

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Etnis Tionghoa merupakan salah satu etnis yang memegang peran penting dalam pembentukan keberagaman di Indonesia. Hal tersebut memperkaya pengetahuan dan rasa toleransi antar bangsa. Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan tahun 2010, jumlah keturunan Tionghoa di Indonesia mencapai 2,83 juta jiwa dengan DKI Jakarta menempati posisi pertama dengan jumlah penduduk sebanyak 632.372 jiwa dan disusul dengan Kalimantan Barat dengan jumlah penduduk sebanyak 358.451 jiwa (“Berapa Jumlah Populasi,” 2016, April 20). Etnis Tionghoa memiliki berbagai budaya yang dijalankan pada penanggalan tertentu, salah satunya adalah tradisi makan besar.

Tradisi makan besar ini telah menjadi warisan turun temurun etnis Tionghoa. Terdapat empat perayaan festival penting setiap tahunnya untuk melaksanakan budaya makan besar pergantian musim dalam etnis Tionghoa, yaitu Festival Musim Semi (Imlek), Festival Peh Cun, Festival Pertengahan Musim Gugur (Festival Kue Bulan), dan Festival Dongzhi. Dalam pelaksanaan makan besar tersebut, terdapat beberapa prosesi dan aturan yang harus diikuti sesuai dengan perayaan yang dijalani. Sayangnya, hal tersebut jarang atau bahkan tidak dilakukan karena pengetahuan tersebut kerap kali hanya diketahui oleh orang yang dituakan dan dianggap sebagai teladan, tidak ada panduan pasti pelaksanaan prosesi, dan hanya memanfaatkan informasi mulut ke mulut.

Pernyataan di atas didukung melalui wawancara pra-riset yang dilakukan penulis terhadap salah satu narasumber penggiat budaya etnis Tionghoa yang rutin menjalankan budaya makan besar. Beliau menginformasikan bahwa tata cara tepat yang dilakukan hanya dapat diketahui melalui orang tua yang tentunya sifatnya turun temurun dan tidak ada buku atau media lain yang memberikan informasi terkait hal tersebut (Djung, komunikasi pribadi, 24 November 2021). Dengan

demikian, tradisi makan besar yang seharusnya memiliki makna kuat hanya dianggap sebagai perayaan kumpul keluarga biasa. Menurut Candra Yap, seorang Sekretaris Jenderal Perhimpunan INTI (Indonesia Tionghoa), ketidakterediaan panduan juga dapat berdampak pada penyimpangan penyaluran informasi secara turun temurun kepada generasi selanjutnya yang berujung pada kepunahan orisinalitas kebudayaan makan besar etnis tionghoa (wawancara pribadi, 9 september, 2022).

Suatu kebudayaan tidak dilakukan secara sembarangan, namun terdapat makna yang melatar belakangi perayaan tersebut yang harus ditekuni, dipelajari, dan dilanjutkan seseorang sebagai cerminan kelompok suatu masyarakat (Nurmansyah, Rodliyah, & Hapsari, 2013, hlm.75). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang remaja tingkat akhir usia 17-25 tahun, 64 orang diantaranya tidak mengetahui dengan pasti tata cara untuk melaksanakan budaya makan besar, walaupun sudah mengetahui beberapa perayaan atau festival etnis Tionghoa. Hal ini didukung dengan pernyataan responden yang variatif tentang makan besar etnis Tionghoa. Di antaranya mengatakan bahwa ketidaktahuan ini didasari kurangnya informasi budaya, seluruh perayaan disiapkan oleh orang tua, dan mereka tidak ikut campur tangan pada persiapannya, serta kebanyakan hanya menganggap makan keluarga besar menjadi rutinitas. Menurut Ir. Azmi Abubakar, seorang pendiri Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, apabila hal tersebut dibiarkan, rutinitas yang dilaksanakan tanpa mengetahui makna sebenarnya akan perlahan-lahan ditinggalkan, sehingga berdampak pada krisis identitas generasi muda etnis Tionghoa itu sendiri (wawancara pribadi, 14 September, 2022).

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, solusi yang diajukan oleh penulis adalah perancangan media informasi kebudayaan makan besar etnis Tionghoa. Dalam Sunarya & Anisha (2018), media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan dan informasi merupakan suatu data yang memiliki kegunaan dan makna, sehingga media informasi adalah sarana untuk memberikan sebuah data atau informasi yang tepat dan berguna bagi yang menerima. Pemilihan perancangan media informasi mempertimbangkan efektifitas penyampaian pesan yang

melingkupi sejarah, makna, tanggal perayaan, tata cara, alat, dan makanan yang diperlukan dalam menjalankan kebudayaan makan besar. Dengan demikian diharapkan penyampaian pesan tersebut dapat tersalurkan dengan baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penyaluran informasi secara turun temurun dan tidak terdapat acuan khusus menyebabkan penurunan tingkat orisinalitas informasi yang berdampak pada pergeseran pemahaman yang diterima oleh generasi muda. Berdasarkan topik permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang, rumusan masalah yang dapat diangkat yaitu bagaimana perancangan media informasi yang tepat untuk menyampaikan kebudayaan makan besar etnis Tionghoa?

## **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian dengan fokus target yang akan dituju diperlukan untuk membatasi variabel dalam proses perancangan karya. Target yang dituju sebagai berikut:

1) Penelitian yang dilakukan berfokus pada perancangan media informasi guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat khususnya generasi muda etnis tionghoa mengenai kebudayaan makan besar etnis Tionghoa. Media informasi yang dimaksud mencakup sejarah, makna, tanggal perayaan, tata cara, alat, dan makanan yang diperlukan dalam menjalankan kebudayaan makan besar.

2) Target Audiens

a) Demografis

(1) Jenis Kelamin

Target media informasi ini merupakan laki-laki dan perempuan. Kedua target tersebut dipilih karena informasi mengenai makan besar etnis tionghoa diperuntukkan bagi seluruh masyarakat umum. Baik perempuan maupun laki-laki dapat mempelajari dan melaksanakan budaya tersebut.

## (2) Usia

17 – 25 Tahun (Masa Remaja Akhir)

Menurut Syukur (2008:27), generasi muda merupakan sosok yang bersemangat, kreatif, dan penuh semangat dalam menciptakan pembaharuan. Hal ini berarti bahwa generasi muda merupakan remaja bibit yang berani menyongsong pembangunan bangsa di masa yang akan datang. Pada rentang usia tersebut, remaja berada di fase pencarian jati diri dan mulai bereksplorasi terhadap dunia luar. Hal ini menimbulkan efek positif dan negatif. Dari sisi positif telah di paparkan diatas, namun untuk sisi negatifnya, mereka cenderung mudah terpengaruh dengan budaya luar atau gaya hidup modern. Dilansir dari Kumparan.com, globalisasi dan tingkat ketertarikan remaja terhadap budaya-budaya asing memang dapat membuka pikiran mereka dengan hal baru, namun apabila ketertarikan tersebut melebihi ketertarikan mereka terhadap budaya sendiri dapat mengakibatkan permasalahan yang berujung kepunahan budaya. Selain itu, hal tersebut dapat menyebabkan kesadaran mereka terhadap pentingnya menjalankan budaya etnis sendiri menjadi luntur.

## (3) Etnis

Target media informasi ini berfokus pada masyarakat etnis Tionghoa. Hal tersebut mempertimbangkan kebudayaan makan besar yang dibahas berfokus pada etnis Tionghoa.

#### (5) Pendidikan Terakhir

Media informasi yang akan dirancang berfokus pada masyarakat dengan Pendidikan minimal Sekolah Menengah Atas (SMA) dimana manusia sudah masuk ke dalam kategori remaja tingkat akhir. Menurut Fitri (2021), masa tersebut merupakan periode dimana manusia bergerak menuju kedewasaan yang ditandai dengan kematangan pada fungsi-fungsi intelek dan aktif dalam mencari pengalaman baru.

#### (6) SES

Pemilihan SES berfokus pada SES B (menengah ke atas) sebagai target primer. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa media informasi tersebut dapat menjangkau khalayak masyarakat lebih luas dari berbagai lingkup ekonomi.

#### b) Geografis

Perancangan media informasi berfokus pada target masyarakat Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan tahun 2010, jumlah keturunan Tionghoa di Indonesia mencapai 2,83 juta jiwa, berfokus pada area DKI Jakarta menempati posisi pertama dengan jumlah penduduk sebanyak 632.372 jiwa. Dilansir dari National Geographic Indonesia, jumlah penduduk etnis tionghoa di Indonesia terus bertambah sebanyak 1,25 persen setiap tahunnya.

#### c) Psikografis

Generasi muda yang memiliki sifat rasa ingin tahu yang besar, pernah melaksanakan budaya makan besar, peduli terhadap keluarga, dan tertarik akan kelestarian budaya etnis Tionghoa.

Pemaparan kepedulian terhadap keluarga berfokus pada rasa ingin mempertahankan kebersamaan. Dalam budaya

etnis tionghoa, makan besar merupakan salah satu bentuk pemersatu dan mempertahankan kebersamaan keluarga, baik keluarga inti maupun keluarga besar. Dengan kepedulian tersebut, tentunya diharapkan target psikografis Penulis tertarik dalam mempelajari lebih mendalam mengenai makan besar etnis Tionghoa, sehingga dapat mempertahankan kebersamaan dan sekaligus melestarikan budaya makan besar etnis Tionghoa.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang sebuah media informasi yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya generasi muda etnis Tionghoa tentang kebudayaan makan besar pergantian musim.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, Penulis melampirkan beberapa manfaat dalam perancangan media informasi budaya makan besar etnis tionghoa bagi remaja tingkat akhir usia 17-25 tahun.

##### **1) Manfaat bagi Penulis**

Melalui perancangan media informasi ini, Penulis dapat memahami dan memperdalam ilmu desain yang telah dipelajari sebelumnya. Selain itu, Penulis juga mengetahui lebih mendalam tentang budaya makan besar etnis Tionghoa dan menyajikannya dalam bentuk informasi yang sesuai dengan target audiens.

##### **2) Manfaat bagi Orang Lain**

Bagi orang lain, diharapkan media informasi kebudayaan makan besar etnis Tionghoa dapat meningkatkan pengetahuan dan edukasi masyarakat terhadap proses pelaksanaan makan besar yang tepat.

### 3) **Manfaat bagi Universitas**

Bagi Universitas Multimedia Nusantara, laporan perancangan media informasi ini berfungsi sebagai salah satu sumber pembelajaran dan referensi untuk topik serupa bagi mahasiswa/i di waktu mendatang.

