

## Ruang Silang Budaya

Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Apakah yang luput pada arsip budaya tertentu dari penggalian, penguraian dan rekonstruksi perspektif lain? Maka ilmu komunikasi mencoba memberikan warna dan atau realitas lain sebagai puzzle dengan perspektif lainnya. Gambaran puzzle dalam mengungkapkan realitas menghendaki saling betegur sapa, saling menginisiasi hingga saling berkolaborasi dalam pengembangan sebuah keilmuan. Saling melengkapi untuk mendekati gambaran keutuhan realitas merupakan perkembangan ilmu pengetahuan menuju kemaslahatan bagi umat manusia, sekaligus mengakhiri cara pandang dominasi keilmuan tunggal. Kebudayaan berhimpitan dengan ilmu komunikasi, karena ilmu ini juga bisa diamati sebagai sebuah kebudayaan. Ada integrasi ruang dan waktu yang teramat dan tidak teramat diantara kebudayaan dan ilmu komunikasi. Ilmu komunikasi dan kebudayaan lebih dari sekadar dua konsep yang tidak dapat dipisahkan tetapi keduanya dapat menjadi fakta yang bersamaan.

Buku yang hadir dihadapan anda dengan judul "Ruang Silang Budaya Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi" adalah bagian dari upaya untuk melengkapi puzzle ilmu pengetahuan. Perspektif ilmu komunikasi terjun dalam ranah kebudayaan untuk melengkapi penggalian, pengungkapan bahkan pengonstruksian realitas bersama perspektif lain. Buku ini hadir dengan keunikannya tersendiri, ranah kebudayaan disingskap dengan apik oleh perspektif ilmu komunikasi.

Drs. AS Martadhani Noor M.Si  
Dekan FISIPOL, Universitas Widy Mataram



Tim Dosen Ilmu Komunikasi UWM

Ruang Silang Budaya Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi



## Ruang Silang Budaya

Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Bagus Aji Waskyto Sugiyanto,  
Nur Amala Saputri,  
Tommy Satriadi Nur Arifin,  
Dyaloka Puspita Ningrum,  
Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri,  
dan Latifa Zahra.





**Ruang Silang  
Budaya Dalam  
Pespektif Ilmu  
Komunikasi**

**Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.**

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.



# **Ruang Silang Budaya Dalam Pespektif Ilmu Komunikasi**

*Bagus Agy Waskyto Sugiyanto • Nur Amala Saputri  
Tommy Satriadi Nur Arifin • Dyaloka Puspita Ningrum  
Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri • Latifa Zahra.*

*Pengantar:*

*Dr. A S Martadani Noor & Dr. Fajar Junaedi M.Si*



# **Ruang Silang Budaya Dalam Pespektif Ilmu Komunikasi**

©Tim Penulis, 2020.

Penulis: Bagus Ajy Waskyto Sugiyanto, Nur Amala Saputri,  
Tommy Satriadi Nur Arifin, Dyaloka Puspita Ningrum,  
Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, Latifa Zahra.

Desain Sampul: Bayu Aribowo

Tata Letak: Amin Fadlillah

xiv + 92 hlm. ; 14 x 20 cm.

Cetakan pertama, April 2020

ISBN: 978-623-9213-04-6

Diterbitkan oleh:

**Penerbit Galuh Patria**

Jl. Kusuma II No. 479 GK IV Gendeng Baciro

Gondokusuman Yogyakarta

Email: [penerbitgaluhpatria@gmail.com](mailto:penerbitgaluhpatria@gmail.com)

HP: 082265550883/081809312005

Web: [galuhpatria.id](http://galuhpatria.id)

Bekerja sama dengan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Widya Mataram

Yogyakarta

# Kata Pengantar

*Dr. AS Martadani Noor*

Komunikasi dalam ragam mazhab<sup>7</sup> nyaseperti, positivistik, objektivis maupun humanistikatau subjektivis selalu menyentuh arisan kebudayaan. Mazhab positivistik yang menekankan komunikasi sebagai transmisi pesan atau informasi akan mengubah perilaku pelaku sebagai sasaran komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai proses linear kausalistik antara komunikator dengan komunikan. Berbeda dengan mazhab humanistikyang mem<sup>7</sup> bangun konsepsi bahwa, komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna sebagai representasi keyakinan bersama, pemeliharaan masyarakat bahkan kepentingan pada level individual. Oleh karena itu komunikasi juga sebagai interaksi dan transaksional simbolik antara komunikator dengan komunikan.

Arsiran kebudayaan dalam perspektif komunikasi pada mazhab positivistik maupun humanistik sama-sama memposisikan elemen kebudayaan seperti norma, bahasa, perilaku hingga peralatan sebagai pokok permasalahan. Meskipun, bagi positivistik pokok permasalahan itu berjalan dan mengubah dengan mekanistik, linear atau terstruktur antara komunikator dengan komunikan. Bahasa misalnya, sebagai isi dari pesan oleh komunikator akan berpengaruh terhadap komunikan. Peralatan komunikasi akan berpengaruh terhadap penerimaan komunikan. Berbeda dengan mazhab humanistik bahwa, pokok persoalan itu dalam dinamikanyaterletak pada sumber dari beragam pemaknaan yang dapat menjadi rangkaian, saling kait-mengait simbolik, perilaku komunikator dan komunikan dalam berbagai bentuk.

Kedua mazhab demikian dengan segala turunan perspektifnya masing-masing memberikan kegunaan dalam menggali, mengurai dan mengonstruksikan arsir-arsiran kebudayaan. Apa yang luput pada arsir kebudayaan tertentu dari penggalian, penguraian dan rekonstruksi perspektif lain, maka komunikasi memberikan warna dan atau realitas lain sebagai puzzle dengan perspektif lainnya. Gambaran puzzle dalam mengungkapkan realitas menghendaki saling bertegur sapa, saling menginisiasi hingga saling berkolaboratif dalam pengembangan keilmuan. Saling melengkapi untuk mendekati gambaran keutuhan realitas merupakan perkembangan ilmu pengetahuan menuju kemashalahatan bagi ummat manusia yang sekaligus mengakhiri cara pandang dominasi keilmuan tunggal. Apalagi dalam ragam faktabahwa kebudayaan berhimpitan dengankomunikasi, begitu juga komunikasi nyaris teramati sebagai kebudayaan. Ada ruang, waktu, teramati dan tidak teramati diantara kebudayaan dan komunikasi dalam fakta terintegrasi. Komunikasi dankebudayaan lebih darisekedar dua konsep yang tidak dapat dipisahkan tetapi keduanya dapat menjadi fakta bersamaan.

Buku yang hadir dihadapan Anda dengan judul “**Ruang Silang Budaya Dalam Pespektif Ilmu Komunikasi**” adalah bagian dari fakta untuk menuju puzzle ilmu pengetahuan. Perspektif komunikasi terjun dalam ranah kebudayaan untuk melengkapi penggalian, pengungkapan bahkan pengonstruksian realitas bersama perspektif lain. Buku ini hadir dengan keunikannya tersendiri, ranah kebudayaan disingkap dengan apik oleh perspektif komunikasi. Buku ini menghadirkan ragam ranah kebudayaan dengan kekhasan ritme alur pikir menghadirkan komunikator, pesan, instrumen hingga ragam dengan atau tanpa efek pada komunikan.

Akhirnya, pimpinan Fisipol UWM Yogyakarta sangat memberi apresiasi dan mengucapkan terimakasih atas ikhtiar para dosen muda penuh potensi ini menyelesaikan ragam tulisan dalam satu buku. Terus lah berkarya dengan kompetensi masing-masing sambil semakin membuka diri untuk berkolaborasi dengan disiplin keilmuan yang lain.

Selamat dan sukses !

Yogyakarta, 1 April 2020  
Dekan Fisipol UWM Yogyakarta



# Kata Pengantar

**Dr. Fajar Junaedi M.Si**

## **"Yogyakarta dalam Saling Silang Kajian Budaya dan Kelas Menengah"**

Angela McRobbie menuliskan pada bagian awal buku teksnya yang berjudul *The Uses of Cultural Studies: A Text Book* (2005) dengan memberikan analisis terhadap tiga kajian yang dilakukan oleh Stuart Hall. Kajian Stuart Hall adalah momen-momen televisi (pertengahan 1970-an), 'populisme otoriter' Thatcherisme (akhir 1980-an), dan multikulturalisme (2000).

Angela McRobbie memberikan penjelasan mengenai kajian yang dilakukan Stuart Hall. Pertama, ketika Stuart Hall memberikan perhatian pada media, khususnya televisi. Stuart

Hall memakai teori ideologi Althusser sebagai pisau analisis untuk memahami praktik komunikasi politik sehari-hari, khususnya hubungan antara media, negara dan politik. Kedua, Stuart Hall memberikan fokus perhatian kepada Thatcherisme pada akhir 1980-an, yang menunjukkan kebangkitan konservatisme di Inggris. Terakhir, Stuart Hall menekankan perhatian pada studi media sebagai kesatuan yang kompleks. Di tangan Stuart Hall, pemikiran Karl Marx, Louis Althusser dan Antonio Gramsci menjadi pisau analisis memahami studi media dan budaya.

David Walton dalam bukunya yang berjudul *Introducing Cultural Studies Learning through Practice* (2008) menyebutkan bahwa kajian tentang *cultural studies* di Inggris bisa dilacak dari Matthew Arnold. Matthew Arnold, yang pemikirannya masih menarik bagi kritik budaya meskipun telah tiada sejak 1888. Bukunya yang berjudul *Culture and Anarchy* (1869) telah memberi implikasi bagi diskusi tentang nilai kultural. Arnold memberikan penekanan pada apa sesungguhnya kultur itu, apa yang baik yang dapat dilakukannya dan mengapa kita memerlukannya. Kajian Arnold berkaitan dengan kultur di Inggris. Dalam pandangannya, kultur, pertama selalu berelasi dengan keingintahuan (*curiosity*). Selanjutnya keingintahuan ini berkaitan dengan studi tentang kesempurnaan. Kultur merupakan sesuatu yang manis dan bersinar yang membuat apa “yang terbaik yang dipikirkan dan diketahui dimanapun di dunia”.

Matthew Arnold menyebutkan bahawa pertengahan masyarakat industri di Inggris pada abad 19 telah meningkatkan dominasi faktor eksternal seperti obsesi pada materi serta persaingan yang tidak terkendali. Kultur ideal, menurut Matthew Arnold, adalah jalan untuk menolong kemanusiaan untuk mengembangkan cara keseimbangan yang lebih dimana kehidupan di dalam lebih mendapat perhatian nilai pentingnya. Menurutnya, kultur adalah tindakan untuk

menyeimbangkan materialisme dan utilitarianisme di masa era industri. Hal yang fundamental dari pandangan Matthew Arnold tentang peradaban adalah pentingnya pendidikan yang akan membuka pikiran semua orang, bukan hanya orang-orang yang mendapat perlakuan khusus.

Matthew Arnold melihat bahwa kelas aristokrat sedang turun dan kehilangan otoritasnya. Muncul apa yang disebut Matthew Arnold sebagai barbarians yang ditandai dengan individualisme, olah raga lapangan (kekuatan fisik) dan ketampanan. Muncul kelas menengah yang disebut sebagai Philistines yang digambarkannya sebagai orang-orang yang mempercayai bahwa kejayaan selalui berkaitan dengan kekayaan.

Kajian yang dilakukan oleh Stuart Hall dan Matthew Arnold berdasarkan apa yang terjadi di Inggris. Bukan berarti apa yang mereka lakukan tidak bisa digunakan di Indonesia, yang corak perkembangan kapitalisme berbeda. Di Inggris, kapitalisme berkembang dengan semangat kewirausahaan dengan persaingan pasar yang liberal. Di Indonesia, sebagaimana yang ditulis oleh Yoshihara Kunio dalam bukunya *Kapitalisme Semu Asia Tenggara* (1990), kapitalisme berkembang karena praktek kroni antara pengusaha dan penguasa politik. Yoshihara Kunio menyebut kapitalisme yang berkembang di Indonesia –juga negara-negara lain di Asia Tenggara– adalah kapitalisme semu (*ersatz capitalism*).

Seiring ambruknya kolonialisme dan kemudian diikuti dengan kapitalisme semu yang berkembang pasca kemerdekaan, kelas aristokrat kehilangan pamor kuasa politik, sosial dan budaya. Yogyakarta adalah pengecualian dari robohnya kelas aristokrat. Aristokrasi di Yogyakarta diterima oleh rakyatnya dengan baik. Ketika di masa pemerintahan presiden Susilo Bambang Yudhoyono, pemerintah pusat mewacanakan kewenangan keraton Yogyakarta, serempak warga Yogyakarta menolak usulan pemerintah pusat.

Di sekitar tahun 2010, spanduk dukungan terhadap keistimewaan Yogyakarta bermunculan di berbagai lokasi. Spanduk dukungan ini menandai kecintaan rakyat Yogyakarta terhadap keberadaan institusi keraton. Kelas menengah juga menyuarakan dukungannya terhadap keistimewaan Yogyakarta, sebagaimana yang bisa dilihat dari wacana yang berkembang di media massa dan media sosial di saat itu. Akhirnya pemerintah pusat menyerah, dan Yogyakarta tetap menjadi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kajian tentang komunikasi dan budaya merupakan pertautan yang selalu menarik. Gagasan Matthew Arnold, Stuart Hall dan para pemikir *cultural studies* selalu relevan dengan fenomena kekinian di Indonesia, apalagi Yogyakarta. Kelas menengah yang berkembang pesat, sementara kapitalisme semu perlahan ambruk pasca reformasi 1998. Kekayaan menjadi simbol dari kelas menengah yang kini bukan hanya dalam bentuk kepemilikan aset benda, namun juga aset budaya.

Kaum muda kelas menengah memamerkan posisinya bukan dengan ekspos nilai tanda (*sign value*) dari benda yang mereka miliki saja, namun juga dengan memamerkan kemampuan mereka untuk berwisata atau nongkrong di kafe. Foto-foto dari lokasi wisata dan tempat nongkrong mereka unggah di media sosial sebagai bentuk eksistensi. Kelas menengah yang disebut oleh Matthew Arnold sebagai Philistines yang digambarkannya sebagai orang-orang yang mempercayai bahwa kejayaan selalui berkaitan dengan kekayaan memamerkan kekayaannya dengan berfoto di lokasi wisata dan tempat nongkrong. Di Yogyakarta, spot lokasi ini tersedia dengan berlimpah. Maka berbondong-bondonglah kelas menengah ke Yogyakarta.

Fajar Junaedi, wakil sekjen ASPIKOM dan  
dosen Ilmu Komunikasi UMY

# Daftar Isi

Kata Pengantar <i>Dr. A S Martadani Noor</i> .....	v
Kata Pengantar <i>Dr. Fajar Junaedi M.Si</i> .....	ix
Daftar Isi .....	xiii
Anak Muda: Kemerossotan Budaya ataukah Migransi Budaya <i>Bagus Aji Waskyto Sugiyanto</i> .....	1
Relasi Kuasa Gardu sebagai Ruang Silang Budaya <i>Nur Amala Saputri</i> .....	31
Komunikasi Antarbudaya di Tengah Bahasa Universal Manusia <i>Tommy Satriadi Nur Arifin</i> .....	45

Wahana Wisata Budaya di Selasa Wage Malioboro <i>Dyaloka Puspita Ningrum</i> .....	65
Pembentukan Identitas Yogyakarta Melalui “ <i>Cultural Branding</i> ” <i>Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri</i> .....	75
Pengembangan Wisata Kampung, Wisata Desa menjadi Ruang Persilangan Budaya <i>Latifa Zahra</i> .....	83

# Anak Muda: Kemosototan Budaya ataukah Migransi Budaya

*Bagus Aji Waskyto Sugiyanto*

**M**enulis artikel dengan tema budaya bagi saya adalah sebuah hal yang mengasikkan. Saya seakan diajak untuk sejenak berkeliling untuk melihat ragam keunikan cipta, rasa, dan karya (meminjam istilah Ki Hadjar Dewantara) dari manusia. Anggap saja istirahat sejenak dalam pergumulan rutinitas sehari-hari. Ya, kita akan berpariwisata melihat hal-hal baru yang selama ini tidak kita lihat. Unik, memang nilai keunikan suatu budaya adalah sebuah keniscayaan yang dapat kita sikapi dengan keterbukaan. Tetapi, keterbukaan di sini bukanlah masalah sepele, karena berkaitan erat dengan cara pandang terhadap budaya.

*Bhineka Tunggal Ika*, yang artinya berbeda-beda tetapi satu juga. Sebuah falsafah yang diambil dari Kitab Sutasoma karangan Mpu Tatular ini

merupakan fondasi dari negara kita. Sayangnya problematika terkait budaya tidak serta merta sirna begitu saja di negara kita. Konflik vertikal pada masyarakat berbasis budaya masih sering terdengar di Negeri Pancasila ini. Tragedi Sampit, konflik Maluku, atau gerakan reformasi 98 yang ternyata tidak saja menasar pada rezim Soeharto, tetapi juga etnis Tionghoa. Contoh kasus yang disebutkan memang masuk dalam skala kasus yang besar dan masih meninggalkan kenangan buruk bagi masyarakat Indonesia. Tetapi membicarakan konflik budaya tidak saja membicarakan dari kacamata etnisitas belaka. Bagaimana dengan kasus para remaja milenial (atau sering disebut generasi Y), yang menggunakan baju berlogo klub *NBA Golden State Warriors*<sup>1</sup> atau topi berlogo klub *MLB Yankkess*<sup>2</sup>, berpakaian dengan *korean style*, munculnya kelompok musik (anak muda) dengan aliran musik Eropa dan Amerika Serikat (*rock, punk, jazz, klasik, dan lain-lain*), penggunaan bahasa *jaksel*<sup>3</sup> yang sedang marak saat ini, aplikasi dari atau demam *vlog (video blog)* yang melanda para *youtubers* Indonesia. Apakah ini gejala tak terelakan dari globalisasi? Bahwa akhirnya budaya lokal semakin lama menghilang dan tergantikan oleh raksasa bernama Amerikanisasi dan *Hallyu* atau *Korean Wave*?

Pandangan pada anak muda yang mulai kehilangan jati diri budayanya sepertinya bukanlah pernyataan yang baru.

---

<sup>1</sup> *NBA* adalah singkatan dari *National Basketball Association*. Suatu badan yang menjadi pengelola liga basket Amerika Serikat. Olahraga basket sendiri merupakan salah satu cabang olahraga yang digemari di Amerika selain *baseball, hockey, dan football*. Khusus olahraga *football* bukan berarti cabang olahraga sepakbola, di Amerika istilah sepakbola adalah *soccer*.

<sup>2</sup> *MLB* atau *Major League Baseball* adalah kompetisi tertinggi pada cabang olahraga *baseball* di Amerika Serikat.

<sup>3</sup> Bahasa *jaksel* merupakan gaya bahasa yang menggabungkan diksi Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dalam satu struktur kalimat. Disebut *jaksel* karena diduga muncul dari anak muda yang berasal dari Jakarta Selatan, walaupun masih harus dicari kebenarannya.

Sebagai contoh mantan ketua DPR RI Bambang Soesatyo yang diliput oleh *Tribun*, dengan tegas mengatakan “lunturnya nilai-nilai kebudayaan di generasi muda”.<sup>4</sup> Pernyataan ini muncul karena Bambang melihat keadaan anak muda yang saat ini lebih suka “bergaya *harajuku style*, *arabian style* maupun *western style*”. Kekawatiran akan kehilangan identitas budaya memang sering dikaitkan pada kelompok (pada umumnya) anak muda. Tidaklah mengherankan karena fungsi institusi (baik negara, masyarakat, ataupun keluarga) tentu salah satunya adalah melestarikan nilai yang dipegangnya kepada anggotanya. Sayangnya (atau beruntung) menurut opini umum yang beredar, anggota yang menduduki posisi rawan adalah anak muda.

Sebagai gambaran saya akan bercerita sejenak kasus saat saya masih duduk di bangku sekolah atas (SMA). Saya pernah diberitahu oleh ayah saya, bahwa “keluarga kita memiliki keturunan dengan Raden Fatah dari Kerajaan Demak lo.” Banggakah saya? Tidak, bingung? Iya, karena itu saya bertanya pada aspek geneologi pernyataan ayah saya, dan sayangnya ayah saya tidak bisa menjawab dengan jernih. Berganti waktu, ibu saya sempat menegur saya karena tidak *ndungkluk* (merunduk) ketika melewati orang tua yang berada di samping saya. Alasan ibu saya adalah, *ndungkluk* merupakan norma kesopanan orang Yogyakarta. Dari kasus yang pernah saya alami terdapat dua bentuk identitas yang berbeda yaitu sebagai orang Demak dan orang Yogyakarta. Jika ditarik benang merah tentu benar adanya bahwa ajaran Wali Sanga yang berkembang di Kerajaan Islam pertama di Jawa ini (Demak) memiliki implikasi yang besar pada Kerajaan-Kerajaan Jawa setelahnya. Tetapi yang menjadi kebingungan

---

<sup>4</sup> Waspadai Lunturnya Nilai Budaya di Kalangan Anak Muda, *tribun*, <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/06/25/waspa-dai-lunturnya-nilai-budaya-di-kalangan-anak-muda> (akses 13 Februari 2020.)

saya (di saat dewasa) adalah apakah identitas budaya bersifat penyematan dan tunggal/konsentris? Seakan-seakan kita tidak pernah memiliki otonomi akan pencarian identitas budaya, dan (jika bisa) memiliki identitas ganda atau lebih. Lalu bagaimana dengan proses perubahan budaya (dengan sifatnya yang tunggal/konsentris) apakah antar budaya saling meniadakan? Ataukah terjadi proses hibridasi budaya?

Sedikit pencerahan saya dapatkan dari penjelasan dari seorang ahli sejarah bernama Yuval Noah Harari (2019) yang pernyataannya di bawah ini dirasa dapat memberikan gambaran yang lebih jelas,

“Sebagian besar orang Asia Timur berbicara dan bermimpi dalam bahasa Imperium Han. tidak peduli dari mana pun asal mereka, nyaris semua penghuni kedua benua Amerika, dari Semenanjung Barrow di Alaska sampai ke Selat Magalhaes, berkomunikasi dalam satu dari empat bahasa imperium: Spanyol, Portugis, Prancis, atau Inggris. Orang-orang Mesir masa kini berbicara bahasa Arab, menganggap diri sendiri sebagai orang Arab, dan mengidentifikasi diri sepenuh hati dengan Imperium Arab yang menaklukkan Mesir pada abad ke-7 dan dengan tangan besi meredam pemberontakan berulang-ulang yang pecah melawan kekuasaannya. Sekitar 10 juta orang Zulu di Afrika Selatan mengganggu zaman keemasan Zulu pada Abad ke-19, padahal sebagian besar mereka merupakan keturunan suku-suku yang bertarung melawan Imperium Zulu, dan baru dijadikan bagian imperium setelah ditaklukkan melalui laga-laga militer bersimbah darah.”<sup>5</sup>

Melihat kasus yang dijelaskan Harari, dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya masyarakat selalu berubah. Roda penggerak itu adalah faktor pemenang modal kekuasaan, yang dalam kasus ini adalah bangsa kolonial. Tetapi penjelasan Harari tidak sampai memberikan jawaban utuh seperti pertanyaan yang saya ajukan di atas, khususnya pada tataran bagaimana proses dalam budaya itu sendiri.

---

<sup>5</sup> Yuval Noah Harari, *Sapiens*, Gramedia, Jakarta, 2019, hlm. 230

## Lika-Liku Konsep Budaya

Tentu tidak mudah menjawab pertanyaan tersebut. Mau tidak mau kita harus menelisik pembahasan konsep budaya yang sangat amat beragam dan *njelimet*. Budaya sendiri dikatakan oleh Raymond William (1976) sebagai salah satu dari dua atau tiga kata yang paling kompleks dalam bahasa Inggris (sayang tidak disebutkan dua kata lainnya).<sup>6</sup> Tidak heran jika kita mengamati antar para ahli/akademisi pengkaji budaya kita akan menemukan konsep budaya yang berbeda-beda. Sebagai contoh konsep dari E.B Tylor (1871),

“Culture or Civilization... is that complex which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and many other capabilities and habits acquired by man as a member of society.”<sup>7</sup>

Konsep dari tokoh yang dianggap sebagai bapak antropologi budaya ini didapat setelah melakukan rangkaian penelitian tentang masyarakat-masyarakat “primitif”, yang memperlihatkan perkembangan kebudayaan masyarakat dalam rentang transisi. Tylor sendiri membahasakan dengan “*from savage through to civilized life*”. Terdapat logika kontinuitas pada budaya masyarakat yang menciptakan sebuah kehidupan yang lebih baik dari masa sebelumnya. Sangat terlihat corak teori evolusi Charles Darwin dalam konsep Tylor, tidak bisa dipungkiri karya Darwin *On the Origin of Species*<sup>8</sup> menciptakan *zeitgeist* akademis pada paruh kedua abad 19. Yang tidak terlihat dalam pendekatan ini adalah perspektif individu,

<sup>6</sup> Raymond Williams, *keywords*, Croom Helm, London, 1976

<sup>7</sup> E.B Tylor, *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*, vol 1 dan 2, John Murray, London, 1871, Hlm. 1

<sup>8</sup> Karya Darwin *On the Origin Species* dipublikasikan pada tahun 1859 sedangkan buku Tylor *Primitive Culture* ditulis 12 setelah publikasi karya Darwin, tepatnya tahun 1871. Karya monumental Darwin ini mengkaji menciptakan arus pengkajian yang bertolak ukur asal muasal (*origin*) dalam paradigma evolusionis. Bedanya jika Darwin mengkaji evolusi spesies, Tylor membahas evolusi budaya dan agama.

seakan-akan masyarakat akan selalu menjadi jalan akhir dalam budaya. Individu tidak memiliki kuasa atas budaya.

Cara pandang seperti ini (Evolusionis budaya) adalah satu dari sekian varian pandangan terkait budaya yang berkembang dalam pengamatan ahli budaya. Chris Jenks dalam bukunya berjudul *Culture* (1993) membagi dalam 4 tipologi konsep budaya. *Pertama* budaya sebagai suatu kategori kognitif, disini budaya dimengerti sebagai pernyataan umum mengenai cara berpikir. Kategori kognitif ini membawa kita pada gagasan mengenai kesempurnaan (idealitas), sebuah tujuan atau keinginan akan pencapaian manusia, baik secara individu maupun secara emansipasi.<sup>9</sup> *Kedua*, budaya sebagai sesuatu yang melekat dan suatu kategori kolektif: disini budaya mendorong kondisi perkembangan intelektual, dan atau moral dalam masyarakat. Pemikiran ini merupakan sebuah posisi keterkaitan antara budaya dengan ide peradaban, yang salah satunya diinformasikan oleh Teori Evolusi Charles Darwin<sup>10</sup>

*Ketiga*, budaya sebagai kategori konkrit dan deskriptif; yakni budaya dipandang sebagai kesatuan kolektif dalam kerja seni dan intelektual dalam suatu masyarakat. Pengertian ini lebih dekat dengan kosa-kata dalam kehidupan sehari-hari tentang istilah 'budaya'. Cara pandang ini meliputi suatu pengertian yang mapan tentang budaya, sebagai dunia yang diproduksi dan diendapkan secara simbolik; meskipun merupakan simbolik yang aneh suatu masyarakat.<sup>11</sup> *Keempat*, budaya sebagai kategori sosial; disini budaya dianggap sebagai keseluruhan cara-pandang hidup manusia. Cara pandang ini bersifat pluralis dan merupakan pengertian yang secara potensial bersifat demokratis atas konsep yang menjadi wilayah perhatian sosiologi dan antropologi, dan akhir-akhir ini dalam pengertian yang lebih spesifik yaitu dalam kajian

---

<sup>9</sup> Chris Jenks, *Culture*, Routledge, London, 1993, Hlm. 11

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> *Ibid*, Hlm. 12

budaya (*cultural studies*).<sup>12</sup>

Konsep *pertama* dan *kedua* memiliki kesamaan semangat yaitu elitisme. konsep kategori kognitif melihat terdapat beberapa aspek-aspek manusiawi yang dianggap lebih superior ketimbang aspek-aspek yang lain. Kita bisa melihat contoh pada pendekatan ini pada pandangan sosok pemuka agama atau tokoh terpelajar akan dilihat lebih memiliki budaya yang baik ketimbang gelandangan, anak jalanan. Yang menjadi permasalahan adalah logika ini berdampak pada akses kuasa pada struktur sosial. Sedangkan konsep kedua bertolak pada sosok masyarakat (sosial) ketimbang individu, yang lebih tinggi ketimbang masyarakat lainnya. Kita dapat melihat pada cara pandang tokoh sosiologi Herbert Spencer yang melihat masyarakat barat lebih berkembang ketimbang masyarakat lain. Hal yang sama pada sosok Adolf Hitler dengan landasan ideologi Fasisnya yang melihat ras Arya adalah ras paling unggul di dunia. Pada konteks Indonesia kita memiliki stereotipe yang sama dengan konsep ini, yaitu masyarakat Jawa lebih berkembang (*evolved*) ketimbang masyarakat lain.

Pada konsep *ketiga* mendekati cara pandang kita dalam memandang budaya sebagai artifak-artifak kreatifitas manusia seperti kesenian tari, musik, lukisan, patung. Yang dapat diringkas sebagai budaya adiluhung (*high culture*). Jadi menurut pendekatan ini budaya akan kita jumpai pada ruang-ruang eksepsi budaya ketimbang di aspek kehidupan manusia. Sedangkan pada konsep terakhir (*keempat*) adalah konsep yang bersifat pluralis dan demokratis, yang melihat budaya sebagai keseluruhan cara pandang hidup manusia (*the whole way of life of a people*). Konsep terakhir inilah yang kerap digunakan oleh pengkaji sosial kontemporer dalam memandang kasus budaya.

Dalam tulisan ini tentu saya melihat budaya anak muda dengan logika pendekatan keempat. Menyikapi sebuah

---

<sup>12</sup> *Ibid*, Hlm. 12

perbedaan budaya tentu saja tidaklah mudah, seakan-akan kita harus keluar dalam “kotak aman” dalam diri kita. Tetapi untuk melihat cara pandang (pada kasus ini anak muda) terhadap budaya tentu kita tidak bisa dengan hanya bersikap negatif tanpa kita pahami kasus yang mereka hadapi.

## Budaya dalam Globalisasi

Anak muda sering dianggap sebagai kelompok sosial yang masih meraba atau mencari identitas. Tidak perlu menampik argumen tersebut, tetapi perlu ditanya, adakah identitas yang final? Identitas yang usai? Tentu jawaban akan didapat akan mencapai kesimpulan pada keragaman idealitas budaya. Misal, budaya Jawa atau tepatnya Jawa klasik, individu yang dapat membaca dan mendapatkan pemahaman melalui mitos alam merupakan individu yang ideal atau identitas Jawanya sudah final. Alam menjadi subjek perilaku dan nilai. Tentu berbeda dengan Jawa saat ini, lihat saja dari bentuk arsitektur rumah. Tidak lagi berupa rumah *joglo*, sudut hadapnya juga tidak lagi terpatok harus menghadap utara ataupun selatan, dan tidak ada lagi pemahaman fungsi ruang semakin ke dalam semakin suci (konsep ruang *senthong*<sup>13</sup>). Saat ini penggunaan ruang rumah tergantung kebutuhan dalam keluarga tidak lagi bersandar pada mitos.

Dengan kata lain, muncul idealitas yang berbeda dari kasus budaya di Jawa. Terdapat dua generasi yang Jawa yang berbeda secara nilai budaya. Perbedaan ini sering disikapi secara umum dengan pernyataan yang sifatnya negatif dari masing-masing kubu. Jawa saat ini mengatakan Jawa klasik sebagai orang kuno yang percaya takhayul, sedangkan Jawa klasik membalas orang-orang Jawa saat ini *ora Jawani*

---

<sup>13</sup> *Senthong* merupakan ruang dalam rumah Jawa klasik yang berfungsi untuk menyimpan benda-benda kramat. Ruangan ini terletak di tengah-tengahbagian rumah.

(kehilangan Jawanya). Entah siapa yang benar, tetapi keduanya memiliki pendakuan atas budaya. Sikap pendakuan ini yang menimbulkan egosentris budaya yang berujung pada elitisme budaya. Tetapi tenang kasus di Jawa ini berlangsung pada periode tahun 1950 – 1970.<sup>14</sup> Saat ini, anak muda menjadi pelaku utama dalam kasus penyelewengan budaya.

Menyikapi berbagai budaya anak muda saat ini yang berlangsung tentu kita akan membicarakan pada imbas globalisasi. Tetapi menyikapi globalisasi tidak perlu dengan tatapan sinis atau sikap antipati, tidak perlu berlebihan, toh para pejabat negara kita masih menggunakan jas dan peci.

Fetherstone (1995) menjelaskan globalisasi adalah rasa pemadatan global, sehingga dunia semakin dipandang sebagai “satu tempat” belaka.<sup>15</sup> Featherstone dengan tegas dan (mungkin) penuh kecemasan (rasa cemas yang sama dengan saya), bahwa ide tentang kompresi global dan tentang dunia sebagai satu tempat tidak perlu dipandang sebagai gejala unifikasi budaya. Dalam bahasan yang sama Appandurai (1996) menolak teori-teori tengah dan periferi yang terlalu menyederhanakan, seperti pandangan yang penuh ketakutan terhadap ‘Amerikanisasi dunia’.<sup>16</sup> Lebih lanjut menurut Appandurai globalisasi meliputi berbagai dimensi-dimensi yang saling ‘berlelasan’ atau memiliki jalurnya masing-masing dan mengikusertakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan beragam. Dimensi-dimensi itu adalah etnisitas (manusia), teknologi (mesin), media (lambang-lambang), finansial (uang), dan ideologi (ide-ide).<sup>17</sup> Appandurai

---

<sup>14</sup> Sebagai Referensi lihat Kuntowijoyo, Selamat tinggal Mitos, Selamat Datang Realitas; Esai-Esai Politik dan Budaya, IRCiSoD, Yogyakarta, 2019.

<sup>15</sup> Mike Featherstone, *Undoing Culture; Globalization, Postmodernism and Identity*, Sage, London, 1995, Hlm. 118.

<sup>16</sup> Arjun Appandurai, *Modernity at Large; Cultural Dimension of Globalisation*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London, 1996, Hlm. 32.

<sup>17</sup> *Ibid*, Hlm. 32

globalisasi tidak hanya bersumber pada satu aspek saja, apalagi Amerikanisasi. Globalisasi adalah proses yang berlangsung secara bersama (dalam tiap negara) dan memiliki nilai kekhususan dalam masing-masing negara. Sebagai contoh Appandurai menjelaskan sebagai berikut,

*States throughout the world are under siege, especially where contests over the ideoscapes of democracy are fierce and fundamental, and where there are radical disjunctures between ideoscapes and technoscapes (as in the case of very small countries that lack contemporary technologies of production and information); or between ideoscapes and financescapes (as in countries such as Mexico or Brazil, where international lending influences national politics to a very large degree); or between ideoscapes and ethnoscapes (as in Beirut, where diasporic, local, and translocal filiations are suicidally at battle); or between ideoscapes and mediascapes (as in many countries in the Middle East and Asia) where the lifestyles represented on both national and international TV and cinema completely overwhelm and undermine the rhetoric of national politics.<sup>18</sup>*

Keadaan konfrontasi-konfrontasi antara dimensi global di atas bersifat tak terhubung atau saling memisah. Dapat diartikan pula global selalu dirasuki oleh lokal dan sebaliknya lokal meliputi yang global. Mengacu penjelasan tersebut menuntut perubahan (atau revisi) dengan konsep budaya yang melihat menggunakan cara pandang ‘kesatuan organik’, seperti konsep budaya yang ditawarkan E.B taylor bahwa budaya adalah ‘keseluruhan yang kompleks’. Sebuah bentuk revisi yang melihat globalisasi sebagai proses ‘lokal–global dan global–lokal’.

## **Generasi Anak Muda dan Budaya di Indonesia**

Perubahan dalam budaya ini tidak bisa juga dilepaskan dalam konteks generasi. Anak muda saat ini sering dikatakan sebagai generasi milenial. Siapakah generasi milenial? Atau pertanyaan dasarnya adakah perbedaan dalam tiap generasi?

18 *Ibid*, Hlm. 40

Literatur pertama yang mengkaji generasi adalah sosiolog bernama Mannheim (1952), salah satu argumennya adalah pengalaman hidup seseorang dalam masa mudanya memiliki imbas pada kepercayaan dan perilaku dewasanya.<sup>19</sup> Walaupun karyanya merupakan pemicu dalam kajian generasi sebenarnya temuan Mannheim tidak terlalu baru. Pemahaman klasifikasi berdasarkan umur biologis sudah terjadi sebelumnya bahkan ribuan tahun sebelum Mannheim mempublikasikan karyanya (1923). Masyarakat sudah terbiasa membagi pola kerja atau fungsi tatanan sosialnya berdasarkan umur biologis. Semisal anak-anak, kehidupannya akan berisi sekolah dan belajar sedangkan orang tua akan bekerja mencari pendapatan. Berbeda dengan pandangan Mannheim, beberapa pengkaji generasi yang lain melihat perubahan sosial adalah faktor perubahan pada suatu generasi. Sebagai contoh Schewe dan Meredith (2004) melihat perang dunia ke II dan perang Falkland mempunyai pengaruh pada negara atau wilayah-wilayah tertentu.<sup>20</sup> Padaperang dunia ke II mempunyai dampak dan pengaruh dengan dampak global, sedangkan perang Falkland hanya berimbas pada regional tertentu saja. Sebagai contoh kita dapat melihat tabel di bawah ini yang merupakan pembagian generasi dalam konteks negara Amerika Serikat dan Eropa (negara barat).

---

<sup>19</sup> Karl Mannheim, *The Problem of Generations* dalam *Essays on the Sociology of Knowledge*, Routledge and Kegan Paul London, 1952 Hlm. 276

<sup>20</sup> Charles D. Schewe & Geoffrey Meredith, 2004, *Segmenting global markets by generational cohorts: Determining motivations by age*, *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 4, no. 1, Hlm.51-63.

**Tabel 1 Pengelompokan Generasi dari Berbagai Ahli.<sup>21</sup>**

Sumber	Label Generasi				
Tapscott (1988)	—	<i>Baby Boom Generation</i> (1946-1964)	<i>Generation X</i> (1965-1975)	<i>Digital Generation</i> (1976-2000)	—
Howe & Strauss (2000)	<i>Silent Generation</i> (1925-1943)	<i>Boom Generation</i> (1943-1960)	<i>13th Generation</i> (1961-1981)	<i>Millineal Generation</i> (1982-2000)	—
Zemke et al (2000)	<i>Veterans</i> (1922-1943)	<i>Baby Boomers</i> (1943-1960)	<i>Gen-Xers</i> (1960-1980)	<i>Nexters</i> (1980-2000)	—
Lancaster & Stillman (2000)	<i>Traditionalist</i> (1900-1945)	<i>Baby Boomers</i> (1946-1964)	<i>Generation Xers</i>	<i>Generation Y</i>	—
Martin & Tulgan (2002)	<i>Silent Generation</i> (1925-1942)	<i>Baby Boomers</i> (1946-1964)	<i>Generations X</i> (1965-1977)	<i>Millinials</i> (1981-1999)	—
Oblinger & Oblinger (2005)	<i>Maataures</i> (<1946)	<i>Baby Boomers</i> (1947-1964)	<i>Generation Xers</i> (1965-1980)	<i>Gen-Y/ NetGen</i> (1981-1995)	<i>Post Millinials</i> (1995-present)

Pada kelompok *veterans* (1905–1928) mereka mempunyai nilai pekerja keras, hemat dan memiliki orientasi kehidupan berkomunitas yang tinggi, penyebabnya adalah generasi ini melalui masa-masa “*great deperesion*” dan perang dunia ke II.<sup>22</sup> Hal ini berbeda dengan nilai-nilai yang dianut oleh *silent generation* (akhir 1920–pertengahan 1940), tentu generasi ini terlalu muda saat peristiwa perang dunia ke II terjadi. Nilai-nilai itu adalah konservatisme, keinginan akan kehidupan

<sup>21</sup> Yanuar Surya Putra, *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*, Among Makarti, 9 (18), 2016, Hlm. 125

<sup>22</sup> Chris Perryer, Catherine Leighton & Harriet Perryer, *Generational Cohort in Developing Countries: An Overview of The Literature and An Examination of Cohort Structures In Brazil, Russia, India and China*, AFBE 2014 CONFERENCE PAPERS , Thaksin University, Hlm 94

yang aman, percaya akan keselarasan, dan inisiatif kerja yang tinggi.<sup>23</sup> *Baby Boomers* (pertengahan 1940–pertengahan 1960) sendiri memiliki nilai-nilai seperti idealis, optimis dan lugas.<sup>24</sup> Peristiwa-peristiwa seperti pembunuhan John F. Kennedy dan Martin Luther King, perang dingin Amerika Serikat dan Uni Soviet, perang Vietnam, pendaratan perdanani di Bulan merupakan penyebab generasi ini memiliki karakteristik nilai seperti ini.

*Generation X* atau sering disebut *Gen X* (pertengahan 1960–awal 1980) merupakan generasi yang dideskripsikan dengan nilai adaptif, berorientasi kerja tim, *technology minded*, kompeten dan bersikap kewirausahaan. Penyebabnya adalah perubahan pesat yang terjadi pada aspek teknologi, ekonomi, dan sosial yang dinikmati oleh generasi ini.<sup>25</sup> Sedangkan generasi yang terakhir yaitu *Millennials* atau dapat disebut juga *generation Y* (*Gen Y*) merupakan generasi yang lahir awal tahun 1980. Belum banyak pengkaji yang meneliti secara khusus generasi ini, tetapi mereka sering dideskripsikan sebagai generasi yang pintar, kreatif, tidak formal, dan memiliki cara pandang pekerjaan yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, bagi mereka kepuasan kerja bukan hal utama yang lebih utama adalah kemungkinan berkembangnya diri.<sup>26</sup>

Pemilahan-pemilahan generasi di atas memang tidak dapat kita samakan dengan konteks peristiwa di Indonesia, yang tentu memiliki perbedaan dengan negara barat. Walaupun terdapat beberapa pola-pola peristiwa yang dapat kita jadikan basis penilaian, misal perkembangan teknologi, iklim konservatisme politik, dan tingkat ekonomi. Oleh

<sup>23</sup> William Strauss & Neil Howe, *Generations: The history of America's future, 1584–2069*, Quill William Morrow, New York, 1991

<sup>24</sup> Judi E. Loomis, *Generation X*, Rough Notes, vol. 143, no. 9, 2000. Hlm. 52-54.

<sup>25</sup> Jurkiewicz, CL, *Generation X and the public employee*, Public Personnel Management, vol. 29, no. 1, 2000, Hlm. 55-74

<sup>26</sup> Chris Perryer, Catherine Leighton & Harriet Perryer, *Op Cit*, Hlm. 95

karena itu membicarakan perbedaan budaya antar generasi tentu tidak bisa mengindahkan aspek-aspek tersebut.

Sejenak kita kembali pada pernyataan dari mantan ketua DPR Bambang Soesatyo, yang menilai anak muda sudah luntur budaya Indonesia-nya. Pandangan ini tidak jauh berbeda dengan sikap pemerintah Soekarno (1945-1965) yang pada tahun 1957 membuat sebuah kebijakan yang berujung pada pelarangan untuk memutarakan musik *Rock and Roll* pada Radio Republik Indonesia (RRI).<sup>27</sup> Munculnya kecemasan moral terhadap bentuk laku kehidupan anak muda yang berkorelasi dengan kacamata kriminal adalah dasar dari adanya pemboikotan musik *Rock and Roll* dari pemerintah, atau jika menggunakan penjelasan Barendregt, Keppynn, dan Nordholt (2017) sebagai berikut:

*.... Indonesian government circles about what was seen as the excrescences of rock and roll: juvenile delinquency, improper relations between the sexes outside marriage, offensive clothing and indecent hair dress. Politically innocent rock and roll youth culture became politically charged and socially ostracized.*<sup>28</sup>

Pandangan pemerintah Soekarno seringkali secara *apriori* memandang budaya asing (kapitalisme) sebagai perusak budaya nasional. Saluran resmi nilai-nilai kebudayaan pada waktu itu adalah Lembaga Kebudayaan Rakyat (Lekra), yang berhubungan erat dengan Partai Komunis Indonesia (PKI). Menurut Lekra, seni harus diabadikan untuk penyadaran sosialterutama untuk kaum tani dan buruh. Pengaruh budaya barat dianggap berbahaya karena bisa menumbuhkan kosmopolitanisme dengan mengorbankan nasionalisme, dan individualisme dengan mengorbankan kesadaran sosial.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Bart Barendregt, Peter Keppy, and Henk Schulte Nordholt, *Popular Music in Southeast Asia Banal Beats, Muted Histories*, Amsterdam, Amsterdam University Oress B.V, 2017, Hlm. 45.

<sup>28</sup> *Ibid*, Hlm 44.

<sup>29</sup> Claire Holt, *Art in Indonesia; Continuities and Change*, Ithaca NY, Cornell University Press, 1967, Hlm. 213

Tidak heran beberapa seniman masa ini seperti pelukis Hendra Gunawan<sup>30</sup> sering dikirim ke Uni Soviet dan Republik Rakyat Tiongkok dalam misi-misi kebudayaan. Haluan politik Indonesia di era ini yang memiliki kedekatan dengan Negara-Negara Komunis (khususnya Tiongkok) membuat haluan kebudayaan kita memiliki kecenderungan budaya yang anti barat (AS dan Eropa).

### Gambar. 1

Foto dari Marije Plomp tahun 1957 menunjukkan suasana siswa-siswi di salah satu sekolah menengah atas di Bandung yang sedang melakukan tarian Amerika.<sup>31</sup>



Berbeda ketika kita masuk di era Presiden Soharato (1965-1998), proyek kebudayaan tidak jauh-jauh dari tema globalisasi. Globalisasi di sini lebih diartikan sebagai keterbukaan pada pandangan AS dan sekutunya. Menurut Yampolsky (1995), menyuburnya budaya barat merupakan antisipasi orde baru terhadap munculnya pengaruh budaya daerah. Penguasaan akan budaya daerah menjadi cara pemerintah orde baru untuk mengontrol konten secara politik

<sup>30</sup> Pelukis asal Yogyakarta yang menjadi pemimpin Pelukis Rakyat.

Kelompok ini memiliki semboyan 'Seni untuk Rakyat'. Beberapa karya lukisannya sering dibeli oleh Presiden Soekarno secara pribadi.

<sup>31</sup> *Ibid*, Hlm 43.

dan moral.<sup>32</sup> Era Presiden kedua Negara Indonesia ini memang terkenal dengan kebijakannya yang otoriter dan sentralistik. Kehidupan mahasiswa (tergolong anak muda) pada masa ini juga tidak terlepas dari tabiat tersebut. Kebijakan normalisasi keadaan kampus (NKK) yang muncul di tahun 1978 adalah upaya dalam membatasi protes mahasiswa kepada negara dan peran politik Islam. Secara tegas NKK berbunyi melarang kegiatan terbuka mahasiswa di kampus, membatasi kegiatan mahasiswa dan pemuda pada lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan organisasi akar rumput keagamaan.<sup>33</sup>

Dalam kontelasi arena politik yang panas seperti ini tidak heran beberapa produk budaya mengalami pencekalan karena dianggap memiliki nilai politis. Seperti kasus yang terjadi pada musisi Rhoma Irama dan Iwan Fals dan tidak ketinggalan Produksi Teater Koma.<sup>34</sup> Nilai politis ini perlu ditegaskan dalam artian bentuk kritik pada pemerintahan Soeharto. Selain pencekalan (yang juga terjadi pada media massa) praktik sirkulasi ideologis melalui berbagai medium komunikasi juga dilakukan oleh pemerintahan ini. Contoh yang paling

---

<sup>32</sup> Edwin Jurriens, *Ekspresi Lokal dalam Fenomena Global : Safari Budaya dan Migransi*, Jakarta, LP3ES, 2006, Hlm. 49.

<sup>33</sup> Edward Aspinall, *Student and The Military: Regime Friction and Civilian Dissent In The Late Suharto Period*, Indonesia, Vol. 59,2005, Hlm. 119

<sup>34</sup> Rhoma Irama adalah musisi Dangdut asal Indonesia yang sering dijuluki *King of Dangdut*. Afiliasinya pada Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang merupakan salah satu (dari 3) partai sah pada era Presiden Soeharto terbilang erat. Partai bergambar Kabah ini sering dianggap sebagai suara Islam pada waktu itu. Iwan Fals merupakan musisi Balada yang beberapa lagunya berisi kritik sosial. Salah satu lagunya yang berjudul *Bento* merupakan kepanjangan dari Benteng Soeharto, tidak heran membuat pemerintah geram pada waktu itu. Teater Koma berada di Jkarta, merupakan teater yang sering memberikan pertunjukan dari perspektif rakyat. Tidak jarang kritik berdatangan dari para seniman lain yang melihat teater ini merendahkan derajat kesenian. Ariel Heryanto, *Popular Culture in Indonesia, Fluid Identities in Postauthoritarian Politics*, London and New York, Routledge, 2008, Hlm. 11

mengena pada generasi orde baru adalah film Pengkhianatan G30S/PKI karya Arifin C Noer yang diputar pada tahun 1984. Film ini merupakan hasil rekontruksi sejarah versi pemerintah Soeharto yang digunakan membius masyarakat Indonesia tentang legitimasi transisi perpindahan pemerintahan dari Soekarno kepada Soeharto. Film yang pada awalnya diberi judul Sejarah Orde Baru ini memiliki persetujuan presidensial yang mengandung implikasi bahwa film ini bukan semata-mata karya seni, melainkan instrumen politik yang oleh Soeharto sendiri dianggap sebagai propaganda penting untuk melegitimasi kekuasaannya<sup>35</sup>, atau dalam penjelasan Khrisna Sen, film ini bukanlah medium seni untuk mengerti tentang keadaan masa lalu, melainkan potret tentang bagaimana struktur sejarah dikonstruksikan oleh pemegang kekuasaan.<sup>36</sup> Akselerasi film ini tidak berhenti dalam layar kaca saja tetapi masuk kepada kurikulum sekolah pada era itu, setiap tanggal 30 September setiap siswa SD, SMP, dan SMA wajib membuat ringkasan film yang berdurasi hampir 3 jam tersebut. Tentunya merupakan sebuah pengalaman (termasuk saya) yang getir melihat *scene-scene* dalam film tersebut yang penuh adegan kekerasan dan lumuran darah.

Kedua Presiden Indonesia (Soekarno dan Soeharto) sebenarnya memiliki sebuah asas yang sama terhadap kebudayaan anak muda, yaitu mewujudkan kebudayaan nasional, tetapi perbedaannya adalah cara kedua presiden tersebut berbeda. Jika Soekarno melihat budaya asing (Barat) merupakan pengaruh negatif terhadap anak muda, karena mengandung nilai-nilai kapitalisme, individualisme, dan kebobrokan moral, sehingga dapat menyebabkan keretakan nasional. Berbeda dengan

<sup>35</sup> Wijaya Herlambang, *Kekerasan Budaya Pasca 1965: Bagaimana Orde Baru Melegitimasi Anti-Komunisme Melalui Seni dan Sastra*, Tanagerang Selatan, Marjin Kiri, 2013, Hlm. 165

<sup>36</sup> Khrisna Sen, *Histories and Stories: Cinema in New Order Indonesia*, Clayton, Monash University, 1988, Hlm. 59

Soharto yang terbuka dengan budaya asing, tetapi dalam rangka untuk meredakan semangat kedaerahan dan politik berhaluan agama (Islam) pada anak muda. Lalu bagaimana dengan masa reformasi? Masa di mana sebuah perubahan terjadi secara masif pada sistem-sistem besar (ekonomi, sosial, politik) negara kita. Keadaan dimana ruang-ruang otonom bermunculan. Jaman di mana teknologi komunikasi sudah berkembang pesat dan global, sehingga generasi anak muda dapat diaktakan *native digital*.

## Gambar. 2

### Poster Pertunjukan Teater Koma Berjudul “Wanita-Wanita Parlemen”<sup>37</sup>



Memang, proses globalisasi yang gencar dimungkinkan karena perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi dari akhir abad ke-20.<sup>38</sup> Tetapi proses ini tidak serta merta membuat bentuk wacana budaya yang tunggal. Lebih lanjut

<sup>37</sup> <https://www.teaterkoma.org/>. akses 20 Februari 2020

<sup>38</sup> Featherstone, *Op cit*, Hlm 81

Featherstone (1995) menjelaskan terdapat fungsi kreatifitas dalam pembaca, pendengar, penonton, dalam menafsirkan karya seni dan budaya, oleh karenanya mereka menciptakan cara membaca yang sangat bermacam-macam tentang hasil karya budaya.<sup>39</sup>

Keanekaragaman ini yang menciptakan proses pemaknaan budaya itu tidak dapat mudah ditebak. Ketika seseorang bergaya busana dengan gaya Korea atau Arab atau Amerika kita tidak bisa dengan mudah membaca penafsiran si pengguna pakaian tersebut, apalagi hanya menafsirkan dari kacamata moralis. Kita dapat melihat gerakan seni pop Amerika tahun 1960-an, salah satu tokohnya adalah Andy Warhol. Warhol menyajikan karyanya dengan kumpulan karton-karton yang dibawanya ke dalam ruang galeri. Semangat kreatifitas seni Warhol mengubah seni menjadi komoditi dan komoditi menjadi seni.<sup>40</sup>

### Gambar. 3

#### Andy Warhol Sang Pioner Seni Pop<sup>41</sup>



---

<sup>39</sup> *Ibid*, Hlm. 79

<sup>40</sup> Paul Crowther, *Critical Aesthetics and Postmodernism*, Clarendon, Oxford, 1993, Hlm. 180

<sup>41</sup> Wikipedia.org, Andy Warhol, [https://en.wikipedia.org/wiki/Andy\\_Warhol](https://en.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol), akses 20 Februari 2020

Gambar. 4  
Salah Satu Karya Warholl *Campbell's Soup*<sup>42</sup>



Pelaku budaya tidak hanya saja menjadi aktor yang pasif, tetapi juga aktif dalam menciptakan budaya. Ada faktor kreatifitas yang memungkinkan pemaknaan menjadi beragam. Pada konteks Indonesia, proses kreatifitas anak muda dapat dilihat dari semakin bertambahnya konten kreator di media sosial *YouTube*. Menurut data dari *Tribunnews.com* hingga maret 2019 jumlah kanal *YouTube* pemegang level *gold* (pemilik 10.000–1.000.000 *subscriber*) naik ke angka 200 kanal *YouTube* atau naik 5 kali lipat dari tahun yang lalu, sedangkan pemegang level *silver* (memiliki 100.000 *subscriber*) meningkat 3 kali lipat.<sup>43</sup> Kasus ini menunjukkan bagaimana anak muda Indonesia tidak hanya menjadi penonton dalam konteks globalisasi tetapi juga pemain. Budaya anak muda saat ini yang

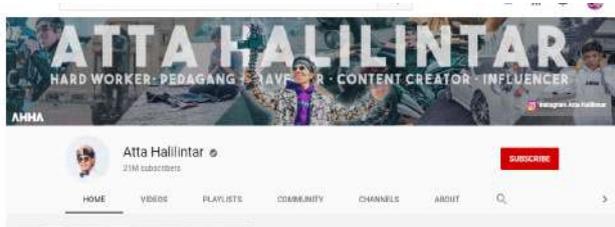
<sup>42</sup> *Ibid*

<sup>43</sup> Jumlah Akun Youtube Indonesia Capai 1 Juta Sunscriber Jumlahnya naik 5 Kali Lipat. *Tribunnews.com*, 2 Mei 2019, <https://jateng.tribunnews.com/2019/05/02/jumlah-akun-youtube-indonesia-yang-capai-1-juta-subscriber-jumlahnya-naik-5-kali-lipat> , akses 20 Februari 2020.

dapat dikatakan sebagai *native digital* merupakan faktor utama dalam modal penguasaan teknologi komunikasi mutakhir. Tidak heran jika kita melihat aktifitas anak muda saat ini tidak jauh-jauh dari proses dokumentasi melalui gawainya.

### Gambar. 5

#### Kanal Youtube Atta Halilintar. Youtuber Indonesia dengan jumlah Subscriber terbanyak.<sup>44</sup>



Fenomena *Youtuber* sendiri di Indonesia dapat dikatakan baru mulai *booming* dalam 5 tahun terkahir ini. Tentu berbeda antara menjadi *Youtuber* dan memiliki akun *Youtube*. Jika *Youtuber* adalah kreator dan penonton sedangkan akun *Youtube* hanyalah penonton video saja.<sup>45</sup> Tetapi beberapa hasil produk budaya *Youtube* seperti *vlog* (*Video Blog*), film, *podcast*, *MV* (*Music Video*), video *prank*, berita, dan lain sebagainya dapat dikatakan merupakan hasil dari para *Youtuber* asing (katakan saja Negara Barat), terutama *Youtuber* dari Amerika. Tokoh *Youtuber* Amerika bernama *Pewdiepie*<sup>46</sup> merupakan salah satu ‘nabi’ dalam dunia *per-youtube-an*. Tidak heran jika

<sup>44</sup> Lihat di <https://www.youtube.com/channel/UCaKLg1ELiX0zTJ6Je3c5esA>

<sup>45</sup> Belum saya temukan dalam konteks Indonesia yang meneliti sejarah perkembangan *Youtuber* di Indonesia. tentu ini penting melihat dalam konteks kreatifitas budaya pop, media sosial seperti *Youtube* dan *Instagram* merupakan dua diantara media sosial sejenis yang dapat memberikan ruang produksi budaya bersifat massa, seperti film, musik, iklan, gambar, dan lain-lain

<sup>46</sup> *Pewdiepie* memiliki *subscriber* sebesar 103 juta akun. Jumlah kedua terbesar di dunia.

beberapa konten videonya sering digunakan sebagai inspirasi oleh *youtuber* lain, begitu juga di Indonesia.

Jika begitu berarti tidak ada ruang kreatifitas dari *youtuber* Indonesia? Karena hanya mengadaptasi konten-konten yang sudah jadi. Pertanyaan seperti ini dan sejenisnya, memang akan muncul ketika dihadapkan dengan kasus ini. Ada rasa globalisasi itu mengancam budaya lokal. Tetapi manakah yang lokal? Dan mana yang global? Semisal kita lihat dalam kisah-kisah pewayangan yang sangat hidup dalam budaya Jawa (Seperti kisah Werkudhara mencari air hidup untuk mendapat ilmu sejati) yang sudah jelas berasal dari epos Mahabarata. Kisah yang berasal dari daratan India tetapi sangat hidup di masyarakat Jawa. Proses yang sama juga terjadi pada anak muda generasi milenial saat ini (khususnya *youtuber* Indonesia), mereka menggunakan konten-konten *youtuber* asing sebagai bahan mentah yang akan diproduksi dengan cita rasa mandiri (tidak terikat). Sebagai contoh kita bisa lihat juga pada *youtuber* Indonesia Bayu Skak yang konten-kontennya berisi dalam bahasa Jawa dengan logat Malang. Selain itu *Bayu Skak* juga yang menginisiasi film *Yo Wes Ben*, yang merupakan film pertama berbahasa daerah (Jawa) yang tayang di Bioskop Indonesia.

Dalam dunia musik, generasi milenial juga memiliki lalu lintas globalisasi yang padat. Seperti *Jogja Hip-Hop Foundation* (asal Yogyakarta) yang menggabungkan musik *Hip-Hop*<sup>47</sup> dengan Bahasa Jawa. Musik group ini berisikan kritik sosial dan budaya khususnya bagi kota Yogyakarta. Berbeda dengan band yang berasal dari Surabaya yaitu *Silampukau*.

---

<sup>47</sup> Aliran musik yang berasal dari subkultur kulit hitam Amerika pada tahun 1970-an. *Hip-Hop* jugalah yang bertanggung jawab melahirkan turunan seperti aliran musik *Rap* dan tari *breakdance*. Pengaruh aliran ini juga menyebrang hingga dalam estetika busana, seperti penggunaan kalung emas, kaos olahraga, celana *trainer*, dan topi bisbol.

Band ini lebih memilih menggunakan aliran *Folk*<sup>48</sup> untuk mendengarkan nada-nada kritisnya.

Tidak berbeda dengan para *Youtuber* Indonesia yang terinspirasi dari produk budaya asing, dunia musik Indonesia juga begitu. Yang menjadi titik temu lain adalah proses kreatifitas dalam menciptakan budaya secara mandiri. Proses ini yang membedakan anak mudia Indonesia di generasi milenial dengan generasi di era Soekarno dan Soeharto dalam kacamata budaya. Lebih jelasnya kita dapat melihat tabel di bawah ini,

**Tabel 2. Pengelompokan Generasi Anak Muda dan Budaya.**

Generasi	Konteks	Nilai Budaya	Akibat
Soekarno ( <i>Baby Nasakom</i> )	Haluan Pemerintah yang condong pada blok Timur (Uni Soviet dan China). Lekra mendapat panggung utama.	Budaya barat merusak moral. Budaya barat juga dianggap mengandung nilai-nilai politis yang dapat merusak kesatuan Indonesia (Kapitalisme dan Neoliberalisme).	Sirkulasi sastra aliran kiri mudah didapat baik asing maupun lokal. Musik dan tarian barat dilarang. Hingga musisi Band <i>Koesplus</i> dipenjara.

<sup>48</sup> *Folk* lahir di daratan Britania tahun 1950-an, aliran ini memiliki karakter lagu yang berisi cerita masyarakat. Tokoh-tokoh seperti Joan Baez, Bob Dylan, Leonard Cohen yang mengembangkan aliran ini dengan memunculkan subgenre *protest song*. Di Indonesia salah satu tokohnya adalah Iwan Fals.

<p>Soeharto (<i>Baby Pembangunan</i>)</p>	<p>Pemerintah berganti haluan condong ke kubu Barat. Karya-karya lekra dilarang, karya Manifestasi Kebudayaan berjaya. Kebijakan kooptasi demi menunjang otoritarian negara. Perkembangan TIK, ditunjukkan dengan munculnya Televisi swasta</p>	<p>Budaya asing dibuka luas demi mencegah semangat kedaerahan. Penguatan budaya nasional sebagai alasan untuk mengikis semangat budaya kedaerahan dan gerakan religi. Budaya asing dapat diadaptasi asal tidak digunakan untuk sarana kritik terhadap pemerintah.</p>	<p>Karya-karya Lekra dilarang, karya Manifestasi Kebudayaan mudah didapat. Muncul karya-karya seni versi pemerintah seperti film <i>pemberontakan G30S PKI</i>. Budaya barat (musik, tari, film, dll) kembali masuk. Ruang gerak mahasiswa dipotong dengan kebijakan NKK. Iwan Fals, Teater Koma, Rhoma Irama beberapa kali mengalami pencekalan.</p>
<p>Reformasi (Generasi Milenial)</p>	<p>Era reformasi ditandai keterbukaan keran pada arus-arus yang selama ini ditutupi. Kuasa tidak hanya milik pemerintah pusat tetapi pemerintah daerah juga memilikinya (otonomi). Perkembangan TIK dalam tingkat global (internet) Munculnya generasi <i>native digital</i>.</p>	<p>Semakin cairnya batas-batas lokal dan global. Budaya (lokal dan global) mengalami proses penyilangan yang tiada henti. Arus produksi budayaberada di tangan individu-individu, tidak lagi berada di otoritas publik.</p>	<p>Muncul fenomena <i>Youtuber-Youtuber</i> Indonesia. Muncul musik-musik beraliran <i>hybrid</i> lokal dan global, Konsep trend anak muda tidak lagi relevan karena tidak ada pemegang otoritas budaya.</p>

## Perjalanan Budaya Tiada Henti

Untuk menutup tulisan ini, saya sejenak jelaskan kembali pada salah satu motif penulisan ini, yaitu 'berpariwisata melihat hal-hal baru'. Konteks pariwisata pada hal baru ini, dapat dikatakan juga yang terjadi pada anak muda setiap generasi (lihat tabel 2) di Indonesia. Anak muda mengarang budaya yang tak berdasar atau melakukan perjalanan budaya tiada henti. Proses inilah yang membuat munculnya budaya-budaya *hybrid* lokal dan global, baik itu terjadi pada anak muda era Soekarno dan Soeharto, walaupun keadaan sosial politik yang mengakibatkan timbulnya restriksi yang ketat. Akhirnya perjalanan budaya berhenti, karena budaya sudah ditemukan atau pencarian budaya sudah usai. Tidak muncul persilangan budaya, yang ada adalah korban budaya, karena sikap otoritarian budaya yang tinggi. Tidak heran anak muda dua jaman ini memiliki konsesnsus budaya yang hampir sama, yaitu penggulingan otoritas.

Seperti bunyi hukum bandul lonceng, bandul pun berbalik. Era reformasi yang menyebabkan posisi kuasa yang non-konsentris menyebabkan pintu sistem-sistem sosial terbuka secara lebar. Ditambah lagi perkembangan TIK yang pesat hingga menciptakan penyempitan ruang dunia. Budaya anak muda akhirnya berkembang pesat, mereka tidak lagi berpariwisata, tetapi memiliki kewarganegaran dunia global. Lalu lintas budaya lokal dan global menjadi ramai bak hiruk pikuk pasar. Keadaan yang menimpa anak muda ini yang dikatakan oleh Edwin Jurriens (2006) sebagai proses migransi budaya, yang prosesnya berbeda dengan safari budaya.<sup>49</sup>Jika safari budaya para turis (agen budaya) yang berada di daerah wisatanya akan pulang setelah puas dengan konsumsi budaya dan tidak menanyakan identitas budayanya. Sedangkan pada migrasi budaya, setelah melakukan perjalanan safari mereka

---

<sup>49</sup> Edwin Jurriens, *Loc cit*, Hlm 6

tidak pernah bisa kembali ke daerah asalnya, baik mental maupun kultural. Proses penuh ketegangan (daerah asal dan safari) ini menyebabkan budaya *hybrid* tercipta.

Keadaan penuh ketegangan budaya yang dialami anak muda (generasi milenial) ini, seringkali menimbulkan kekawatiran (oleh generasi mantan anak muda). Alasan kekhawatiran biasanya terletak pada nilai lokalitas. Di sinilah muncul kembali (seperti era sebelumnya) sebuah corak pandang akan budaya otentik, yang diwakili sebuah konsep budaya “lokalsentris” lalu dipertentangkan dengan konsep budaya “asing” yang merupakan hasil penjiplakan atau tidak ada originalitas. Yang membuat saya terangsang untuk bertanya adalah, dimana letak kreatifitas dalam budaya? Atau jika kita ingin memiliki rasa budaya yang otentik kenapa para pejabat Negara Indonesia (sekali lagi) masih menggunakan Jas dan Peci?

Saya pribadi sebagai pengajar dan pelaku budaya menaruh harapan pada generasi milenial dan konteks jaman saat ini. Perubahan-perubahan nilai budaya yang tidak mengenal otoritas ini tidak perlu disikapi dengan ketakutan akan timbulnya masa chaos atau *zaman edan* tetapi kita lihat dalam proses kemandirian dalam membangun pemahaman (baik budaya, politik, sosial, ekonomi, dan lain-lain). Dapat dikatakan baru pada era ini muncul pemahaman ‘*distrust of world*’ dalam kerangka analisis pada individu-individu yang notabenehnya bukan pada puncak struktur sosial. Semua dapat menjadi siapa saja, baik itu seniman, artis, ahli politik, ahli ekonomi, pelawak, aktivis, dan lain-lain, tetapi identitas ini tidak beku/kaku esoknya mereka dapat menjadi yang lain. Dinamika identitas cair ini tentu sifatnya bukan tanpa pengawasan. Sudah banyak bukti ketika kualitas argumen tidak dapat dipertanggungjawabkan akan mengalami pengadilan masal (contoh seperti istilah ‘*netijen* selalu benar’).

Dengan kata lain, para migran-migran budaya ini akan setingkat dengan sosok migran budaya pendahulunya seperti Sultan Takdir Alishabana yang menggeluti filsafat barat dan mengajak masyarakat Indonesia untuk merangkul modernitas dan meninggalkan pemahaman mistis agar dapat membawa bangsa Indonesia di tingkat dunia, Muhammad Hatta yang dalam masa tahanannya di Boven Digul mengasah pemahaman ilmu ekonominya dengan menggeluti pemikiran para filsuf alam (prasokratik) mulai Thales hingga Demokritus, tidak ketinggalan presiden Soekarno pun seorang migran budaya terlihat dalam rumusan tentang dasar negara Republik Indonesia yang banyak membicarakan konsep *Weltanschauung*, Iwan Fals yang menggunakan musik *folk* untuk menyuarakan suara rakyat yang terbungkam, dan tokoh-tokoh lain yang memberikan perubahan. Ya perubahan, itulah budaya.

## Daftar Pustaka

- Appandurai, Arjun. (1996). *Modernity at Large; Cultural Dimenion of Globalisation*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Aspinall, Edward. (2005). *Student and The Military: Regime Friction and Civilian Dissent In The Late Suharto Period*. Indonesia.
- Barendregt, Bart, Peter Keppy, & Henk Schulte Nordholt. (2017). *Popular Music in Southeast Asia Banal Beats, Muted Histories*. Amsterdam: Amsterdam University Oress B.V.
- Crowther, Paul. (1993). *Crithical Aesthetics and Postmodernism*. Oxford : Clarendon.
- Featherstone, Mike. (1995). *Undoing Culture; Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.
- Harari, Yuval Noah. (2019). *Sapiens*. Jakarta: Gramedia.

- Herlambang, Wijaya. (2013). *Kekerasan Budaya Pasca 1965: Bagaimana Orde Baru Melegitimasi Anti-Komunisme Melalui Seni dan Sastra*. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Heryanto, Ariel. (2008). *Popular Culture in Indonesia, Fluid Identities in Postauthoritarian Politics*. London and New York: Routledge.
- Holt, Claire. (1967). *Art in Indonesia; Continuities and Change*. Ithaca NY : Cornell University Press.
- Jenks, Chris. (1993). *Culture*. London: Routledge.
- Jurriens, Edwin. (2006). *Ekspresi Lokal dalam Fenomena Global : Safari Budaya dan Migransi*. Jakarta: LP3ES.
- Jurkiewicz & CL. (2000). *Generation X and The Public Employee*. *Public Personnel Management*, 29, (1), 55-74.
- Kuntowijoyo. (2019). *Selamat Tinggal Mitos, Selamat Datang Realitas; Esai-Esai Politik dan Budaya*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Loomis, Judi E. (2000). *Generation X*. *Rough Notes*. 143, (9), 52-54.
- Mannheim, Karl. (1952). *The Problem of Generations dalam Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Nistanto, Reska K. (2019, Mei 2). Jumlah Akun Youtube Indonesia yang Capai 1 Juta Subscriber Jumlahnya Naik 5 Kali Lipat. *Tribunnews Jateng.com*. Diakses dari <https://jateng.tribunnews.com/2019/05/02/jumlah-akun-youtube-indonesia-yang-capai-1-juta-subscriber-jumlahnya-naik-5-kali-lipat>.
- Perryer, Chris, Catherine Leighton & Harriet Perryer. (2014). *Generational Cohort in Developing Countries: An Overview of The Literature and An Examination of Cohort Structures In Brazil, Russia, India and China*. AFBE 2014 CONFERENCE. 94.

- Putra, Yanuar Surya. (2016). *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*. Among Makarti. 9 (18), 125.
- Schewe, Charkes D& Geoffrey Meredith. (2004). *Segmenting Global Markets By Generational Cohorts: Determining Motivations By Age*. Journal of Consumer Behaviour. 4, (1), 51-63.
- Sen, Khrisna. (1988). *Histories and Stories,; Cinema in New Order Indonesia*. Clayton: Monash University.
- Strauss, William & Neil Howe. (1991). *Generations: The history of America's future*. New York : Quill William Morrow.
- Taylor, E.B.( 1871). *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*, vol 1 dan 2. London: John Murray
- Umam, Chaerul. (2019, Juli 25). *Waspadai Lunturnya Nilai Budaya di Kalangan Anak Muda*. Tribunews.com. Diakses dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/06/25/waspadai-lunturnya-nilai-budaya-di-kalangan-anak-muda>.
- Williams, Raymond. (1976). *Keywords*. London: Croom Helm.

\*\*\*



# Relasi Kuasa Gardu sebagai Ruang Silang Budaya

*Nur Amala Saputri*

Setiap malam para pemuda biasanya bergiliran melakukan ronda berkeliling mengitari desa secara bergiliran. Tak lupa, ketika melewati pintu masuk rumah warga, para peronda tersebut mengambil *jimpitan* yang telah dipasang atau ditaruh oleh pemilik rumah. Jimpitan tersebut biasanya berupa beras ataupun uang koin sesuai dengan kesepakatan warga desa. Usai melakukan ronda keliling mereka akan kembali ke gardu atau pos ronda untuk menghitung jimpitan, bermain kartu, atau saling berbincang sembari menunggu waktu Shubuh tiba. Rutinitas ronda malam ini menjadi sebuah bentuk aktivitas yang konon katanya merupakan peninggalan Rezim Suharto yang saat ini masih sering kita jumpai di beberapa desa-desa khususnya di Pulau Jawa. Sebuah aktivitas ronda

malam ini sungguh melambangkan gardu sebagai ruang penjagaan desa-desa.

Agaknya terlalu egois bila hanya menarik definisi gardu secara fungsional tanpa melihat realitas yang melekat di dalamnya. Sejarah telah mencatat gardu sebagai bangunan yang telah lama ada di Indonesia. Namun keberadaan bangunan kecil itu kini seringkali terlupakan dan dianggap tidak ada. Abidin Kusno dengan jelas memaparkan sejarah perkembangan Gardu khususnya di Jawa melalui penjelasan struktur sosial dan perguliran sistem politik yang berlangsung.<sup>1</sup> Kusno secara detail menuturkan bagaimana kemudian relasi kuasa gardu diperlihatkan oleh kehadiran aktor-aktor penguasa yang melahirkan adanya pola-pola *agency* dalam ruang gardu. Terdapat 3 aktor utama yang didalangkan oleh Kusno sebagai aktor utama dalam pewacanaan ruang Gardu ini, yakni Herman Willem Daendels, Presiden Suharto, dan Ibu Megawati. Ketiganya dianggap mewakili pembagian peridodesasi masa kekuasaan dan sistem politik yang pernah bergulir di Jawa.

Wacana “ruang” sendiri pernah dijelaskan secara lugas oleh Habermas melalui konsep “ruang publik”, dimana kemunculan ruang publik ini tidak lepas dengan praktik sosial yang dilakukan oleh aktor-aktor di dalamnya. Sebagaimana penjelasan Habermas, penelusuran sejarah ruang publik di Eropa sarat akan adanya kepentingan politik kaum Borjuis yang diwarnai dengan kekuatan modal. Ruang publik hadir sebagai ruang imajiner yang menaungi kontestasi para aktor-aktor di dalamnya untuk saling beropini. Aktor-aktor ini tidak lahir, melainkan hadir, menduduki, dan ikut berpartisipasi di dalam ruang publik, dengan memanfaatkan uang dan pengaruhnya untuk memperalat publik demi kepentingannya.<sup>2</sup> Ketika itu

---

<sup>1</sup> Abidin Kusno, *“Penjaga Memori; Gardu Perkotaan Jawa”*, 2007.

<sup>2</sup> Erisandi Arditama, *“Mengkaji Ruang Publik dari Perspektif Kuasa: Fenomena Kemenangan Aktor Hegemonik Melalui Dominasi Budaya”*,

sekitar abad 13 kaum Borjuis menggunakan kedai-kedai kopi untuk berkumpul melakukan diskusi-diskusi kecil atau sekedar berbincang mengenai wacana-wacana yang belum pernah dipersoalkan, seperti pengkritikan terhadap kebijakan pemerintahan.

Jauh sebelum era kaum borjuis, raja dianggap sebagai penguasa tertinggi yang tak terelakkan, dimana istilah “kepublik-an” dijadikan sebagai penegas status kenengratan keluarga bangsawan. Keberadaan ruang publik kala itu pun hanyalah sebuah “ruang” yang secara legitimatis menyimbolkan perbedaan kelas sosial publik atau umum sebagai rakyat jelata. Di sinilah wacana “ruang publik” terbentuk karena di situlah proses komunikasi antara penguasa dan warganya berlangsung. Namun ruang publik itu merupakan sebuah ruang yang aktif, dia mengontrol dan membentuk kesadaran masyarakat, sebab ia tidak pernah bebas dari pemaknaan berbagai aktor yang bermain di dalamnya, entah itu berupa makhluk, benda, bangunan, peraturan, cerita, ataupun representasi yang turut berperan dalam membentuk persepsi dan praktik sosial manusia.<sup>3</sup>

Keberadaan gardu di Indonesia jelas mengalami metamorfosa yang sangat menarik. Kusno sendiri memang tidak secara pasti mendeskripsikan awal mula lahirnya sebuah bangunan kecil yang bernama gardu itu, namun penelusurannya diawali dengan sebuah uraian singkat mengenai posisi gardu dalam tata ruang bangunan kerajaan di tanah Jawa. Dalam upaya memahami kebudayaan Jawa, Benedict Anderson pun pernah menganalisis bentuk-bentuk dan tata ruang bangunan yang membawanya pada sebuah pemaknaan mengenai

---

Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review 1 (1) (2016), hlm. 70.

<sup>3</sup> Abidin Kusno, “*Ruang Publik, Identitas dan Memoi Kolektif: Jakarta Pasca Suharto*,” 2009, hlm. 3.

konsep kosmologi *Kejawen*.<sup>4</sup> Para raja dan penguasa di Jawa mengasosiasikan bangunan kediaman mereka sebagai pusat kuasa. Konstruksi bangunannya melambangkan lingkaran konsentris; yakni pemilik rumah sebagai titik pusat penguasa, dan terdapat subjek-subjek yang mengelilinginya. Pusat kosmos ini harus memiliki daya tarik yang kuat, sehingga subjek-subjek yang mengelilinginya dapat terintegrasi dengan baik, bahkan tidak dibutuhkan akan adanya penegasan batas-batas wilayah penguasa. Maka sangatlah jelas bila Anderson tidak menjabarkan mengenai batas-batas teritorial wilayah penguasaan kerajaan di tanah Jawa. Dengan kata lain, semakin tinggi dan besar daya tarik atau pengaruh yang dimiliki oleh titik pusat konsentris tadi, akan semakin banyak pula memiliki pengikut dan semakin kuat.

Dalam tatanan rumah *Kejawen* atau rumah *Pendhopo*, gardu merupakan sebuah bangunan yang memiliki konstruksi paling kecil dan berada di bagian paling luar. Meski demikian, gardu memiliki peranan yang sangat penting sebagai bangunan pemisah antara tempat tinggal penguasa dengan rakyatnya. Dia berdiri kokoh untuk menyembunyikan keberadaan raja dari ancaman musuh. Di ruang gardu ini biasanya terdapat prajurit yang berfungsi untuk melakukan penjagaan terhadap segala ancaman. Terdapat sebuah pemaknaan bahwa rumah *Pendhopo* tidak hanya sebatas memiliki daya tarik untuk mengundang sekutu-sekutu, namun juga memiliki kemampuan untuk menyembunyikan raja di balik tembok kediamannya.<sup>5</sup> Demi kemurnian kuasa raja, keberadaan raja harus sulit terjangkau dan tersembunyi. Posisi gardu ini diibaratkan sebagai lapisan garda baris paling depan untuk menyembunyikan keberadaan sang raja tadi. Gardu tak lain menjadi sebuah bangunan kecil yang melambangkan adidaya

---

<sup>4</sup> Benedict R. O'G. Anderson, "*Kuasa- Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik di Indonesia*", 2000, bab I.

<sup>5</sup> Abidin Kusno, "*Penjaga Memori; Gardu Perkotaan Jawa*", 2007, hlm. 26-27.

kekuasaan raja yang tinggal di dalam bangunan utama rumah Jawa. Mungkin di titik inilah bangunan kecil ini dinamai “gardu”, sebab merujuk pada simbolisme “*rumah penjagaan*” pada struktur bangunan rumah raja Jawa, yang – kalau boleh – memaknainya secara etimologis dengan meminjam bahasa Perancis “*garde*”, atau dalam bahasa Inggris “*guard*” yang berarti *penjaga*.

Sentralitas kuasa raja dalam gagasan kosmologi Jawa ini nampak kembali terlihat dalam pola kekuasaan presiden Suharto pada masa Orde Baru. Pada masa Orde Baru gardu menjadi sebuah instrumen politik kuasa Suharto yang dihadirkan dalam bentuk “*posko militer*”, sebuah nama yang sangat mencirikan militerisme Suharto. Istilah “posko” kala itu digunakan dalam konteks “medan perang” dengan maksud untuk mengendalikan aspek-aspek kehidupan sosial dan politik di lapangan demi menjamin ketertiban dan keamanan.<sup>6</sup> Setiap sudut-sudut pemukiman warga dan dipinggir jalan-jalan dibangun posko dengan dalih untuk menjaga keamanan masyarakat dari ancaman komunisme yang telah diyakini mulai memasuki kehidupan desa-desa. Tahun 1970-an, sebuah program Suharto yang mencanangkan adanya program militer ABRI Masuk Desa sehingga dibangun posko-posko keamanan yang dinamai “posko taktis”. Uniknya citra ABRI di masyarakat menjadi kuat dan terhormat. Bagaimana tidak, setiap hari para anggota ABRI bergantian berjaga di posko untuk berjaga, mengawasi gerak-gerik kehidupan masyarakat. Mereka secara khusus diberikan kewenangan besar secara politis oleh presiden. Tak heran jika profesi ABRI pun menjadi impian banyak anak-anak sekolah kala itu. Suharto pun lantas memberikan alternatif yang seolah memberikan kesempatan untuk masyarakat sipil mencicipi profesi ABRI dengan membuat “pos hansip” – sebuah program pertahanan masyarakat sipil yang digerakkan dan dikelola oleh masyarakat atas perintah Suharto.

---

<sup>6</sup> *Ibid.*

Dengan pola yang sedemikian rupa, rumusan kuasa Suharto memperlihatkan pada konsepsi bentuk kekuasaan homogen yang bersumber pada satu individu yang sama. Keberadaannya sangat konkret, konstan, dan tidak lagi mempertanyakan keabsahan, sebab kekuasaan diturunkan dari sumber tunggal. Bangunan gardu yang bertransformasi menjadi posko menjadi sebuah perwujudan konkret kekuasaan Suharto. Sebagaimana Anderson menyebutkan bahwa konsep kekuasaan Jawa bukan merupakan suatu postulat teoretis melainkan suatu kenyataan eksistensial.<sup>7</sup> Kekuasaan ini diejawantahkan pada tiap aspek alam, berupa bentuk fisik alamiah seperti bebatuan, pohon, api, yang dihidupkan oleh tenaga yang tak tampak, dan terekspresikan pada putaran misteri kehidupan. Begitulah Suharto membangun gardu dan jaringan kuasanya. Pertarungan dalam ruang yang telah dimenangkan Suharto secara sepihak itu jelas secara ideologis melahirkan hegemoni kepada masyarakat. Tak heran jika pada masa kejayaannya dulu Jawa menjadi sangat diagungkan dalam segala aspek kehidupan sosial. Namun atas hal ini pun, kita semua harus paham bahwa Suharto merupakan orang Jawa. Ia lahir dan tumbuh besar dengan ajaran nilai-nilai *Kejawen* dari keluarganya. Maka identitas Jawa pun tak bisa lepas darinya. Bahkan jika boleh *suudzon*, mungkin dia sendiri merupakan korban hegemoni Jawa semasa kecilnya dulu?

## Sebuah Mimpi Revolusioner dari Sukarno

Usai runtuhnya rezim Orde Baru, jaringan negara yang terbangun melalui pos hansip hancur.<sup>8</sup> Di tengah susana politik yang tak menentu, Megawati lantas mengambil alih gardu-gardu untuk menyampaikan gagasan ketertiban dan keamanan lingkungan demi membangun fondasi

---

<sup>7</sup> Anderson, *op. cit.* hlm. 43.

<sup>8</sup> Kusno, *op.cit.* hlm. 41.

kekuasaannya. Bisa dibayangkan, Megawati menerapkan hal serupa seperti pendahulunya dulu yakni presiden Suharto. Mungkin pembedanya adalah dia menyulap gardu menjadi ruang yang ada untuk masyarakat, melayani, dan memahami masyarakat dengan sepenuh hati. Dengan hiasan bendera-bendera banteng PDI, seolah-olah gardu ini juga menandakan akan luasnya jangkauan teritorial kekuasaan Megawati dan pengaruh yang dibawanya.

Dalam upaya memahami politik tradisional, Anderson menyebutkan bahwa unsur budaya merupakan senjata pamungkas untuk mengkombinasikan dengan variabel-variabel sosial, ekonomi, dan sejarah, yang mengarah pada kesalinghubungan metodologis untuk mengembangkan pendekatan menyeluruh terhadap politik Indonesia saat ini.<sup>9</sup> Maksudnya adalah agar dapat melakukan analisis evaluatif sehingga paling tidak muncul kesadaran akan kesalinghubungan antara logika lama dengan penerapan politik moderen masa kini. Pengamatan Kusno soal gardu membawa pemaknaan ruang gardu sebagai representasi politik ruang yang juga berfungsi untuk mereorganisasi ruang kota dan desa.<sup>10</sup> Sebagaimana temuan riset Joshua Barker dalam dimensi ruang kemanan lingkungan, gardu sangat terkait dengan politik ruang kolonial dan wacana pembentuk jati diri sebuah komunitas.<sup>11</sup> Seperti para raja Jawa yang menjadikan gardu sebagai ruang penjagaan, ataupun menjadikan ruang gardu sebagai instrumen politik, bahkan ruang gardu menjadi tempat perlawanan. Gardu-gardu terus tampil melintasi waktu, dan terus mengalami penyesuaian

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 34-35.

<sup>10</sup> Asti Kurniawati, "Gardu dalam 'Struktur' Politik di Indonesia: Sebentuk Pertemuan Historisme, Strukturalisme Levi-Strauss dan Posmodernisme", SASDAYA, Gajah Mada Journal of Humanities, Vol. 2, No. 2 (May 2018), hlm. 451-470.

<sup>11</sup> Joshua Barker, "A State of Fear: Controlling the Criminal Contagion in Suharto's New Order", Indonesia 66 (Oktober 1998), hlm.7-43.

terhadap praktik sosial para aktor yang menguasainya.

Jawa pernah dikatakan oleh John Pamberton merupakan tempat dimana asal-muasal fantasi elite politik berkuasa.<sup>12</sup> Bahkan Denys Lombard menyanjung Jawa sebagai salah satu akar peradaban Asia Tenggara yang berdetak seirama dengan jantung Angkor, Pagan, dan Sukhotai.<sup>13</sup> Namun ada ciri khusus yang dimiliki Jawa ini, menyangkut pada lingkungan dan pembentukan mentalitas rakyatnya, yakni munculnya raja-raja, di sekelilingnya terdapat pilar-pilar yang memantapkan kekuasaannya. Tidak bisa dipungkiri bahwa Jawa mengalami “indianisasi” atau mendapatkan pengaruh Hinduisme kuat dari India yang kemudian sangat terkait dengan kemaharajaan dan sistem kastanisasi tatanan sosial. Sementara itu Jawa pun mendapatkan pengaruh kuat dari ajaran cinta kasih Budha soal harmonisasi kehidupan. Pengaruh-pengaruh kuat inilah yang lantaran menciptakan sosok “Jawa” ini. Seperti yang diinterpretasikan oleh Pamberton, ciri-ciri etnografi Jawa yang di dalamnya terdapat model-model pusat anutan, sistematika hirarkis bahasa dan etiket, struktur-struktur ritual dari keseimbangan kosmologis.<sup>14</sup> Tatanan kosmik Jawa Kuno ini digunakan untuk menafsirkan relasi kuasa dalam ruang gardu masa Orde Baru, yang kemudian juga dipandang sebagai ritus Suharto dengan tujuan untuk mengembalikan keseimbangan masyarakat dan alam yang telah rusak.

Sukarno sebagai pendahulu Suharto sangat jelas mencetuskan gagasan demokratis dan komunismenya dengan tampil di atas podium, ia berpidato berapi-api di depan rakyatnya untuk bersatu membangun “kota demokrasi, kota persatuan dan kota mobilisasi” (pada waktu itu adalah kota Jakarta). Gaya kepemimpinan Bung Karno ini dipandang

---

<sup>12</sup> John Pamberton, *Jawa on the Subject of Java*, 2003, hlm. 11.

<sup>13</sup> Denys Lombard, *Nusa Jawa: Silang Budaya Kajian Sejarah Terpadu Bagian III: Warisan Kerajaan-Kerajaan Konsentris*, 1996, hlm. 4.

<sup>14</sup> Pamberton, *op. cit.* hlm. 13.

merusak simbolisme Jawa Kuno atau seperti yang dikatakan Kusno runtuh “setidaknya secara visual”. Bagaimana tidak, penampilan Bung Karno itu secara jelas telah merubah simbolisme kemurnian kuasa raja Jawa yang harus “tersembunyi” di balik benteng. Dengan gaya nyentriknnya ini Bung Karno menggunakan podium sebagai medium komunikasi massa secara langsung dengan masyarakat, sungguh kontras dengan prosesi ritual raja-raja Jawa yang dilakukan dalam Pendhopo.<sup>15</sup>

Namun Bung Karno juga merupakan sosok Jawa, ia pun sangat menjunjung tinggi pemikiran politik Jawa yang menekankan pada tanda-tanda konsentrasi kuasa. Seperti yang dijabarkan oleh Anderson, tidak hanya pada penerapan ataupun pemanfaatannya, melainkan melihat tanda-tanda kuasa dalam sosok yang berkuasa itu. Bagaimana kemudian Bung Karno memiliki kemampuan untuk mengkonsentrasikan dirinya untuk menyerap kuasa dari luar dan mensinkronkannya dengan aspek-aspek yang tampak berlawanan dalam dirinya. Dalam cerita-cerita Jawa Kuno diceritakan lakon wayang perang Baratayuda, dimana sukma Prabu Parta memasuki tubuh Arjuna sesudah kealahannya saat keduanya bertempur. Beberapa kisah lain juga memperlihatkan peleburan kekuatan seperti saat Prabu Yudhistira mengalahkan Begawan Bagaspati, ataupun pada saat Peleburan Srikandhi dan Ambalika melawan Resi Bisma.<sup>16</sup> Karakteristik mendasar peleburan dari kombinasi unsur-unsur yang berlawanan ini menjadi sebuah penggabungan yang dinamis dan simultan dalam satu entitas.<sup>17</sup> Pidato-pidato yang dilakukan oleh Bung Karno, seringkali menyatakan bahwa dirinya merupakan seorang manusia religious, nasionalis, sekaligus komunis. Para

---

<sup>15</sup> Abidin Kusno, “*Penjaga Memori; Gardu Perkotaan Jawa*”, 2007, hlm. 26.

<sup>16</sup> Benedict R. O’G. Anderson, “*Kuasa- Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik di Indonesia*”, 2000, hlm. 55.

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 56.

analisis budaya pun berkali-kali menafsirkan bahwa ucapan Bung Karno itu barangkali pada satu sisi menawarkan adanya kompromi dan dialog yang dipertemukan dalam ruang atau wadah yang disebut Negara Kesatuan Republik Indonesia. Di sisi lain, ucapannya itu juga mengibaratkan klaim kuat, bahwa hanya Sukarno yang secara keseluruhan, *sembada*, menyerap segala sesuatu dalam dirinya dengan membuat penaklukan sinkretis.<sup>18</sup>

Bung Karno memang merupakan sosok Jawa yang katakanlah telah berupaya membangun ruang kompromi dan dialog bagi masyarakat. Pidatonya di atas podium paling tidak telah memobilisasi pertemuan berbagai arus kultur untuk terus mengkampanyekan solidaritas sosial, atau paling tidak menyadarkan rakyatnya, bahwa mereka semua adalah aktor-aktor sosial yang bebas untuk menghadirkan kuasa mereka dalam ruang-ruang sosial.<sup>19</sup> Atas pemikiran ini, kita juga harus mengingat peran besar politik penguasaan Jepang yang sempat menjajah tanah air, dan bagaimana kemudian Bung Karno sempat punya hubungan khusus dengan para *Nippon* (sebutan bagi orang Jepang). Wakil presiden Mohhammad Hatta sempat mengatakan bahwa, sebuah perolehan hasil dari jajahan Jepang adalah “*alam pikir rakyat telah terbebas dari cengkeraman perasaan minder*”. Jepang dengan ideologi Pan-Asianisme-nya membangunkan semangat rakyat sipil untuk melakukan pembelaan terhadap tanah air. Mereka membangun sebuah integrasi seluruh Asia sebagai “saudara” di bawah pemerintahannya, dengan memobilisasi para pemuda Indonesia dan membentuk organisasi keamanan yang disebut Keibodan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 58.

<sup>19</sup> Munawar Aziz, “*Omah Kendeng dan Silang Budaya Kaum Samin*” Nasional Kompas diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2009/10/28/1231577/omah.kendeng.dan.silang.budaya.kaum.samin.?page=all> pada tanggal 18 Februari 2020 pukul 18.39 WIB.

<sup>20</sup> Kusno, *op. cit.* hlm. 98.

Keibodan digambarkan sebagai organisasi dimana para anggotanya merupakan warga sipil yang saling bekerja sama dalam semangat gotong royong untuk menjaga kampung atau desanya. Mereka bertugas di gardu-gardu desa (yang sebagian besar telah dibangun oleh *Herman Willem Daendels*) secara bergiliran, dan berkeliling melakukan patroli penjagaan desa. Dalam pemerintahan Jepang, gardu dipandang tak hanya sekedar menjadi ruang penjagaan melainkan juga menjadi penyatuan seluruh rakyat yang terjajah untuk melawan “kedaulatan Barat”.<sup>21</sup> Gerakan penjagaan yang dilakukan secara kolektif ini –seperti yang dimuat dalam *Sinar Baroe*–menyatukan berbagai golongan etnis dan kelas rakyat sipil Indonesia untuk berkerja sama merebut kemerdekaannya.<sup>22</sup>

Praktik ronda malam di ruang gardu yang kini masih dilestarikan di beberapa desa-desa merupakan bentuk peninggalan organisasi Keibodan yang dibentuk oleh Jepang. Sebuah praktik sosial yang telah menembus jaman, yakni saling menjaga satu sama lain, mengawasi yang lain sekaligus diawasi. Ruang gardu menjadi sebuah panggung yang memberikan posisi equal. Semua bisa tampil di panggung yang sama, yakni gardu. Di ruang gardu semua orang datang dan pergi dengan dalih melanggengkan ikatan sosial dan komunikasi egaliter, atau seperti yang dikatakan Munawar Aziz menihilkan stratifikasi, batas sosial, dan label ekonomi yang selama ini menjadi sekat komunikasi dan jejaring sosial antarwarga.<sup>23</sup> Pemikiran ini – jika kita kembalikan dalam teori ruang publik Habermas, saya rasa boleh untuk meminjam kritik pragmatis Rorty pada pembedaan ranah privat dan publik. Ia memandang ruang privat sebagai wilayah pribadi untuk mendorong kesempurnaan diri atau mencapai impian pribadi tanpa berusaha memaksakan pandangannya ke orang

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 109.

<sup>22</sup> *Sinar Baroe*.

<sup>23</sup> *Aziz, op. cit.*

lain. Sedangkan ruang publik mendorong individu untuk menyelesaikan permasalahan publik melalui rasa solidaritas. Secara mendasar Rorty memandang bahwa manusia mesti memiliki loyalitas terhadap sesama, membangun kebersamaan dalam komunitas sosial, mengembangkan solidaritas dengan rekan-rekan untuk menghadapi tantangan dunia di tengah kemajemukan tradisi dan warisan ajaran intelektual yang sarat dengan keterbatasan.<sup>24</sup> Konsep solidaritas Rorty membawa kita pada rasa kesadaran tanggung jawab serta keprihatinan bersama yang mampu menjembatani berbagai perbedaan, melalui tindakan komunikatif seperti mengadakan ruang dialog untuk mencapai saling pengertian.<sup>25</sup> Dalam hal ini, ruang gardu menjadi sebuah ruang silang budaya mencairkan kebekuan batas-batas etnisitas dan melampaui relasi sosiologis dan antropologis,<sup>26</sup> melalui rasa solidaritas yang dimulai dari mana kita berasal, yaitu realitas konkret dan kenyataan hidup yang jadi bagian dari pergulatan kita sehari-hari.<sup>27</sup>

## Daftar Pustaka

- Anderson, Benedict R. O’G. 2000. *Kuasa-Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik di Indonesia*. Yogyakarta: Mata Bangsa.
- Arditama, Erisandi. 2016. *“Mengkaji Ruang Publik dari Perspektif Kuasa: Fenomena Kemenangan Aktor Hegemonik Melalui Dominasi Budaya”*, dalam *Jurnal Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review* 1 (1), [hlm. 69-86](#).

<sup>24</sup> Y.P. Kalumbang, *“Kritik Pragmatisme Richard Rorty terhadap Epistemologi Barat Modern”* *Jurnal Filsafat* Vol. 28, No. 2 (2018), hlm. 253-284.

<sup>25</sup> Ronaboyd, *“Kekerasan Simbolik dan Kesiapan Mental di Ruang Publik”* Qureta diakses dari <https://www.quireta.com/post/kekerasan-simbolik-dan-kesiapan-mental-di-ruang-publik-2> pada tanggal 19 Februari 2020 pukul 17.00 WIB.

<sup>26</sup> Aziz, *op. cit.*

<sup>27</sup> Fristian Hadinata, *“Mencari Kemungkinan Solidaritas Tanpa Dasar Universal: Telaah atas Pemikiran Etika Sosial Richard Rorty”* *Jurnal RESPONS* volume 23 no. 01 (2018), hlm. 111-122.

- Aziz, Munawar. 2009. “*Omah Kendeng dan Silang Budaya Kaum Samin*” Nasional Kompas diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2009/10/28/1231577/omah.kendeng.dan.silang.budaya.kaum.samin.?page=all> pada tanggal 18 Februari 2020 pukul 18.39 WIB.
- Barker, Joshua. 1998. “*A State of Fear: Controlling the Criminal Contagion in Suharto’s New Order*”, Indonesia 66 (Oktober 1998), hlm.7-43.
- Hadinata, Fristian. 2018. “*Mencari Kemungkinan Solidaritas Tanpa Dasar Universal: Telaah atas Pemikiran Etika Sosial Richard Rorty*” Jurnal RESPONS volume 23 no. 01, hlm. 111-122.
- Kalumbang, Y.P. 2018. “*Kritik Pragmatisme Richard Rorty terhadap Epistimologi Barat Modern*” Jurnal Filsafat Vol. 28, No. 2, hlm. 253-284.
- Kurniawati, Asti. 2018. “*Gardu dalam ‘Struktur’ Politik di Indonesia: Sebetuk Pertemuan Historisisme, Strukturalisme Levi-Strauss dan Posmodernisme*”, SASDAYA, Gadjah Mada Journal of Humanities, Vol. 2, No. 2 (May 2018), hlm. 451-470.
- Kusno, Abidin. 2007. “*Penjaga Memori; Gardu Perkotaan Jawa*”. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Kusno, Abidin. 2009. “*Ruang Publik, Identitas dan Memoi Kolektif: Jakarta Pasca Suharto*”. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Lombard, Denys. 1996. “*Nusa Jawa: Silang Budaya Kajian Sejarah Terpadu Bagian III: Warisan Kerajaan-Kerajaan Konsentris*”. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Pamberton, John. 2003. “*Jawa on the Subject of Java*”. Yogyakarta: Mata Bangsa.
- Ronaboyd. 2018. “*Kekerasan Simbolik dan Kesiapan Mental di Ruang Publik*” Qureta diakses dari <https://www.quireta.com>

com/post/kekerasan-simbolik-dan-kesiapan-mental-di-ruang-publik-2 pada tanggal 19 Februari 2020 pukul 17.00 WIB.

\*\*\*

# Komunikasi Antarbudaya di Tengah Bahasa Universal Manusia

*Tommy Satriadi Nur Arifin*

**K**omunikasi seringkali dinilai sebagai bentuk interaksi manusia yang paling dasar, selain itu juga sebagai bentuk substansif kebutuhan hidup manusia. Tanpa komunikasi, maka tidak akan terjadi kehidupan seperti sekarang ini. Komunikasi yang lebih diartikan sebagai sebuah proses pemberian-penerimaan pesan ini menjadikan manusia lebih bernilai dalam kehidupannya dikarenakan ada “pertukaran” makna yang dihasilkan dari komunikasi tersebut. Dengan demikian kebutuhan manusia yang paling dasar ini menjadikan tiap manusia memiliki naluri dan kemampuan berkomunikasi masing-masing. Secara lebih luas, kebudayaan juga membentuk bagaimana pola komunikasi manusia dihasilkan. Komunikasi bisa menjadi salah satu bentuk

ciri manusia berbudaya. Dan kemajemukan budaya dalam lingkungan kita hingga dunia kita yang akhirnya melahirkan satu kajian dalam ilmu komunikasi yaitu komunikasi antarbudaya.

Mempelajari komunikasi tidaklah serta merta melihat apa saja yang terjadi dalam sebuah proses komunikasi, sebelum itu ada perlunya mengetahui unsur atau komponen apa saja yang bekerja dalam sebuah proses komunikasi. Komponen pertama adalah komunikator, yaitu orang yang menyampaikan isi komunikasi. Komponen kedua adalah komunikan, yaitu orang yang menerima isi komunikasi. Dan komponen ketiga adalah isi komunikasi itu sendiri. Pesan komunikasi harus sama-sama dimengerti oleh komunikator dan komunikan. Maka pada proses komunikasi harus ada kepentingan yang berimpit atau disebut juga *overlapping of interest* terhadap pesan yang digunakan sehingga pesan menjadi milik bersama. Antara komunikator dan komunikan selain harus mengerti bahasa yang digunakan juga harus dapat menangkap makna dari bahasa yang digunakan sesuai dengan makna yang dimaksud oleh komunikator.

Antarakomunikatordankomunikanharusmenggunakan bahasa yang sama-sama dimengerti karena bahasa merupakan alat untuk menerangkan dan mengungkapkan isi pesan yang dikomunikasikan. Tanpa penguasaan bahasa, komunikasi tidak akan lancar, tujuan tidak akan tercapai. Kesulitan mengungkapkan gagasan dan pemikirannya. Khusus mengenai bahasa yang digunakan dalam komunikasi lisan, satu hal yang penting untuk diperhatikan yaitu intonasi, adalah gaya irama pengucapan sebuah perkataan atau kalimat dengan tekanan pada suatu suku kata atau suatu kata.

Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan kepada komunikan sejajar dengan referensinya atau tingkat pemikirannya. Kerangka referensi (*frame of*

*reference*) seseorang terbentuk dalam diri manusia sebagai hasil dari perpaduan antara pendidikan, sikap hidup, kesenangan dan cita-cita dan sebagainya. Tidak ada manusia dengan kesamaan persis kerangka referensinya walau ia berada pada lingkungan dan pendidikan yang sama. Dalam situasi komunikasi antarpribadi, komunikator mudah mengetahui tingkat kerangka referensinya, namun tidak dalam komunikasi massa yang bersifat heterogen. Bidang pengalaman (*field of experience*) seseorang yang diperoleh dari perpaduan pengalaman hidup, yang dijalani dari tahun ke tahun, dan bidang pengalaman ini sangat dipengaruhi oleh kebudayaan, norma, keyakinan, agama, dan sebagainya. Dalam berkomunikasi antara komunikator dan komunikan harus punya pengalaman yang sejajar atau hampir sama agar pesan dapat secepatnya dimengerti serta tujuannya yang tercapai.

Setiap proses komunikasi, terjadi pengiriman simbol-simbol. Setiap pengiriman simbol merupakan pencerminan dari kebudayaan, atau merupakan pembentukan kebudayaan baru. Tanpa proses komunikasi, kehidupan antar manusia tidak akan terjadi proses sosial atau integrasi. Oleh karena itu simbol memegang peranan penting dalam setiap kehidupan masyarakat. Dalam proses komunikasi, simbol sebagai media primer dapat berupa verbal atau nonverbal. Baik simbol verbal maupun nonverbal yang dipakai oleh komunikator dan komunikan untuk berkomunikasi harus mempunyai makna yang dipakai oleh kedua belah pihak yang terlibat komunikasi. Dengan simbol, komunikan mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator.

Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu

kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu.<sup>1</sup>

Kita sering tidak menyadari pentingnya bahasa, karena kita sepanjang hidup menggunakannya. Kita baru sadar bahasa itu penting ketika kita merasakan kesulitan dalam menggunakan bahasa sebagai komunikasi, misalnya ketika kita berupaya berkomunikasi dengan orang yang sama sekali tidak memahami bahasa kita yang membuat kita kesulitan; ketika kita sulit menerjemahkan suatu kata, frase, atau kalimat dari suatu bahasa ke bahasa lain; ketika kita harus menulis sebuah tulisan atau berbicara dalam bahasa asing untuk memperoleh pendidikan atau pekerjaan yang bagus.

Menurut Larry L. Barker, bahasa memiliki tiga fungsi: penamaan, interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagai gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa,

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), halaman 260-261. Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi sosial. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa, dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka mereka, yang lalu menjadi konvensi atau kesepakatan.

informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Manusia menerima informasi setiap hari, sejak ia memulai hari dengan bangun tidur hingga menutup hari dengan tidur kembali, dari orang lain, baik secara langsung atau tidak. Fungsi bahasa inilah yang disebut fungsi transmisi. Keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita. Tanpa bahasa, manusia tidak mungkin bertukar informasi; manusia tidak mungkin menghadirkan semua objek dan tempat untuk dirujuk dalam komunikasi mereka.<sup>2</sup>

Pesan yang tersampaikan dari komunikator kepada komunikan melalui medium bahasa, atau lebih tepatnya proses komunikasi yang terjadi, tidaklah menjadi sebuah arus yang hanya melihat isi pesannya saja. Lebih dari itu ada sebuah aspek yang lebih penting dalam melihat sebuah keefektifitas proses komunikasi. Lebih tepatnya ada sebuah kebudayaan yang juga bekerja dalam sebuah proses komunikasi. Tidak ada komunikasi tanpa ada budaya yang melatarbelakanginya. Kebudayaan lebih berpengaruh pada pelaku komunikasi. Pelaku komunikasi inilah yang menyebabkan proses komunikasi selalu beragam.

Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung. Tetapi juga budaya turut menentukan bagaimana orang menerjemahkan pesan, makna yang dimiliki untuk pesan, dan kondisi-kondisi untuk mengirim, memperhatikan dan

---

<sup>2</sup> Larry L. Barker. *Communication third edition* (Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1984), halaman 22-23, seperti dikutip oleh *Ibid.*, halaman 266-267. Bahasa merupakan simbol yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik berbentuk ide, informasi, opini, dan lain-lain, mengenai hal-hal yang konkrit maupun abstrak. Juga bukan hanya peristiwa yang terjadi saat ini tapi juga peristiwa masa lalu dan masa yang akan datang.

menafsirkan pesan. Budaya merupakan landasan komunikasi, semakin beragam budaya maka akan semakin beragam pula praktek-praktek komunikasi berlangsung,

Komunikasi antarbudaya ditandai dengan adanya komunikator dan komunikan yang berasal dari budaya yang berlainan, komunikator sebagai sumber pesan adalah anggota suatu budaya dan komunikan adalah anggota suatu budaya lainnya. Dalam kondisi demikian terjadi masalah dimana pesan diterjemahkan dalam suatu budaya dan harus dibalas dalam budaya lain, karena budaya mempengaruhi orang berkomunikasi dan bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang dimiliki setiap orang.

Tulisan ini akan membahas bagaimana komunikasi antarbudaya bekerja di dalam masyarakat modern dimana anggota masyarakatnya memiliki banyak perbedaan; budaya, bahasa, dan kependudukan. Beberapa subbab selanjutnya akan membahas mengenai asal-usul bahasa dan komunikasi verbal manusia, kemudian bagaimana dalam dunia manusia mengakui adanya bahasa universal yang dimiliki bersama namun memiliki ragam adaptasi dalam ruang budaya yang berbeda.

## **Menelisik Dunia Wicara dan Bahasa Manusia<sup>3</sup>**

---

<sup>3</sup> Untuk lebih memahami pada subbab ini, disarankan untuk membaca lebih lanjut artikel berjudul "*The Origin of Language and Communication*" oleh Brad Harrub, Bert Thompson, Dave Miller. Pembahasannya membagi asal mula bahasa dan komunikasi menjadi dua bahasan besar. Pertama, bahasa dan komunikasi yang berangkat dari isi Alkitab, menjelaskan Adam sebagai manusia pertama di bumi sekaligus manusia pertama yang bisa berkomunikasi dengan lingkungannya melalui ajaran Tuhan. Kedua, bahasa dan komunikasi yang berangkat dari evolusi makhluk hidup terutama hewan (dan manusia). Evolusi ini tentu saja menjelaskan bagaimana organ tubuh manusia dari pusat syaraf -otak-, hingga sekitar tenggorokan yang berfungsi mengeluarkan suara -*pharynx*, laring, pita suara, lidah-.

Komunikasi adalah salah satu aktivitas manusia yang diakui setiap orang, namun hanya sedikit yang bisa mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi adalah berbicara kepada orang lain; melebihi hubungan manusia dengan manusia yaitu dari segala macam media massa, penyebaran informasi segala aspek sosial dan sebagainya. Tidak hanya soal definisi, bahkan kajian mengenai asal mula komunikasi (dan bahasa) juga kerap kali menjadi pembahasan yang menarik (dan sulit).

Ada banyak pendapat yang mengatakan bahwa bahasa atau lebih tepatnya percakapan (*speech*) merupakan salah satu kelebihan nyata yang hanya diperoleh manusia dalam evolusi kehidupannya. Ini jelas terlihat bahwa bahasa yang digunakan ketika manusia mulai hidup di bumi hingga sekarang memiliki banyak sekali perubahan dan perbedaan penggunaan di tempat yang berbeda pula. Bahasa adalah milik manusia, itulah inti dari ide utama mengenai bahasa ini.<sup>4</sup>

Bahasa sebagai milik manusia juga harus mengetahui siapa manusia pertama yang menggunakan bahasa ini sebagai media komunikasi. Adalah Adam atau nabi Adam a.s (Islam) yang diciptakan Tuhan sebagai manusia yang pertama. Dalam artikel ini, penciptaan Adam diceritakan melalui referensi Kitab Kejadian<sup>5</sup> (*Genesis*). Tuhan menciptakan

---

<sup>4</sup> Ahli Evolusi, Philip Lieberman, mengatakan bahwa “hewan” yang dapat berbicara inilah yang disebut dengan manusia. Tentu saja hal ini merujuk pada keberagaman makhluk hidup terdiri dari dua jenis yaitu flora dan fauna. Manusia “diletakkan” pada fauna karena sifatnya yang memiliki kesamaan fisiologis serta ketiadaan klorofil (zat hijau daun) dalam tubuhnya. Di lain sumber, dari *The Cambridge Encyclopedia of Human Evolution*, Martin dan Pilbeam mengatakan, bahwa tidak ada bahasa selain bahasa manusia, selanjutnya, bahasa merupakan sikap adaptasi yang unik pada manusia, walau keunikannya ini menjadi kesulitan dalam mendefinisikan.

<sup>5</sup>Kitab Taurat adalah lima kitab pertama Tanakh/Alkitab Ibrani atau bagian Perjanjian Lama di Alkitab Kristen. Kelima kitab dalam Taurat adalah Kitab Kejadian (*Genesis*), Kitab Keluaran (*Exodus*), Kitab Imamah (*Leviticus*), Kitab Bilangan (*Numerii*), Kitab Ulangan (*Deuteronomium*).

Adam berdasarkan kehendak Tuhan sendiri dengan berbagai kemampuan termasuk kemampuan bahasa. Tuhan kemudian berbicara dengan Adam dan Adam mampu menjawab apa yang Tuhan katakan. Disini perlu diketahui bahwa manusia sejak awal penciptaannya sudah diberkahi kemampuan berbicara, mendengar, memahami berdasarkan komunikasi yang mereka lakukan.

Adam diciptakan tidak sendirian. Ia kemudian ditidurkan oleh Tuhan dan kemudian Tuhan membuat sosok yang akan menjadi teman Adam sebagai manusia. Kejadian ini diyakini sebagai “operasi” manusia pertama yang dilakukan oleh Tuhan terhadap manusia, karena “teman Adam” ini dibuat dari sebagian tubuh Adam (dikatakan bahwa, sebagian tubuh yang dimaksud adalah tulang rusuk kiri Adam). Terciptalah sosok yang menemani Adam yaitu Eve atau Hawa (Islam). Eve tercipta dengan sebutan “perempuan” karena ia berasal dari “laki-laki”.<sup>6</sup> Penciptaan inilah melahirkan adanya komunikasi antara dua manusia terus berlanjut hingga sekarang.

Perkembangan bahasa hingga keberagamannya kini sangatlah banyak. Salah satu sumber yang memiliki otoritas data kebahasaan seluruh dunia, *The Ethnologue*, mencatat setidaknya ada sebanyak 6.809 bahasa. Kekayaan ini merupakan karya dalam dunia komunikasi yang luar biasa. Ada sebuah cabang dari Sosiologi yaitu *etnometodologi* yang merupakan penelitian mendalam tentang bagaimana manusia mengatur kehidupan sehari-hari mereka dalam bentuk analisis percakapan (*Conversation Analysis - CA*). Percakapan dipandang sebagai pencapaian sosial karena melakukan tindakan kooperatif melalui pembicaraan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>And Adam said, “This is now bone of my bones and flesh of my flesh; she shall be called Woman, because she was taken out of Man” (Genesis 2:23).

<sup>7</sup>Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2009), 239..

Kekayaan ini tidaklah terjadi begitu saja. Salah satu peristiwa sejarah dalam keberagaman bahasa adalah ketika adanya menara Babel. Diawali oleh ketika Noah, atau nabi Nuh a.s (Islam) dan umatnya turun dari Bahtera Nuh (*Noah's Ark*) menjejakkan kaki pertama kali di daratan setelah berhasil selamat dari musibah banjir besar. Mereka kemudian membangun peradaban baru hingga sangat lama dan semakin banyak keturunan-keturunan mereka yang menempati daerah tersebut disertai peradaban yang semakin tinggi. Namun, akibat dari proses hidup yang bersama hingga sangat lama menyebabkan bahasa yang digunakan hanyalah bahasa tunggal.<sup>8</sup> Kemudian turun perintah Tuhan untuk tinggal menyebar dan menciptakan peradaban, kehidupan, bahasa baru. Penolakan mereka atas perintah Tuhan tersebut menyebabkan Tuhan menciptakan beragam bahasa yang banyak kepada mereka secara tiba-tiba. Hal ini menciptakan kebingungan dan mereka kemudian hidup menyebar sesuai dengan bahasa yang mereka pahami satu sama lain.<sup>9</sup>

Perbedaan dan beragamnya bahasa melalui sejarah dan keagamaan sekilas sudah kita bahas sekilas. Kini perbedaan dan keberagaman bahasa ini kita melihat dari evolusi manusia yang terus berkembang. Untuk mempelajari evolusi tersebut, kita melangkah pada salah satu bagian terpenting dalam tubuh manusia yaitu otak. Otak (bahasa Inggris: *enchepon*), kadang disebut juga pusat sistem syaraf (bahasa Inggris: *central nervous system*) sebagai salah satu bagian terpenting dalam sistem tubuh manusia. Ia mengatur sebagian besar gerakan tubuh manusia dan fungsi organ dalam: detak jantung, tekanan darah, keseimbangan cairan, suhu tubuh. Kompleksitas fungsi otak ini termasuk juga dalam fungsi bahasa.

---

<sup>8</sup>"Now the whole earth had one language and one speech" (Genesis 11:1).

<sup>9</sup>This action forced the population to proceed with God's original intention to inhabit the earth by clustering according to shared languages. (Isaiah 45:18).

Penelitian mengenai otak dalam sistem bahasa ini diawali adanya banyaknya pasien yang mengalami masalah kemampuan berkomunikasi. Zaman Yunani kuno saat itu sudah mengetahui bahwa kerusakan pada otak akan menyebabkan kehilangan kemampuan komunikasi (disebut dengan *aphasia*). Tahun 1836, Marc Dax mengelompokkan pasien yang tidak dapat berbicara ini dan mengetahui bahwa mereka mengalami kesakitan pada kepala sebelah kiri. Tahun 1861, Paul Broca memeriksa keadaan otak dari pasien yang sudah meninggal dan menemukan adanya kerusakan pada jaringan otak di bagian kiri depan, yang kemudian disebut dengan *Broca's area*. Penelitian mengenai otak tidak berhenti sampai disitu hingga pada tahun 1876, Carl Wernicke, menemukan adanya anomali kemampuan komunikasi juga disebabkan di bagian lain dalam otak tersebut, tepatnya di bagian posterior lobe temporal, yang kemudian dikenal sebagai *wernicke's area*.<sup>10</sup> Hal ini menjadi petanda penting karena jelas bahwa yang mengatur fungsi bahasa terdapat di sebelah kiri pada bagian otak.

Perkembangan bahasa selain dialami oleh manusia, juga dialami oleh hewan. Manusia banyak melakukan penelitian mengenai komunikasi dengan hewan dan hewan berkomunikasi dengan manusia. Sifat alamiah hewan yang memiliki ragam suara yang banyak adalah jenis unggas (*aves*). Berbeda dengan jenis hewan lainnya yang memiliki keahlian

---

<sup>10</sup> Kerusakan pada *broca's area* menyebabkan pasien dapat mengerti dalam percakapan namun tidak mampu untuk menjawab secara jelas. Sedangkan kerusakan pada *wernicke's area* menyebabkan kehilangan kemampuan berkomunikasi terutama pemahaman bahasa. Para ahli evolusi mencatat bahwa adanya ketidakjelasan antara ukuran otak dan bahasa. Namun lebih dikarenakan adanya hubungan sosial yang menyebabkan adanya dorongan pada otak tersebut baik kerusakan maupun pengembangan. Salah satu pencegahan yang disarankan adalah cukup nutrisi yang dibutuhkan otak agar mampu bertahan dari dorongan tersebut.

dalam hal wilayah, unggas memiliki keahlian dalam suara mereka yang khas. Manusia dan unggas memiliki sistem ganda dalam suara yang menghasilkan nada dan logat. Sebagai contoh kakaktua abu-abu Afrika bernama Toto yang mampu menghasilkan suara yang sangat mirip dengan manusia. Tentu saja “bahasa” yang disuarakan Toto berbeda dengan bahasa yang digunakan manusia untuk berkomunikasi, sebab pada dasarnya unggas berkomunikasi dengan suara mereka dengan tujuan tertentu misal waktu kawin dan berkomunikasi dengan jarak jauh.

Contoh lain yang dimiliki oleh hewan adalah Simpanse Bonobo bernama Kanzi yang lahir pada 28 Oktober 1990. Ia mampu berkomunikasi dengan induknya berdasarkan pelatihan menggunakan *keyboard*. Induknya, Matata tidak berhasil dalam menggunakan *keyboard*, namun Kanzi berhasil menguasainya hingga saat umurnya menginjak sepuluh tahun, ia menguasai sekitar dua ratus kosakata dengan menggunakan *keyboard*.

Keberhasilan pengembangan komunikasi pada hewan bukan menjadikan mereka memiliki kecerdasan setingkat dengan manusia. Hewan tetap berada pada batas ia sebagai hewan. Lebih dari itu, perbedaan mendasar antara manusia dengan hewan juga jelas dari anatomi otaknya; tidak adanya bagian khusus yang mengatur fungsi bahasa, ukuran otaknya yang lebih kecil untuk berpikir kompleks, tidak adanya bagian tubuh yang memungkinkan mereka berkomunikasi dari yang mereka pikirkan.

Kekurangan fungsi bahasa pada hewan menyebabkan bahasa memang benar-benar dimiliki oleh manusia saja. Semakin kompleks bahasa manusia, maka semakin banyak keunikan dan referensi bahasa yang digunakan. Sejak awal komunikasi manusia dirancang dengan sejumlah kompleksitas dan pemikiran yang menjadikan kita mampu

untuk berkomunikasi dengan siapa saja.<sup>11</sup> Selain karena adanya pengembangan bahasa itu sendiri, pengembangan ilmu pengetahuan manusia hingga adanya campur tangan Tuhan dalam proses penciptaan manusia termasuk penciptaan kemampuan berbahasa yang hanya dimiliki oleh manusia.<sup>12</sup>

Mengapa manusia berbahasa dan mengapa terdapat banyak bahasa di dunia? Kemampuan berbahasa manusia, yang membedakan dari hewan lain yang lebih rendah, merupakan akibat dari pembesaran otak manusia. Salah satu pandangan mengatakan bahwa orang-orang yang hidup di berbagai bagian dunia merasa perlu merancang solusi untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Dalam hal ini, mereka menciptakan berbagai cara hidup, dan bersama hal itu, bahasa-bahasa berlainan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## Bahasa Inggris dalam Lingkup ASEAN

Bagi kebanyakan orang, melakukan percakapan adalah hal yang lumrah dan rutin. Percakapan adalah kegiatan biasa, cenderung bersifat informal dan merupakan bentuk interaksi antar individu yang dilakukan setiap hari. Percakapan dimulai dari adanya kebutuhan interaksi antar individu atau lebih yang membutuhkan sebuah pembahasan atas suatu masalah. Percakapan tidak dimulai dengan sendirinya, namun adanya niatan diri individu yang menjadikan interaksinya disalurkan dalam bentuk ucapan, kata-kata (verbal). Dalam kajian ilmu komunikasi, percakapan menjadi tema penting yang dipelajari serta diteliti.

---

<sup>11</sup> Artikel berjudul "The Evolution of Language", yang menggunakan perhitungan matematis untuk menghitung dan memperkirakan evolusi bentuk kata dan tatanan baku yang mengikutinya. Saat Nowak dan rekan kerjanya mengetahui bahwa evolusi bentuk kata dipengaruhi oleh seleksi alam, kemudian mereka mengakui bahwa jawaban atas evolusi bentuk kata itu sesuatu yang sulit dijawab.

<sup>12</sup> "Then God said, Let Us make man in Our image, according to Our likeness; ... So God created man in His own image; in the image of God He created him; male and female He created them" (Genesis 1: 26-27).

Percakapan mencakup seluruh bentuk interaksi antar individu seperti mengbrol dengan teman, perbincangan di antara anggota keluarga, pertemuan bisnis, berbicara di telepon, *chatting* di internet, saling mengirim *e-mail*, bahkan hingga berdebat dan bertengkar, serta masih banyak contoh lainnya dimana komunikator menggunakan bahasa dan nonverbal untuk berinteraksi satu sama lainnya. Mengingat begitu dominannya percakapan dalam kehidupan manusia, dapat dikatakan percakapan merupakan jantung komunikasi, dan karena alasan itulah percakapan menjadi tema penting dalam komunikasi.<sup>13</sup>

Dunia di isi oleh berbagai jenis budaya yang tak terhitung jumlahnya, penggunaannya, serta sosio-kulturalnya. Di tengah kemajemukannya tersebut, dunia juga menerima adanya sebuah budaya internasional yang diakui sebagian besar negara di dunia. Salah satu budaya internasional yang diakui adalah bahasa yaitu bahasa Inggris. Bahasa Inggris diakui sebagai (salah satu) bahasa internasional yang penggunaannya digunakan sebagian besar di dunia, bahkan digunakan dalam pertemuan kongres tingkat internasional. Dewasa ini, terutama kalangan akademik dan profesional, bahasa Inggris menjadi kewajiban dalam keahlian individu karena sangat membantu dalam komunikasi dan pembelajaran mereka.

Awalnya bahasa Inggris digunakan dalam dunia akademik sebagai bahasa yang menunjukkan sebuah keasingan dari bahasa yang digunakan sehari-hari. Implementasinya dianggap sebagai sebuah kemajuan karena bisa menggunakan bahasa asing telah dinilai sebagai sebuah prestasi akademik dalam institusi pendidikan. Keberterimaan bahasa Inggris semakin tinggi karena kehidupan sehari-hari membutuhkannya sebagai sebuah *life skill education* atau juga disebut dengan pendidikan kecakapan hidup dan bukan lagi

<sup>13</sup> Morrissan. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2013), hal 202.

sekedar bahasa yang hanya dipelajari. Keniscayaan dalam memiliki keahlian berbahasa ini menjadi kewajiban dalam kehidupan dewasa ini. Misal dalam dunia pendidikan, bahasa Inggris terkadang menjadi tes yang harus dilalui. Dalam dunia kerja, bahasa Inggris menjadi *skill* yang harus dimiliki dengan minimal kemampuan pasif.

Mobilisasi manusia dalam pendidikan juga mendukung penggunaan bahasa Inggris di lingkungan barunya. Contoh sekitar penulis, mahasiswa asing yang tidak berbahasa Inggris di negara asalnya, menjadi mahasiswa perguruan tinggi di Indonesia, yang juga tidak menggunakan bahasa Inggris dalam kebudayaannya. Mahasiswa asing ini mau tidak mau akan berinteraksi dengan masyarakat Indonesia. Antara mahasiswa asing dan masyarakat di sekitarnya yang sedari awal memiliki banyak perbedaan budaya, akhirnya harus menggunakan budaya bersama dalam bentuk bahasa yaitu bahasa Inggris. Kedua belah pihak harus bisa mengerti bahasa bersama ini dalam mencapai pemaknaan bersama dan berusaha mengurangi kesalahpahaman yang mungkin diakibatkan dari penggunaan budaya bersama ini.

Sebagai sebuah bahasa universal yang diakui oleh dunia, bukan tidak mungkin tiap-tiap daerah, dalam kaitannya tiap negara mempunyai 'versi', ya sendiri-sendiri. Perbedaan 'versi' ini dilatarbelakangi oleh budaya yang tinggal bersama dengan manusia di daerah itu. Tidak semua negara berbahasa Inggris menggunakan bahasa itu sebagai bahasa tunggal, terkadang ada bahasa lain yang diakui sebagai bahasa komunikasi dalam daerah tersebut. Artinya sifat keuniversalitasnya menjadi tidak konsisten sendiri, dalam sudut pandang bahasa, dicontohkan dalam ejaannya, pengucapannya, pilihan kata dan juga maknanya.

Bahasa Inggris telah berkembang menjadi beberapa ragam, antara lain: Inggris-Inggris (*British English*), Inggris-

Amerika (*American English*), Inggris-Australia (*Australian English*), Inggris-Filipina (*Philippine English*), dan Inggris-Singapura (*Singaporean English*). Orang Amerika akan mengucapkan kata-kata *class, fast, glass, grass, broadcast* menjadi *kles, fes, gles, gres, dan brodkes*, sedangkan orang Inggris akan mengucapkan kata-kata tersebut menjadi *klas, fas, glas, gras, dan brodkas*. Sejumlah kata berbeda digunakan oleh orang Amerika dan orang Inggris, meskipun kata-kata itu merujuk pada hal yang sama. Sebagai contoh: *center-centre, theater-theatre, color-colour, favor-favour, organization-organisation, socialization-socialisation, apartment-flat, cookie-biscuit, elevator-lift, fall-autumn, gasoline-petrol, soccer-football, subway-underground, truck-lorry*.<sup>14</sup> Perbedaan utama dari contoh Inggris-Inggris dan Amerika-Inggris lebih menandakan bagaimana bahasa dan budaya bekerja sama membentuk jenis komunikasi yang lebih tepat digunakan dalam daerahnya sendiri.

Banyak perbedaan antara ragam Inggris-Inggris dan Inggris-Amerika dalam aspek-aspek lainnya, bukan hanya pilihan kata, struktur bahasa, tetapi juga intonasi dan gaya berbicara umumnya. Misalnya, ketika orang Inggris tidak setuju dengan seseorang, mereka lazimnya berkata "*I may be wrong, but...*" ("Mungkin saya keliru, tetapi...") atau "*There is just one thing in all that you have saying that worries me a little...*" ("Ada satu hal saja dalam semua yang anda katakan yang sedikit mengkhawatirkan saya..."). Contoh lain, permohonan dapat mereka utarakan sebagai berikut: "*I'd be awfully grateful if...*" ("Saya akan sangat berterima kasih bila...") dan ungkapan terima kasih: "*Thank you very much indeed.*" ("Saya sangat berterima kasih"). Bila orang Amerika menulis oeringatan, "*No dogs allowed.*" ("Anjing dilarang masuk"), maka peringatan orang Inggris adalah, "*We regret that in the interest of hygiene dogs are not allowed*"

<sup>14</sup> Deddy Mulyana. *Op.Cit.*, halaman 317-318.

*on these premises*” (“kami menyesal bahwa demi kesehatan, anjing tidak diizinkan di tempat ini”). Menurut Inggris-Amerika: “*Video Controlled*” (“Diawasi Video”). Sedangkan menurut Inggris-Inggris: “*Notice: in the interest of our regular customers these premises are equipped with central security: close circuit television*” (“Perhatian: untuk kepentingan pelanggan tetap kami, tempat ini dilengkapi dengan keamanan sentral: televisi sirkuit tertutup”). Atau, Inggris-Amerika: “*Please Keep Hands Off Door*” (“Jangan menghalangi pintu”). Inggris-Inggris: “*Obstructing the door causes delay and can be dangerous*” (“Menghalangi pintu menyebabkan keterlambatan dan dapat berbahaya”).<sup>15</sup>

Satu hal yang disadari dalam mempelajari sebuah bahasa, biasanya dikaitkan sekaligus dengan mempelajari sebuah budaya. Bahasa dan budaya bekerja dengan erat menciptakan pola, struktur, hingga nilai dan norma. Budaya memiliki sifat ‘pembentuk’ dalam sebuah proses kehidupan termasuk proses komunikasi, dan bahasa sebagai sebuah perwujudan dari budaya yang terbentuk tersebut. Misalnya dalam bahasa Inggris dikenal satu struktur yang penting untuk diketahui yang disebut dengan *tenses*. Penggunaan *tenses* dalam bahasa Inggris mengisyaratkan bahwa orang-orang (berbahasa) Inggris sangat sadar akan waktu dan menekankan pentingnya waktu, seperti dalam kalimat: *They studied English twice a week, She studied English last night, We are going to study English tomorrow, I have been studying English for years, Have you studied English today?*. Pelekatan ‘keterangan waktu’ dalam setiap struktur bahasa Inggris yang diucapkan ataupun dituliskan menandakan bagaimana waktu sangat diutamakan karena menandakan kapan kejadian itu terjadi, dan menjadi pembeda dengan dimensi waktu lainnya yang terjadi sebelumnya (*past*), sekarang (*present*), atau yang akan terjadi (*future*).

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, halaman 318-319.

Ragam Inggris yang paling lucu, menurut penulis, mungkin adalah ragam Inggris-Singapura, yang sering menambahkan akhiran “lah” setelah suatu kata atau kalimat, seperti *can-lah*, *ok-lah*, *please-lah*, *cute-lah*, atau *thank you-lah*. Walaupun bahasa Inggris menjadi bahasa utama, di Singapura berkembang sebuah bahasa yang merupakan percampuran bahasa Inggris, Cina, Tamil, dan Melayu yang dikenal dengan “Singlish” atau lazim disebut dengan *Singaporean English*. Singlish adalah bahasa Inggris yang penuh dengan kesalahan tata bahasa, disisipi kata-kata dari bahasa Cina dan Melayu serta dialek India. Bahasa Singlish biasa dipakai dalam percakapan sehari-hari, dalam situasi informal.

Dalam Indonesia, ragam Inggris-Indonesia belum kelihatan kekhasannya, kecuali bahwa orang Indonesia sering menggunakan bahasa Inggris yang bercampur aduk dengan bahasa Indonesia, meskipun kata-kata yang digunakan keliru dalam ucapan atau tata bahasanya. Maka muncullah kata-kata aneh namun dipahami juga, seperti *men-support*, *ter-integrated*, *fne-fne* aja, *di-follow-up*, *slonong boy*, dan sebagainya. Budaya Indonesia yang mengakui bahasa Inggris sebagai bahasa universal namun budaya yang tidak atau belum menerima bahasa Inggris sebagai bahasa percakapan mereka, terkadang, justru menilai remeh terhadap sesama orang Indonesia yang sering berbahasa Inggris atau terhadap orang Indonesia yang logatnya berubah karena sering menggunakan bahasa Inggris. Dalam lingkungan populer misalnya seperti contoh aktris Cinta Laura yang kecewa dengan sekitarnya karena meremehkan dirinya yang berbicara bahasa Indonesia namun dengan logat bahasa Inggris.

Kelemahan dalam penguasaan tata bahasa, struktur, dan kosakata (termasuk idiom, slang, dan jargon khusus) sering menghasilkan terjemahan yang membingungkan, menggelikan, dan terkadang bertentangan dengan apa yang dimaksudkan tulisan aslinya. *Restroom* artinya “kamar kecil”

bukan “ruang istirahat”; *dragonfly* berarti “capung” dan bukan “naga terbang”; *I cut my thumb* berarti “ibu jari saya teriris” bukan “saya mengiris ibu jari saya”. Sedangkan *carrot and stick* berarti pemikat dan ancaman (sanksi), bukan “wortel dan tongkat”. *No standing* di Australia berarti “dilarang parkir” bukan “dilarang berdiri”, yang di Amerika adalah *No parking*. Sejumlah kata dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Inggris, namun bahasa Indonesia yang mengalami perluasan makna. Misalnya kata *family* dalam bahasa Inggris berarti “keluarga” (yang biasanya merujuk pada keluarga inti). Namun, begitu dialihkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi *family*, arti kata tersebut mencakup juga kerabat atau saudara jauh, bukan sekedar keluarga inti. Kata *picnic* dalam bahasa Inggris sebenarnya berarti “senang-senang dan makan di luar rumah”, tidak harus di tempat jauh, tapi juga bisa di taman dekat tempat tinggal, atau bahkan di halaman rumah. Namun kata *piknik* dalam bahasa Indonesia berarti “darmawisata”, biasanya ke tempat yang jauh.<sup>16</sup>

## Penutup

Komunikasi verbal menjadi bentuk komunikasi yang paling diutamakan dalam proses komunikasi manusia, tidak bermaksud untuk mengesampingkan mereka yang tidak bisa menggunakan komunikasi verbal. Karena verbal merupakan bentuk komunikasi yang paling bisa ditemukan berupa pesan yang terbalut menjadi ucapan dan tulisan. Melalui ucapan dan tulisan, isi dan makna pesan mudah untuk dipahami oleh komunikator dan komunikan.

Komunikasi verbal yang tertulis dan terucap melahirkan bahasa, atau bisa juga bahasa melahirkan tulisan dan ucapan. Begitu banyak bahasa yang ada di dunia ini, namun kesadaran dan kebutuhan manusia untuk bertemu satu sama lain pada

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, halaman 325–326.

akhirnya melahirkan sebuah bahasa yang diangkat menjadi sebuah bahasa universal yang diakui dan digunakan secara global. Walau demikian, budaya yang memiliki tempatnya masing-masing juga mempengaruhi bahasa universal tersebut hingga akhirnya memunculkan berbagai ‘versi’ dari bahasa itu.

Kenyataannya adalah berbagai ‘versi’ yang lahir dari sebuah bahasa universal tersebut juga diarahkan mengenai bagaimana tiap-tiap manusia mempergunakannya. Manusia terikat oleh budaya sebagai pembentuk dari kognisi, afeksi, dan behavioral manusia itu sendiri, termasuk menggunakan bahasa sebagai caranya berkomunikasi dan juga memandang orang lain sebagai bagian dari kelompok masyarakat yang mana.

## Daftar Pustaka

- Harrub, Brad, Bert Thompson and Dave Miller. *The Origin of Language and Communication*. 2003.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2009.
- Morrison. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

\*\*\*



# Wahana Wisata Budaya di Selasa Wage Malioboro

*Dyaloka Puspita Ningrum*

Tak akan habis cerita ketika mengulas tentang Yogyakarta. Salah satu kota besar di negeri ini yang kaya akan adat istiadat dan keramah-tamahan masyarakatnya. Suatu hal yang sudah langka dan sangat sulit sekali ditemui dimasa sekarang ini. Ada beberapa identitas asli daerah yang mulai terlupakan akibat arus modernisasi, namun tidak demikiannya di setiap sudut kota Jogja berdasarkan dari pengalaman pribadi orang-orang yang sudah menyinggahi kota “gudeg” tersebut.

Keadaan itulah menjadi daya tarik yang dapat menyatukan orang-orang dari berbagai daerah atas dasar kepentingan dan kebutuhannya masing-masing. Sentuhan kota inipun dapat dirasakan para pengunjung sejak dari gerbang

awal kedatangan seperti : bandara, stasiun maupun terminal bus. Kota Jogja bahkan sering disebut sebagai Indonesia kecil karena terdapat banyak suku bangsa dari setiap daerah yang memilih untuk menetap dan melanjutkan kehidupan mereka disana, sehingga terus berkesinambungan dengan banyaknya ikon yang disandang oleh kota Jogja itu sendiri. Ada banyak ornamen dan bangunan tua bersejarah sebagai aset yang harus dijaga keberadaannya. Spot-spot tersebut masih berdiri kokoh dengan sepenggal kenangan di masa lalu yang utamanya berpotensi dalam meningkatkan lokomotif ekonomi daerah.

Selain itu, nilai-nilai kearifan lokal masih sangat kental dan melekat. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan *brand image* yang turut memberikan kontribusi khususnya pada pendapatan masyarakat lokal. Tak lengkap rasanya membahas tentang Yogyakarta kalau tidak menyinggahi objek-objek wisata yang ada. Salah satu destinasi wisata unggulan yang sangat strategis keberadaannya dan menjadi tempat paling fenomenal yaitu tepat di tengah-tengah kota adalah “**Malioboro**”. Hampir semua kalangan masyarakat meramaikan tempat tersebut sebagai pengunjung dari luar kota atau bahkan turis manca negara. Faktanya, “siapa yang saat ini tidak mengetahui malioboro ? walaupun hanya sekedar melalui informasi dan tayangan di televisi saja”.

Romantisme Jogja disajikan sedemikian rupa khususnya di waktu malam hari dengan keindahan lampu-lampu jalan dengan segala macam aktivitas manusia, mulai dari : wisata belanja, wisata kuliner, ramainya kendaraan yang berlalu-lalang, pengamen jalanan yang beragam maupun beberapa acara kebudayaan tertentu yang melintas di sepanjang jalanan malioboro dan berbaur menjadi satu kesatuan.

Kawasan malioboro sangat terkenal dengan aktivitas belanja tradisional maupun aktivitas belanja modern dengan variasi harga yang relatif terjangkau berdasarkan pada kualitas produk yang dipasarkan. Uniknya, lokasi ini sendiri

dipadati oleh kelompok becak kayuh dan andong kuda. Kawasan malioboro pun memiliki jarak yang berdekatan dengan beberapa tempat wisata lainnya, seperti : Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Taman Sari, Alun-alun Utara dan Selatan, Tugu Jogja, Titik nolkm, dan lain sebagainya yang sering kali di kunjungi oleh banyak orang untuk menghabiskan waktu liburan atau sekedar berfoto ria.

Hal yang menarik, dipertengahan tahun 2019 pada hari **Selasa Wage** berdasarkan penanggalan kalender jawa di kawasan malioboro mendadak viral di berbagai media *mainstream* dikarenakan berlangsung tidak seperti biasanya. **“Lalu ada apa dengan Selasa Wage di kawasan malioboro?”**. Selain kegiatan bersih-bersih trotoar jalan oleh para Pedagang Kaki Lima (PKL), hanya Trans Jogja saja yang bisa melintasi tempat tersebut, artinya dimana area malioboro bebas dari kendaraan umum roda empat ataupun roda dua. Namun seiring berjalannya waktu, bahkan pada hari itupun juga sering diselenggarakan berbagai pentas seni dan kebudayaan dari banyak komunitas sosial yang ada di kota Jogja. Keadaan tersebut semakin membuat magnet pariwisata di kawasan malioboro semakin kuat karena meningkatnya minat khusus khalayak untuk mencari tahu seputar fenomena terkini maupun ikut membagikannya di ruang publik.

Kehadiran instagram dan facebook merupakan media sosial pelopor yang paling sering digunakan oleh masyarakat banyak dalam kehidupan sehari-hari. Eksistensi *gadget* tidak dapat dipungkiri dengan segala macam kecanggihannya juga dapat menambah daya kreatifitas para pengguna untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan jaman. Akses informasi berupa foto maupun video yang dilengkapi dengan keterangan waktu dan tempat dapat digunakan sebagai salah satu alternatif media *direct marketing* dalam industri pariwisata khususnya di kawasan malioboro melalui kegiatan Selasa Wage yang tentunya tidak lepas dari keistimewaan Yogyakarta.

## Serba Serbi Selasa Wage di Kawasan Malioboro

“Apa bedanya hari Selasa Wage berdasarkan penanggalan kalender jawa dengan hari selasa umumnya pada penanggalan kalender nasional ?” Masyarakat di kota Jogja tidak asing lagi ketika mendengar kata Selasa Wage. Ya, tidak hanya masyarakat asli Jogja, hampir semua pendatang di kota itupun bahkan ikut terlibat di dalam kemeriahan Selasa Wage setiap 35 hari sekalinya. Nama Selasa Wage erat kaitannya dengan kawasan malioboro. Malioboro adalah kawasan utama wisata di kota Jogja yang menyimpan banyak sejarah dan cerita sejak jaman kolonial hingga jaman milenial. Akhir-akhir ini, hari Selasa Wage terlihat berbeda karena dikemas layaknya suatu pementasan seni dan kebudayaan yang menyuguhkan banyak isi acara dari waktu pagi hingga malam hari yang mampu menghipnotis banyak orang tanpa ada hiruk pikuk transaksi jual beli di area tersebut seperti biasanya.

Para pengunjung dalam waktu satu hari penuh dapat menikmati jalanan malioboro dengan berbagai cara, mulai dari berjalan santai, berolahraga, bersepeda, menonton pertunjukan dan lain sebagainya. Menjadi pusat keramaian masyarakat, jantung pemerintahan dan bahkan pusat perdagangan kota, kawasan malioboro terkenal dengan surga belanja. Demi menciptakan kondisi kota Jogja yang semakin kondusif khususnya untuk masyarakat penikmat malioboro, ada upaya secara bertahap yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah DIY dan Pemerintah Kota Jogja tepatnya pada pertengahan bulan juni 2019, salah satunya melalui penerapan pedestrian malioboro yang dijadwalkan setiap Selasa Wage dari pukul 06.00 – 21.00 WIB. Sejumlah rambu dan papan petunjuk arah untuk pengaturan lalu lintas pedestrian pun disiapkan oleh Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta yang mana diberlakukannya uji coba bebas kendaraan agar arus lalu lintas di tempat tersebut menjadi lebih tenang.

Implementasi program ini adalah hasil dari kolaborasi berbagai pihak pemerintahan dan patut diberikan apresiasi karena dapat dijadikan simbol bagian dari keistimewaan Jogja yang mana perayaan hari besar nasional ataupun internasional pun mendapatkan ruang dan tidak jarang ikut diramaikan pada hari Selasa Wage di kawasan malioboro itu sendiri. Ada banyak pertunjukan ditampilkan disetiap titik sepanjang jalanan malioboro dalam bentuk hiburan dan edukasi budaya. Di koordinir langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Provinsi DIY, menetapkan ada 9 titik pentas kegiatan diantaranya : di depan Hotel Grand Inna Garuda, Bank BPD DIY Malioboro, DPRD DIY, Masjid Siti Nurjanah, Gerbang Barat Kepatihan, Gapura Ketandan, Hamzah Batik, Benteng *Vredburgh* dan Nolkm sisi barat. Kegiatan seperti ini terus dikembangkan demi mencapai agenda wajib di kawasan wisata dengan berbagai atribut yang tidak harus menghilangkan kekuatan dari tempat itu sendiri.

Para pengunjung yang hadir berasal dari latar belakang asal, usia ataupun pekerjaan yang berbeda-beda namun terlihat sangat antusias menikmati segenap rangkaian acara yang disajikan. Kondisi tersebut di dukung juga dengan tersedianya infrastruktur dan fasilitas fisik yang memadai di kawasan malioboro, seperti : toilet umum, tempat duduk di pelataran jalan, tempat parkir, tempat beribadah dan lain sebagainya. Setiap titik pementasan di kawasan malioboro menampilkan banyak rangkaian acara yang meliputi : talkshow, penampilan akustik dan tarian tradisional, pameran fotografi, *flashmob* dan berbagai kejutan-kejutan lainnya yang sangat menarik untuk disaksikan.



**Gambar 1 & 2: bagian dari rangkaian kegiatan Selasa Wage di malioboro**

**Sumber: dokumen pribadi, tahun 2020**

Pemilihan hari Selasa Wage tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan bertepatan dengan hari lahir atau wethonnya Ngarso Dalem Sri Sultan Hamengkubuwono X yang dikenal juga sebagai Raja Kraton dan Gubernur DIY. Hari Selasa Wage menjadi hari khusus bagi keluarga Kraton Yogyakarta. Koordinasi antara beberapa pihak yang terlibat dan bertanggung jawab dalam perealisasiian program Selasa Wage di kawasan malioboro awal mulanya diadakan pada tanggal 26 September 2017 berdasarkan Peraturan Daerah

Kota Yogyakarta yang dibuat dengan disepakati oleh para pedagang di jalan Malioboro hanya untuk sekedar kegiatan bersih-bersih kawasan malioboro saja atau biasa disebut dengan nama “**Jogja Reresik Malioboro Selasa Wage**”. Selasa dalam pelafalan bahasa jawa yaitu “seloso”, yang diartikan sebagai “Selo Seloning Menungso” yaitu hari saat masyarakat senggang atau tidak terlalu sibuk dengan kegiatan sehari-hari. Dengan begitu orang tersebut bisa melakukan kegiatan yang lebih bermanfaat untuk sesama dan lingkungan. Sebagian masyarakat di Jawa juga masih meyakini jika nama hari berkaitan dengan kegiatan tertentu yang direkomendasikan membawa berkah.

Memaknai Selasa Wage di kawasan malioboro tentu akan menimbulkan banyak penafsiran. Utamanya program ini hadir sebagai bentuk rileksasi bersama-sama dari orientasi bisnis para pedagang kaki lima di lokasi wisata. Bak dayung bersambut, nilai unik yang muncul dari rangkaian kegiatan dijadikan sebagai daya jual yang efektif dalam sumbangsi kegiatan pariwisata secara berkelanjutan dengan tetap memuat nilai moral dan ciri khas dari suatu daerah. Disandingkan dengan perspektif ilmu komunikasi, Selasa Wage di kawasan malioboro memberikan konsep yang sangat luas. Program itupun hadir sebagai ruang kombinasi dalam aspek kepariwisataan yang berlandaskan kebudayaan dari penginggalan nenek moyang hingga kebudayaan modern untuk terus memperkenalkan budaya jawa di kanca nasional maupun internasional. Pentas seni dan budaya di Selasa Wage malioboro seolah-olah menyatukan setiap denyut kehidupan di Yogyakarta.

Seiring berjalannya waktu, Selasa Wage di kawasan malioboro dapat dijadikan wujud dari salah satu produk wisata di kota Jogja. *Brand image* di kota inipun secara tidak langsung terbentuk melalui kerja sama yang baik antara organisasi yang bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata dengan

semua pihak yang terlibat dan berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Dalam praktiknya Selasa Wage di kawasan malioboro mampu membuat harmonisasi masyarakat jawa untuk terus menunjukkan sikap murah senyum dengan tutur kata yang baik sebagai modal potensial yang dapat merangsang minat dan daya tarik para pengunjung berkelanjutan.

Nilai kearifan lokal seperti bahasa daerah, pakaian tradisional, alat musik tradisional maupun tarian tradisional yang selalu ditonjolkan oleh kota Jogja sungguh merupakan aspek penting dalam keberhasilan pariwisata di daerahnya. Publikasi digital terus menjelma diberbagai *platform* media sosial yang ada. Sebaran informasi yang semakin masif dapat dijadikan sebagai lahan promosi berbasis online di tengah industri 4.0 saat ini. Menjadi salah satu daya tarik wisata, Selasa Wage di kawasan malioboro merefleksikan masyarakat di kota Jogja untuk bersama-sama mendukung kemajuan dunia pariwisata sebagai minat khusus dengan sisi keunikan budaya yang mana tidak harus merogoh kocek mahal dari kantong dan tentunya tidak lepas dari kearifan lokal agar perkembangan pariwisata yang begitu luar biasa tidak dapat hilang begitu saja dalam waktu singkat akibat perubahan yang terjadi di luar dunia pariwisata itu sendiri. Di tahun 2020 informasi seputar Selasa Wage di kawasan malioboro sudah begitu *massive* digencarkan oleh banyak pihak yang akhirnya program tersebut bersifat persuasif. Sehingga membuat orang-orang dari berbagai daerah pun mengetahui dan bahkan ingin menyempatkan datang ke pagelaran tersebut.

Dunia maya tidak kalah tenarnya dengan dunia nyata. Kepuasan pengunjung yang datang dan ikut berbaur dengan rangkaian acara di Selasa Wage malioboro menimbulkan perilaku tertentu. Menariknya, literasi budaya saat ini dapat dijumpai dalam bentuk apa saja. Di masa yang akan datang, generasi penerus bangsa dituntut untuk terus mengenal, mempelajari, melestarikan dan bahkan mengimplementasikan

nilai-nilai kebudayaan daerah di dalam kehidupan sosialnya agar tetap terjaga dan tidak tergerus oleh pengaruh budaya barat yang bisa masuk kapan dan dimana saja.

Sektor pariwisata adalah unit terbesar yang terus berkembang pesat sehingga diharapkan dapat meningkatkan eksistensi suatu daerah berdasarkan dari potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Suatu kebijakan yang terbuka untuk publik merupakan bagian penting yang semestinya dapat digunakan sebagai kontrol dalam menjalankan roda pemerintahan termasuk pada program *Selasa Wage* di kawasan malioboro. Ke depannya, transformasi program seperti ini harus terus di *support* bahkan tidak hanya di kawasan utama wisata kota saja. Kehadiran program yang berkembang dapat menjadi fenomena terkini di masyarakat yang dapat dimanfaatkan secara positif sebagai ruang aspirasi.

## Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata Tourism Communication*. Jakarta : PT.Prenada Media
- Joko, Donni. 2019. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Yoeti.O.A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : PT.Perca
- <https://jogja.tribunnews.com/2017/09/25/mulai-tengah-malam-nanti-malioboro-bebas-pkl>. diakses pada tanggal 10 februari 2020
- <https://www.beritasatu.com/nasional/559339/pedestrian-malioboro-tiap-selasa-wage>.diakses pada tanggal 11 februari 2020

\*\*\*



# Pembentukan Identitas Yogyakarta Melalui “*Cultural Branding*”

Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri

Mendengar kata “Yogyakarta” yang terbesit didalam pikiran masyarakat adalah kebudayaan, kenyamanan kotanya, wisatanya , keseniannya dan masih banyak lagi reputasi-reputasi yang terbentuk dari “kota istimewa” ini. Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki potensi dalam mengembangkan daerahnya dan selalu berusaha menciptakan sebuah citra-citra positif yang melekat di benak masyarakat. Dalam kacamata masyarakat, Yogyakarta mempunyai kultur budaya yang sangat kental, dimana kegiatan kebudayaannya masih berlangsung hingga saat ini. Selain itu, Yogyakarta juga dikenal sebagai pusat kebudayaan jawa,hal ini terlihat dengan keraton kesultanan Yogyakarta yang masih eksis berdiri kokoh dalam menjalankan adat istiadat

dan tradisi yang masih berlangsung hingga saat ini. Citra kota Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa diperkuat dengan masih banyaknya bangunan cagar budaya sisa-sisa peninggalan keraton Mataram di masa lalu. Suasana kota Yogyakarta yang diciptakan, dinilai masih tetap lestari dengan budayanya, sehingga kota Yogyakarta sedikit banyaknya dipilih sebagai daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan obyek wisata didalamnya.

Didalam pembentukan suatu identitas, yang tentu perlu diperhatikan adalah “merek” yang nantinya akan menjadi dasar pembentuk opini masyarakat. Merek atau *Brand* itu sendiri menunjukkan sebuah “janji” kepada konsumen/pengunjung sehingga terbentuklah persepsi yang dapat membedakan merek lain dan menjadi dasar dari strategi merek selanjutnya. Dalam sebuah pemasaran sebuah kota, daerah dan negara telah menjadi sesuatu hal yang sangat dinamis, dan kompetitif. Perlu diketahui *brand strategy* tidak hanya meliputi *product branding*, *personal branding*, *corporate branding*, *city branding* namun kita juga mengenal istilah *cultural branding*, dimana fungsi dan tujuannya adalah untuk mengembangkan reputasi lingkungan atau daerah dan orang-orang dari lokasi atau kebangsaan tertentu. *Cultural branding* yang diangkat dalam tulisan ini sangat beririsan dengan munculnya *city branding* dalam menerapkan pemasaran kota (*city marketing*). Penerapan *city marketing* sangat dipengaruhi oleh adanya komunikasi, susunan dan manajemen citra kota. Di Indonesia sendiri, eksistensi branding di setiap daerah dapat diambil atau digali dari nilai khas yang dimiliki, baik dari segi budaya, aturan, geografis, fisik, aktifitas dan sebagainya. Yogyakarta yang kental dengan nilai kebudayaannya menjadi kuat dengan mempertahankan ke-khasannya dan menjadi sebuah *added value* ketika aroma khasnya sudah memiliki kesan baik, sehingga menandakan bahwa daerahnya sudah memiliki branding yang baik.

*Branding* dibuat untuk membentuk citra atau positioning statement yang kuat terhadap target pasar, seperti halnya positioning sebuah produk atau jasa dari perusahaan yang dikenal oleh konsumennya. Oleh karena itu, branding dianggap sebagai suatu strategi penting untuk dimiliki suatu daerah dalam memasarkan dan menjual nilai-nilai khas daerah, termasuk didalamnya kota dan kabupaten di Indonesia. Sebagai *hot issues* dikalangan praktisi pemasaran, kita mengenal *city branding* dimana setiap kota sekarang ini berlomba-lomba untuk menunjukkan identitas yang dimiliki oleh daerahnya masing-masing, mereka saling berkompetisi untuk memperebutkan perhatian, pengunjung, pembeli, penyelenggara event, dan terutama investasi dari para investor. Namun yang akan dituangkan dalam tulisan ini adalah pembentukan identitas Yogyakarta itu sendiri lewat “merek kebudayaan” atau “*cultural branding*” yang selama ini melekat pada benak masyarakat. *Brand* hanya ada di benak konsumen, begitu juga label kebudayaan yang melekat pada identitas Yogyakarta, ia tidak berwujud. *Brand* adalah sebuah paradoks yang tidak memiliki wujud nyata namun ia menyediakan nilai dan janji sebagai stimulus yang sangat kuat untuk menentukan keputusan konsumen. *Brand* akan muncul ketika persaingan produk semakin tajam, yang menyebabkan perlunya penguatan peran label untuk mengelompokkan produk-produk agar membedakan dengan pesaingnya.

Konsep *city branding* itu sendiri tidaklah bisa dianggap sebagai suatu hal yang sepele, apabila suatu daerah telah memiliki citra yang baik dari hasil branding yang dilakukan, maka ini juga akan mengangkat yang dimiliki oleh suatu kota. Dan Yogyakarta adalah salah satu kota yang sukses mem-*branding* dirinya, diantaranya lewat label kebudayaan. Suatu kota harus mampu melabelkan dirinya melihat fakta cepatnya perkembangan dan juga persaingan yang terjadi di era digital ini. Dalam mem-*branding brand-brand local*

suatu daerah, pemerintah kota harus jeli terhadap apa yang dihadapi dan bagaimana mengelolanya dengan apa yang dimiliki. Tanpa kita sadari potensi merupakan salah satu hal yang dapat diangkat bahkan dapat menjadi peluru untuk branding suatu daerah. *Cultural branding* itu sendiri secara langsung mengangkat potensi yang dimiliki suatu daerah lewat ke khasan identitas daerah tersebut. Potensi inilah yang dimiliki kota Yogyakarta dalam membranding kotanya dengan ditandai oleh kemampuan masyarakat didalamnya dalam menonjolkan potensi wilayahnya lewat seni, budaya dan pariwisata.

Dalam *cultural branding* yang dilakukan oleh Yogyakarta, ia menitikberatkan kepada kebudayaannya yang berbeda dengan daerah lain mengingat gelar keistimewaannya, sehingga terciptalah *cultural branding* dalam benak masyarakat. Hal ini kembali lagi pada bagaimana dalam penyusunan *positioning* suatu daerah harus mempunyai beberapa basis penentuan yaitu manfaat, pencapaian, atribut dan produk itu sendiri. Mempunyai suatu hal yang unik dan berbeda diperlukan oleh sebuah daerah untuk menarik pelanggan daerah. Setelah mendapatkan *basic* dalam merumuskan *branding*, selanjutnya adalah penetapan ciri yang ada pada brand itu sendiri. Sebagai suatu ciri, yang ditekankan Jogja ada pada tiga hal yaitu kreativitas, budaya dan peradaban.

## **Menjadi Unik dan Berbeda dari Kota Lain**

Ketika melakukan sebuah *city branding* yang diperhatikan selain *positioning* yang diperlukan untuk penentuan target pasar, diferensiasi juga harus ditawarkan kepada pelanggan. Yogyakarta dengan berbekal politik istimewa dan berbagai macam kekayaan budaya, dan mendeskripsikan apa saja keunikan serta perbedaan yang ada pada daerahnya yang tidak dimiliki oleh daerah lain. *Cultural branding* inilah yang

menjadi sisi yang menonjol. Kebudayaan Yogyakarta tidak bisa lepas dari sejarah-sejarah masa lalunya, oleh karena itu kebudayaan dari peradaban zaman dahulu masih memberikan pengaruh yang besar. Bahkan tidak hanya pengaruh namun kebudayaan Yogyakarta dibentuk dan berakar dari peradaban-peradaban tersebut. Hal ini dapat kita lihat dari kehidupan sosialnya, kesenian upacara adat, dan pemikiran yang berjalan di masyarakat.

Selanjutnya diferensiasi yang dapat dilihat dari Yogyakarta adalah sisi kepariwisataannya. Salah satu yang membuat destinasi Yogyakarta berbeda dengan daerah lain adalah tawaran destinasi yang edukatif dan terdapatnya salah satu 7 keajaiban dunia. Kesan-kesan seperti inilah yang dibentuk oleh pemerintah kota Yogyakarta berdasarkan filosofi-filosofi yang ada didalamnya. Sehingga hasil dari diferensiasi ini adalah *Brand Image* yang bersinergis dengan positioning, mengingat brand image juga meliputi pengetahuan dan kepercayaan serta emosi yang diasosiasikan dari merek tersebut. Positioning daerah Yogyakarta yang lebih menekankan pada budaya dan keistimewanya direalisasikan dalam diferensiasi yang ada dengan begitu *brand image* yang didapatkan kuat dan positif seras masyarakat akan memiliki kepercayaan terhadap sebuah *brand*. Dengan berbagai diferensiasi sudah nampak terlihat bahwa Yogyakarta ingin membangun kepercayaan para masyarakat untuk merasakan keistimewaan di hati maupun benak mereka.

Dalam kajian ilmu komunikasi, salah satu “kendaraan” *branding* yang paling efektif adalah seorang Public Relations (PR) di daerah itu sendiri. Kita dapat mengadopsi ilmu-ilmu dan strategi PR dalam membangun *brand* itu sendiri. PR dalam proses dan aktivitasnya sudah tentu menjalin komunikasi dua arah antara pihak internal maupun eksternal. PR bagaikan jembatan bagi sebuah Lembaga/organisasi/pemerintah kepada publik/masyarakat. Dalam hal ini PR mencakup

sejumlah usaha komunikasi yang dilakukan terkait dengan *city branding* kepada public yang mendukung dan membentuk sikap dan opini publik terhadap produk *city branding* atau program-program apa saja yang ada di suatu daerah. Pada kasus lain strategi pemasaran pun beririsan dengan strategi-strategi PR yang diarahkan kepada upaya menembus situasi persaingan dalam era pasar global. Disinilah pentingnya pola keseragaman (uniformitas) dalam beberapa aspek meliputi *positioning*, *brand name*, *pricing* dan *advertising strategy*. *Positioning* menunjuk pada penciptaan posisi suatu merek produk tertentu dalam benak konsumen yang tentunya akan dikaitkan oleh merek-merek lain yang menjadi pesaingnya. Penciptaan mental *image* atau PR mengenalnya sebagai citra, dengan demikian harus bersifat global, dalam artian berlaku secara umum bagi seluruh masyarakat konsumen di berbagai negara dunia.

Yogyakarta dengan label kebudayaannya yang melekat pada benak masyarakat disadari ataupun tidak sudah melakukan *branding* yang menonjolkan sisi kebudayaannya lewat tradisi-tradisi yang kerap dilakukan, dan masih terpampangnya artefak-artefak peninggalan terdahulu. Di Yogyakarta juga terdapat 32 desa yang memiliki predikat sebagai Desa Bina Budaya berdasarkan SK Gubernur No. 325/KTPS/1005. Desa budaya diartikan sebagai wahana sekelompok manusia yang melakukan aktivitas budaya yang mengekspresikan sistem-sistem, tata ruang dan arsitektur dengan mengaktualisasikan kekayaan potensinya dan mengkonservasikan dengan seksama atas kekayaan budaya yang dimilikinya, terutama yang tampak pada adat dan tradisi, seni pertunjukan dan kerajinan. Adapun sisi kultur budaya yang ditonjolkan oleh Yogyakarta yang melekat pada benak masyarakat yaitu ke khasan kuliner tradisional. Aspek kuliner yang menjadi penekanan dalam *branding* Yogyakarta adalah makanan tradisional. Keberadaan usaha makanan di berbagai wilayah sangat mendukung

kelangsungan dan berkembangnya jenis-jenis makanan tradisional yang dimiliki oleh masyarakat. Begitu pula dari sisi Busana, kekhasan masyarakat Yogyakarta salah satunya dapat dilihat dari jenis pakaian tradisional yang sampai saat ini masih dapat ditemui dalam kehidupan keseharian maupun acara-acara tertentu.

Untuk itu, keanekaragaman budaya lokal Yogyakarta baik berwujud maupun tidak, telah menjadi hak masyarakat yang perlu dilindungi. Pengemasan properti kebudayaan sebagai produk industri, kebudayaan, haruslah memperhatikan nilai tradisionalnya seperti nilai eksistensi, warisan, religi, sejarah dan lain-lain yang berbasis pada masyarakat lokal. Dengan demikian, kebudayaan adalah salah satu faktor yang menentukan keatraktifan sebuah daerah tujuan wisata. Elemen kebudayaan masyarakat merupakan sebuah kompleks yang merefleksikan cara mereka hidup, bekerja dan berkarya. Dan juga dari sisi kepariwisataannya sebagai sarana promosi, akan dapat menunjang hubungan ekonomi, kebudayaan dan kerjasama internasional. Sebaliknya pembangunan faktor-faktor kebudayaan di dalam sebuah bangsa merupakan sarana untuk meningkatkan sumber daya penarik wisatawan. Salurannya adalah melalui elemen kebudayaan seperti keramah tamahan, rancangan arsitektur, kuliner, kerajinan tangan dan karakteristik cara hidup (way of life) masyarakat. Namun, atraksi kebudayaan harus ditampilkan dengan cara yang cerdas dan kreatif, termasuk juga karya-karya budaya Yogyakarta yang telah ditetapkan sebagai warisan budaya. Adapula warisan budaya tak benda atau kita kenal WBTCB yaitu, tradisi dan ekspresi lisan, adat istiadat masyarakat, ritus dan perayaan, pengetahuan dan kebiasaan perilaku mengenai alam semesta, seni pertunjukan, serta kemahiran dan kerajinan tradisional. Hal-hal seperti ini tentunya harus melakukan kajian mengenai latar belakang karya budaya, proses perkembangan didukung dengan bukti dokumentasi dalam bentuk visual dan

melakukan diskusi dengan pelaku budayanya itu sendiri, dan Yogyakarta telah memiliki sekitar lebih dari 30 karya-karya yang telah ditetapkan sebagai warisan budaya.

### **Daftar Pustaka**

- Kartajaya, H. dan Yuswohady. 2005. *Attracting Tourist Traders Investors : Strategi Memasarkan Daerah Di Era Otonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Kartajaya, H dan I. Setiawan. 2010. *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Moilanen, Teemu & Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan
- Sugiarsono, J.2009. *City Branding Bukan Sekedar Membuat Logo dan Slogan dalam Majalah SWA*. Vol. XXIII no. 13

\*\*\*

# Pengembangan Wisata Kampung, Wisata Desa menjadi Ruang Persilangan Budaya

*Latifa Zahra*

Setiap kota memiliki slogan yang ditujukan untuk memperlihatkan wajah dari pengembangan kota tersebut. Tidak hanya di Indonesia, bahkan hampir di seluruh dunia memiliki julukan-julukan yang menarik, yang disematkan untuk kota-kota mereka. Hal ini jelas merupakan rujukan awal untuk menarik pendatang masuk ke kota tersebut, karena tidak dapat dipungkiri bahwa slogan atau julukan tersebut adalah kunci awal dalam memberikan gambaran daerah tersebut. Daerah Istimewa Yogyakarta (kemudian disebut DIY) memiliki beberapa slogan guna memperlihatkan konstruk daerahnya.

“Yogyakarta Berhati Nyaman” tentu menjadi salah satu slogan yang telah dikenal oleh masyarakat terkhusus di Indonesia sendiri.

Slogan ini ingin menggambarkan bagaimana kehidupan bagi masyarakat DIY ataupun luar DIY yang menjadi pendatang memiliki pengalaman yang nyaman. Nyaman dalam artian atmosfer lingkungan material ataupun non-materialnya. Jika ditilik pada ranah teoritis, slogan sendiri adalah elemen kunci dari sebuah identitas tertentu dan berkontribusi terhadap ekuitasnya (Kohli, Leuthesser, & Suri, 2007). Slogan dapat berfungsi sebagai “pengait” atau “pegangan” dalam menangkap makna dan menyampaikan apa yang membuat itu istimewa (Kohli & Suri, 2002). Slogan menjadi salah satu kunci sebuah daerah sehingga pembuktiannya menjadi sebuah hal yang penting.

Tahun 2019 adalah tahun dimana DIY menjadi sorotan di media massa. Hal ini terkait dengan beberapa kasus-kasus intoleransi yang terjadi. Seperti halnya domino, kasus yang terjadi di tahun tersebut kemudian berimbas pada penggalan kasus-kasus bahkan jauh di tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2018, Setara Institute mengeluarkan hasil survei mengenai tingkat toleransi kota-kota di Indonesia. Hasilnya, DIY masuk ke dalam 10 besar kota yang kurang toleran. Setara Institute sendiri adalah sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (kemudian disebut LSM) yang bergerak dibidang advokasi demokrasi, kebebasan politik dan hak asasi manusia. Hasil survey dari Setara Institute inilah yang hingga sekarang menjadi rujukan dalam melihat tingkat toleransi kota-kota di Indonesia.

Toleransi berasal dari bahasa latin “tolerantia” yang berarti kelonggaran, kelembutan hari, keringanan dan kesabaran (Sari, 2017: 69). Dijelaskan lebih lanjut bahwa toleransi adalah membiarkan orang lain berpendapat lain, melakukan hal yang tidak sependapat dengan kita, tanpa kita ganggu ataupun intimidasi dalam konteks sosial, budaya dan agama. Mari menilik sejanak tentang intoleransi yang terjadi di DIY. Seperti yang telah dibahas oleh penulis sebelumnya, kasus toleransi di DIY mencuat salah satunya adalah dengan

dimuatnya berita mengenai kasus pemotongan nisan salib milik Albertus Slamet Sugiardi di Kelurahan Purbayan. Kotagede, Yogyakarta (cnnindonesia.com, 2018). Namun, sebelum itu tentu banyak kasus-kasus lain yang telah terjadi di DIY. Menilik dari laman majalah tempo, dijelaskan kasus intoleransi di Jogja terpublikasi media sejak tahun 2014, dimana kebanyakan berbau keagamaan.

Dimulai dari di Tahun 2014, kebanyakan kasus yang mencuat adalah kasus intoleransi agama. Dimulai dari Front Jihad Islam (kemudian disebut FJI) yang membubarkan perkemahan siswa Kristen di Cangkringan, Sleman. Kemudian FJI membubarkan pegajian rutin Minggu Pahing Majelis Ta'lim Raudhatul Jannah di Ngestiharjo, Kasihan, Bantul. Disusul penyegelan gereja di Dusun Widoro dan Kecamatan Semanu yang keduanya berada di wilayah Gunung Kidul. Pada Tahun 2015, kasus yang terpublish jauh lebih sedikit dibandingkan pada tahun sebelumnya. Ditahun tersebut, terjadi pembakaran Gereja Baptis Indonesia di daerah Sewon, Bantul. Beranjak di Tahun 2016, 3 kasus yang terliput media adalah kasus perusakan Goa Maria Semanggi di Bangunjiwo, Bantul, permintaan penurunan baliho yang memuat potret mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana (kemudian disebut UKDW) Yogyakarta oleh Forum Ukhuwah Islamiya (kemudian disebut FUI) dan pembubaran film dokumenter bertajuk Pulau Buru Tanah Air Beta karya Rahung Nasution pada peringatan World Press Freedom Day oleh Forum Komunikasi Putra-Putru Purnawirawan (kemudian disebut FKPP) di sekretariat Aliansi Jurnalis Independen (kemudian disebut AJI) Kota Yogyakarta.

Tiga tahun belakangan, kasus toleransi tidak juga kunjung menyusut, namun hal ini justru menjadi semakin masiv. Makin maraknya kos-kosan dan perumahan yang menerima atau menjual unitnya hanya kepada warga yang beragama islam juga dapat menjadi indikator naiknya

intoleransi di DIY. Kemudian kasus penolakan warga atas nama Slamet Jumiarto untuk tinggal di Desa Pleret Kabupaten Bantul karena beliau tidak beragama Islam di Tahun 2019. (Sahana, voaindonesia.com : 2019), serta yang terakhir ini adalah kasus pembubaran upacara peringatan untuk leluhur Ki Ageng Mangir di Bantul karena dituding melakukan praktek keagamaan yang menyimpang (Syambudi, tirto.id : 2019). Padahal upacara ini adalah upacara yang dimiliki oleh pemeluk agama Hindu dan Budha.

Kasus-kasus ini tentunya lalu dapat mengikis makna “Yogyakarta Berhati Nyaman” yang telah disematkan kepada DIY. Pertanyaan-pertanyaan seperti apakah DIY masih nyaman dulu sebagai rumah dan tempat tinggal bahkan tempat singgah sementara.

Selain “Yogyakarta Berhati Nyaman”, DIY juga memiliki slogan sebagai “*City of Tolerance*”. Slogan tersebut diberikan kepada DIY sejak Tahun 2005 (Jogjapolitan. harianjogjacom, 2018). Namun di 4 tahun terakhir, slogan tersebut marak kembali namun dengan mempertanyakan apakah Jogja masih menjadi kota yg toleran. Hal ini tentu dikarenakan maraknya kasus intoleransi di DIY.

### Gambar I.

#### Mural yang Bertuliskan City of Tolerance di Jogja



Sumber: (kompas.com, 2016)

## **Munculnya Intoleransi dan Berkurangnya Makna Budaya Keberagaman di DIY**

Keidentitasan yang menguat di masyarakat bisa saja menjadi salah satu faktor naiknya angka intoleransi di DIY. Identitas memang penting, Ericson menyatakan bahwa identitas diri adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya (Hasanah, 2013). Kesadaran terhadap identitas diri tersebut menarik individu-individu yang mirip untuk berkumpul. Mereka yang bersama-sama tentunya secara psikologis merasa lebih kuat dibandingkan dengan kelompok-kelompok yang lain. Gejala dominasi atas kelompok lain inilah yang bisa saja berbahaya bagi nilai keberagaman yang selama ini dianut di DIY.

Tidak dapat dipungkiri bahwa DIY sendiri setiap tahunnya mendapatkan banyak warga pendatang baru dari seluruh penjuru Indonesia. Sehingga benturan-benturan identitas di DIY meningkat. Identitas diri membentuk identitas kelompok dan menjadi tinggi, namun identitas kebersamaan sebagai warga dari negara yang sama menjadi menyusut. Batu bata penyusunan identitas ke-indonesia-an itu masih rapuh dan setiap saat bisa merenggang (Endriatmoko, 2009: 28). Setiap identitas yang hadir membawa budaya yang berbeda. Manusia Jogja punya falsafah “Petruk Kanthong Bolong” yakni manusia yang menempatkan dirinya sebagai masyarakat kecil yang mau menyerap berbagai informasi dan segala perbedaan dari pihak manapun untuk diolah secara arif (Indratno, 2018: 47). DIY, dengan gambaran seperti itu dan slogannya sebagai “Yogyakarta Berhati Nyaman” dan “City of Tolerance” seharusnya mampu menjadi lumbung perkumpulan budaya. Menjadi tempat manusia yang humanis, yang toleran dan yang terbuka.

Keaneragaman budaya yang seharusnya menjadi kekuatan justru menjadi batu sandungan dalam pengembangan

daerah. Intoleransi meningkat sejalan dengan konservatisme. Budaya yang sudah terdapat di daerah tersebut seakan-akan mengancam dan tidak sesuai dengan ketentuan agama tertentu sehingga menimbulkan perselisihan. Budaya yang merupakan proses interaksi dari banyak hal, baik manusia dengan manusia ataupun manusia dengan alam. Inilah yang perlu kembali ditanamkan diseluruh aspek kebutuhan masyarakat. Hal ini adalah proses yang terus menerus yang tidak boleh dilupakan. Bachtiar dan Tri menyebutkan bahwa budaya terbentuk dari banyak unsur, baik berupa gagasan, tindakan, maupun artefak atau karya yang meliputi sistem bahasa, sistem pengetahuan, sistem kekerabatan, dan organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem ekonomi atau mata pencaharian hidup, sistem religi dan kesenian (2018 : 83).

### **Pengembangan Wisata Kampung, Wisata Desa untuk Ruang Dialog Masyarakat**

Tentunya perlu upaya mengembalikan lagi DIY menjadi kota yang berhati nyaman sesuai dengan slogan yang telah lama disematkan. DIY sangat mengandalkan aspek wisata sebagai salah satu penunjang pemasukan daerah. Bahkan saat ini, banyak sekali dana pemerintah yang secara khusus diperuntukan guna pengembangan desa dan kampung kearah wisata. Pemerintah telah mengalihkan orientasi pembangunan dari yang sebelumnya ke pusat menjadi ke daerah-daerah, lebih esktrēm lagi diarahkan ke desa-desa (Arif, 2018 : 72). Melihat hal tersebut, tentu pemerintah paham bahwa potensi desa saat ini untuk dikembangkan sangat menjanjikan. Unsur kebudayaan yang masih kental, jelas adalah salah satu kekuatan desa dan kampung dalam menarik minat pembangunan pemerintah.

Kebudayaan yang kuat menjadi senjata dalam proses pengembangan kampung dan desa menjadi wisata. Menurut

UU No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata sendiri 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 waktu sementara.

Melihat kekuatan wisata dan budaya yang ada di DIY, tentunya bisa saja pengembangan wisata ini diarahkan menjadi tempat wisata yang kaya akan ruang dialog antar masyarakat. Sehingga keberagaman kembali dipaksa untuk dipelajari dan dipahami, sehingga diharapkan mampu mengurangi angka-angka intoleransi sendiri. Pada program wisata kampung dan desa perlu adanya pembelajaran tentang tindakan mensyukuri apa yang ada didalam sebuah kampung sehingga memberikan ruang belajar dan proses literasi yang berguna (Budiprabowo, 2018: 67). Maka, kampung yang sadar adalah yang selalu merefleksikan dirinya berbasis nilai utama yang diyakininya, yaitu nilai kemanusiaan dan kerukunan yang telah mengakar (Budiprabowo, 2018: 68).

Pengembangan desa dan kampung menjadi tempat wisata sendiri menjadi tidak secara pragmatis disikapi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat semata. Sehingga pengembangannya tidak kemudian memaksakan ataupun memasukan objek-objek diluar desa dan kampung tersebut guna menarik wisatawan untuk hadir. Apakah penambahan objek-objek diluar desa atau kampung tersebut salah? Penulis tidak berpendapat itu salah, namun sebagai kota yang penuh dengan budaya, DIY tentu bisa lebih mengembangkan potensi desa yang ada, budaya disetiap desa dan kampung yang akan menjadi tempat wisata dengan lebih baik.

Memaksimalkan daya tarik wisata yang ada di daerah tersebut tentu menjadi pekerjaan rumah banyak pihak. Dalam hal ini, masyarakat menjadi sebuah dasar kekuatan (Ardika,

2018 : 23). Daya tari wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil oleh cipta, karsa dan rasa manusia sebagai mahluk budaya (Prakoso, 2015. Dijelaskan lebih lanjut bahwa daya tarik wisata budaya dibagi menjadi 2 yaitu daya tarik wisata berwujud dan tidak berwujud. Untuk daya tarik wisata budaya berwujud contohnya adalah bangunan, struktur, situs, dan kawasan cagar budaya, serta perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas ditambah museum. Sedangkan untuk daya tarik wisata yang tidak berwujud adalah kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya masyarakat yang khas disuatu tempat serta kesenian yang terdapat didaerah tersebut. Namun, terkadang guna mewujudkan kampung dan desa menjadi daerah wisata, banyak tambahan-tambahan objek budaya yang dimasukkan ke dalam daerah tersebut. Hal ini tidaklah buruk namun dikhawatirkan justru budaya asli yang terdapat di daerah tersebut justru tidak tersampaikan kepada wisatawan yang datang.

Kegiatan berwisata sendiri dapat menjadi hal kemanusiaan. Proses wisatawan berkunjung dan berinteraksi dengan warga sehingga terjadi komunikasi dan pertukaran pesan. Wisatawan yang datang ke sebuah desa atau kampung yang menjadi objek wisata tentu akan bersinggungan langsung dengan budaya didaerah tersebut. Begitu pula warga yang mendapat kunjungan, mereka akan saling belajar mengenai kultur masing-masing. Pun, target wisatawan yang datang ke desa dan kampung yang menjadi daerah wisata bukan hanya wisatawan nusantara yang berdatangan dari luar DIY, namun juga dari dalam DIY. Interaksi dan dialog di dalam objek wisata inilah yang dibutuhkan agar terbangun suasana saling berkomunikasi dan saling memahami, sehingga angka intoleransi dapat ditekan. Pada akhirnya, wisata kampung dan wisata desa di DIY ini memiliki nilai luhur yaitu menjadi sentral pembangunan daerah dan pembangunan moral masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Ardika, I Gede. (2018). *Kepariwisata Berkelanjutan Rintis Jalan Lewat Komunitas*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Arif, Akhmad Bustanul. (2018). Dari Festival Menuju Transformasi Sosial (A). In, Budianta, Melani & Dhita Hapsari (Ed). *Meniti Arus Lokal-Global Jejaring Budaya Kampung* (pp 67-68). Jawa Barat : Infirma Publishing.
- Budiprabowo, Kristanto. (2018). Sanjo Kampung : Pemberdayaan Kampung Nusantara (A). In, Budianta, Melani & Dhita Hapsari (Ed). *Meniti Arus Lokal-Global Jejaring Budaya Kampung* (pp 67-68). Jawa Barat : Infirma Publishing.
- Cnn Indonesia. (2019, Desember 19). Pemotongan Nisan Salib di Yogya, Mendagri Soroti Intoleransi. CNN Indonesia Online. Diakses dari : <https://www.cnnindonesia.com>
- Hasanah, U. (2013). Pembentukan Idenititas Diri dan Gambaran Diri pada Remaja Putri Bertato di Samarinda. *Fisip Unmul*, 1(2), 177-186.
- Kohli, C., Leuthesser, L., & Suri, R. (2007). Got slogan? Guidelines for creating effective slogans. *Business Horizons*, 50(5), 415-422. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.05.002>
- Kohli, C., & Suri, R. (2002). Creating effective logos: Insights from theory and practice. *Business Horizons*, 45(3), 58-64. [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(02\)00203-3](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(02)00203-3)
- Kusuma, Wijaya. (2016, April 12). Mural "City Of Tolarance?" Hiasi Berbagai Lokasi di Yogyakarta. Kompas Online. Diakses dari <https://kilasdaerah.kompas.com>
- Prakoso, A. A. (2015). Pengembangan Wisata Pedesaan Berbasis Budaya Yang Berkelanjutan Di Desa Wisata Srowolan, Sleman. *Arsitektur Pariwisata*, IX(2), 33-43.

- Ramadhan, Fitra Moerat. (2019, November 15). Intoleransi di Bantul dan DIY Yogyakarta dalam 2014 hingga 2019. Tempo Online. <https://grafis.tempo.co>
- Razak, Abdul Hamied. (2018, Oktober 15). Mahfud MD Ingatkan Jogja sebagai City of Tolerance Sejak 2005. Harian Jogja Online. Diakses dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com>
- Syambudi, Irwan. (2019, November 14). Upacara Doa di Bantul Dihentikan, Utiék Suprapti: ‘Saya Hindu’. Tirto id. Diakses dari : [tirto.id](http://tirto.id)

\*\*\*