



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, dibutuhkan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Penelitian terdahulu yang relevan digunakan sebagai rujukan untuk menambah referensi, teori-teori, serta literasi yang akan digunakan untuk mendukung penelitian ini. Tiga jurnal yang dipilih sebagai penelitian terdahulu memiliki beberapa kesamaan seperti penelitian yang menggunakan metode etnografi komunikasi atau pun yang mempelajari mengenai komunikasi ritual sebuah kelompok etnik. Adapun pemetaan dari tiga penelitian terdahulu yang ditemukan berdasarkan topik/permasalahan, teori dan konsep, metodologi, serta hasil penelitian.

Berdasarkan topik permasalahan yang diangkat, ketiga penelitian terdahulu mengangkat topik pemaknaan ritual kebudayaan. Diantaranya adalah pemaknaan Ritual Kanuri Blang (Maifianti, dkk., 2014), Ritual Kawit dan Wiwit (Hasani & Jatningsih, 2014), serta Ritual Tangkeban Nelotni dan Mitoni (Rifai, 2017). Ketiga penelitian terdahulu ini memiliki tujuan yang berbeda-beda, yakni memahami rangkaian ritual dan pemaknaan simbolik. Perbedaan ketiganya dengan penelitian ini adalah pada subjek penelitian serta tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemaknaan ritual Cap Go Meh oleh kelompok etnis

yang melakukan, serta pola-pola komunikasi yang tercipta.

Berdasarkan Teori dan konsep yang digunakan, ketiga penelitian terdahulu banyak menggunakan teori Etnografi Komunikasi dan konsep Komunikasi Antar Budaya (Maifianti, dkk., 2014) (Rifai, 2017) dan teori Interaksionisme Simbolik (Hasani & Jatningsih, 2014). Penelitian ini akan menggunakan teori Etnografi Komunikasi dan teori Interaksionisme Simbolik untuk memahami pola-pola komunikasi dan pemaknaan ritual, serta konsep yang digunakan adalah kebudayaan, etnis Tionghoa, dan kebudayaan Tionghoa.

Apabila ditelaah berdasarkan metodologi yang digunakan, kedua penelitian terdahulu menggunakan sifat dan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode Etnografi Komunikasi (Maifianti, dkk., 2014) (Rifai, 2017), dan satu penelitian terdahulu menggunakan sifat dan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan metode studi kasus (Hasani & Jatningsih, 2014). Penelitian ini menggunakan metode Etnografi Komunikasi untuk memahami pemaknaan yang diciptakan oleh Etnis Tionghoa di Tegal terhadap perayaan Cap Go Meh.

Dari hasil yang ditemukan dalam ketiga penelitian terdahulu, rata-rata menyebutkan rangkaian ritual yang diteliti, mulai dari persiapan hingga masa berakhirnya ritual, serta membahas secara detail peristiwa, tindakan, dan situasi komunikasi yang ada di dalam ritual tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Maifianti, dkk. (2014) memaparkan urutan rangkaian ritual Kanuri Blang, sedangkan penelitian oleh Hasani & Jatningsih (2014) memaparkan rangkaian ritual Kawit dan Wiwit, serta pemaknaannya oleh kelompok etnis yang adalah

makna simbolik dalam ritual Kawit dan Wiwit yaitu dari pemilihan sesaji yang digunakan mengandung banyak makna sebagai simbol pengharapan oleh masyarakat. Penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh M'Rifai (2017) memaparkan hasil penelitian berupa rangkaian ritual Tangkeban Neloni dan Mitoni. Sedangkan penelitian ini menghasilkan rangkaian ritual Cap Go Meh di Tegal, pola-pola komunikasi yang terjadi, serta pemaknaannya oleh etnis Tionghoa di Tegal.

Berikut matriks ketiga penelitian terdahulu :

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu

	Penelitian 1 Maifianti, dkk.	Penelitian 2 Hasai, M., dan Jatningsih, O.	Penelitian 3 M' Rifai
Judul Penelitian	Komunikasi Ritual Kanuri Blang sebagai Bentuk Kebersamaan Masyarakat Tani Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat Provinsi Aceh	Makna Simbolik Dalam Ritual Kawit Dan Wiwit Pada Masyarakat Pertanian Di Desa Ngasemlehbang Kecamatan Ngimbang Kabupaten Lamongan.	Etnografi Komunikasi Ritual Tingkeban Neloni dan Mitoni (Studi Etnografi Komunikasi Bagi Etnis Jawa di Desa Summersuko Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan)
Teori dan Konsep yang digunakan	Teori Etnografi Komunikasi dan Konsep Kebudayaan.	Komunikasi Antar Budaya dan Teori Interaksionisme Simbolik	Komunikasi Antar Budaya dan Teori Etnografi Komunikasi
Metodologi Penelitian	Deskriptif kualitatif dengan metode etnografi komunikasi	Deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus	Deskriptif kualitatif dengan metode etnografi komunikasi

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Prosesi Kanuri Blang dapat diurutkan menjadi serahterima kerbau dari pemilik kepada geuchik (kepala desa), peusujuk kerbau oleh teungku imum, penyembelihan kerbau oleh teungku imum, pembersihan daging kerbau dan pembagian daging kepada yang turut mengumpulkan uang, memasak daging (selama proses pembersihan dan memasak, mengaji yasin, pidato arahan, doa bersama, dan diakhiri dengan makan bersama.</p>	<p>Proses ritual kawit dan wiwit dimulai dari penentuan hari baik, mempersiapkan sesaji, dan pelaksanaan ritual di sawah oleh dukun kawit dengan beberapa tahapan yang dilakukan salah satunya meletakkan sesaji di pojok sawah sambil membaca mantra. Makna simbolik dalam ritual ini yaitu dari pemilihan sesaji yang digunakan mengandung banyak makna sebagai simbol pengharapan oleh masyarakat.</p>	<p>Peristiwa komunikatif dalam ritual tujuh bulanan, topik, fungsi dan tujuan, setting, partisipan, bentuk pesan, isi pesan, urutan tindakan, kaidah interaksi dan norma-norma, Sedangkan dalam kegiatan komunikatif seperti yang mengetahui dan memahami pelaksanaan tujuh acara bulanan adalah pembawa acara dalam tujuh bulanan (tingkeban).</p>
-------------------------	---	---	---

Sumber : Olahan penelitian

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan Teori Etnografi Komunikasi untuk menemukan situasi, tindakan, dan peristiwa komunikasi, serta pola-pola komunikasi yang terbentuk dalam ritual perayaan Cap Go Meh. Penelitian ini juga akan menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik untuk mengkaji pemaknaan ritual perayaan Cap Go Meh oleh etnis Tionghoa di Tegal.

2.2.1 Teori Etnografi Komunikasi

Penelitian ini menggunakan teori Etnografi Komunikasi karena ingin mengkaji aktivitas dan pola komunikasi etnis Tionghoa dalam ritual perayaan Cap Go Meh di Tegal. Etnografi Komunikasi merupakan salah satu cabang ilmu dari Antropologi budaya, dan pendekatan etnografi komunikasi adalah gabungan dari sosiologi dan antropologi. Studi ini merupakan salah satu dari banyaknya studi penelitian kualitatif yang mengkhususkan pada penemuan berbagai pola komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam suatu masyarakat tutur (Kuswarno, 2019, h.2).

Studi Etnografi Komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh Dell Hymes yang didefinisikan sebagai pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif sebuah masyarakat, yaitu cara bagaimana bahasa digunakan dalam masyarakat yang terdiri dari individu dengan kebudayaan yang berbeda-beda (Kuswarno, 2019, h.11). Etnografi komunikasi merupakan pendekatan dari sosiolinguistik yang melihat bahasa secara umum dihubungkan dengan nilai sosial dan kultural.

Sehingga, membahas mengenai Etnografi Komunikasi tidak akan terlepas dari Antropologi dan Sosiologi. Etnografi Komunikasi dapat membantu menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi dengan analisis linguistik, interaksi, dan komunikasi di dalamnya. Kemudian, menurut Littlejohn & Foss (2009, h.356), beberapa asumsi mengenai Teori Etnografi Komunikasi :

1. Komunikasi dapat dijelaskan dalam sistem aturan. Anggota sebuah masyarakat membuat pilihan komunikasi di luar tata bahasa. Pilihan-pilihan tersebut dibuat berdasarkan konteks sosial budaya mereka masing-masing.
2. Orang kerap menggunakan simbol dan konfigurasi simbol-simbol tersebut bersarang di struktur kehidupan sosial budaya.
3. Komunikasi merupakan suatu hal yang terpolo. Komunikasi manusia bersifat terstruktur meskipun kepribadian seorang pelaku komunikasi dapat mempengaruhi pilihan komunikasi.
4. Komunikasi merupakan suatu hal yang khas. Dalam konteks sosial budaya, sumber komunikasi, bagaimana komunikasi dilakukan dan dinilai selalu berbeda.
5. Komunikasi merupakan konsekuensi sosial. Pelaku komunikasi adalah orang yang menanggung konsekuensi pelanggaran terhadap struktur normatif yang ditentukan oleh masyarakat di mana ia tinggal.
6. Komunikasi merupakan hal yang strategis, dan komunikator dapat

menggunakan kode verbal atau pun non verbal untuk mencapai hasil yang diinginkan dirinya atau pun kelompok.

7. Komunikasi tidak selalu ditentukan oleh budaya atau pun kelompok masyarakat.

Hymes dalam Kuswarno (2019, h.14) menyebutkan ruang lingkup kajian Etnografi Komunikasi, yakni :

1. Pola dan fungsi komunikasi
2. Hakikat dan definisi masyarakat tutur
3. Cara-cara berkomunikasi
4. Komponen-komponen kompetensi komunikatif
5. Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial
6. Semesta dan ketidaksamaan linguistik

Kuswarno (2019, h.37) menjelaskan tahapan penelitian dalam etnografi komunikasi, yang diantaranya adalah seorang peneliti harus mengidentifikasi terlebih dahulu peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi secara berulang, dan setelahnya menginventarisir komponen komunikasi yang membangun peristiwa berulang tersebut, baru kemudian menemukan hubungan antarkomponen komunikasi yang membangun peristiwa komunikasi (*communication patterning*).

Kemudian Kuswarno (2019, h.38-46) kembali menyebutkan istilah-istilah yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian Etnografi Komunikasi, yang diantaranya adalah :

1. Masyarakat Tutur

Dalam etnografi, masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat komunikatif tertentu. Justru, kaidah untuk berbicara bisa berbeda untuk tiap kelompok sosial. Hymes menjelaskan bahwa masyarakat tutur memiliki satu variasi linguistik.

2. Aktivitas Komunikasi

Menemukan aktivitas komunikasi berarti juga mengidentifikasi peristiwa/proses komunikasi. Proses komunikasi di dalam Etnografi Komunikasi merupakan proses yang khas yang bisa dibedakan dari proses komunikasi dalam konteks komunikasi lain, aktivitas komunikasi yang khas ini mengandung peristiwa-peristiwa khas yang berulang, di mana kekhasan ini dipengaruhi oleh aspek sosiokultural partisipan komunikasi. Untuk menganalisis aktivitas komunikasi, seorang peneliti harus bisa memahami unit-unit diskrit aktivitas komunikasi, yakni : konteks terjadinya komunikasi, peristiwa komunikatif, serta tindak komunikatif.

3. Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi menurut perspektif Etnografi Komunikasi di antaranya adalah : genre, topik, tujuan dan fungsi, *setting*, partisipan, bentuk pesan, isi pesan, urutan tindakan, kaidah interaksi, dan norma-norma interpretasi.

4. Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi ini adalah tindakan komunikatif seseorang

sebagai bagian dari sebuah masyarakat tutur yang lahir dari integrasi keterampilan linguistik, interaksi, serta kebudayaan. Kemahiran seseorang dalam menguasai satu jenis keterampilan tersebut akan mempengaruhi perilaku komunikasi yang ditampilkan oleh sang komunikator.

5. Varietas Bahasa

Dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan cara-cara berbicara yang dipakai oleh anggota masyarakat tutur. Varietas tersebut melingkupi varietas dialek dan faktor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari variasi bahasa yang ada.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Etnografi Komunikasi berusaha mempelajari pola-pola perilaku komunikasi sebuah masyarakat dalam suatu etnologi tertentu, untuk itu penelitian ini menggunakan teori Etnografi Komunikasi agar dapat memahami pola-pola komunikasi etnis Tionghoa, serta peristiwa dan tindakan khas dalam ritual perayaan Cap Go Meh agar nantinya peneliti dapat menyimpulkan hubungan komponen-komponen tersebut.

2.2.2 Teori Interaksionisme Simbolik

Penelitian ini menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik untuk mengkaji fenomena yang terjadi pada ritual perayaan Cap Go Meh di Tegal, dan diharapkan teori ini dapat membantu penelitian dalam memahami simbol-simbol dan makna dalam ritual perayaan

Cap Go Meh. Teori Interaksionisme Simbolik merupakan teori yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk makna melalui interaksi yang dimilikinya dengan lingkungannya, dan teori ini erat hubungannya dengan simbol-simbol, baik verbal mau pun nonverbal. Teori Interaksionisme Simbolik pertama kali dirumuskan oleh George Herbert Mead, dan dikembangkan serta dipopulerkan oleh Herbert Blumer.

Teori Interaksi Simbolik didasarkan pada ide-ide tentang diri seseorang dan hubungannya dengan masyarakat. Menurut LaRossa dan Reitzes dalam West & Turner (2018, h.71), tiga asumsi yang mendingkat teori Interaksionisme Simbolik di antaranya adalah :

1. Individu membangun makna melalui proses komunikasi.
2. Konsep diri adalah motivasi untuk berperilaku.
3. Ada hubungan unik antara individu dan masyarakat

Teori Interaksi Simbolik menyatakan bahwa individu membangun makna melalui proses komunikasi, karena makna tidak intrinsik untuk suatu hal atau ide. Dibutuhkan orang-orang untuk menciptakan makna. Tujuan interaksi adalah untuk menciptakan makna bersama. Menurut Blumer (2009, h.2), ada tiga premis berdasarkan analisis dari asumsi-asumsi Interaksionisme Simbolik, yakni :

1. Manusia akan bertindak terhadap suatu hal sesuai makna yang ia miliki tentang hal tersebut. Misalnya pada kategori manusia, bagaimana orang tersebut bertindak terhadap sosok ibu, atau

terhadap sosok rekan kerja. Kategori institusi misalnya terhadap sekolah atau tempat bekerja, kemudian kategori situasi atau kegiatan seperti misalnya perintah atau permintaan orang lain.

2. Makna dari hal-hal tersebut berasal dari interaksi sosial yang dimiliki dengan hal tersebut.
3. Makna-makna ini ditangani, dan dimodifikasi melalui suatu proses interpretatif yang digunakan oleh orang tersebut dalam berurusan dengan hal-hal yang ia temui.

Interaksionisme Simbolik melihat makna sebagai produk sosial, sebagai ciptaan yang terbentuk di dalam dan melalui aktivitas-aktivitas manusia yang menentukan ketika mereka berinteraksi. Sudut pandang ini memberikan Interaksionisme Simbolik posisi yang sangat khas, dengan implikasi mendalam. Menurut Blumer (2009, h.6-15), Interaksionisme Simbolik didasarkan pada sejumlah ide dasar, atau "*root image*". Gambaran akar ini merujuk dan menggambarkan sifat dari hal-hal seperti kelompok atau masyarakat manusia, interaksi sosial, objek, manusia sebagai aktor, tindakan manusia, dan interkoneksi dari garis tindakan. Secara bersama-sama, gambar-gambar akar ini mewakili cara Interaksionisme Simbolik memandang masyarakat dan perilaku manusia. Mereka merupakan kerangka studi dan analisis. Ide dasar / gambar akar yang dimaksud yakni :

1. Sifat Masyarakat Manusia atau Kehidupan Kelompok Manusia.

Manusia selalu terlibat dalam sebuah aksi / tindakan. Tindakan

tersebut terdiri dari berbagai kegiatan yang dilakukan dengan orang lain atau pun situasi tertentu, dan hal ini dapat dilakukan seorang individu baik secara sendiri-sendiri atau pun kolektif. Sehingga pada dasarnya, kelompok atau masyarakat manusia selalu ada di dalam aksi dan tindakan. Gambaran ini harus dijadikan titik awal untuk menganalisis masyarakat tersebut secara empiris.

2. Sifat Interaksi Sosial

Kehidupan kelompok tentu mengandaikan interaksi antara anggota kelompok; atau, dengan kata lain, masyarakat terdiri dari individu-individu yang saling berinteraksi. Kegiatan anggota terjadi terutama dalam menanggapi satu sama lain atau dalam hubungan satu sama lain.

3. Sifat Benda

Posisi interaksionisme simbolik adalah bahwa "dunia" yang ada untuk manusia dan untuk kelompok mereka terdiri dari "objek" dan bahwa objek ini adalah produk dari interaksi simbolik. Objek adalah segala sesuatu yang dapat diindikasikan, segala sesuatu yang diarahkan atau dirujuk. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori, yakni objek fisik, sosial, serta abstrak.

4. Manusia Sebagai Organisme yang Bertindak

Interaksionisme Simbolik mengakui bahwa manusia harus memiliki tata rias yang sesuai dengan sifat interaksi sosial. Manusia

dipandang sebagai organisme yang tidak hanya merespons orang lain pada tingkat non-simbolis tetapi sebagai organisme yang membuat indikasi kepada orang lain dan menafsirkan indikasi mereka.

5. Sifat dari Aksi Manusia

Manusia menghadapi situasi di mana ia dipanggil untuk bertindak, memastikan makna tindakan orang lain, dan memetakan garis tindakannya sendiri dalam terang interpretasi tersebut. Manusia harus membangun dan membimbing tindakannya dan bukan hanya melepaskannya sebagai respons terhadap faktor-faktor yang terjadi pada diri atau beroperasi melalui manusia tersebut.

Menurut Mead dalam West & Turner (2018, h.76), ada tiga elemen penting dalam teori Interaksionisme Simbolik, yaitu *mind*, *self*, dan *society*.

1. *Mind* (Pikiran)

Pikiran adalah salah satu kemampuan manusia untuk menggunakan simbol-simbol dengan makna yang sama, untuk itu manusia harus dapat mengembangkan pikirannya melalui interaksi dengan orang lain. Seseorang juga dapat mengatur makna tertentu melalui pemikirannya. Menurut Mead dalam West & Turner (2018, h.77), salah satu kegiatan paling kritis yang dilakukan orang melalui pemikiran adalah mengambil peran, atau kemampuan untuk menempatkan diri secara simbolis dalam diri yang dibayangkan

oleh orang lain.

2. *Self* (Diri)

Diri merupakan kemampuan seseorang untuk merefleksikan dirinya melalui sudut pandang orang lain. Konsep diri yang diciptakan oleh Charles Cooley kembali ditegaskan, yaitu mengenai *looking-glass self*, yang berarti seseorang dapat mengembangkan dirinya melalui pengambilan peran khusus, yaitu ketika orang tersebut membayangkan bagaimana orang lain melihat dirinya. Sehingga dapat dikatakan seseorang mempelajari mengenai dirinya sendiri melalui pandangan dan pemberian label dari orang lain.

3. *Society* (Masyarakat)

Masyarakat merupakan jaringan sosial yang dibentuk manusia dan bersifat dinamis, dan hal ini memungkinkan terjadinya interaksi. Seseorang akan terlibat di dalam masyarakat karena pilihan dari tindakan mereka. Oleh karena itu, masyarakat menampilkan sekumpulan tindakan yang saling terkait dan membuat setiap orang menyesuaikan diri. Masyarakat ada sebelum individu, namun juga diciptakan oleh individu yang bertindak dengan individu lain.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia selalu berinteraksi dengan lingkungannya, dan interaksi ini saling dipengaruhi dan mempengaruhi pikiran, diri, serta masyarakat. Kemudian tindakan manusia terhadap sesuatu seluruhnya berhubungan dan dipengaruhi oleh makna yang dibentuk dari interaksi

yang dimilikinya dengan suatu hal tersebut.

Penelitian ini mengangkat mengenai pemaknaan ritual perayaan Cap Go Meh, yang di dalamnya banyak simbol-simbol dan melibatkan interaksi antara penyelenggara ritual (Klenteng Tek Hay Kiong), dengan audiens yang mengikuti ritual perayaan, baik audiens dengan latar belakang budaya yang sama atau pun yang berbeda. Dengan menggunakan teori Interaksionisme Simbolik, penelitian ingin memahami makna-makna dan bagaimana etnis Tionghoa memahami ritual perayaan Cap Go Meh.

2.2.3 Budaya

Budaya seringkali dianggap sebagai inti dari komunikasi antarbudaya. Terkadang manusia sulit untuk mengidentifikasi latar belakang kebudayaannya sampai akhirnya bertemu dengan orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda. Menurut Nakayama dan Martin (2014, h.32), budaya adalah pola-pola persepsi, nilai-nilai, dan perilaku yang dipelajari, yang dibagikan oleh sekelompok orang yang dinamis dan heterogen. Budaya juga melibatkan emosi dan perasaan seseorang. Menurut Nakayama dan Martin (2014, h.32-37), pemaparan mengenai definisi budaya adalah demikian :

1. Budaya adalah sesuatu yang dipelajari.

Seseorang yang baru saja memasuki lingkungan baru akan mempelajari apa yang menjadi kebiasaan di lingkungan tersebut.

Budaya akan dipelajari oleh seseorang, seperti misalnya seseorang

yang mempelajari mengenai gendernya sendiri, seorang anak laki-laki mengimitasi bagaimana kelakuan seorang laki-laki lain, atau anak perempuan yang mempelajari bagaimana bertingkah laku dan berbicara seperti ibunya atau perempuan dewasa lain.

2. Budaya melibatkan persepsi dan nilai.

Sebuah kelompok budaya akan saling berbagi persepsi dan sudut pandang mereka terhadap dunia. Proses persepsi terdiri dari tiga fase, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pengalaman budaya setiap orang mempengaruhi setiap fase tersebut, yang pada akhirnya menentukan bagaimana seseorang memahami dunia dan bagaimana responnya terhadap orang, tempat, dan hal-hal di dalamnya.

3. Budaya melibatkan perasaan.

Ketika seseorang berada di dalam lingkungan yang memiliki budaya serupa dengannya, seseorang tersebut akan merasakan keakraban, dan tingkat kenyamanan tertentu dalam ruang, perilaku, dan tindakan orang lain, yang dapat dicirikan sebagai etnosentrisme yang terkandung. Aspek budaya ini memiliki implikasi untuk memahami adaptasi terhadap norma dan ruang budaya lain.

4. Budaya adalah sesuatu yang dibagikan

Pola persepsi dan kepercayaan budaya ini dikembangkan melalui interaksi dengan berbagai kelompok individu. Budaya menjadi pengalaman kelompok karena dibagikan kepada orang-orang yang mengalami dan tinggal di lingkungan sosial yang sama.

5. Budaya adalah sesuatu yang diekspresikan sebagai tingkah laku.

Merupakan sesuatu yang penting untuk memahami bahwa setiap manusia berada di berbagai kelompok budaya yang berbeda yang pada akhirnya kelompok-kelompok tersebut akan menentukan persepsi, kepercayaan, dan tingkah laku seseorang.

6. Budaya adalah sesuatu yang dinamis dan heterogen.

Aspek penting dari budaya adalah fakta bahwa budaya bersifat sangat dinamis, dapat berubah, bahkan terkadang bisa menjadi sumber konflik antar kelompok yang berbeda. Dengan memahami mengenai budaya yang heterogen dan dinamis, seorang peneliti dapat paham mengenai kompleksnya sebuah budaya, dan menjadi lebih sensitif terhadap orang-orang yang hidup dengan budaya tersebut.

Menurut Samovar (2015, h.12-13), ada beberapa aspek penting untuk memahami komunikasi antarbudaya, dan salah satunya adalah persepsi. Persepsi adalah aspek kritis dari komunikasi antarbudaya, karena orang dari budaya yang berbeda sering memandang dunia secara berbeda. Ada tiga hal yang mempengaruhi persepsi, yakni keyakinan, nilai, serta sikap. Keyakinan dapat didefinisikan sebagai gagasan subjektif yang dimiliki secara individu tentang sifat suatu objek atau peristiwa. Nilai-nilai mewakili hal-hal yang dianggap penting dalam kehidupan, seperti moralitas, etika, dan estetika. Keyakinan dan nilai-nilai mendorong seseorang untuk memegang

sikap tertentu, yang merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk bertindak atau merespon dengan cara tertentu terhadap peristiwa, benda, orang, atau orientasi. Kemudian, konsep *worldview* adalah salah satu elemen terpenting dari atribut persepsi yang mempengaruhi komunikasi antar budaya. *Worldview* adalah apa yang membentuk orientasi individu terhadap konsep filosofis seperti Tuhan, alam semesta, alam, dan sejenisnya.

Kebudayaan terdiri dari nilai-nilai kepercayaan dan persepsi abstrak tentang jagat raya yang berada di balik perilaku manusia, dan yang tercermin dalam perilaku. Semua itu adalah milik bersama para anggota masyarakat, dan apabila orang berbuat sesuai dengan itu, maka perilaku mereka dianggap dapat diterima dalam masyarakat. Kebudayaan dipelajari melalui sarana bahasa, bukan diwariskan secara biologis, dan unsur-unsur kebudayaan berfungsi sebagai suatu keseluruhan yang terpadu (Havilland, W., 2010, h.330).

Konsep kebudayaan sendiri pertama kali dikembangkan oleh para ahli antropologi menjelang akhir abad ke-19. Definisi pertama yang sungguh jelas berasal dari Sir Edward Burnett Tylor, yaitu budaya adalah kompleks keseluruhan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, kebiasaan, dan lainnya yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat (Havilland, W., 2010, h.332). Menurut Havilland (2010, h.333) juga, karakteristik budaya adalah sebagai berikut :

1. Kebudayaan adalah milik bersama. Masyarakat adalah kelompok manusia yang mendiami tempat tertentu, yang demi kelangsungan hidupnya saling tergantung pada orang yang lain dapat dilihat dalam sistem ekonomi dan dalam hubungan keluarga, selain itu anggota masyarakat saling terikat oleh kesadaran identitas kelompok. Menurut Havilland (2010, h.334), tidak mungkin ada kebudayaan jika tidak ada masyarakat.
2. Kebudayaan adalah hasil belajar. Semua kebudayaan adalah hasil belajar dan bukan warisan biologis. Seseorang mempelajari kebudayaan dengan menjadi besar di dalamnya. Ralph Linton menyebut kebudayaan sebagai warisan sosial umat manusia, dan proses penerusan kebudayaan generasi ke generasi lain disebut dengan enkulturasi.

2.2.4 Etnis Tionghoa

Masuknya budaya Tionghoa di Indonesia diawali karena Nusantara merupakan pulau yang memiliki letak geografis yang strategis dalam jalur perdagangan dunia, dan hal ini membuat Indonesia memiliki posisi penting untuk Tiongkok. Saat itu Nusantara disebut Huang Tse oleh masyarakat Tiongkok, dan hubungan masyarakat Tiongkok dengan Jawa telah terjalin sejak 131 SM. Kemudian menurut Setiono, B., (2003, h.18), pelayaran Tiongkok sangat dipengaruhi dengan arah angin dan sebagainya, sehingga hal ini menyebabkan Tiongkok harus menetap selama kurang lebih enam bulan untuk menunggu arah mata

angin berbalik. Dalam waktu enam bulan tersebut, terjadi interaksi antara pendatang dari Tiongkok dengan penduduk lokal, dan tidak menutup kemungkinan akhirnya banyak orang Tiongkok yang menikah dengan penduduk lokal Indonesia.

Sejak abad ke-17 juga terjadi puncak migrasi etnis Tionghoa ke Pulau Jawa. Menurut Beng (2015, h.327), migrasi masyarakat Tiongkok mayoritasnya berasal dari tiga provinsi, yakni Minnan (orang Hokkian), Fujian Utara (orang Hokciu), dan Fujian Tengah (orang Hinghua), yang sekarang dikenal sebagai orang Hokkian yang rata-rata menetap di daerah Jawa atau Medan, orang Tiociu yang mayoritasnya berasal dari Pontianak, dan orang Khe yang rata-rata berasal dari Medan, Bangka, dan Pontianak.

2.2.5 Budaya Tionghoa

Budaya Tionghoa merupakan budaya yang paling kompleks dan sudah tersebar ke berbagai penjuru dunia seiring dengan banyaknya orang China yang memilih untuk bermigrasi ke luar negeri. Budaya Tionghoa mencerminkan nilai luhur, kebiasaan dan bakti kepada leluhur. Masyarakat Tionghoa di Indonesia sendiri tersebar sangat luas, dan telah hidup di Indonesia sejak ribuan tahun lalu. Masyarakat Tionghoa hidup dengan mempertahankan budaya mereka di Indonesia, dan hal ini diperlihatkan melalui banyaknya perayaan budaya Tionghoa, baik dalam bentuk festival, atau yang lainnya. Dikutip dari Info Tionghoa, festival sering dianggap sebagai cara memamerkan kekayaan

budaya. Namun dibalik kemewahannya, ada tanggung jawab untuk mewariskan tradisi ini (Info Tionghoa, 2014, para.2-3). Menurut Lan, N. (1961, h.138), beberapa hari raya Tionghoa yang dirayakan di Indonesia :

1. Tahun Baru Imlek

Orang Tionghoa percaya bahwa perayaan Imlek dimulai dengan perjalanan Dewa Dapur ke langit. Dewa Dapur adalah Dewa yang memperhatikan seluruh tindakan manusia di rumah-rumah yang Ia tempati, dan seluruh tindakan manusia akan dilaporkan kepada Tuhan. Naiknya Dewa Dapur dihantar dengan membakar batang dupa dan mempersembahkan sesajian dan menyalakan kembang api. Pada zaman dulu, orang Tionghoa percaya, agar laporan Dewa Dapur berisikan laporan yang baik, maka orang Tionghoa pada masa itu akan mengoleskan madu di bibir patung Dewa Dapur, serta mempersembahkan kue manis yang sekarang ini disebut sebagai kue keranjang. (Lan, N., 1961, h. 142). Dikutip dari Info Tionghoa, awalnya Imlek merupakan hari raya yang berkaitan dengan pergantian musim, yakni dari musim dingin ke musim semi. Karena musim semi dihitung sebagai musim pertama dari empat musim yang ada, maka berdasarkan penanggalan Imlek, hari pertama mulainya musim semi merupakan hari pertama penanggalan tahunan (Info Tionghoa, 2012, para.3). Selain itu persiapan menjelang Imlek dimulai dari beberapa hari

sebelum, dan biasanya selalu diawali dengan sembahyang, dan keluarga berdatangan dari luar kota.

2. Cap Go Meh

Pada hari ke-15 setelah Tahun Baru Imlek, Cap Go Meh dirayakan sebagai penutupan dari rangkaian Tahun Baru China. Dikutip dari tirto.id, dalam bahasa Tio Ciu, “Cap Go” berarti lima belas, sedangkan “Meh” berarti malam, yang artinya Cap Go Meh berarti malam ke lima belas. Beberapa daerah yang terkenal karena perayaan Cap Go Meh yang paling meriah adalah Singkawang, Pontianak, Medan, dan sebagainya. Umumnya yang ada dalam Festival Cap Go Meh ini adalah disajikannya pertunjukan tarian Barongsai, naga (liong), pesta kembang api, pergelaran alat musik tradisional China, dan sebagainya. Festival Cap Go Meh ini juga melakukan upacara kirab atau turun ke jalan raya dengan menggotong Toa pe kong yang berisikan patung para Dewa. Bahkan, di beberapa kota, seperti di daerah Jakarta dan di Manado, ada atraksi ‘lok thung’ atau ‘thang sin’ yang merupakan pertunjukan yang di dalamnya ada seseorang yang menjadi medium perantara, yang biasanya akan melakukan beberapa atraksi sayat lidah, memotong lengan/badannya dengan sabetan pedang dan sebagainya, dan dipercaya telah dirasuki roh Dewa Dewi untuk memberikan berkat bagi umat.

3. Cheng Beng

Cheng berarti bersih dan murni, Beng berarti terang, sehingga dapat diartikan ChengBeng adalah terang yang murni, dan pada hari itu orang Tionghoa akan berziarah ke makam leluhur dengan membawa dupa, lilin, kertas sembahyang, dan sesajian. Banyak kuburan Tionghoa dibuat menurut kepercayaan Hong Sui, yang berarti angin dan air, dan hal ini menentukan tempat dan letak makam yang akan dipilih seorang Sinshe. Kemudian sembahyang Cheng Beng biasanya dilakukan di rumah, sehingga pada masa ini banyak masyarakat keturunan Tionghoa yang pulang kampung saat hari Cheng Beng.

Kemudian, sebagaimana dijelaskan dalam Samovar, Potter, dkk. (2015, h. 12), orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda, akan memandang dunia secara berbeda, oleh karenanya seorang peneliti harus memahami elemen sosial budaya yang relevan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap makna yang dimiliki kelompok budaya tersebut. Elemen sosial budaya tersebut merupakan :

1. *Belief, Values, dan Attitude*

Kepercayaan (*belief*) adalah kemungkinan subjektif yang dipercayai manusia bahwa sebuah objek memiliki karakteristik tertentu, dan budaya memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kepercayaan seseorang. Contohnya kepercayaan etnis Tionghoa ketika ada kerabat yang baru meninggal, almarhumah sedang melakukan perjalanan dari dunia kehidupan

ke dunia akhirat. Kepercayaan ini kemudian dipakai manusia untuk dijadikan rujukan dalam mempersepsikan hal yang baik dan buruk, yakni nilai-nilai (*values*) yang diterapkan melalui kepercayaan tersebut. Etnis Tionghoa mempercayai bahwa orang yang baru meninggal sedang melakukan perjalanan menuju dunia akhirat, dan kerabat/keluarganya harus membantu almarhumah untuk dapat sampai ke dunia akhirat. Selanjutnya, melalui kepercayaan dan nilai, seorang individu akan mengembangkan sikap perilakunya (*attitude*) untuk merespon suatu objek / realitas secara konsisten. Etnis Tionghoa yang anggota keluarganya baru saja meninggal akan menyediakan makanan yang dibuka terlebih dahulu untuk dimakan di rumah duka, seperti kacang kulit, kuaci, buah jeruk, buah lengkeng, dan sebagainya. Hal ini mengibaratkan bahwa semua orang yang datang ke rumah duka membantu membukakan jalan untuk almarhumah dalam mencapai dunia akhirat.

2. *World View*

Pandangan dunia merupakan orientasi suatu budaya terhadap hal-hal seperti Tuhan, kemanusiaan, alam semesta, dan sebagainya. Salah satu kategori pandangan dunia adalah agama, orang dengan kepercayaan agama yang kuat akan mendorong dirinya untuk berlaku lebih berhati-hati. Menurut Suhartono, melalui wawancara langsung, etnis Tionghoa memiliki orientasi religi bersifat sinkretik, yaitu aliran/paham yang memadukan berbagai paham

untuk mencapai sebuah keserasian, keseimbangan, dan sebagainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam sistem religinya, etnis Tionghoa mencampurkan berbagai keyakinan yang menyatukan Taoisme, Konfucionisme, dan Buddhaisme. Ketiga religi tersebut sebenarnya juga bercampur dengan religi tradisional etnis Tionghoa, yakni yang meyakini adanya banyak Dewa, sebagaimana tercermin dalam patung-patung yang disembah di klenteng. Oleh karena itu, di dalam klenteng, sinkretisme akan terlihat dalam sejumlah patung sembah, patung Lao Tze (pencipta Taoisme), patung Buddha, dan sejumlah patung Dewa lain yang dipuja. Ketika Soeharto berkuasa dan menentukan hanya ada lima agama yang diakui oleh negara, maka muncul persoalan pada eksistensial religi orang-orang Tionghoa, yang kemudian memilih untuk memeluk agama Buddha, dan hal tersebut sebenarnya masih sangat dekat dengan sinkretisme mereka. Maka pada zaman Orde Baru, klenteng berubah nama menjadi Vihara, dan pada zaman itu, etnis Tionghoa yang takut untuk memeluk agama Buddha (karena kaitannya masih erat dengan Etnis Tionghoa), maka memilih untuk memeluk agama Katolik, karena agama Katolik dianggap tidak meniadakan keyakinan tradisional mereka (misalnya kebiasaan sembahyang masih diperbolehkan). Hal ini karena agama Katolik menganut kebijakan inkulturasi budaya, di mana pun agama katolik berkembang, maka agama

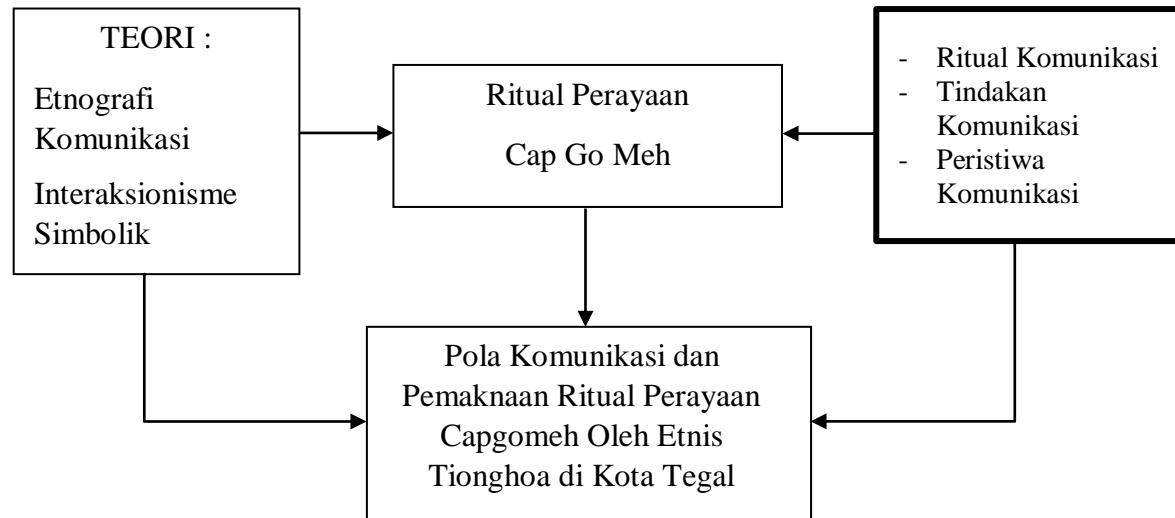
Katolik harus mampu untuk bersatu dengan budaya setempat (R. Suhartono, *personal communication*, 25 Maret 2020).

3. *Social Organization*

Porter & Samovar (1993, h.31) menjelaskan bahwa *social organization* mengacu pada cara suatu kelompok budaya mengorganisasikan diri dan lembaga-lembaganya mempengaruhi anggota-anggota budaya dalam berkomunikasi dan mempersepsi budaya. Contohnya keluarga yang merupakan organisasi pertama seorang individu memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk seorang individu. Keluarga turut membimbing individu dalam memperoleh adat istiadat yang dipercayai.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber : Olahan Penelitian