga, pemberian marga pada jemaat kristen katolik menggunakan nama khas orang-orang betawi dan lain-lain.

Sedekah Bumi merupakan suatu pembaharuan bentuk atau biasa dengan modifikasi dari suatu tradisi ritual yang disebut bebaritan. Di dalam rangkaian acara tradisi Sedekah Bumi ada juga tradisi Ngaduk Dodol, tradisi ini merupakan kegiatan yang bersamaan dengan tradisi Sedekah Bumi. Proses pembuatan yang memakan waktu lebih dari 7 jam dan diaduk secara bergantian oleh peserta atau masyarakat yang mengikuti acara tradisi Sedekah Bumi, tradisi ini dilakukan bertujuan untuk mengajarkan kesabaran, toleransi, dan gotong royong

Proses transformasi sosial dan budaya pada masyarakat betawi di kampung sawah dan masyarakat pendatang perlahan seiring berjalannya waktu akan lahir kultur dan subkultur baru dan seterusnya. komunikasi dalam masyarakat multikultural terus berproses tanpa henti untuk menciptakan kultur yang lebih maju lagi dan progresif.

KESIMPULAN

Keragaman budaya pada suatu masyarakat bukan berarti memberi jarak pada hubungan interpersonal maupun antar budaya dalam berinteraksi. Komunikasi Antarbudaya merupakan salah satu cara untuk mengatasi perbedaan yang ada. Masuknya budaya baru bukan berarti merubah budaya lama yang selama ini menjadi pedoman masyarakat. Saling menghargai, saling mengerti dan keterbukaan dalam komunikasi merupakan strategi komunikasi yang dapat dilakukan agar komunikasi menjadi efektif dan tidak terjadi *miss understanding* maupun *miss communication* yang berdampak pada ketidakpastian maupun kecemasan dalam berinteraksi melalui strategi akomodatif

Komunikasi yang bertujuan untuk proses perubahan sosial atau perubahan perilaku pada warga pendatang yang pindah ke Kampung Sawah agar mereka dapat berakulturasi bahkan bisa berasimilasi terhadap budaya di Kampung Sawah. Faktor-faktor yang membuat budaya Betawi menjadi

fasilitator akulturasi lintas budaya, yaitu: Budaya Betawi adalah budaya satu-satunya yang ada di Kampung Sawah sejak jaman penjajahan silam yang terus dipertahankan oleh mayoritas masyarakat Kampung Sawah.

Budaya Betawi di Kampung Sawah tidak membedakan agama dan budaya lain, namun budaya lain harus bisa menyatu dengan budaya Betawi yang ada di Kampung Sawah. Warga Kampung sawah Bekasi telah menerapkan unsur-unsur dalam komunikasi multikultural yakni terjadinya pertemuan antara dua kultur masyarakat betawi asli dengan pendatang dan juga dengan keragaman agama dan budaya yang dibawa. Pengakuan terhadap *pluralism* terlihat pada bentuk toleransi beragama dan kesediaan menggunakan pakaian khas betawi pada peristiwa tertentu tanpa melalui unsur paksaan, perkawinan silang membentuk keragaman agama dalam satu keluarga, penggunaan nama marga pada hukum kolonial Belanda dengan nama khas orang betawi seperti Bicin, Napiun, Kadiman, Dani, Rikin, dan Kelip yang merupakan bagian dari transformasi dari budaya dominan dan terjadinya perubahan seiring dengan waktu yang memungkinkan membentuk budaya baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, Dadan, Kresnowiati, Winny. 2008. *Komunikasi Antarbudaya*. Bekasi: Jala Permata Aksara
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komuanikasi*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Fajar. Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori&Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lewis, Richard. 2004. *Komunikasi Bisnis Lintas Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Liliweri.Alo.2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*.LKis. Yogyakarta
-,2002.*Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*.Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2011. *Komunikasi Lintas Budaya Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2005. *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purwasito, Andrik. 2003. *Komunikasi Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mohammad. Shoelhi. 2015. *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication :Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Sumber Lain :

- <http://www.beritaekspres.com/2016/02/04/melongok-kampung-sawah-kotabekasi/>. Diakses pada Jumat pada 8 April 2016 Pukul 16.40
- <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabeknasional/16/08/02/ob8w9u335-kampung-sawah-bekasi-percontoh-kerukunan-beragam>.Diakses pada 3 Agustus Pukul 19.30.
- <http://beritabekasi.co.id/2016/08/lestarikan-budaya-warga-kampung-sawah-gelarlebaran-betawi/>. Diakses pada Senin pada 8 Agustus 2016 Pukul 21.00
- <http://fulgensionailopo.blogspot.co.id/2013/12/komunikasi-antar-budaya-dan-efektifitas.html> (Selasa, 3 Januari 2017,pkl 9.48 AM)

REALITAS KEBHINEKAAN DALAM TRADISI BUDAYA CIAN CUI

Chelsy Yesicha
FISIP Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau
chelsy.yesicha@lecturer.unri.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang berkorelasi dengan kemajemukan suku bangsa, bahasa, agama, ras dan antar kelompok. Kemajemukan tersebut selaras dengan keragaman budaya dan tradisi yang tercipta melalui interaksi masyarakat didalamnya menjadikan ciri khas dan bermakna bagi mereka dalam merayakannya. Perayaan sebuah tradisi budaya menjadi penting dalam membangun, melestarikan dan meneguhkan pengakuan identitas budaya dari suatu kelompok masyarakat. Untuk itu perlu pengkomunikasian yang efektif dalam menggelar perayaan tersebut. Terlebih jika tradisi tersebut lahir dan berkembang dalam masyarakat yang heterogen.

Kabupaten kepulauan Meranti dibentuk pada tanggal 19 Desember 2008 merupakan kabupaten terbungsu di provinsi Riau. Adapun nama Meranti diambil dari gabungan “Pulau Merbau, Pulau Ransang dan Pulau Tebingtinggi ” yang ada di wilayahnya. Kabupaten yang beribukota di Selatpanjang memiliki penduduk yang heterogen. Sebut saja etnis Thiong hoa dan etnis Melayu merupakan penduduk dominan yang menggerakkan perekonomian di Selatpanjang. Selebihnya terdapat suku Jawa, Minang, Bugis, India, dll. Maka tak heran kalau kota ini memiliki tradisi yang seru dan menarik saat Imlek. Saat itu, Cian Cui atau perang air digelar di Kota Selatpanjang. Sejak 20 tahun lalu, Cian cui terus berkembang hingga menjadi sorotan wisatawan domestik maupun mancanegara khususnya negara Malaysia, Singapore, Thailand, Afrika Selatan, Australia bahkan dari negara Republik Rakyat China. Berbeda perayaan perang air Rot Nam Dam Hua di Songkran, Thailand, yang dilaksanakan bertepatan

dengan Tahun Baru Tradisional Thailand tanggal 13-15 April. Tradisi Cian Cui dilaksanakan selama 6 hari sejak hari pertama Imlek. Kesamaan dari perayaan tersebut, kebanyakan orang Thai atau Thiong hoa Selatpanjang kembali ke kampung halamannya untuk bertemu dengan orangtua mereka dan bersilaturahmi.

Dalam perayaan Cian cui, semua orang baik tua, muda dan anak-anak, mempersenjatai diri dengan bom air dalam kantung plastik, ember, gayung dan aneka jenis pistol air. Etnis Tionghoa dan non thiong hoa berbaur dalam suasana yang akrab. Mereka melawan peserta yang ada di becak motor dan peserta yang menunggu di pinggir jalan. Kebanyakan warga non Thiong hoa tidak naik becak motor tapi menyerang dari pinggir jalan, atau menjual amunisi kantong berisi air yang sudah dibungkus plastik. Ada ratusan becak motor yang terlibat dalam perang air ini mereka di sewa untuk ikut andil dalam perayaan ini.

Perayaan ini berlangsung hanya 2 jam yaitu dari pukul 16.00 hingga 18.00 WIB. Peserta tradisi Cian Cui tak perlu malu untuk basah-basahan dengan bertingklahku seperti anak-anak saling lempar dan menembakkan pistol air kepada orang lain. Mereka juga tidak perlu emosi saat merayakan Cian cui meski mereka tidak saling mengenal satu sama lain. Untuk mengamankan perang air, polisi membuat lalu lintas menjadi satu arah di jalur perang air dengan putaran searah jarum jam karena terjadi peningkatan wisatawan setiap tahun untuk memeriahkan tradisi ini. Ketua Festival Perang Air, Uyung Salis, mengatakan diperkirakan ada sekitar 20 ribu wisatawan yang ikut menghadiri Festival Perang Air di Kota Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti, Provinsi Riau, dan meningkat dibandingkan 2016 yang mencapai 16 ribu orang. Uniknya, wisatawan asing tahu festival ini dari publikasi media di Singapura yang sudah membantu mempublikasikan Festival Perang Air sejak sebulan sebelum festival berlangsung. (<http://www.antarariau.com/berita/85325/meriahnya-perang-air-meranti-bawaberkah-bagi-masyarakat>).

TINJAUAN PUSTAKA

Realitas

Menurut Stuart Hall dalam pandangan pluralis, realitas adalah suatu yang ada dan terbentuk dengan sendirinya. Realitas dapat ditandakan secara berbeda pada peristiwa yang sama. Makna yang berbeda dapat

dilekatkan pada peristiwa yang sama (Eriyanto, 2009;29). Interaksi simbolik berpandangan bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi. Dimana tujuan dari interaksi adalah untuk menciptakan makna yang sama. Ini menjadi penting karena tidak mungkin proses komunikasi terjadi tanpa makna yang sama. West & Turner (2012:98-99). Menurut interpretasi Herbert Blumer, interaksi simbolik didasarkan pada tiga premis; 1) manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar makna sesuatu bagi mereka; 2) makna merupakan suatu produk sosial yang muncul dalam interaksi antarmanusia; 3) penggunaan makna oleh para pelaku berlangsung melalui suatu proses penafsiran (Tantoro, 2013;22).

Untuk itu pemaknaan dari masyarakat yang berbeda, komunikasi merupakan hal utama dalam membentuk nilai kebhinekaan dalam mendukung sebuah kesuksesan perayaan tradisi Cian Cui. Hal ini berkaitan dengan perbedaan yang ada di masyarakat Selatpanjang baik dari suku, agama, ras atau golongan. Upaya untuk mencegah terjadinya konflik ras yang pernah terjadi.

Asimilasi

Dalam *Modul Hubungan Etnik* yang diterbitkan Universiti Teknologi MARA, (2008; 28) Vander Zanden seorang ahli sosiologi, menyatakan asimilasi adalah satu proses dalam mana suatu kelompok-kelompok yang berfikir, berperasaan dan bertindak secara berbeda, menjadi satu dalam kesatuan sosial serta budaya yang sama. Asimilasi bertujuan mencapai kesatuan atau paling sedikit mencapai suatu integrasi dalam organisasi sehingga dua kelompok yang berasimilasi terhadap suatu kelompok tidak akan membedakan dirinya dengan para anggota kelompok tersebut. (Murdiyatmoko,2007;79) Proses asimilasi timbul jika ada hal-hal sebagai berikut:

1. Kelompok-kelompok manusia yang berbeda kebudayaannya
2. Orang perorangan sebagai anggota kelompok-kelompok tadi saling bergaul secara langsung dan intensif untuk waktu yang lama.
3. Kebudayaan dari setiap kelompok manusia tersebut berubah dan saling menyesuaikan diri.

Faktor-faktor yang mempermudah terjadinya asimilasi, yaitu : toleransi, kesempatan-kesempatan di bidang ekonomi yang seimbang, sikap menghargai orang asing dan kebudayaannya, sikap terbuka kelompok

yang berkuasa di masyarakat, persamaan dalam unsur-unsur kebudayaan, perkawinan campuran dan adanya musuh bersama dari luar. Berdasarkan keterangan diatas, dapat terlihat bahwa dalam asimilasi mengandung upaya interaksi yang melibatkan komunikasi. Menurut Berlo dalam bukunya "*The Process of Communication (1960)*" jika dipandang sebagai sebuah proses, maka komunikasi yang dimaksud: "Komunikasi adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti unsur-unsur yang ada di dalamnya bergerak aktif, dinamis, dan tidak statis." (Cangara, 2006 : 49)

Tradisi Budaya

Budaya adalah salah satu cara hidup yang berkembang dan dimiliki oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi, budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit termasuk sistem agama, politik dan adat. (Nuansya, 2017;13) Dari budaya kemudian terciptalah tradisi-tradisi yang digelar sesuai dengan kepercayaan dan memiliki tujuan tertentu. Dalam buku *Ritual Tradisi Islam Jawa*, Muhammad Sholikhin (2010;14) menyatakan tradisi dan budaya adalah darah daging dalam tubuh masyarakat di manapun berada.

Tradisi budaya setiap kelompok menjadi identitas kebudayaan yang memiliki keunikan dan menjadi ciri khas masyarakat tersebut. Liliweri (2003: 35-46) menjelaskan bahwa identitas kebudayaan dikembangkan melalui proses yang meliputi beberapa tahap, yaitu:

1. Identitas Budaya yang Tak Disengaja Pada tahap ini, identitas budaya terbentuk secara tidak disengaja atau tidak disadari. Identitas budaya ini terbentuk karena adanya pengaruh tampilan budaya yang lebih dominan, sehingga orang akan ikut-ikutan untuk membentuk identitas baru. Banyak identitas budaya yang dimiliki oleh suatu suku bangsa diperoleh secara tidak teruji, tidak disengaja bahkan tidak disadari.
2. Pencarian Identitas Budaya. Pencarian identitas meliputi sebuah proses penjajakan, bertanya dan uji coba atas sebuah identitas lain, orang harus terus mencari dan belajar tentang itu. Pencarian ini bisa dilakukan melalui penelitian lebih mendalam atau bertanya kepada keluarga, teman-teman, atau melacaknya secara ilmiah. Agak berbeda dengan identitas yang diwarisi dan dipelajari oleh generasi berikutnya tanpa sadar, *cultural identity search* membutuhkan proses pencarian identitas budaya, pelacakan dan pembelajaran budaya.

3. Identitas Budaya yang Diperoleh Sebuah bentuk identitas yang dicirikan oleh kejelasan dan keyakinan terhadap penerimaan diri kita melalui sebuah internalisasi kebudayaan yang kemudian membentuk identitas kita.
4. Konformitas: Internalisasi Proses pembentukan identitas dapat diperoleh melalui internalisasi yang membentuk konformitas. Jadi, proses internalisasi berfungsi untuk membuat norma-norma yang dimiliki seseorang menjadi sama (konformitas) dengan norma-norma yang dominan atau membuat norma yang dimilikinya berasimilasi ke dalam kultur dominan. Pada tahap inilah makin banyak orang melihat dirinya melalui sudut pandang kultur dominan, bukan dari kultur asal.
5. Resistensi dan Separatisme. Resistensi dan separatisme adalah pembentukan identitas sebuah kultur dari sebuah komunitas tertentu (terkadang merupakan komunitas minoritas dari sebuah suku bangsa, etnik, bahkan agama) sebagai suatu komunitas yang berperilaku eksklusif untuk menolak norma-norma kultur dominan atau kemudian memisahkan diri mereka dari kelompok mayoritas.
6. Integrasi Pembentukan identitas budaya dapat dilakukan melalui proses integrasi budaya, di mana seorang atau sekelompok orang mengembangkan identitas baru yang merupakan hasil dari integrasi berbagai budaya dari komunitas atau masyarakat asal.

Nilai Dalam Bhinneka Tunggal Ika

Menurut Soeprapto (dalam Muslimah, 2013:131), Bhinneka Tunggal Ika berisi konsep Pluralistik dan multikulturalistik dalam kehidupan yang berkaitan dalam suatu kesatuan. Prinsip pluralistik dan multikulturalistik adalah asas yang mengakui adanya kemajemukan bangsa dilihat dari segi agama, keyakinan, suku bangsa, adat budaya, keadaan daerah dan ras. Kemajemukan tersebut dihormati dan dihargai serta didudukkan dalam suatu prinsip yang dapat mengikat keanekaragaman tersebut dalam kesatuan yang kokoh.

Prinsip atau asas pluralistik dan multikultural Bhinneka Tunggal Ika mendukung nilai: (1) inklusif, tidak bersifat eksklusif, (2) terbuka, (3) koeksistensi damai dan kebersamaan, (4) kesetaraan, (5) tidak merasa yang paling benar, (6) tolerans, (7) musyawarah disertai dengan penghargaan terhadap pihak lain yang berbeda. Suatu masyarakat yang tertutup atau eksklusif sehingga tidak memungkinkan terjadinya perkembangan tidak mungkin menghadapi arus globalisasi yang demikian deras dan kuatnya, serta dalam menghadapi

keanekaragaman budaya bangsa. Sifat terbuka yang terarah merupakan syarat bagi berkembangnya masyarakat modern. Sehingga keterbukaan dan berdiri sama tinggi serta duduk sama rendah, memungkinkan terbentuknya masyarakat yang pluralistik secara ko-eksistensi, saling hormat menghormati, tidak merasa dirinya yang paling benar dan tidak memaksakan kehendak yang menjadi keyakinannya kepada pihak lain. (<https://lppkb.wordpress.com/2011/06/22/empat-pilar-kehidupan-berbangsa-dan-bernegara/>)

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis bertujuan mengetahui proses asimilasi dan makna dalam perayaan tradisi Cian Cui yang mengandung nilai kebhinekaan, penulis menggunakan perspektif subyektif interpretatif. Pendekatan kualitatif memandang bahwa realitas sosial itu merupakan hasil konstruksi manusia. Oleh karena itu, setiap orang memiliki pandangan, pengalaman, atau makna yang berbeda tentang suatu peristiwa. (Hasbiansyah, 2004;24) Penelitian interpretatif tidak mendefinisikan terlebih dahulu variabel bebas atau terikat, tetapi terfokus pada kompleksitas penalaran manusia saat muncul kejadian (Malo, 1986;28)

Peneliti menganalisis data yang dikumpulkan dari: 1) wawancara dengan ; 2 orang tokoh etnis Thiong hoa yang bergabung di Perhimpunan Marga Thionghoa Indonesia (PMTI) dan 4 orang masyarakat Selatpanjang non Thiong hoa. 2) literatur berisi pada obyek untuk membahas masalah yang dikaji dari sisi teori yang berlaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekilas Tradisi Cian Cui

Cian yang berarti perang dan *Cui* berarti air sehingga Cian cui berarti perang air. Cian cui merupakan tradisi perayaan yang awalnya dilakukan oleh etnis Thiong hoa. Perayaan ini berlangsung selama 6 (enam) hari berturut-turut dilakukan bertepatan pada saat dari hari pertama Cap Go Meh mulai dan puncaknya digelar dimana saat malam ke-5 menuju ke-6 ritual dilakukan oleh etnis thiong hoa yang ditujukan kepada Dewa Cadas Air Jernih (*Ching Cui Cho Shu*). Ritual tersebut mulai dilakukan pada malam hari tersebut dilakukan dalam rangka perayaan ultah Dewa Pada tengah malam itu karena diyakini bahwa tengah malam merupakan saat dewa turun biasanya dinyalakan dupa atau hio besar dan menyalakan petasan secara besar-besaran di Kota Selatpanjang.

Kemudian dilanjutkan pada pagi hingga siang dengan menggotong tandu (*kio*) yang berisi dewa/dewi berkeliling kelenteng di vihara /kelenteng-kelenteng yang ada di kota sagu tersebut. Sorenya barulah diadakan *Cian cui*.

Secara khusus, penamaan *Cian Cui* dikarenakan banyaknya wisatawan bahkan keluarga yang berkunjung ke Selatpanjang lebih didominasi oleh etnis Tionghoa, sehingga memudahkan mereka dalam mengerti serta memahami bahwa adanya tradisi unik di Selatpanjang. Namun umumnya, masyarakat melayu atau non Thionghoa lebih sering menyebutnya perang air. Mulai tahun 2016, dilakukanlah kesepakatan pergantian nama dari perang air menjadi *Cian Cui*. Jadi, tradisi ini bukanlah milik dari etnis Tionghoa saja, melainkan ini adalah tradisi tahunan oleh warga/masyarakat daerah Kabupaten Kepulauan Meranti khususnya Selatpanjang.

Cian Cui bermula dari *moment* anak-anak bermain air pada saat Idul Fitri dan Imlek tahun 1997 silam, saat itu jatuhnya 1 Syawal jatuh pada 9 February 1997, sehingga kala itu Imlek jatuh pada 7 February 1997. Dulu warga Tionghoa di Selatpanjang yang merantau dan pulang saat imlek selalu berkunjung ke rumah saudaranya untuk bersilaturahmi menggunakan becak kayuh roda tiga. Tradisi saling mengunjungi ini, juga dilakukan warga Tionghoa yang masih tinggal di Selatpanjang. Biasanya, dalam satu becak, selain kedua orang tua, juga ada anaknya-anaknya ikut beraya. Pada saat itu, anak-anak hoby main perang-perangan air menggunakan pistol air, dan setiap berpapasan antara becak satu dengan becak lainnya, anak-anak ini saling menembak satu dengan yang lainnya. Kebiasaan perang air ini, tidak hanya terjadi setelah perayaan Imlek saja namun juga terjadi setelah Idul Fitri. Dulu perang semprot salju, namun lantaran harganya mahal dan susahnyanya cairan salju masuk ke Selatpanjang, akhirnya kembali ke perang menggunakan air. Cairan salju tersebut dikemas dalam kaleng dan didatangkan dari Singapura atau Malaysia. (Dediarman, 2017)

Seiring waktu, perayaan *Cian cui* dilakukan oleh masyarakat Thionghoa yang turun ke jalan dan melakukan perang air. Perayaan ini pun semakin diterima oleh etnis lain yang bermukim di Selatpanjang mereka turut serta memeriahkan acara tersebut, sehingga di sepanjang jalan kota selat panjang menjadi ramai dipenuhi oleh warga yang turun ke jalan. Mereka tidak hanya berdiri disepanjang jalan namun naik becak atau becak motor yang menjadi transportasi andalan di kota tersebut. Jadi ritual khusus untuk acara *Cian cui* tidak ada, lagi pula *cian cui* ini baru berkembang 20 tahun terakhir ini dan semakin populer mulai 2013 lalu.

Pemerintah yang awalnya hanya sebagai pengawas akhirnya mengambil peran yang lebih selalu melakukan persiapan hingga evaluasi terkait tradisi perang air. Meski membawa rasa bahagia atas perayaan tersebut perlu musyawarah dan mufakat guna menghindari masalah yang timbul dari perayaan perang air, pemerintah daerah Kabupaten Kepulauan Meranti setiap tahun menggelar rapat bersama unsur Forum Koordinasi Pimpinan Daerah (forkopimda), perwakilan Pehimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), perwakilan Thiong hoa Selatpanjang dan tokoh dari kelompok masyarakat agama atau etnis tertentu.

Tak luput dari itu, bentuk nyata aturan penertiban dalam perayaan dan kebijakan pemerintah dengan menerapkan melarang penggunaan “senjata air” dalam perayaan tersebut menjadi bahan evaluasi sebagai contoh pelarangan yang menggunakan ‘ginchu’ atau pewarna yang dapat meninggalkan noda dipakaian lawan dan bom air plastik yang dilemparkan karena dapat mencederakan lawan. Penentuan 4 ruas jalan yang dikelilingi selama perayaan berlangsung di Kota Selatpanjang yaitu; jalan Diponegoro, Kartini, Imam bonjol, dan berakhir di jalan A. Yani. Warga tinggal menunggu di sepanjang ruas tersebut atau menggunakan kendaraan baik becak, sepeda motor, maupun pickup. Tahun ini pemerintah juga melayangkan undangan kepada setiap instansi untuk ikut meramaikan tradisi Cian Cui.



Gambar 1

Kepala Dinas Pariwisata (Kadispar) Provinsi Riau, Fahmizal Usman ikut perang air ‘Cian Cui’

Sumber: <http://pesisirone.com/Sosial---Budaya/Kadispar-Riau--Optimis-Cian-Cui-atau-Perang-Air-bisa-masuk-helat-nasional>

Dilansir dari berita di media goriau.com, dalam rapat tahun 2017 ini disepakati bahwa untuk acara perang air, baru boleh dimulai pukul 16.00 WIB dan berakhir pukul 18.00 WIB. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya gesekan antara umat Islam yang hendak Salat Ashar dan Salat Maghrib. Hal ini disebabkan adanya keluhan dari masyarakat muslim yang akan sulit beraktivitas untuk berpergian jika harus melintasi 4 ruas jalan tadi. Warga juga mengeluhkan karena sulit pergi ke Masjid terkadang ada warga yang hendak ke Masjid ikut tersiram air dari peserta perang air ini. (<https://www.goriau.com/berita/kep-meranti/ingat-tahun-2017-perang-air-di-selatpanjang-hanya-diizinkan-2-jam-perhari.html>) Disini dapat disampaikan bahwa seluruh kebijakan dan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tidak lain atas keputusan bersama dari masing-masing anggota masyarakat yang merupakan wakil dari setiap kelompok.

Makna Tradisi *Cian Cui* bagi Masyarakat

Kota Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki kultur budaya dan sosial yang sangat beragam, berbagai suku, budaya agama, ras dan cara berperilaku dalam bersosialisasi mewarnai kehidupan bertoleransi. Keanekaragaman kelompok masyarakat yang ada memberikan banyak pemaknaan terhadap perayaan ini.



Gambar 2

Seorang wisatawan asing mengikuti perayaan tradisi Cian cui.

Sumber: <http://www.antarariau.com/berita/85638/medan-laga-perang-air-jadi-magnet-wisata-pesisir-riau>

Ket Tjing, Humas Persatuan Seluruh Marga Thionghoa Indonesia PMTI Riau mengatakan bagi etnis Thiong hoa, air hujan dipercaya sebagai tanda berkah. Cian Cui lebih tepat dikatakan sebagai perayaan karena kata *Jie* dalam bahasa mandarin biasanya diterjemahkan sebagai perayaan tetapi ada juga yang terjemahkan sebagai festival (pertunjukkan, belum tentu dilombakan). Tradisi perang air ini oleh etnis Thionghoa memiliki makna tersendiri dilihat dari sisi kebudayaannya. (Wawancara, 11 September 2017)

Menurut Atan, SH selaku salah satu tokoh masyarakat Thiong hoa sekaligus Ketua Humas PMTI Kabupaten Kepulauan Meranti, tradisi ini dimaknai sebagai ritual membersihkan diri, maksudnya menyiramkan air kepada seseorang berarti membersihkan diri dengan tujuan agar menjadi lebih baik dan dijauhkan dari segala hal yang buruk saat menyambut tahun baru kedepannya. Sehingga tahun baru yang dilalui penuh dengan keberkahan baik dari kesehatan, rezeki, karir, dan lain sebagainya yang bersifat kebaikan untuk orang yang disiramkan air. Mereka memaknai bahwa perang air ini memberikan kebaikan kepada orang yang disiram, membersihkan hal-hal yang buruk sehingga ditahun baru imlek dan kedepannya seseorang berada dalam jiwa dan diri yang bersih.

Manja masyarakat Selatpanjang yang berasal dari etnis jawa, memberikan apresiasi dalam perayaan ini apalagi mulai tahun ini selain mereka menyambutnya dan ikut serta dengan kegembiraan tersebut tetapi ia masih menganggap perayaan ini adalah perayaan etnis thiong hoa karena bertepatan dengan hari besar mereka yaitu Imlek. Makna air baginya sebagai berkah dan rahmad dari Pencipta, mengingat kita manusia tidak bisa hidup tanpa air. Kesenangan dan meriah acara terasa tahun ini bisa menaiki kendaraan yang dihias kreatif dengan membawa nama instansi tempat ia bekerja. (Wawancara, 5 September 2017) Hal yang sama juga disampaikan oleh Yadi seorang pelajar dari etnis jawa yang menyatakan bahwa tradisi cian cui merupakan acara seru yang ditunggu untuk dapat berkumpul dan bermain bersama meski harus basah-basahan.

Pernyataan oleh Sholihin yang berprofesi sebagai tukang becak, kami (warga melayu) menjunjung tinggi dan mengapresiasi karena festival ini bukan acara keagamaan namun memang tradisi bagi semua kalangan. Saat perayaan berlangsung bisa meraup keuntungan Rp. 400.000-Rp. 600.000,00 perharinya dikarenakan banyaknya wisatawan yang ingin berkeliling dengan becak motor. Pemasukan tersebut bisa ia gunakan untuk mengganti kerusakan- kerusakan becak dan menambah uang pribadi dan keluarga

sehari-hari. (wawancara, 12 Juli 2017) Disisi lain, banyak juga masyarakat melayu juga banyak turun berjualan kuliner atau bahkan bom atau amunisi air mendapatkan keuntungan ekonomi. Intinya tradisi ini memberikan kegembiraan bagi semua orang.

Menurut Andreas selaku panitia kegiatan yang dilansir dari liputan Redaksi-Transtv, secara filosofinya berbasah-basahan dapat diartikan sebagai berbagi rezeki karena air itu sumber rezeki jadi dengan bersiram-siraman sama dengan membagi kesesama. Mengingat daerah tersebut merupakan daerah yang sulit air bersih sehingga masyarakat memanfaatkan air hujan sebagai air bersih. (<https://www.youtube.com/watch?v=f-hTXzwJ6DE>)

Pengusaha kuliner dan penginapan yang ada di Selatpanjang tidak luput mendapatkan keuntungan meski perayaan tradisi Cian Cui selama 6 hari tersebut, seluruh penginapan di Selatpanjang full book sebulan sebelumnya bahkan ada diantara mereka yang sudah melakukan booking dan pelunasan setahun sebelumnya. Saat perayaan wisatawan domestik dan mancanegara sudah memenuhi kota Selatpanjang umumnya mereka masuk dari Batam atau Malaysia yang lebih mudah diakses dibandingkan mereka harus ke Pekanbaru, Ibukota Provinsi Riau. Bahkan tahun 2017, Cian Cui semakin diakui resmi terdaftar dalam kalender wisata telah masuk dalam agenda wisata Provinsi Riau dan akan dimasukkan dalam data agenda Kementerian Pariwisata.

Realitas Kebhinekaan Dalam Tradisi Cian Cui

Moment Imlek pun bagi etnis Thiong hoa merupakan sebuah moment silaturahmi mereka dengan keluarga sehingga saat imlek banyak keluarga jauh mereka datang kembali ke Selatpanjang seraya mengikuti tradisi Cian cui. Masyarakat Thiong hoa lebih tampak berpartisipasi dalam mengembangkan tradisi ini dari tahun ke tahun disetiap perayaan Imlek. Oleh karena itu, banyak masyarakat non Thiong hoa Selatpanjang sendiri menyatakan tradisi Cian cui adalah tradisi etnis Thiong hoa. Padahal, Cian Cui murni berasal dari permainan anak-anak Selatpanjang. Realitas perayaan tradisi cian cui merupakan sebuah bentuk tradisi yang lahir akibat asimilasi budaya tolelir dari masyarakat Selatpanjang. Kesadaran akan tradisi ini semakin menampakkan bahwa masyarakat Selatpanjang merupakan masyarakat terbuka seperti masyarakat kota yang memiliki

akses ke berbagai bidang, cenderung mudah menerima perubahan dan bersifat inklusif.

Cian Cui memberikan 2 makna bagi masyarakat setempat yaitu dari aspek sosial dan aspek ekonomi. Aspek sosial, tidak ada ritual khusus dalam tradisi ini hal ini murni permainan perang dengan air yang dilakukan seluruh peserta baik masyarakat Selatpanjang, wisatawan domestik dan mancanegara yang bersatu dalam keseruan dan kegembiraan. Tidak melibatkan emosi dan rasa ingin menang sendiri, tidak memandang suku, agama, status, jenis kelamin bahkan usia semua larut dalam perayaan tersebut. Saat tradisi digelar semakin terasa berkahnya ketika aspek ekonomi masyarakat setempat yang juga turut meningkat, mulai dari tukang ojek hingga pengusaha penginapan dan kuliner turut kebanjiran omset. Tak heran jika makna menyerang dengan menggunakan air berarti berbagi berkah rejeki dan kesejahteraan sekaligus bukti kebersamaan.

Tradisi Cian cui selalu disesuaikan dengan perkembangan jaman dengan kawalan dari pemerintah Selatpanjang. Kawal tersebut semakin memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat Selatpanjang. Terbentuknya dengan kondisi masyarakat dengan ketoleransian antar persaudaraan masyarakat Selatpanjang menjadi kunci penting dalam membentuk keharmonisan kegiatan kultural di kota tersebut. Sikap toleransi yang tinggi tersebut menyatukan perbedaan ras, suku, agama dan antar golongan. Peran pemerintah menjadi kunci dalam menggelar tradisi Cian Cui tidak hanya sebagai pengontrol; agar tidak terjadi kecemburuan sosial atau konflik; mediator; dengan menampung aspirasi antar kelompok masyarakat dan regulator; dalam mengambil kebijakan dalam melakukan evaluasi perayaan. Berdasarkan analisis uraian diatas, hal yang menjembatani perayaan ini tidak lain implementasi nilai-nilai kebhinnekaan yang diamalkan oleh masyarakat mulai dari proses asimilasi hingga pemaknaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Identitas tradisi budaya Cian cui tercipta dan berkembang tidak disengaja, melalui proses asimilasi yang dilakukan oleh perwakilan masyarakat dari kelompok jajaran pemerintah, tokoh masyarakat antar agama, etnis, pengusaha penginapan dan kuliner bersatu dalam sebuah forum untuk memperkuat persiapan dan perayaan Cian Cui dalam masyarakat Selatpanjang. Komunikasi yang efektif dalam pertemuan

intens penyatuan pemahaman dan menghasilkan mufakat, membuat perayaan tradisi Cian cui yang berlangsung hingga saat bernilai harmonis. Meski bertepatan dengan Imlek namun sikap masyarakat yang terbuka, sikap menghargai dan rasa toleransi yang tinggi akhirnya memberikan keseimbangan peluang yang besar di bidang ekonomi. Kesepakatan dalam kebijakan perayaan Cian cui semakin kokoh menyesuaikan dengan pergeseran nilai yang dipertimbangkan guna memelihara dan melestarikan tradisi budaya khas Selatpanjang.

Makna air bagi masyarakat merupakan sarana membersihkan diri untuk mendapatkan berkah yang lebih baik di tahun yang baru. Permainan tradisi khas Selatpanjang ini menjadi ajang hiburan yang dinikmati dalam kebersamaan antar warga maupun wisatawan di Selatpanjang. Limpahan rezeki dan keharmonisan yang dirasakan menyatakan bahwa makna perayaan tradisi Cian Cui adalah tradisi pembawa berkah dan kedamaian.

Saran dalam penelitian ini, membangun kesadaran masyarakat bahwa tradisi cian cui ini adalah tradisi permainan khas seluruh warga Selatpanjang yang dilaksanakan damai. Penanaman rasa kesadaran ini diharapkan menumbuhkan rasa tanggungjawab dan kebersamaan dalam melestarikan identitas budayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*, PT. RajaGrafindo Persada Jakarta. 2006.
- Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, PT. LkiS Printing Cemerlang, 2009
- Hasbiansyah, O. *Konstelasi Paradigma Obyektif & Subyektif Dalam Penelitian Komunikasi Dan Sosial*, Jurnal Mediator Vol. 5 No.2 2004
- Jameson, Daphne A, *Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in Intercultural Business Communication*, 2007.
- Liliweri, Alo; *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Prenada Media, 2011.
- Malo, Manasse & Sri Trisnoningtias, *Metode Penelitian Masyarakat*, Pusat Antar Universitas Ilmu Ilmu Sosial, Universitas Indonesia, Jakarta, 1986.
- Muslimah, Citra Hepatica & Triwahyuningsih, *Persepsi Bhinneka Tunggal Ika Pada Mahasiswa PPKn Angkatan 2008/2009 Universitas Ahmad Dahlan*, Jurnal Citizenship vol.2 No.2 Januari 2013.
- Murdiyatmoko, Janu; *Sosiologi ; Memahami dan Mengkaji Masyarakat*, Grafindo Media Pratama, 2007.
- Nuansya, Ardi, *Daya Tarik Wisata Budaya Festival Cian Cui Di Kota Selat Panjang Provinsi Riau*, JOM FISIP Vol 4 No.2 Oktober 2017
- Sholikhin, Muhammad, *Ritual Tradisi Islam Jawa*, Narasi, Yogyakarta; 2010.
- Tantoro, Swiss, *Makna Simbolik Tradisi Bakar Tongkang (Go Gwe Cap Lak) di Kabupaten Rokan Hilir*, Program Magister Sosiologi FISIP Universitas Riau, 2013
- West, Richard dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. 2013
- Widarti, Titin, *Asimilasi Sosial-Budaya Komunitas keturunan Arab di Kelurahan Condet Balekambang, Jakarta Timur*, Fisip Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Baharuddin, Shamsul Amri, *Modul hubungan etnik*, Pusat Penerbitan Universiti, Universiti Teknologi MARA, 2008

Sumber lain:

- AntaraRiau.com, “Medan Laga” Perang Air Jadi Magnet Wisata Pesisir Riau, 07 February 2017, <http://www.antarariau.com/berita/85638/medan-laga-perang-air-jadi-magnet-wisata-pesisir-riau> (Akses 14 September 2017)
- Anggoro, Rian, Meriahnya Perang Air Meranti Bawa Berkah Bagi Masyarakat <http://www.antarariau.com/berita/85325/meriahnya-perang-air-meranti-bawa-berkah-bagi-masyarakat> (Akses 14 September 2017)
- Dediarman, Cian Cui, Tradisi Perang Air di Meranti, <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/2017/02/03/cian-cui-tradisi-perang-air-di-meranti/>
- Febriwijaya, Yohanes Halim Komunikasi, Harga Kebhinekaan, <http://tempo-institute.org/komunikasi-harga-kebhinekaan/>
- Goriau.com, Rabu, 18 Januari 2017 20:09 WIB. Ingat, Tahun 2017 Perang Air di Selatpanjang Hanya Diizinkan 2 Jam Perhari. <https://www.goriau.com/berita/kep-meranti/ingat-tahun-2017-perang-air-di-selatpanjang-hanya-diizinkan-2-jam-perhari.html> (akses 04 September 2017)
- Pesisirone, Rabu, 01 Februari 2017 01:59:00 Kadispar Riau: Optimis Cian Cui atau Perang Air bisa masuk helat nasional, <http://pesisirone.com/Sosial---Budaya/Kadispar-Riau--Optimis-Cian-Cui-atau-Perang-Air-bisa-masuk-helat-nasional> (Akses 14 September 2017)
- Soeprapto, *Empat Pilar Kehidupan Berbangsa Dan Bernegara*, Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Kehidupan Berbangsa (LPPKB), 2010 <https://lppkb.wordpress.com/2011/06/22/empat-pilar-kehidupan-berbangsa-dan-bernegara/> (akses 14 Oktober 2017)
- Liputan program Redaksi Transtv, <https://www.youtube.com/watch?v=f-HTXzwJ6DE> (akses 4 Oktober 2017)

E-GOVERMENT & KOMUNIKASI PARIWISATA: TELAAH KONTEN & AUDIEN VIRTUAL PADA PRAKTIK E-GOVERMENT WWW.VISITINGJOGJA.COM

Didik Haryadi Santoso dan Rosalia Prismarini
Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
didikharyadi.s@gmail.com

PENDAHULUAN

Perubahan dari rra masyarakat agraris menjadi era masyarakat industri dan sekarang masuk ke era masyarakat informasi mengantarkan pada perubahan tata kelola kecuali tata pengelolaan sebuah negara. Negara dituntut untuk mengoptimalkan teknologi informasi dan komunikasi dalam setiap aspek bidang kerjanya termasuk pariwisata. Bidang pariwisata menjadi salah satu bidang yang ditargetkan dapat meningkatkan devisa negara. Sehingga mau tidak mau, negara melalui dinas pariwisata terus berupaya dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata-pariwisata di Indonesia.

Dinas-dinas pariwisata di Indonesia yang telah menjalankan praktik *e-government* sejatinya turut merintis jalur keefektifan, keefisienan, akuntabilitas serta transparansi dalam tata kelola negara. Selain itu, turut mempermudah calon wisatawan dalam dan luar negeri untuk berkunjung ke daerah destinasi wisata. Namun, kesemuanya itu tidak akan berbuah hasil jika gagal dalam mengelola konten dan membaca audien virtual. Konten dan audien virtual menjadi salah satu pintu masuk utama bagi calon wisatawan yang akan berkunjung.

Benang merah penelitian ini fokus pada bagaimana konten dan audien virtual dalam praktik *e-government* www.visitingjogja.com pada dinas pariwisata provinsi Yogyakarta pada tahun 2017-2018. Dipilihnya www.visitingjogja.com milik dinas pariwisata Yogyakarta dengan pertimbangan diantaranya yaitu; *pertama*, Yogyakarta merupakan kota pariwisata di Indonesia dan merupakan salah satu tujuan wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. *Kedua*, Yogyakarta telah mengoptimalkan dan menyelenggarakan praktik *e-government* di Indonesia.

Fokus dalam tulisan ini menarik untuk dikaji lebih jauh mengingat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir belum banyak tulisan dan kajian yang mengkaji tentang konten dan audien virtual pada praktik *e-government* di Indonesia. Padahal, dalam kurun waktu yang tidak jauh berbeda, telah banyak pemerintah provinsi maupun kabupaten yang berbondong-bondong berupaya menyediakan pelayanan berbasis elektronik atau online. Berdasarkan latar belakang diatas, tulisan ini berfokus pada, *pertama*, bagaimana konten *e-government* www.visitingjogja.com pada dinas pariwisata provinsi Yogyakarta pada tahun 2017?. *Kedua*, bagaimana audien virtual *e-government* www.visitingjogja.com pada dinas pariwisata provinsi Yogyakarta pada tahun 2017?.

Selain itu, setidaknya terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini diantaranya yaitu: *Pertama*, untuk mengetahui dan mendalami lebih jauh tentang konten komunikasi pariwisata www.visitingjogja.com pada dinas pariwisata provinsi Yogyakarta. *Kedua*, untuk mengetahui dan memahami lebih dalam audien virtual www.visitingjogja.com pada dinas pariwisata provinsi Yogyakarta.

Masyarakat Massa dan Masyarakat Jaringan

Pada era informasi, sumber produksi tidak lagi terletak pada energi seperti pada era industri melainkan terletak pada kekuatan teknologi, komunikasi dan proses informasi. Manuel Castells mengatakan bahwa:

*In the industrial mode of development, the main source of productivity lies in the introduction of new energy source, and in the ability to decentralize the use of energy through the production and circulation process. In the new, informational mode of development, the source of productivity lies in the technology of knowledge generation, information processing, and symbol communication.*¹

Pergeseran dari era ke era tersebut juga ditandai dengan adanya peningkatan kecepatan dan percepatan dalam proses informasi dan komunikasi. Melalui kecepatan dan percepatan teknologi itu ruang dan waktu mengalami pemampatan atau terkompresi. David harvey menyebutnya sebagai *time and space compression* atau *time and space distinction* dalam istilah Antony Giddens.

¹ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, vol 1 of the *Information Age: Economy, Society and Culture*, Malden: Blackwell, 1996, hal 17.

Melalui teknologi komunikasi dan informasi, skala dan daya jangkauan yang luas membantu individu dalam masyarakat untuk bekerja lebih cepat dan efisien. Masing-masing terhubung kedalam jaringan komunikasi dan informasi. Hal inilah yang kemudian menjadi cikal bakal dari masyarakat jaringan. Untuk memudahkan penjelasan mengenai masyarakat jaringan, berikut tipologi masyarakat jaringan dan masyarakat massa menurut Jan Van Dijk²:

Tabel 1. Karakteristik Masyarakat Massa dan Masyarakat Jaringan

Karakteristik	Masyarakat Massa	Masyarakat Jaringan
Komponen Utama	Kolektivitas (Grup, Organisasi, Komunitas)	Individualitas (terhubung jaringan)
Sifat Komponen	Homogen	Heterogen
Skala	Memperluas	Memperluas & Mereduksi
Jangkauan	Lokal	(Global dan Lokal (Glokal)
Kepadatan Penduduk	Tinggi	Rendah
Sentralisasi	Tinggi	Rendah
Tipe Komunitas	Fisik dan Kesatuan	Virtual dan bermacam-macam
Tipe Organisasi	(Birokrasi (integrasi vertikal	Infokrasi (Diferensiasi (Horizontal
Tipe Komunikasi	<i>Face to face</i>	Termediasi
Jenis Media	Media Massa Penyiaran	Media Interaktif
Banyaknya Media	Rendah	Tinggi

Produksi Konten dalam Praktik E-Government www.visitingjogja.com

Pada praktik *e-government* dalam komunikasi pariwisata, konten merupakan salah satu dimensi utama dan penting. Terlebih masuk kedalam ruang virtual, konten atau isi dan proses produksi konten menjadi faktor penentu dalam keberhasilan praktik *e-government* serta komunikasi pariwisata. Preston dalam bukunya yang berjudul *Reshaping Communications* mengatakan bahwa *content is king*. Bagi audien virtual, konten menjadi raja dan dalam konteks apapun, raja sangat menentukan. Audien virtual tidak akan menelusuri dan mengkonsumsi konten lebih jauh, jika konten yang disajikan tidak menarik dan monoton.

² Jan Van Dijk. *The Network Society*, London: Sage Publication, 2006, hal 33.

Seperti yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, bahwa konten-konten yang diproduksi pada praktik *e-government* dinas pariwisata Yogyakarta sudah tentu berisi konten pariwisata di Yogyakarta. Yogyakarta dengan kekayaan sejarah dan budayanya menjadi salah satu kekuatan tersendiri dibanding kota-kota besar lainnya. Selain itu, Yogyakarta memiliki destinasi-destinasi wisata yang menarik sebagaimana kota-kota wisata lainnya.

Dengan banyaknya destinasi wisata di Yogyakarta mendorong dinas pariwisata untuk memproduksi konten-konten destinasi potensi pariwisata yang dimiliki oleh Yogyakarta. Turis yang datang pun beragam, mulai dari lokal/regional, nasional dan internasional. Dalam mengkomunikasikan konten pariwisata yang ada di Yogyakarta, dinas pariwisata Yogyakarta menggunakan beragam media diantaranya website, *social media*, dan forum-forum dalam ruang virtual lainnya. Domain website yang digunakan untuk mengkomunikasikan pariwisata Yogyakarta yaitu www.visitingjogja.com. Digunakannya domain berbahasa inggris menunjukkan pandangan kedepan dan pengalaman empiris Dinas Pariwisata Yogyakarta, sebab sebagian turis yang datang ke Yogyakarta merupakan turis asing. Meskipun konten-konten yang diproduksi berbahasa Indonesia dan belum berbahasa inggris guna penyebaran konten ke turis-turis luar negeri.

Visitingjogja.com milik dinas pariwisata Yogyakarta mewarkan ragam konten diantaranya yaitu *event*, akomodasi hingga konten-konten wisata seperti wisata alam, pantai, sejarah, budaya, museum dan wisata dengan minat khusus. Namun demikian, konten yang ditawarkan pada visitingjogja.com tidak hanya berhenti pada promosi pariwisata berbasis fotografi digital melainkan juga mewarkan festival, sayembara serta acara-acara riil yang akan di selenggarakan di Yogyakarta.

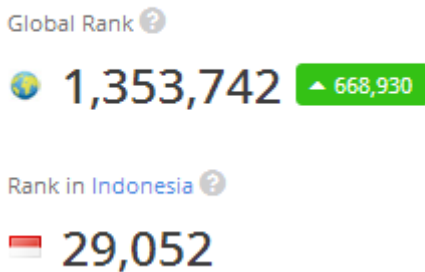


Gambar 1. Website www.visitingjogja.com milik Dinas Pariwisata Yogyakarta

Perpaduan antara konten-konten wisata dan *event* terkini mendorong minat audien virtual untuk mengakses visitingjogja.com. Selain itu, konten pada visitingjogja.com menampilkan data statistik pariwisata, kebijakan hingga hasil studi tentang pemetaan dan potensi-potensi pariwisata di Yogyakarta.

Konten-konten ini bergerak didalam ruang virtual dengan mengoptimalkan teknologi digital. Kemampuan teknologi digital memangkas biaya distribusi konten. Sehingga brosur yang ditawarkan pun tidak lagi berdasarkan brosur konvensional melainkan e-brosur menyesuaikan semangat implementasi *e-government*. Untuk proses produksi dan distribusi konten yang terdapat dalam visitingjogja.com melibatkan banyak unsur diantaranya yaitu tenaga dari dinas pariwisata, pelaku usaha, pelaku budaya, *event organizer* dan semua yang berhubungan dengan kerja-kerja pariwisata.

Dalam memproduksi konten-konten pariwisata, diperlukan beberapa kemampuan diantaranya kemampuan digital fotografi dengan dukungan data-data dari riset atau hasil studi. Dengan demikian cukup signifikan dalam meningkatkan *traffic rank* portal pangkalan data pariwisata milik dinas pariwisata Yogyakarta. Untuk *traffic rank* visitingjogja.com menduduki ranking 1.353.742 di tingkat global dan 29.052 di Indonesia



Gambar 2. *Traffic Rank* www.visitingjogja.com
(data alexa.com pada tanggal 06 Oktober 2017)

Tidak mudah meningkatkan ranking website ditengah-tengah jutaan website di seluruh penjuru dunia, apalagi website tersebut berfokus pada turis dan destinasi pariwisatanya. Terlebih tantangan untuk merintis website dalam dua bahasa atau beberapa bahasa sekaligus. Belum lagi dengan perebutan audien dikarenakan kesamaan konten website serta kesamaan nama website. Artinya, antara konten yang dikonsumsi dan

audien pengkonsumsi pada akhirnya terpecah-pecah dan pengelola dituntut untuk bertarung memperbanyak audien virtual sembari menjaganya. Diantara website dengan kemiripan dalam hal website dan audien pengakses yaitu kotajogja.com, gudeg.net, jogja.co, eksotisjogja.com dan terakhir visitingjogja.web.id. Berikut ini data yang telah dihimpun melalui alexa.

Similar Websites by Audience Overlap	
1.	kotajogja.com
2.	gudeg.net
3.	jogja.co
4.	eksotisjogja.com
5.	visitingjogja.web.id
Sites with similar names	
1.	visitingdc.com
2.	visitingmexico.com.mx
3.	visitingargentina.com
4.	visitingeu.com
5.	visitingchile.com
6.	kampungjogja.com

Gambar 3. *Similiar Website by Audience & Site with Similiar Names*
(Olah data alexa.com pada tanggal 5 Oktober 2017)

Selanjutnya mengenai kata kunci yang keluar pada *search engine*. Berdasarkan analisis data melalui alexa, terdapat kata kunci yang memiliki prosentasi tinggi. Kata kunci tersebut yaitu “Dinas Pariwisata Yogyakarta” dengan angka prosentase mencapai 10,92%. Disusul “website pariwisata” dengan angka 3,77% dan “visit jogja” 1,95%. Dua kata kunci tertinggi merujuk pada akses audien-audien virtual Indonesia. Adapun kata kunci “visit jogja” dengan nilai 1,95% bercampur dengan audien virtual atau turis yang berasal dari luar negeri.

Top Keywords from Search Engines

Which search keywords send traffic to this site?

Keyword	Percent of Search Traffic
1. dinas pariwisata yogyakarta	10.92%
2. website pariwisata	3.77%
3. visit jogja	1.95%
4. turindo	0.67%
5. dinas pariwisata	0.45%

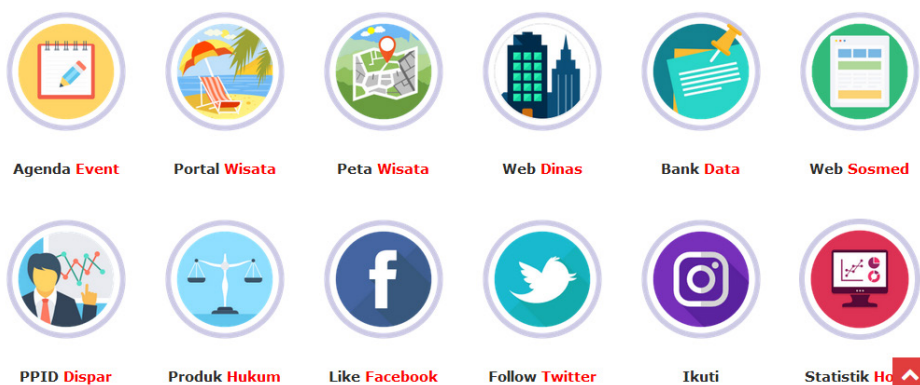
Gambar 4. *Top Keyword form Search Engines*
(Olah data alexa pada tanggal 6 Oktober 2017)

Angka 1,95% pada kata kunci “visit jogja” merupakan potensi dan pertanda bagus dalam proses komunikasi pariwisata. Artinya, turis asing telah melirik Yogyakarta sebagai salah satu destinasi wisata pilihannya. Jika saja website *visitingjogja.com* juga disediakan dalam versi bahasa Inggris, wisatawan mancanegara berpotensi meningkat. Optimalisasi *search engine optimazion* menjadi salah kunci lainnya, sehingga saat calon wisatawan mencari informasi pada mesin pencarian seperti Google, maka kata dan website yang pertama kali keluar adalah *visitingjogja.com*.

Tidak mudah merancang konten agar dapat merangkul banyak audien virtual. Namun, konten-konten website dapat dioptimalkan dari berbagai sisi diataranya dengan meningkatkan kualitas produksi konten-konten yang lebih komunikatif, ketersediaan informasi yang lebih variatif, pengoptimalan mesin *SEO (Seacrh Engine Optimazion)*, serta optimalisasi *IMC (Integrated Marketing Communication)*. Semua proses dituntut sinergisitas antar divisi, keterpaduan program serta pembacaan secara detail tentang calon wisatawan dan audien virtual pengakses *www.visitingjogja.com*.

Audien Virtual dalam Praktik *E-Government* Dinas Pariwisata Yogyakarta

Dalam menjalankan praktik *e-government*, audien virtual menjadi salah satu kunci. Pembacaan tentang siapa dan dimana audien pengakses dituntut dibaca secara cermat. Mulai dari bagaimana jenis gender audien pengakses, tingkat pendidikan dan dimana lokasi mengakses menjadi penting untuk dibaca dan dirumuskan strategi komunikasi selanjutnya. Audien virtual visitingjogja.com terbagi dalam beberapa media yang tersedia, diantaranya yaitu Facebook, Twitter dan Instagram. Semua media sosial tersebut telah terintegrasi kedalam website visitingjogja.com sebagaimana pada gambar berikut ini.



Gambar 5. Integrasi social media kedalam website visitingjogja
(Diakses pada tanggal 6 Oktober 2017)

Berdasarkan data yang diolah dilapangan, ditemukan bahwa audien pengakses visitingjogja.com adalah laki-laki. Hal ini bukan tanpa dasar, sebab dalam hal traveling dan penjelajahan pada destinasi-destinasi wisata didominasi oleh kaum laki-laki. Meskipun, traveler perempuan terjadi peningkatan. Audien virtual laki-laki ini perlu dicermati lebih jauh. Dari mana ia mendapatkan informasi tentang visitingjogja.com? Apakah hasil *searching* google atau kah rekomendasi dari teman lainnya. Data ini yang belum dapat ditelusuri lebih jauh mengingat minimnya interaksi virtual pada sosial media milik Dinas Pariwisata Yogyakarta.

Selanjutnya mengenai tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan audien pengakses visitingjogja.com lebih banyak diwarnai oleh para sarjana/ calon sarjana (mahasiswa) dan sekolah menengah atas. Audien pengakses sarjana mendominasi hingga mencapai lebih kurang 99%, sedangkan untuk

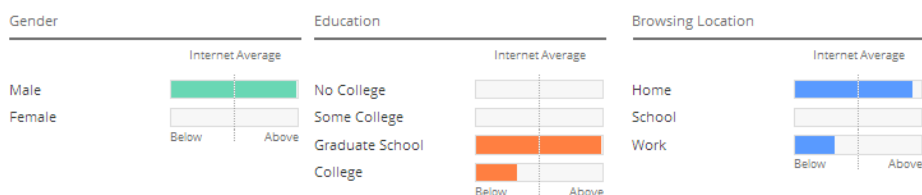
sekolah menengah atas berkisar 30%. Kedua audien pengakses ini, terutama para sarjana/calon sarjana (mahasiswa) dapat menempati posisi tertinggi mengingat Yogyakarta adalah kota pelajar dan menjadi *meeting point* bagi seluruh pengunjung. Berikut data tentang *general internet population* visitingjogja.com.

Who visits visitingjogja.com?

?

Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population?



Gambar 6. *General Internet Population* www.visitingjogja.com
(Olah data alexa pada tanggal 6 Oktober 2017)

Berdasarkan observasi di lapangan, para audien pengakses visitingjogja.com dengan latar sarjana/calon sarjana (mahasiswa) ini tidak hanya berasal dari Yogyakarta melainkan berasal dari berbagai lokasi di Indonesia. Model penyebaran komunikasi dalam proses ini dapat kita sebut dengan “getok tular virtual”. Sosial media menjadi kunci penting lainnya guna meningkatkan jumlah wisatawan dalam dan luar negeri. Getok tular virtual ini lah yang kemudian menjadi semacam efek bola salju, semakin menggelinding, semakin membesar.

Dalam pengamatan “getok tular virtual” ala visitingjogja.com, terfokus pada teknologi digital fotografi dan belum banyak mengeksplorasi video audio visual yang tidak jarang menjadi viral dikalangan anak muda. Getok tular virtual ini biasaya cenderung meningkat saat-saat menjelang libur panjang, libur tanggal merah atau liburan semester. Pembacaan mengenai audien virtual pengakses visitingjogja.com tentu dituntut untuk berkesinambungan dan atau berkelanjutan mengingat perubahan-perubahan dalam komunikasi pariwisata menjadi sesuatu keniscayaan berkat teknologi informasi dan komunikasi.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa: *Pertama*, dari sisi konten *new media*, websites www.visitingjogja.com melakukan re-mediasi virtual dengan menjembatani antara realitas empirik pariwisata kedalam realitas virtual melalui konten-konten. Konten-konten yang ditampilkan beragam mulai dari *event*, akomodasi hingga konten-konten wisata seperti wisata alam, pantai, sejarah, budaya, museum dan wisata dengan minat khusus serta festival-festival yang ada di Yogyakarta. Konten pada website visitingjogja.com masih berfokus pada teknologi digital fotografi dan belum berkembang ke arah audio visual yang dapat diviralkan kedalam ruang virtual. Viral video destinasi wisata merupakan bagian penting dalam proses promosi pariwisata baik skala lokal, regional, nasional maupun internasional.

Kedua, dari sisi audien. Audien virtual pengakses visitingjogja.com tersebar kedalam ragam kategori yaitu gender, pendidikan dan lokasi akses. Pada kategori gender, audien virtual visitingjogja.com cenderung diakses oleh laki-laki. Sedangkan pada kategori akses lokasi, sebagian besar berasal dari rumah dan sebagian lagi di tempat kerja. Terakhir kategori pendidikan. Pada kategori pendidikan, audien virtual banyak berasal dari sarjana/calon sarjana atau mahasiswa. Hal ini mengingat Yogyakarta sebagai *meeting point* bagi pemuda dari seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersen Benedict.(2001). *Imagined Communities Komunitas Komunitas Terbayang*, Insist Press: Yogyakarta.
- Baudrillard Jean.(2004). *Masyarakat Konsumsi*. Penerj. Wahyunto, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata, Pemasaran dan Brand Destinasi*, Jakarta. Prenadamedia Group
- Calabrese Andrew. (2004). *Toward a Political Economy of Culture Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*. United Kingdom: Rawman & Littlefield Publisher
- Denzin Norman K & S.Lincoln Yvonna. (2000). *Handbook of Qualitative Research*, California: Sage Publications.
- Held David & McGrew Anton.(2000). *Global Transformation Reader*. UK: Polity Press.
- Ibrahim Idi Subandy, dkk. (1997). *Hegemoni Budaya*. Yogya: Yayasan Bentang Budaya.
- Lull James.(1998). *Media Komunikasi Kebudayaan, suatu Pendekatan Global*. Jakarta: PT.Yayasan Obor P.
- M Adeline.(2005). *Laba-Laba Media: Hidup dalam Galaksi Informasi, Menurut Pemikiran Manuel Castells*. Jakarta: LSPP.
- Ritzer George.(2003). *Teori Sosial Postmodern*, Penerj. Muhammad Taufiq, Yogyakarta: Juxtapose And Publication Study Club & Kreasi Wacana.
- Straubhaar, J & Larose R.(2006). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Boston: Wadsworth Cengage.
- Turkle Sherry. (1995), *Life on the Screen*, London: Orion Publishing.
- Van Dijk Jan.(2006). *The Network Society*. London: Sage Publication.
- Wahyuni Sari. (2012). *Qualitative Research Method, Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Media Online

- http://dislautkan.jogjaprovo.go.id/web/detail/33/pengembangan_e-government_di_diy diakses pada tanggal 10 Maret 2017
- www.visitingjogja.com diakses pada tanggal 10 Maret 2017

<http://jogja.tribunnews.com/2016/09/10/perkembangan-jumlah-wisatawan-mancanegara-ke-diy-tertinggi-se-indonesia> diakses pada tanggal 10 Maret 2017

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2015. Dinas Pariwisata DIY

PERSEPSI WISATAWAN NUSANTARA TENTANG SAPTA PESONA DI JAKARTA (Studi Pada Wisatawan Asal Pontianak, Kendari dan Palembang)

Hayu Lusianawati, M.Si

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

hayu.lusiana@gmail.com

PENDAHULUAN

Berwisata merupakan hak dasar bagi setiap manusia. Maka, setiap individu memiliki hak untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan kepariwisataan dan hak ini dilindungi di duni ini. Karena merupakan hak dasar, maka mendorong orang untuk melakukan perjalanan wisata, sehingga hal ini juga mendorong perkembangan industri pariwisata di berbagai pelosok dunia termasuk di Indonesia. Laporan The Travel & Tourism Competitive Index Tahun 2013 (World Economic Forum) walaupun pertumbuhan ekonomi dunia mengalami perlambatan, tetapi sektor pariwisata internasional tetap berkontribusi di beberapa kawasan, dan dikatakan (republika.co.id) bahwa kegiatan berwisata di dunia didorong oleh pertumbuhan kemampuan daya beli pasar di kelas menengah. Pada tahun 2012, UN-WTO membuat pendataan bahwa sekitar satu miliar orang berwisata di seluruh dunia, dan jumlah wisatawan akan bertambah dari tahun ke tahun. Peningkatan perjalanan wisata dipicu oleh naiknya jumlah wisatawan ke kawasan Asean sebanyak 92,7 juta orang atau meningkat 12% dari bulan Januari-Agustus 2013 dari tahun sebelumnya. Dalam kurun waktu antara tahun 2005 sampai 2012, pertumbuhan rata-rata per tahun industri pariwisata di kawasan ini adalah sekitar 8,3%, di atas rata-rata pertumbuhan global yang hanya 3,6% per tahun. (<http://www.parekraf.go.id/asp/detil.asp?id=2664>)

Peluang lain adalah daya saing pariwisata Indonesia yang terus membaik terutama untuk kategori budaya (*culture and heritage*), sumber daya alam (*rich natural resources*), dan harga (*value for money*). Menurut data The Travel and Tourism Competitiveness Index yang dilansir World Economic Forum (WEF)

2013, daya saing pariwisata Indonesia naik 4 tingkat, bila tahun 2012 berada di peringkat 74, tahun 2013 naik di peringkat 70.

Pertumbuhan sektor pariwisata Indonesia didorong oleh membaiknya perekonomian secara makro. Target kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2014 adalah 9,5 juta wisman (<http://www.parekraf.go.id/asp/detil.asp?id=2729>). Perlu berbagai upaya dari semua pelaku pariwisata untuk mengoptimalkan realisasi target tersebut.

Pariwisata menjadi sektor yang sangat penting dalam tatanan perekonomian Indonesia saat ini. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Menteri Pariwisata (Media Indonesia, 20 Oktober 2014) bahwa pada tahun 2013, bahwa jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia mencapai lebih dari 8,5 juta orang. Sektor pariwisata telah menyumbangkan produk domestik bruto senilai Rp. 347 triliun yang menempatkan pariwisata pada urutan ke empat penyumbang devisa negara. Dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan lima sektor besar dalam menyumbangkan devisa negara setelah migas, batu bara, minyak kelapa sawit dan karet olahan. Dapat dilihat dari tabel 1 di bawah ini perihal perkembangan jumlah wisman ke Indonesia. (<https://id.berita.yahoo.com/devisa-dari-pariwisata-capai-8-5-miliar-dolar-054017693--finance.html>)

Jumlah wisman dan Wisatawan Nusantara (Wisnus) menunjukkan peningkatan yang cukup berarti. Berdasarkan paparan dari Menteri Kemparekraf bahwa pada 2014 (bulan Januari – Juni) jumlah wisman menunjukkan angka sekitar 5,32 juta orang atau meningkat 9,3% dari tahun sebelumnya untuk periode yang sama. Tabel di bawah ini menunjukkan data statistik jumlah wisman ke Indonesia dalam kurun waktu lima tahun.

Tabel 1.
Total Jumlah Wisatawan Mancanegara tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Pengunjung	Rata-rata Pengeluaran Per Orang (US\$)		Rata-rata lama Tinggal	Devisa (Juta US\$)
		Perkunjungan	Perhari		
2009	6,323,730	995.93	129,57	7,69	6,297.99
2010	7,649,731	1,085.75	135,01	8,04	7,603.45
2011	7,649.731	1,118.26	142,69	7,84	8,554.39
2012	8,044,462	1,133.81	147,22	7,70	9,120.85
2013	8,802,129	1,142,24	149,31	7,65	10,054,15

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2013)

Tahun 2013 jumlah perjalanan wisnus mencapai 248 juta (Wakil Menteri Pariwisata dalam mediaindonesia.com), sementara itu pada semester I 2014, terlihat bahwa angka perjalanan telah menunjukkan pencapaian sebanyak 107 juta dengan total pengeluaran mencapai Rp 76,16 triliun. Melihat capaian pada semester tersebut, target sebesar 255 juta pada akhir 2014 ini optimis tercapai apalagi dengan adanya dorongan lebih kuat untuk menyelenggarakan berbagai event daerah baik yang berskala nasional, maupun internasional yang dikemas dalam paket wisata dan dipromosikan berbagai media. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu mengatakan bahwa perkiraan jumlah perjalanan wisnus hingga tahun 2022 akan mencapai 400 juta perjalanan dikarenakan meningkatnya jumlah kelas menengah di Indonesia. Berikut adalah data tentang jumlah wisnus dalam lima tahun terakhir.

Tabel 2.
Perkembangan Kunjungan Total Wisatawan Nusantara Tahun 2004-2009

Tahun	Total Kunjungan (ribuan orang)	Rata-rata Per- jalanan (hari)	Total Pengeluaran Per Perjalanan (Ribu Rp.)	Total Pengeluaran (Miliar Rp)
2009	229.731	1,92	600.30	137,91
2010	234,377	1,92	641.76	150.41
2011	236,757	1,94	679.58	160.89
2012	245,290	1,98	704.68	172.85
2013	250,036	1,92	711.26	176.32

Sumber: **Pusdatin** Kementerian Pariwisata dan Kebudayaan (2013)

Pertumbuhan jumlah perjalanan wisnus dari lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang menggembirakan. Kampanye Kemenparekraf seperti “Kenali Negeri Mu, Cintai Negeri Mu” dapat diasumsikan berhasil, dan ditambah lagi kontribusi dari berbagai media seperti elektronik (program-program wisata di televisi) maupun di media cetak menunjukkan peningkatan. Program-program seperti ini dapat menstimulus pergerakan wisnus untuk melakukan perjalanan dalam negeri. Ditunjang pula dengan diselenggarakannya beberapa event di daerah-daerah yang berdampak pada peningkatan jumlah wisnus ke daerah tertentu, misalnya Jember Fashion Week, dll. Peningkatan jumlah perjalanan dan jumlah wisnus tentunya berdampak pada jumlah pemasukkan dari pariwisata, yaitu untuk tahun 2013 pariwisata berkontribusi sebesar Rp. 176,32 triliun (Wakil Menteri Pariwisata dalam mediaindonesia.com).

Tiga pintu masuk (pintu gerbang) utama wisatawan mancanegara ke Indonesia adalah melalui Denpasar, Jakarta, dan Batam. Kota Jakarta sebagai Ibu kota Negara Republik Indonesia memiliki keragaman fenomena kegiatan bisnis, pusat pemerintahan dan sebagai salah satu destinasi wisata kota di Indonesia, yang memiliki ragam keunikan daya tarik wisata seperti budaya, wisata belanja, wisata sejarah dan sebagainya. Jakarta juga merupakan pintu gerbang kedatangan dari mancanegara dan juga menjadi daerah tujuan wisata bagi wisatawan domestik. Diperkirakan setiap hari hampir 600.000 kapasitas tempat duduk masuk menuju Jakarta dari seluruh penjuru Indonesia, baik itu dari moda transportasi udara, laut, darat (kereta api dan bus) dengan asumsi sekitar 30% adalah murni untuk tujuan wisata baik bisnis maupun rekreasi. Hal ini menunjukkan bahwa potensi wisnus perlu lebih diperhatikan dalam memberi kualitas pelayanan prima. Selain itu, daya belanja wisnus sangat tinggi, sehingga Jakarta yang menjadi surga belanja wisnus sangat berkepentingan untuk tetap menjaga minat dan motivasi wisnus berwisata di Jakarta. Semakin tahun kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata di Jakarta, pusat perbelanjaan dan tempat hiburan menunjukkan wisnus sangat membantu dalam memelihara keberadaan pelaku usaha pariwisata Jakarta.

Pada tahun 2014 diasumsikan kunjungan wisnus ke Jakarta berjumlah lebih dari 34 juta kunjungan dengan rata-rata pengeluaran Rp 230.000 perhari maka diperkirakan wisnus akan menyumbangkan lebih dari Rp. 7 triliun. Motivasi kunjungan mereka adalah untuk rekreasi dan bisnis. Daya tarik wisata yang paling populer bagi wisatawan selama berada di Jakarta adalah Taman Impian Jaya Ancol sebagai sarana rekreasi dan hiburan, namun juga motivasi untuk berbelanja dan wisata kuliner. Mayoritas daerah asal wisnus ini adalah dari Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat dikarenakan kemudahan aksesibilitas, serta jumlah ataupun frekuensi moda transportasi lebih banyak. Provinsi lain yang memiliki rute penerbangan perhari lebih dari 10 kali penerbangan ke Jakarta untuk kawasan luar Jawa antara lain dari Sumatera Utara (Medan), Sumatera Barat (Padang), Sumatera Selatan (Palembang), Kalimantan Timur (Balikpapan dan Samarinda), Kalimantan Barat (Pontianak), Kalimantan Selatan (Banjarmasin), Sulawesi Selatan (Makassar), Sulawesi Utara (Manado), Sulawesi Tenggara (Kendari) dan Batam.

Melihat berbagai prospek yang begitu menjanjikan pada sektor pariwisata ini, maka diperlukan upaya berbagai pihak terutama *stakeholders*

pariwisata dan pelaku industri pariwisata yang terlibat langsung di dalam proses dalam membangun pariwisata di Jakarta. Diperlukan usaha-usaha untuk memperkuat daya saing produk pariwisata Jakarta termasuk dengan pembuatan beragam paket wisata yang unik, menarik, spesifik dan berbeda dengan produk paket wisata yang ditawarkan kota lain. Untuk mencapai kemampuan dan daya saing itu, pengembangan sumber daya manusia dan insan pariwisata khususnya mutlak diperlukan.

Tiga kota di luar Jawa yang memiliki potensi besar dalam menyumbangkan wisnus ke Jakarta adalah dari kota Palembang yang mewakili Pulau Sumatera. Palembang di Sumatera Selatan merupakan kantong wisatawan nusantara yang potensial bagi Jakarta karena banyaknya perantau dari Wong Kito Palembang ke Jakarta yang memungkinkan kunjungan wisata keluarga (*visiting friends and relatives*). Dari sisi frekuensi penerbangan antar kota Palembang-Jakarta memiliki frekuensi penerbangan sebanyak 24 kali penerbangan, terdiri dari 11 kali per hari dengan Garuda Indonesia, Lion Air terbang sebanyak 7 kali, Sriwijaya Air 3 kali per hari dan Citilink sebanyak 3 kali penerbangan. Sedangkan dengan jalur darat, Palembang merupakan kota transit dan pertemuan antara jalur lintas barat Sumatera dan Lintas Timur, sehingga memungkinkan banyaknya penumpang ataupun calon wisatawan, dengan kapasitas tempat duduk sekitar 35 penumpang per bus perhari dan relatif dekatnya jarak Palembang ke Jakarta, banyak yang menggunakan bus charter untuk berwisata ke Jakarta. Kondisi ini memberikan peluang bagi Jakarta untuk memasarkan pariwisata Jakarta sebagai pilihan wisata dibandingkan kota ataupun negara tetangga seperti Kuala Lumpur.

Kota Pontianak, mewakili pulau Kalimantan dipilih sebagai lokasi penelitian bagi wisnus setelah sebelumnya Kalimantan Timur yang dilakukan tahun 2009 dan Kalimantan Selatan di tahun 2012. Frekuensi penerbangan dari Pontianak ke Jakarta sebanyak 19 kali penerbangan yang terdiri dari Garuda Indonesia 7 kali, Lion Air 7 kali, dan Sriwijaya Air 5 kali penerbangan. Banyaknya frekuensi penerbangan dari Pontianak menunjukkan minat dan hubungan tinggi dari masyarakat Pontianak ke Jakarta.

Kendari (Prov. Sulawesi Tenggara) mewakili pulau Sulawesi melayani sekitar 10 kali penerbangan perhari dari Kota Kendari ke Jakarta yang terdiri dari Lion Air 8 kali penerbangan, Garuda 1 kali penerbangan dan Sriwijaya 1 kali penerbangan.

Jika dilihat dari hal tersebut ini menunjukkan adanya potensi yang cukup besar dari masyarakat dari ketiga provinsi tersebut sebagai pengunjung ke Jakarta sehingga di rasa perlu kajian lebih mendalam terkait kompleksitas pasar dari masyarakat ketiga kota tersebut di atas.

KAJIAN TEORI

Pariwisata dan Wisatawan

Pariwisata adalah sebuah fenomena yang unik. Konsep tentang pariwisata dapat ditetapkan dari beragam perspektif. Dalam undang-undang tentang Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 ditetapkan sebagai berikut: 1). Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. 2). Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. 3). Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

UN-WTO menetapkan wisata dalam dilakukan dalam dua batas wilayah:

1. *International tourism* atau pariwisata mancanegara atau luar negeri adalah perjalanan wisata dilakukan melewati batas negaranya dengan tujuan bersenang-senang. Aktor yang melakukan disebut wisatawan mancanegara (wisman).

Ada dua kategori dalam pariwisata mancanegara yaitu:

- a) *Inbound tourism* atau pariwisata ke dalam batas, yaitu perjalanan yang dilakukan seseorang dari luar negeri ke dalam batas negara. Misalnya, bangsa Malaysia berlibur ke Indonesia maka bagi Indonesia, mereka adalah wisatawan ke dalam batas (*inbound tourist*).
- b) *Outbound tourism* atau pariwisata ke luar batas, yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang dari negaranya ke luar batas negaranya. Seperti, rakyat Indonesia yang berlibur ke Singapura, maka bagi Indonesia, mereka adalah wisatawan ke luar batas (*outbound tourist*).

- c) *Domestic tourism* atau pariwisata domestik atau dalam negeri adalah perjalanan wisata dilakukan di luar tempat tinggal namun masih di dalam negara domisilinya. Wisata domestik dilakukan antar daerah di dalam suatu negara namun daerah tujuannya tetap diluar lingkungan tempat tinggal dan bekerja dan tujuannya untuk bersenang-senang. Pelakunya disebut dengan wisatawan domestik atau nusantara (wisnus).

Sapta Pesona

Keberhasilan sektor pariwisata tidak terlepas dari beberapa unsur pendukung agar wisatawan merasa betah, puas dan memberi kenangan tersendiri sehingga akan berkunjung kembali. Indonesia yang merupakan negara dengan destinasi tempat wisata yang banyak dan beragam dalam menciptakan kondisi dan kualitas pariwisata yang lebih baik maka diwujudkan dengan Sapta Pesona Wisata sebagai pedoman wisata Indonesia.

Tujuan diselenggarakan program Sapta Pesona Wisata oleh pemerintah guna meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat untuk mampu bertindak dan mewujudkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari khususnya untuk mendukung kegiatan pariwisata di Indonesia. Sapta Pesona Wisata dilambangkan dengan logo matahari yang bersinar sebanyak 7 buah yang melambangkan unsur-unsur: Keamanan, Ketertiban, Kebersihan, Kesejukan, Keindahan, Keramahan, dan Kenangan (Bakaruddin (2009).

Segmentasi Wisatawan

Wisatawan biasanya dibedakan menjadi dua jenis yaitu wisatawan vakansi atau wisatawan umum dan wisatawan bisnis atau profesional. Setiap jenis masih dapat dipecah menjadi beberapa segmen. Segmentasi tersebut didasarkan pada profil dari target kelompok dan mengukur ketertarikan dari grup tersebut. Destinasi wisata biasanya menggunakan segmentasi untuk menargetkan calon wisatawan dan mengembangkan produk serta strategi pemasarannya. Segmentasi pasar yang umum digunakan (Kotler, 2006; Cooper: 2005) adalah:

- a) Segmentasi Geografi, membedakan pasar berdasarkan unit lokasi seperti domisili kepadatan, iklim, kewargaan.

- b) Segmentasi Demografi, membedakan pasar berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan siklus keluarga. Middleton (2001) berpendapat bahwa aspek demografi lebih menitikberatkan pada aspek kuantitatif dan fisik yang terlihat nyata. Dari beberapa sub aspek dalam segmentasi demografi, beberapa penelitian lebih menekankan pada perilaku berdasarkan siklus keluarga, dimulai dari tahapan masa kecil hingga tahap kedewasaan ataupun tahap pensiun. Segmentasi Psikografi, membedakan pasar berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian. Pengukuran difokuskan pada aspek psikologis dan sikap tentang sesuatu.
- c) Segmentasi Perilaku, membedakan kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap dan penggunaan atau respons produk seperti: peristiwa, status penggunaan, manfaat wisata, tujuan kunjungan, frekuensi ataupun intensitas wisata, fasilitas yang digunakan, kematangan perjalanan, tingkat loyalitas dan tingkat penggunaan.

Segmentasi wisatawan yang efektif harus mematuhi beberapa kriteria (Kotler, 2006) yaitu:

- a) Terukur – tingkat dimana besaran dan kemampuan daya beli segmen dapat diukur.
- b) Aksesibilitas – tingkat dimana segmen dapat dicapai dan dilayani.
- c) Penting – tingkat dimana segmen berukuran besar dan cukup menguntungkan.
- d) *Actionability* – tingkat dimana program efektif dapat dirancang untuk menarik dan melayani segmen.

Motivasi Wisatawan

Motivasi umumnya terkait dengan kebutuhan dan keinginan psikologis, biologis dan sosial termasuk emosi. Kekuatan tersebut menjabarkan bagaimana seseorang wisatawan didorong oleh motivasi untuk membuat keputusan perjalanan dan menjabarkan bagaimana mereka ditarik atau dirangsang oleh atribut destinasi wisata. Motivasi adalah seluruh usaha untuk menjabarkan harapan, keinginan, dorongan dan lainnya.

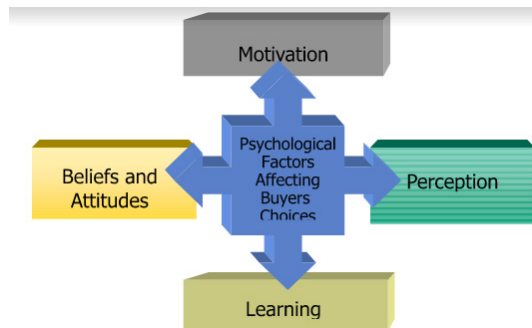
Motivasi adalah sejumlah harapan atau ekspektasi. Motivasi muncul ketika individu mengidamkan sesuatu untuk memuaskan keinginan. Motif adalah suatu tindakan atau kegiatan. Sebuah keputusan perjalanan

wisatawan pada umumnya didasari pada pertanyaan-pertanyaan yang ingin dipecahkan, seperti:

- a) Mengapa saya melakukan perjalanan wisata?
- b) Apa yang akan saya didapatkan?
- c) Kepada siapa saya bertanya dan mengurus perjalanan wisata?
- d) Dimana destinasi yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan?
- e) Kapan sebaiknya melakukan perjalanan wisata?
- f) Dengan siapa saya melakukan perjalanan?, dan seterusnya.

Selain dari pada itu faktor – faktor psikologis turut berperan dalam mempengaruhi keputusan terkait penentuan perjalanan wisata seperti:

- g) Motivasi yang merupakan penggerak seseorang untuk bertindak.
- h) Persepsi individual atas suatu masukan informasi yang menggambarkan atas suatu keadaan.
- i) Pembelajaran atas suatu pengalaman.
- j) Kepercayaan dan keyakinan atas suatu hal yang merupakan hasil evaluasi atas suatu perasaan dan tendensi dari sebuah objek atau ide.



Gambar 1. Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan berwisata

Dann dalam Cooper (2005: 55) menyatakan keputusan melakukan perjalanan wisata dilakukan di beberapa tempat yaitu Daerah Asal Wisatawan, Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata. Keputusan tersebut menjadi solusi atas tujuh elemen motivasi yaitu:

- a) Wisata adalah tanggapan dari hasrat yang belum terpenuhi.
- b) Daya tarik destinasi adalah reaksi dari dorongan motivasi.
- c) Motivasi adalah fantasi, mimpi yang diidamkan dan ingin direalisasikan.

- d) Motivasi selalu memiliki tujuan yang nantinya berakhir pada puas atau tidak puas.
- e) Motivasi terdiri dari beragam jenis.
- f) Motivasi dan pengalaman merupakan hal hal yang tidak dapat dipisahkan.
- g) Motivasi akan dengan sendirinya bermakna bagi setiap wisatawan.

Dari tujuan elemen tersebut terdapat dua faktor kuat yang memotivasi wisatawan yaitu faktor pendorong atau *push factors* dan faktor penarik atau *pull factors*. Motif dalam faktor pendorong berasal dari sisi psikologis (internal) seperti, menghindari dari lingkungan rutinitas, eksplorasi diri, dan lainnya. Sementara faktor penarik (eksternal) mengarah pada kebudayaan dan menjelaskan mengapa wisatawan melakukan perjalanan, seperti mencari sesuatu yang baru, untuk menambah pengetahuan dan lainnya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah mix metode dan bersifat diskriptif, yaitu melakukan penuturan, analisa, dan mengklasifikasikan data dan informasi yang di peroleh dari berbagai teknik seperti survey, wawancara, dan observasi. Penyajiannya berbentuk tabel atau grafik termasuk perhitungan rata- rata dan standar deviasi (Nasution, 2007). Guna memperoleh data yang akurat, maka pengujian ketepatan data akan dilakukan menggunakan uji realibilitas dengan skala Cronbach's Alpha serta uji validitas dengan menggunakan metode analisis faktor.

1. Koefisien realibilitas (alpha) 0.6 hingga mendekati 1: sangat baik (sangat reliable)
2. Koefisien realibilitas (alpha) berada dibawah 0.6 ($0.6 >$): tidak baik (tidak reliable)

Data primer yang telah berhasil di kumpulkan kemudian di oleh berdasarkan profil wisatawan berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku. Untuk memperoleh data primer tersebut maka seyogyanya perlu dilakukan beberapa kegiatan seperti:

1. Observasi, pengamatan ke lapangan baik di daerah asal wisatawan (Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, dan Sulawesi Tenggara), maupun di beberapa destinasi wisata yang terdapat di Jakarta itu sendiri

2. Penyebaran kuesioner, daftar pertanyaan tertutup akan didistribusikan di beberapa tempat yang di anggap menjadi lokasi / memiliki daya tarik wisata serta tempat – tempat lainnya yang memungkinkan wisatawan untuk berkumpul.
 3. Interview, kegiatan diskusi dan tanya jawab secara personal akan dilakukan dengan beberapa pemangku kepentingan diantaranya dengan pihak penyelenggara perjalanan (Garuda, Lion Air, Sriwijaya Air), tour operator ternama baik di Jakarta maupun di Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, dan Sulawesi Tenggara serta staf dari kementerian pariwisata provinsi DKI Jakarta.
- Foucs Group Discussion, kegiatan ini akan dilaksanakan bersama dengan 35 orang pengusaha pariwisata seperti pengelola objek wisata, hotel, restoran, dan penerbangan yang telah memiliki jalur penerbangan langsung dari Palembang, Pontianak, dan Kendari menuju Jakarta.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persepsi Wisatawan Nusantara (Pontianak, Palembang, Kendari) tentang Sapta Pesona di Jakarta

Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di Indonesia, khususnya Jakarta. Sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan. Jakarta harus menciptakan suasana indah dan mempesona, dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan dapat memberikan kenangan indah dalam hidupnya.

Bagi wisatawan nusantara asal Kendari, Pontianak dan Palembang ketujuh elemen sapta pesona tersebut dapat dijelaskan pada bar chart di bawah ini.

1. Aman

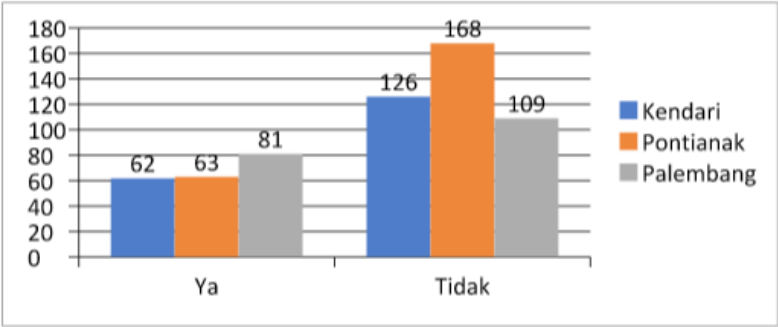
Wisatawan yang mengunjungi suatu tempat, hal yang pertama menjadi pertimbangan dan kepeduliannya adalah keamanan. Wisatawan akan senang berkunjung ke suatu tempat apabila merasa aman, tidak takut, terlindungi dan bebas dari :

- Tindak kejahatan, kekerasan, ancaman seperti kecopetan, pemerasan, penodongan dan penipuan.

- Terserang penyakit menular dan penyakit bahaya lainnya.
- Kecelakaan yang disebabkan oleh alat perlengkapan dan fasilitas yang kurang baik, seperti kendaraan, peralatan untuk makan dan minum, lift, alat perlengkapan dan rekreasi atau olah raga.
- Gangguan oleh masyarakat, antara lain berupa pemaksaan oleh pedagang asongan, tangan jahil, ucapan, tindakan serta perilaku yang tidak bersahabat dan lain sebagainya.

Aman berarti terjamin keselamatan jiwa dan fisik, termasuk milik (barang) wisatawan.

Dari hasil wawancara dan survey lapangan diketahui bahwa wisatawan asal tiga kota (Kendari, Palembang dan Pontianak) merasakan tidak aman dalam perjalanan wisatanya di Jakarta. Sebanyak 168 Responden asal Pontianak paling banyak merasakan di Jakarta tidak aman, kemudian responden asal Kendari sebanyak 126 mengatakan tidak aman dan wisatawan asal Palembang 109 responden merasakan tidak aman. Hal tersebut didasari karena beberapa faktor antara lain karena mereka takut akan gangguan adanya demonstrasi, kerusakan dan pencopetan di tempat wisata, terutama tempat-tempat wisata yang menjadi objek wisata ketiga wisatawan dari kota-kota tersebut, pusat perbelanjaan yang menjadi tujuan utama mereka yaitu Pasar Tanah Abang, Mangga Dua, maupun tempat lainnya. Pemberitaan kasus-kasus kriminal yang terjadi di Jakarta melalui media cetak maupun elektronik (televisi) seperti pelecehan di bus Trans Jakarta, maupun lainnya, menjadikan mereka takut berpergian menggunakan sarana transportasi publik. Beberapa wisatawan yang sudah beberapa kali berkunjung ke Jakarta biasanya bisa lebih berhati-hati, karena mereka punya pengalaman sebelumnya.



Tabel 3. Pendapat Responden Tentang Keamanan di Jakarta

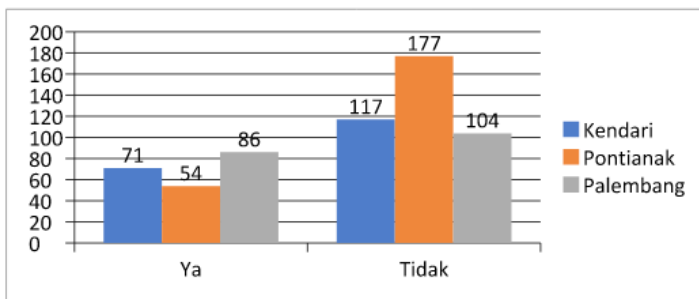
Bagi responden Kendari, Pontianak dan Palembang yang mengatakan bahwa Jakarta aman dikarenakan mereka sudah terbiasa berpergian ke Jakarta dan sudah mengetahui kondisi-kondisi yang ada di tempat tujuan wisata, seperti banyaknya petugas keamanan polisi dan petugas keamanan gedung/ objek wisata yang mereka datangi. Areal parkir yang ada ditempat wisata seperti Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Pasar Tanah Abang dan pusat perbelanjaan Thamrin City juga sudah dilengkapi dengan secure parking dan cctv sehingga mereka tidak perlu khawatir dengan kendaraan yang mereka kendarai ataupun barang bawaan mereka.

2. Tertib

Kondisi yang tertib merupakan suatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua kehidupan masyarakat, misalnya:

- Lalu lintas tertib teratur dan lancar, alat angkutan datang dan berangkat tepat pada waktunya.
- Tidak tampak orang berdesakan atau rebutan untuk mendapatkan atau membeli sesuatu yang diperlukan
- Bangunan dan lingkungan yang tertata rapi
- Pelayanan dilakukan secara baik dan tepat
- Informasi yang benar dan tidak membingungkan

Menurut data yang diperoleh menunjukkan bahwa wisatawan asal Palembang mengatakan bahwa di Jakarta tertib dalam budaya mengantri pada loket-loket di objek wisata, loket busway/kereta api maupun di loket meskapai pada saat membeli tiket. Begitu juga bagi wisatawan asal Kendari (71 responden) mengatakan Jakarta tertib dalam hal pemberian informasi untuk wisatawan, pelayanan di hotel dan tempat wisata dilakukan secara baik dan benar, begitu juga dengan wisnus asal Pontianak.



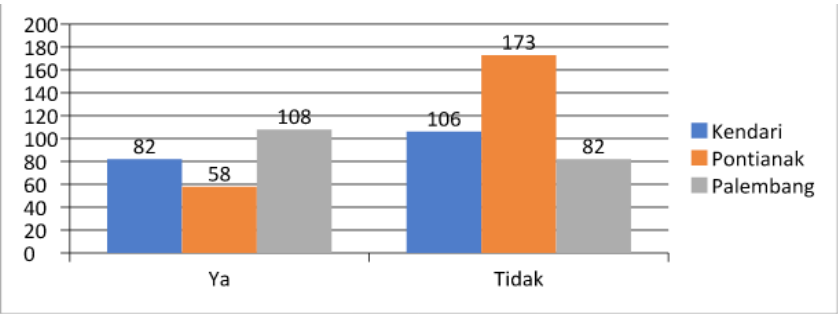
Tabel 4. Pendapat Responden Tentang Ketertiban di Jakarta

Adapun kondisi tidak tertib yang dirasakan oleh wisnus asal tiga kota yaitu, 177 responden kota Pontianak menyatakan Jakarta tidak tertib dalam hal membuang sampah dan merokok di area public, responden kendari sebanyak 117 dan 104 responden kota Palembang. Hal ini lebih disebabkan karena faktor lalu lintas yang tidak tertib, banyaknya pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh kendaraan bermotor baik itu roda empat dan roda dua yang menyebabkan terjadinya kecelakaan. Kondisi tidak tertib dalam berlalu lintas menyebabkan kemacetan sehingga jadwal perjalanan dalam berwisata tidak tepat waktu.

3. Bersih

Bersih merupakan keadaan/ kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran sampah, limbah, penyakit dan pencemaran. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman bila berada di tempat-tempat yang bersih dan sehat seperti lingkungan yang bersih baik di rumah sendiri maupun di tempat-tempat umum, seperti di hotel, restoran, angkutan umum, tempat rekreasi, toilet dan sebagainya. Termasuk juga:

- Sajian makanan dan minuman yang bersih dan sehat
- Penggunaan dan penyajian alat perlengkapan alat makan, alat tidur, alat olahraga dan sebagainya.
- Pakaian dan penampilan petugas bersih, rapi dan tidak mengeluarkan bau tidak sedap dan lain sebagainya.



Tabel 5. Pendapat Responden Tentang Kebersihan di Jakarta

Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden asal Pontianak sebanyak 173 responden, Kendari 106 responden dan Palembang 82 responden mengatakan Jakarta tidak bersih, hal ini dikarenakan pada saat wisatawan berkunjung ke objek wisata seperti Monas dan Kebun Binatang

Ragunan, mereka masih menemukan banyak tumpukan sampah yang belum diangkut/ dibersihkan.

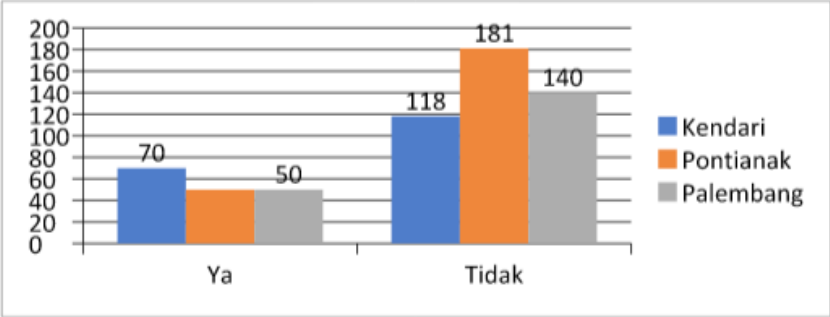
Dalam hal makanan mereka juga melihat di beberapa tempat wisata kuliner di Jakarta seperti kawasan kuliner Menteng dan kawasan kuliner Jalan Sabang tidak bersih dalam pengelolaan sampah hasil buangan makanan dan kebersihan alat makan yang diragukan. Memandang hal ini menjadi suatu masukan bagi pemda DKI Jakarta untuk bekerjasama dalam membuat tempat pembuangan dan tempat pencucian alat makan yang terjaga kebersihannya sehingga tidak terlihat jorok atau bau apabila wisatawan datang untuk makan.

Dalam hal kebersihan kota Jakarta, responden kota Palembang mengatakan Jakarta bersih sebanyak 108 responden. Hal ini mereka lihat dari kebersihan jalan raya kota Jakarta di jalan protokol khususnya jalan MH Thamrin dan jalan Jend Sudirman. Kebersihan gedung shopping mall juga menjadikan wisatawan menjadi betah dan nyaman berbelanja di pusat pertokoan yang ada di pusat kota. Responden kota Kendari mengatakan Jakarta terlihat bersih pada gedung-gedung perkantoran dan objek wisata Taman Impian Jaya Ancol. Pantai ancil dilihat bersih dari sampah dan kotoran serta arena bermain anak yang bersih.

4. Sejuk

Lingkungan yang serba hijau, segar dan rapi memberi suasana atau keadaan sejuk, nyaman, dan tentram. Kesejukan yang dikehendaki tidak saja harus berada diluar ruangan atau bangunan, akan tetapi juga didalam ruangan, misalnya ruang kerja/ belajar, ruangan makan, ruangan tidur dan sebagainya.

Dari data yang didapatkan wisnus asal Pontianak paling banyak mengatakan bahwa Jakarta tidak sejuk, hal ini dikarenakan adanya perbedaan geografis dimana asal wisnus ini berada di daerah yang beriklim sejuk, begitu pula dengan wisnus asal Palembang dan Kendari. Hal ini dipengaruhi karena Jakarta penuh dengan polusi asap kendaraan bermotor dan kurangnya areal hutan terbuka di tengah kota. Masalah ini perlu ditindak lanjuti oleh dinas terkait untuk membuat Jakarta sebagai jantung kota pariwisata menjadi kawasan yang sejuk jauh dari polusi.

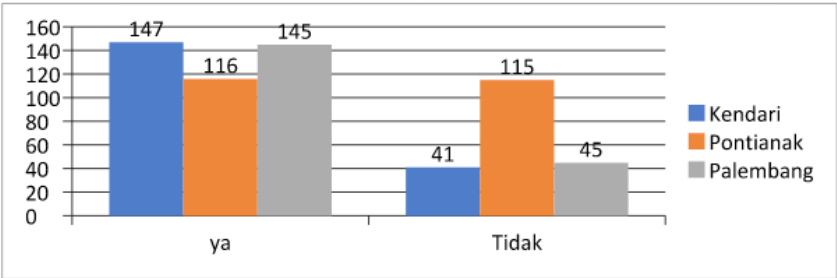


Tabel 6. Pendapat Responden Tentang Kesejukan di Jakarta

Apabila dilihat dari suhu udara, ketiga kota ini memiliki kesamaan suhu udara dengan Jakarta yaitu panas. Walaupun berasal dari kota yang memiliki kesamaan suhu udara yaitu tropis dan panas, namun yang membedakan adalah fisik kota dan area di sekelilingnya, dimana kota Kendari, Pontianak, dan Palembang masih memiliki space (ruang) di dalam kotanya, dibandingkan dengan Jakarta yang dinilai sangat minim untuk penanganan suhu udara tropis ini.

5. Indah

Keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang. Indah dapat dilihat dari berbagai segi, seperti segi tata warna, tata letak, tata ruang bentuk ataupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberikan kesan yang enak dan cantik untuk dipandang.



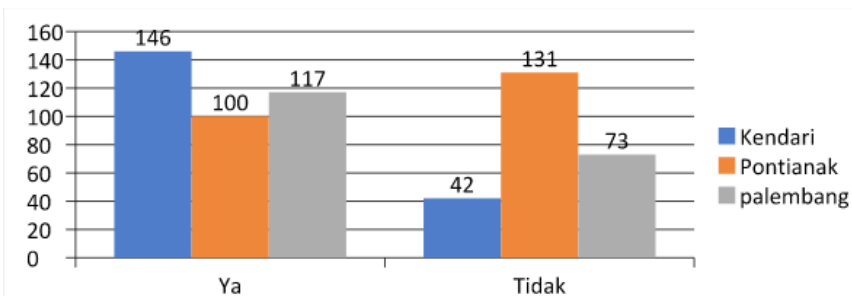
Tabel 7. Pendapat Responden Tentang Keindahan di Jakarta

Sebanyak 147 responden wisnus asal Kendari menyatakan Jakarta sebagai kota yang Indah, 145 responden wisnus kota Palembang dan 116 responden kota Pontianak menyatakan bahwa kota Jakarta adalah kota yang indah dan sedap dipandang. Hal ini dirasakan bahwa Jakarta sebagai kota metropolitan banyak gedung bertingkat yang mewah dan penataan taman

yang baik di beberapa sudut, seperti taman menteng dan taman suropati. Hotel- hotel berbintang 3 sampai hotel bintang 5 mempunyai gaya dan dekorasi/ style yang menarik dan unik. Penataan kota Jakarta yang terus dipercantik oleh pemerintah daerah, membuat Jakarta terus bersolek diri agar wisatawan yang berkunjung melihat keindahan kota Jakarta yang ditumbuhi oleh tanaman-tanaman penghijauan, hutan kota, dan lainnya.

6. Ramah tamah

Ramah tamah merupakan suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan santun, suka membantu, suka tersenyum dan menarik. Ramah tamah tidaklah berarti bahwa kita harus kehilangan kepribadian kita ataupun tidak tegas dalam menentukan suatu keputusan. Ramah merupakan watak dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya, yang selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Sikap ramah tamah ini merupakan suatu daya tarik bagi wisatawan, oleh karena itu harus dipelihara terus.



Tabel 8. Pendapat Responden Tentang Keramahmatan kota dan masyarakat Jakarta

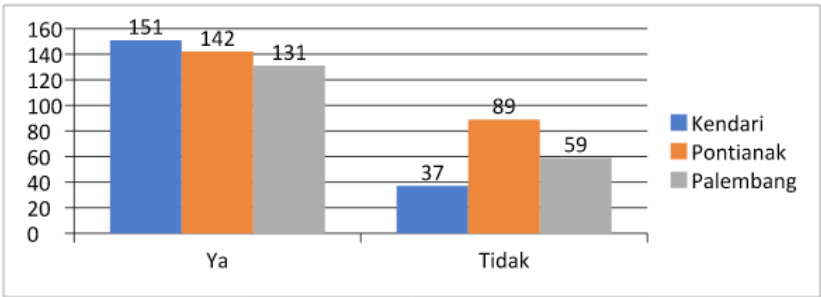
Dari data yang diperoleh terlihat bahwa 146 responden wisnus asal Kendari mengatakan bahwa masyarakat Jakarta ramah, santun dan akrab dalam menerima wisatawan asal ketiga kota tersebut. Wisnus asal Kendari mengatakan masyarakat Jakarta suka membantu dalam hal memberikan informasi objek wisata, begitu juga para staf hotel dan tour travel dan para penjual baik yang ada di shopping mall Tanah Abang/Mangga Dua dan objek wisata memberikan perlakuan yang santun pula kepada responden asal Palembang (117) dan Pontianak (100) responden. Keramahan masyarakat Jakarta kepada pendatang khususnya wisatawan nusantara ini sudah di sadari oleh masyarakat Jakarta sendiri bahwa dalam hal memberikan informasi kepada tamu haruslah bersikap ramah. Hal ini mereka alami di beberapa objek wisata, mall dan hotel yang mereka datangi.

7. Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang (wisatawan) yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan dapat berupa yang indah dan menyenangkan, akan tetapi dapat pula tidak menyenangkan. Kenangan yang indah yang diberikan oleh kota Jakarta, dapat diciptakan antara lain dengan:

- Akomodasi yang nyaman, bersih dan sehat, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah, suasana yang mencerminkan ciri khas daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya
- Atraksi seni budaya daerah yang khas dan mempesona baik itu berupa seni tari, seni suara dan berbagai macam upacara.
- Cenderamata yang mungil yang mencerminkan ciri-ciri khas daerah bermutu tinggi, mudah dibawa dan harga yang terjangkau mempunyai arti tersendiri dan dijadikan bukti atau kenangan dari seseorang ke suatu tempat/ Negara.
- Makanan dan minuman khas daerah yang lezat, dengan penampilan dan penyajian yang menarik. Makanan dan minuman ini merupakan salah satu daya tarik yang kuat dan dapat dijadikan jati diri (identitas daerah).

Bagi wisatawan asal kota Kendari, Pontianak dan Palembang Jakarta merupakan kota tujuan wisata yang penuh kenangan. Sebanyak 151 responden asal kendari mengatakan kota Jakarta adalah kota kenangan. Hal ini dikarenakan antara lain karena akomodasi yang nyaman, bersih dan sehat, pelayanan yang cepat dan ramah, suasana yang mencerminkan ciri khas kota Jakarta dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya dan hiburannya.



Tabel 9. Pendapat Responden Tentang Kenangan di Kota

Makanan dan minuman yang ada di Jakarta sangat banyak macamnya, makanan yang lezat dengan penampilan dan penyajian yang menarik.

Makanan dan minuman ini merupakan salah satu daya tarik yang kuat dan dapat dijadikan jati diri (identitas daerah). Sedangkan sebanyak 142 responden kota Pontianak mengatakan Jakarta penuh dengan kenangan karena atraksi wisatanya dan objek wisata yang sangat lengkap berada di Jakarta. Dan 131 responden asal kota Palembang mengatakan Jakarta adalah kota yang penuh kenangan didasari karena Jakarta adalah kota metropolitan dimana tersedia semua kebutuhan wisata seperti belanja (shooping) dan banyaknya kuliner asal Palembang yang membuat wisatawan bisa lebih lama ingin tinggal di Jakarta.

Penutup

Segmentasi pasar wisatawan dalam negeri asal Sulawesi Tenggara (Kota Kendari), Kalimantan Barat (Pontianak) dan Sumatra Selatan (Palembang) dapat dilihat dari aspek demografik, pola liburan dan pengetahuan produk pariwisata Jakarta. Dari aspek demografi, wisatawan dalam negeri Kendari, Palembang dan Pontianak didominasi oleh usia produktif baik pria maupun wanita, status diri lajang dan bujang serta menikah punya anak, berpenghasilan Rp. 2 juta hingga Rp. 10 juta, dan pekerjaan sebagai karyawan.

Wisatawan dalam negeri menggunakan fasilitas wisata seperti hotel, transportasi dan fasilitas belanja. Aktivitas wisata favorit adalah wisata alam, berbelanja dan wisata kuliner karena memang tujuan mereka ke Jakarta adalah mengunjungi keluarga dan liburan. Persepsi wisatawan asal Pontianak, Palembang dan Kendari ini diujikan dengan regresi yang menghasilkan nilai korelasi sebesar 0,963 yang artinya ada hubungan yang sangat kuat antara persepsi dan minat berkunjung ke Jakarta melalui penilaian Sapta Pesona. Persepsi atas fasilitas dan layanan di Jakarta memberikan kontribusi besar senilai 0,925 atau 92,5% terhadap minat berkunjung ke kota Jakarta disebabkan oleh persepsi atas fasilitas dan layanan di Jakarta, dan sisanya minat berkunjung dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Persepsi positif masyarakat Pontianak, Palembang dan Kendari tentang Jakarta adalah bahwa Jakarta ini memiliki masyarakat yang ramah dan pemandangan Jakarta indah serta Jakarta memberikan kenangan. Persepsi negatif masyarakat Sumbar dan Kalsel tentang Jakarta, Jakarta adalah kota yang tidak aman, tidak tertib, tidak bersih dan tidak sejuk. Persepsi ini ternyata tidak menyurutkan minat mereka untuk berkunjung ke Jakarta karena mayoritas mereka berminat berkunjung karena Jakarta memiliki fasilitas dan layanan yang tiada tandingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakarudin. 2009. Perkembangan Permasalahan Kepariwisata. Padang: UNP press.
- Syaukani. 2003 .Pesona Pariwisata Indonesia.Jakarta: Nuansa Madani
- Kotler dan Armstrong. 2005 . Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan Edisi ke-11. Jakarta: PT. Index kelompok Gramedia.
- Kodhyat, 2011, Kepariwisata Indonesia, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia RI, Untuk Lembaga Studi Pariwisata, (LPSI) Jakarta.
- Middleton, Victor T. C. (2001). Marketing in Travel and Tourism 3rd Edition. MPG Books Ltd, Bodmin.
- Mill, Robert Christie. (2001). Resorts : Management and Operation. John Wiley & Sons, Inc.
- Moch. Ali. 1985. Penelitian Pendidikan, Prosedur dan Strategi. Bandung: Angkasa.
- Padeco Co., Ltd. 2001. Tourism Destination Management Strategies for Greater Phnorn Penh, Siem Reap and Potoch Village. Cross Current, ProQuest Religion.
- Pendit, S. Nyoman. (2003). Ilmu Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diart. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.s
- Richardson, I John & Martin Fluker. (2004). Understanding and Managing Tourism. Person Hospitality Press.
- Robert Pasaribu. 2000. Tsunami, Penyebab dan Akibatnya. Sub Bidang Analisa Geofisika, Badan Meteorologi Geofisika Jakarta.
- Salamoura, Malaria & Vassilis Angelis. 2008. The Image of The Tourism Product:Theoretical Approach and Applications. Business School, Department of Business Administration, University of the Aegean.
- Yoeti, Oka A.1993, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Aksara.
- Laporan The Travel & Tourism Competitive Index Tahun 2013 (World Economic Forum)
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata
(<https://id.berita.yahoo.com/devisa-dari-pariwisata-capai-8-5-miliar-dolar-054017693--finance.html>)
(<http://www.parekraf.go.id/asp/detil.asp?id=2664>)
<http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?crhal=2&c=1003&sc=sapta pesona>

BIODATA PENULIS

Dr. Abdul Aziz, S.Sos. M.Si

Abdul Aziz, dilahirkan di Tasikmalaya Jawa Barat tanggal 18 Juni 1965. Pendidikan SD s/d SMP diselesaikan di Kabupaten Tasikmalaya. SMA ditempuh di Kota Bandung (SMA Negeri 7 Bandung). Pendidikan S1 di Fikom Unpad lulus tahun 1993. S2 di jurusan KMP IPB, tahun 2002, dan S3 di PPs Unpad BKU Ilmu Komunikasi, lulus tahun 2012. Mulai 1 Maret 1994 bekerja sebagai dosen di Kopertis wilayah X, dpk Universitas Islam Riau.

Aliyah Nur'aini Hanum, S.Sos, M.Si

Aliyah Nur'aini Hanum, Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNTAN. Bidang minat tulisan dan penelitian pada kajian jurnalistik, hubungan masyarakat, komunikasi pembangunan, dan media.

Selvianus Saludan, S.Sos

Selvianus Saludan, Aktivis NGO Sahabat Pantai Kalimantan (SAMPAN KALIMANTAN) bergerak di bidang Lingkungan Hidup dan Pemberdayaan Masyarakat, berpusat di Kabupaten Kapuas Hulu, Provinsi Kalimantan Barat.

Aprilyanti Pratiwi, S.S., M.I.Kom.

Aprilyanti Pratiwi merupakan dosen tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila. Menyelesaikan S1 Sastra China di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2008. Melanjutkan studi S2 Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran dan menyelesaikannya pada tahun 2010. Saat ini sedang menempuh studi S3 Komunikasi Pembangunan Pertanian Pedesaan di IPB.

Astri Wulandari S.I.Kom., M.A

Nama : Astri Wulandari
Tanggal Lahir : 14 Januari 1988
Tempat Lahir : Sorong – Papua Barat
Alamat : Jalan Kenanga No. 147 C Sambilegi Kidul,
Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta
Telephone : 085782395888
Email : astriwulandari140188@gmail.com
astri@mercubuana-yogya.ac.id
Pendidikan Terakhir : Magister Ilmu Komunikasi dan Media Universitas
Gadjah Mada
Instansi : Universitas Mercu Buana Yogyakarta Fakultas Ilmu
Komunikasi dan Multimedia

Chelsy Yesicha, S.Sos., M.I.Kom.

Saya Chelsy Yesicha, lahir di kota “amoi” Singkawang, Kalimantan Barat, 19 Juni 1980. Sejak 2004 menikah dan menetap di Pekanbaru provinsi Riau, aktif menjadi dosen di beberapa universitas dan lembaga pendidikan. Alhamdulillah semenjak 2015 saya lulus menjadi dosen tetap pns di jurusan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Jurnalistik. Sebelumnya menyelesaikan sarjana di Universitas Atmajaya Yogyakarta dengan konsentrasi Jurnalistik Elektronik (2004) dan Magister Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Komunikasi Politik di Universitas Muhammadiyah Jakarta (2011). Bidang jurnalistik, politik perempuan dan budaya terutama yang berkaitan dengan etnis thiong hoa menjadi ketertarikan saya.

Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Cheryl Pricilla Bensa lahir di Jakarta pada 21 Maret 1991. Pada tahun 2013, lulus dari Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Lalu pada tahun 2015 memperoleh pendidikan Magister of Arts di Chinese Culture University, Taiwan. Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Strategic Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Didik Haryadi Santoso, S.Kom.I., M.A

Lahir di Kalimantan Barat 6 Juni 1988. Putra ke-3 dari pasangan Drs. Djawadi (Alm) dan Achadiyah, B.A ini menempuh S1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan melanjutkan studi pascasarjananya di Fakultas

Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada dengan konsentrasi Ilmu Komunikasi dan Media. Saat ini ia aktif sebagai staf pengajar dan sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Karya-karya yang telah dipublikasi diantaranya yaitu, buku kolektif berjudul: Sport, Komunikasi & Audien. Selain itu juga buku berjudul: Cyberspace & Culture (Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup & Identitas dalam Dunia Cyber. Terakhir buku berjudul new media dan buku Komunikasi di Era Tegnologi Digital (Kajian Ekonomi Digital, Media & Budaya Komunikasi). Selain menulis buku, ia aktif menulis jurnal ilmiah komunikasi. Saat ini aktif dalam kepengurusan ASPIKOM Pusat Periode 2016-2019. Selain itu aktif dalam gerakan literasi media & new media serta melakukan riset-riset yang berkaitan dengan new media & cyberculture. Selama 10 tahun lebih, aktif menjadi murid Mbah Nun (Cak Nun) dan Kiai Kanjeng. Motto hidupnya ialah “beriman, berilmu dan beramal”, “Gusti boten sare, urip mung mampir ngombe”. Kontak 081324607360 / email: didikharyadi.s@gmail.com

DR. Afrina Sari, M. Si

S1= Universitas IBNU CHALCUN JAKARTA - Komunikasi

S2= INSTITUTE PERTANIAN BOGOR - Komunikasi

S3= INSTITUTE PERTANIAN BOGOR - Komunikasi

Dr. H. Sulaeman, Drs., M.Si.

Dr. H. Sulaeman, Drs., M.Si. Kini tenaga pengajar di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon dan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia Maluku. Pria kelahiran 16 Maret 1967 Kota Watampone Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan. Menyelesaikan pendidikan Sarjana dari Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Alauddin (1991), Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Pembangunan Universitas Hasanuddin Makassar (2001), dan Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung (2014).

Selain sebagai pengajar juga aktif pada Social Change Communication Forum, sebuah kelompok diskusi untuk peminat masalah sosial dan komunikasi pembangunan, Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Provinsi Maluku Periode 2015-2019, Koordinator Survey Kualitas Program Televisi Indonesia Provinsi Maluku, dan Koordinator Komisi Informasi Publik Indonesia Provinsi Maluku Periode 2015-2019, Koordinator Tim Pelaksana Kegiatan

Penerjemahan Al-Qur'an Bahasa Melayu Ambon Puslitbang Lektur dan Khazanah Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia Tahun 2016, Wakil Ketua Forum Perguruan Tinggi Pengurangan Risiko Bencana Maluku Tahun 2017-2020, Wakil Ketua Departemen Penelitian, Pengembangan, dan Diklat Pengurus Wilayah Masyarakat Ekonomi Syariah Provinsi Maluku Periode Tahun 2017-2020, Ketua Departemen Kurikulum dan Pembelajaran Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Provinsi (ASPIKOM) Maluku Periode 2017-2020, serta Instruktur Nasional CBT Methodology Bidang Komunikasi dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, dan Instruktur Nasional Teknis Substansif Keagamaan Dosen Peneliti Penelitian Pusdiklat Tenaga Teknis Pendidikan dan Keagamaan Badan Litbang Kementerian Agama Republik Indonesia.

Sejak tahun 2002 hingga kini aktif mengikuti kegiatan kompetensi penelitian, pengabdian masyarakat, dan narasumber secara nasional, seperti di LIPI dan Kementerian Agama Republik Indonesia, dan konferensi hasil penelitian nasional-internasional, seperti Dakwah Annual Conferensi, Kompetitif Research Nasional DIKTIS di bidang Dakwah Islam dan Komunikasi Tahun 2015, Simposium Nasional Komunikasi Kesehatan Tahun 2015, Konferensi "CULTHIST" 14 Cultural History and Anthropology, Istambul-Turkey, Dakam, 2014 serta konferensi Beennial World Communication Assosiasi di Lisbon-Portugal 2015; Mediterranean Journal of Social Sciences Volume 7 [1] S1 Januari 2016 MCSER PUBLISHING, ROME-ITALY; Narasumber Focus Group Discussion Model Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kalangan Masyarakat Petani dan Nelayan Tahun 2015; dan Focus Group Discussion Mendorong Keterbukaan Informasi di Provinsi Maluku Tahun 2015.

Buku diterbitkan di antaranya: Komunikasi Lingkungan: Fenomena Hutan Suku Naulu di Pedesaan [Desember 2016] dan Jurnalis Perempuan (Agustus 2017). Selanjutnya, sertifikat Hak Kekayaan Intelektual dimiliki di antaranya: Konstruksi Makna dan Perilaku Komunikasi Penyandang Oligodaktili [Agustus 2014], dan Komunikasi Lingkungan: Fenomena Hutan Suku Naulu di Pedesaan [April 2017].

Dr. I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, S.Sos., M.Si.

Tempat/Tanggal lahir: Pekutatan/14 Mei 1975. Dosen Tetap (PNS) Bidang Ilmu Komunikasi & Sebagai Sekretaris Prodi Magister Ilmu Komunikasi Hindu Pascasarjana IHDN Denpasar Bali. Latar belakang pendidikan: DIII

Tours & Travel Akademi Pariwisata Denpasar Bali, S1 Ilmu Komunikasi Fikom Univ. Dwijendra Denpasar Bali, S2 Ilmu Komunikasi PPs Univ. Dr. Soetomo Surabaya, S3 Ilmu Komunikasi PPs Fikom Univ. Padjadjaran Bandung.

Sebagai Asesor Tri Hita Karana Awards & Accreditation sampai sekarang. Anggota Pengurus Aspiikom Korwil Bali. Konsentrasi Riset : Komunikasi Budaya, Komunikasi Multikultur, Komunikasi Konflik, Komunikasi Pariwisata, Public Speaking. Aktif dalam event-event akademik; Seminar Nasional, Workshop, Lokakarya, Seminar Internasional. Sebagai Pengurus Harian (Koord. Bidang Kerjasama Antar Umat dan Kepercayaan) Parisada Hindu Dharma Indonesia (PHDI) Bali.

Hobby: Membaca Buku, Menulis Puisi, Travelling.

Dra. Ni Gusti Ayu Kartika, M.Ag.

Tempat/tgl lahir: Bedulu/ 31 Desember 2017. Dosen Tetap (PNS) Bidang Ilmu Agama & sebagai Kejur Komunikasi & Penerangan Agama pada Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

Dr. Tresna Wiwitan., M.Si.

TRESNA WIWITAN. Dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Doktor Ilmu Komunikasi lulusan Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, tahun 2017.

Turut serta menjadi Presenter dalam berbagai Call for Paper tingkat nasional maupun internasional, antara lain: di Internasional Conference of Communication Industry and Community (2016), Language and Communication Conference di Burapha University, Thailand (2016) dan ACAS's Eighth International Conference on theme: Education for Globalizing Asia: Challenges and Opportunities di Ateneo University, Filipina (2016), call for paper di Kongres ISKI 2015 dan 2016, dan call for paper Mengembangkan Public Relations yang Strategis dan Terintegrasi Antar Sektor dan Komponen Bangsa (Yogya, 2017). Juara 3 The 1st Indonesia Research Summit and Awards (PRISA) 2016 di Bali bersama Prof. Dr. Neni Yulianita., MS, dan Juara ke-3 call fo paper tingkat Dosen Perguruan Tinggi Islam Swasta (PTIS) se-Indonesia bidang Sosil, Politik, dan Hukum tahun 2017 di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.

Peneliti menjadi salah satu penulis dalam buku Bunga Rampai Komunikasi dan Humas "Indonesia Bicara Baik" (Perhumas, 2016) dan buku Non Profit PR How To Do? (Perhumas dan Aspiikom, 2017).

Dr. Nurrahmawati., M.Si.

NURRAHMAWATI. Menyelesaikan pendidikan S1, S2, dan S3 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Saat ini menjabat sebagai ketua bidang kajian Public Relations Fikom Unisba. Fokus penelitian di bidang Corporate Social Responsibility, Komunikasi Pelayanan Publik, dan Marketing Public Relations. Periode tahun 2015-2016 dan 2016-2017 melakukan penelitian Hibah Bersaing dan Produk Terapan Dikti mengenai Kualitas Pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Jawa Barat. Turut serta menjadi Presenter dalam berbagai Call for Paper tingkat nasional maupun internasional, antara lain: di Internasional Conference of Communication Industry and Community (2016), Language and Communication Conference di Burapha University, Thailand (2016) dan ACAS's Eighth International Conference on theme: Education for Globalizing Asia: Challenges and Opportunities di Ateneo University, Filipina (2016), call for paper di Kongres ISKI 2015 dan 2016.

Prof. Dr. Neni Yulianita., MS.

Prof. Dr. Neni Yulianita, MS., adalah staf pengajar Kopertis Wilayah IV Jawa Barat. Guru Besar Fikom Unisba. Lahir di Cirebon, 23 Juli 1958 menyelesaikan S1, S2, dan S3-nya di Universitas Padjadjaran Bandung. Pernah menjabat sebagai: Ketua Jurusan

Public Relations, Ketua LPPM Unisba, Dekan Fikom Unisba, Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Unisba, Wakil Rektor Bidang Kerjasama dan Public Relations Unisba. Dosen di: Fikom dan Pascasarjana Unisba, pascasarjana Universitas Dr.Sutomo, Pascasarjana Universitas Mercu Buana, STIKOM Interstudi, ASM Ariyanti, STIA Bandung, Jayabaya Jakarta, dan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, juga sebagai tim penguji dan pembimbing S2-S3 Pascasarjana Unpad. Pembicara pada seminar, pelatihan, panel diskusi, conference, dan penelitian, serta menulis karya ilmiah yang dipresentasikan di lingkup nasional maupun internasional.

Dr.Welly Wirman, M.Si

Dr.Welly Wirman, M.Si lahir di Pekanbaru tanggal 11 Juni 1970, adalah Dosen di jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau sejak tahun 1998. Menyelesaikan Program Doktor Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas

Padjadjaran Bandung (2012), Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung (2002), dan Sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Riau Pekanbaru (1996). Pernah menjadi pembicara, diantaranya pada pelatihan MC dan Keprotokoleran, Antisipasi Dampak Penyalahgunaan Narkoba dikalangan Generasi Muda, PR Politik dan Pencitraan Parpol. Peneliti partisipasi politik perempuan di kota Pekanbaru.

Ringgo Eldapi Yozani, S.I.Kom, M.I.Kom

Ringgo Eldapi Yozani, S.I.Kom, M.I.Kom adalah Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau (UR) sejak tahun 2011. Menyelesaikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau pada tahun 2008, S2-nya pada Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran tahun 2011, dan pada saat ini sedang menembuh Program Doktor (Kandidat Doktor) Ilmu Komunikasi pada Program Doktor Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran. Pengalaman penelitian/karya ilmiah.

Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Eka Fitri Qurniawati Lahir di Kab. Bengkalis Provinsi Riau 01 Juni 1990. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi dari Universitas Islam Bandung (UNISBA), dan menyelesaikan pendidikan S2 di Universitas Padjadjaran pada tahun 2013. Penulis tercatat sebagai dosen di Prodi. Ilmu komunikasi FIKOM Universitas Islam Riau.

Muhd Ar. Imam Riauan, M.I.Kom

Muhd Ar. Imam Riauan lahir di Kota Pekanbaru, 19 Desember 1988, anak kandung dari Azam Awang(alm) dan Rosnely. Menyelesaikan S1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah UIN SUSKA Riau (2009), S2 Ilmu komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta (2012), dan saat ini (2016) sedang mengikuti program Doktor Komunikasi Islam di UIN Sumatera Utara. Penulis adalah dosen di Prodi. Ilmu komunikasi FIKOM Universitas Islam Riau.

Genny Gustina Sari, M. Si., M.I.Kom.

Penulis adalah dosen tetap di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau sejak tahun 2014. Mengecap pendidikan S1 di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UR dan kemudian melanjutkan pendidikan S2 yang pertama di UrbanStudies Universitas Riau pada tahun 2007 dan pada

tahun 2011 melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Padjadjaran Jurusan Ilmu Komunikasi. Focus kajian penulis adalah Opini Publik, Gender, Fenomenologi dan budaya.

H.H. Daniel Tamburian, S.Sos., M.Si.

Lahir di desa Rumoong Bawah Kecamatan Amurang, Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara pada 16 Oktober 1973. Tahun 1992 menempuh pendidikan S-1 di Jurusan Ilmu Perpustakaan & Informasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung, lulus pada Agustus 1998. Pada 2001 melanjutkan studi S-2 di Manajemen Komunikasi bidang konsentrasi Corporate Relations/Public Relations Universitas Indonesia, lulus pada Januari 2004. Menjadi Certified Lead Auditor ISO 9001:2008 sejak tahun 2011.

Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si

Hamida Syari Harahap, lahir Padang Sidempuan 11 April 1968, mengajar sejak tahun 2000 di Fikom dan sekarang menjadi dosen tetap di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pendidikan S1 di IISIP Jakarta, S2 Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan IPB dan sekarang sedang melanjutkan S3 Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan IPB semester 3 (tiga). Bidang Minat Public Relations.

Hayu Lusianawati, M.Si

Hayu Lusianawati, M.Si saat ini sedang menyelesaikan studi doctoral di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid Jakarta. Aktivitas sehari-hari sebagai dosen tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta. Hampir sepuluh tahun menekuni bidang kepariwisataan dan pemberdayaan perempuan. Selain menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis juga aktif pada organisasi partai dan lembaga swadaya masyarakat dan sebagai founder Komunitas Perempuan Ungu (www.komunitasperempuanungu.com) yang bergerak dibidang pemberdayaan orang tua tunggal.

Muhamad Nastain, S.Sos.I., M.I.Kom

Muhamad Nastain adalah lulusan Magister Ilmu Komunikasi dari Universitas Mercu Buana Jakarta. Saat ini aktif mengajar di Fikomm UMB Yogyakarta. Aktifitas pendamping saat ini adalah sebagai guru Madrasah Diniyah (Madin) Al Furqon kajian Siroh Nabawiyah.

Nurul Fadilah, S.Ikom

Alumni Jurusan Ilmu Komunikasi

Alamat : Jln. Gandaria Raya No. 26 RT. 17 RW 007 Panorama Kota Bengkulu
S1 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

Dwi Aji Budiman, MA

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

Alamat : Jl. Air Musi II Rt.24 Rw 01 No 161 Griya Betungan Asri

S1 Jurnalistik IISIP Jakarta

S2 Kajian Budaya dan Budaya UGM

Yudisiani, Msi

Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

Alamat : Komplek Dosen UNIB Kota Bengkulu

S1 Filsafat UGM

S2 Komunikasi dan Penyuluhan Institut Pertanian Bogor

Rasianna Br. Saragih, S.Sos., M.Si

Rasianna Br. Saragih, S.Sos.,M.Si, lahir di Deli Serdang Sumatera Utara pada tanggal 11 Oktober 1973. Menyelesaikan kuliah jenjang Strata 1 (S-1) jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara dan Jenjang Strata 2(S-2) dengan Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran. Penulis memulai karir sebagai dosen sejak tahun 2002 dan memegang beberapa mata kuliah seperti Komunikasi Antar Budaya, Psikologi Komunikasi, dan Pengantar Komunikasi.

Ressi Dwiana, S. Sos, MA

Lulusan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara Medan pada 2005, dan lulus S2 Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada pada 2013. Pada 2014 mulai mengajar di Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Saat ini sedang menjalani studi S3 di Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Menulis di beberapa jurnal Ilmu Komunikasi dan bersama para alumni S2 UGM menulis buku “New Media: Diskursus Sosial, Budaya, Politik, dan Ekonomi dalam Ruang Virtual”.

Christiany Juditha, S.Sos, MA

Peneliti Madya di Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan

Informatika. Menempuh Pendidikan S1 di Fisip Universitas Hasanuddin, jurusan Ilmu Komunikasi dan S2 di Fisip Universitas Gadjah Mada, Jurusan Ilmu Komunikasi dan Media. Beberapa karya tulis ilmiah adalah “Objektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media Online: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN, di Jurnal Pekommas, Vol. 1. No.1. April 2016 terakreditasi LIPI dan “Strategi Programming RRI Jayapura & Merauke Dalam Penguatan NKRI Di Wilayah Perbatasan” dimuat di Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 20. No. 1 Juni 2016 terakreditasi LIPI.

Safrudiningsih, S.S., M.Ikom

Safrudiningsih, S.S., M.Ikom dilahirkan di Surabaya, 15 April 1973. Pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas -Airlangga, Surabaya, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia (1996) dan Magister Ilmu Komunikasi –UMB, Jakarta (2013). Mengajar di Akademi Televisi Indonesia (ATVI)-Jakarta.

Karya : Editor beberapa Buku , Penerbit Suara Bebas: Bintang Dari Timur(Biografi Politik Marwah Daud Ibrahim- 2004); Rekonsiliasi dan Integrasi di Masa Globalisasi (2004); Politikus Si Tukang Beton – Biografi Erman Suparno-Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi(2004); Pengalaman Remaja Tinggal di Keluarga Prancis(2013); Memaknai Garuda di Dadaku(Biografi dan Pemikiran Hj.Melani Leimena Suharli-Pimpinan MPR (2009-2014)(2014)