Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebudayaan merupakan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan lain kemampuan-kemampuan serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat (E.B. Taylor, dalam Soekanto, 2007:150). Dengan kata lain kebudayaan mencakup segala cara atau pola berpikir, merasakan dan bertindak yang didapatkan atau dipelajari oleh manusia. Dengan begitu, kehidupan manusia dekat pengaruhnya dengan latar belakang budaya yang berbeda-beda karena faktor pemikiran setiap individu tersebut juga berbeda. Akan tetapi, dari perbedaan inilah manusia dapat menjadikan budaya sebagai sarana untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan sosial.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menyimpan banyak kebudayaan didalamnya. Kekayaan budaya yang dimiliki sangat beraneka ragam dimana setiap daerahnya menyimpan kekhasan tertentu yang mencirikan keberadaan daerahnya tersebut.

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014

Agar tradisi atau upacara adat tetap dilaksanakan oleh generasi penerus, maka dibutuhkan suatu sosialisasi terkait tentang ajaran-ajaran yang sudah turun temurun diwariskan. Sosialisasi budaya ini dianggap penting agar setiap manusia mengenal dimana dirinya berasal dan dibentuk. Oleh karena itu, dalam proses sosialisasi budaya ini dibutuhkan pendekatan-pendekatan komunikasi yang baik dan intens yang dilakukan oleh generasi yang sudah terlebih dahulu mengenalnya kepada generasi berikutnya. Hal ini berdampak agar tradisi yang diwariskan tetap dijalankan walaupun adanya perubahan dan perbedaan zaman antar generasi.

Hal ini yang juga berusaha dipertahankan oleh komunitas Cina Benteng yang berada di kawasan Tangerang. Sampai saat ini tradisi yang diwariskan dalam komunitasnya tetap dipelihara dari generasi ke generasi berikutnya. Tidak banyak dari mereka yang mengerti akan makna dari setiap tradisi yang dijalankannya tersebut. Maka, dalam pelestariannya selain orang tua diperlukan juga seorang tetua atau tokoh yang mampu berperan dalam mensosialisasikan ajaran budaya tersebut dengan menggunakan komunikasi persuasif. Dengan begitu, saat ini tidak heran para tetua ini aktif membawa generasi muda peranakan Cina Benteng untuk mempelajari berbagai tradisi dan kebudayaan ini walaupun disisi lain tidak banyak dari mereka yang mengerti makna dari setiap tradisi tersebut, seperti prosesi pernikahan *Chio Thao*.

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014

Dari berbagai tradisi Cina Benteng yang ada, tradisi pernikahan *Chio Thao* ini dipandang sebagai salah satu upacara paling penting, bahkan yang terpenting di antara sejumlah upacara yang masih terpelihara (Go, 2008: 176). Tak hanya itu tradisi ini dapat dikatakan salah satu tradisi yang unik dan langka karena sudah jarang dilakukan, walaupun demikian masih sering ditemukan di beberapa daerah seperti di kawasan Tangerang. Mereka yang melakukan tradisi ini biasanya hanya mengikuti saran dan nasihat orangtua yang kental dengan budaya Cina Benteng. Namun, beberapa generasi muda saat ini khususnya Cina Benteng peranakan masih berusaha melakukan tradisi tersebut karena diyakini bahwa upacara ini merupakan ritus pemurnian dan inisiasi memasuki masa dewasa. Oleh karena itu, pelaksanaan upacara tersebut sangat sakral dan hanya boleh dilakukan sekali seumur hidup menjelang pernikahan.

Dalam Upacara *Chio Thao* ini banyak barang-barang yang diyakini memiliki makna simbolik sehingga kedua pasangan yang menjalankannya harus mengikuti prosesi secara lengkap tanpa ada yang tertinggal. Berbagai prosesi yang dimaksud seperti mendandani rambut, menata kamar pengantin, menyalakan lilin, makan lauk dari 12 mangkuk, penyambutan pengantin wanita, upacara minum teh dan upacara memakan onde. Selama proses upacara berlangsung terdapat iringan musik tradisional *pat tim* (delapan instrumen) yang terdiri atas instrumen gesek, tiup dan perkusi.

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014

Maka, di setiap upacara pernikahan *Chio Thao* ini peran tetua dibutuhkan karena mengingat bahwa setiap tahapan dalam prosesi ini sangat sakral dan tidak sembarangan dalam pelaksanaannya. Uniknya, pasangan yang melakukan ritual *Chio Thao* tersebut belum tentu mengerti betul makna yang terdapat di balik simbol barang dalam setiap tahapan prosesi tersebut. Namun, mereka ingin menerapkan budaya yang mulai langka ini dalam pernikahan mereka sekali dan seumur hidup. Karena demikian, penulis ingin mengetahui bentuk komunikasi persuasif apa yang sebetulnya digunakan oleh tetua komunitas Cina Benteng sehingga para generasi muda mau menjalankan tradisi pernikahan tersebut sampai saat ini.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah yang muncul adalah:

Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan tetua komunitas Cina Benteng dalam mempertahankan tradisi pernikahan *Chio Thao* kepada generasi muda peranakan?

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui komunikasi persuasif yang dilakukan tetua komunitas Cina Benteng dalam mempertahankan tradisi pernikahan *Chio Thao* kepada generasi muda peranakan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan Ilmu Komunikasi khususnya bagi dunia *Public Relations* mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan tetua komunitas Cina Benteng dalam mengupayakan agar kaum muda tetap mempertahankan budaya pernikahan *Chio Thao*. Hal ini memberikan gambaran bagi penulis yang latar pendidikannya *Public Relations* untuk mempelajari bentuk komunikasi persuasif yang digunakan dengan tujuan mempengaruhi sasaran komunikasi. Selain itu, tidak banyak penelitian yang membahas tentang bentuk komunikasi persuasif dalam upaya mempertahankan kebudayaan khususnya kebudayaan Cina Benteng. Oleh karena itu, penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya pada tema yang berdekatan.

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para tetua disetiap komunitas untuk mengkaji kembali bentuk komunikasi persuasif mereka agar disesuaikan atau diperbarui sehingga lebih efektif dalam mengarahkan serta membimbing generasi muda peranakan untuk tetap melestarikan tradisi pernikahan *Chio Thao*.

Komunikasi Persuasif..., Elvinta Kusumo, FIKOM UMN, 2014