

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Komunikasi kelompok pada zaman era globalisasi saat ini mempengaruhi majunya kebudayaan dan *event*, dalam praktiknya komunikasi kelompok sendiri sering dipergunakan dan diintensifkan, khususnya dalam kebudayaan, perencanaan dan penyelenggaraan *event* serta dalam suatu kebudayaan, contohnya dalam *event* imlekan di kota Bandung baik itu pada saat tahap perencanaan dan penyelenggaraannya.

Dalam perencanaan *event* imlekan, praktiknya di lapangan peneliti melihat pola komunikasi kelompok yang mereka gunakan secara lingustik adalah mengintensifkan pertemuan antar etnis atau lintas etnis di vihara atau tempat khusus untuk membicarakan dan membahas persiapan *event* imlekan mulai dari alat-alat apa saja yang musti dibeli untuk keperluan *event* imlekan, pembentukan kepanitiaan, teknis-teknis *event* imlekan, dan biaya. Selain itu, peneliti juga melihat komunikasi kelompok yang mereka intensifkan selain pertemuan ialah sering melakukan pembicaraan atau mengobrol di vihara atau tempat khusus lain seperti hotel atau restoran khusus yang disediakan.

Penyelenggaraan *event* imlekan sendiri di lapangan, peneliti melihat langsung komunikasi kelompok yang digunakan adalah dengan mengintensifkan pertemuan antar panitia, etnis, lintas etnis dalam pengkordinasian *event* imlekan, pengkordinasian *event* imlekan itu seperti dalam hal penempatan jobdesk panitia,

perizinan, keamanan, pengaturan tempat. Peneliti juga menemukan hal yang khas dalam komunikasi kelompoknya yaitu adalah saling tegur sapa antara yang muda dan yang tua, baik ketika dalam perencanaan *event* imlekan atau penyelenggaraan itu sendiri.

Selain tegur sapa, peneliti menemukan fakta dalam komunikasi kelompok dalam perencanaan dan penyelenggaraan *event* imlekan adanya komunikasi yang intensif antara yang muda dan tua dalam satu meja hal itu membuat komunikasinya tidak ada sekat dan mudah dalam komunikasinya. Selain itu juga peneliti menemukan fakta lain bahwa rekatnya persaudaraan yang muda dan tua sangat rekat sekali, hal ini membuat komunikasi kelompok dalam perencanaan dan penyelenggaraan *event* imlekan sangat mudah sekali untuk didiskusikan secara langsung dan tanpa sekat. Selain itu juga, komunikasi kelompok dalam perencanaan *event* imlekan sendiri baik yang tua dengan yang muda rasa saling menghormatinya sangatlah kental dan dapat dirasakan, dilihat secara langsung. Hal tersebut berlaku untuk di komunikasi kelompok dalam etnisnya atau lintas etnis.

Peneliti melihat bahasa yang digunakan dalam komunikasi kelompoknya memakai Bahasa Mandarin sebagai bahasa asal negara mereka dan umumnya digunakan oleh orang Tionghoa yang sudah berumur 80 ke atas di dalam kehidupan sehari-hari dan pertemuan dalam perencanaan *event* imlekan. Mereka menggunakan Bahasa Mandarin karena keterbatasan dalam memahami bahasa yang belum mereka kuasai dan ketradisional pola hidup mereka.

Selain Bahasa Mandarin mereka juga menggunakan Bahasa Sunda sebagai Bahasa Daerah yang didiami dan umumnya digunakan oleh Orang Tionghoa yang sudah berumur 50 ke atas di dalam kehidupan sehari-hari dan pertemuan dalam perencanaan *event* imlekan, mereka menggunakan Bahasa Sunda karena mudah dipahami dalam kehidupan sehari-hari dan mudah dipakai dalam komunikasi sehari-hari.

Selain Bahasa Mandarin mereka juga menggunakan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Resmi Negara dan umumnya digunakan oleh Orang Tionghoa yang sudah Berumur 10 ke atas di dalam kehidupan sehari-hari dan pertemuan dalam perencanaan *event* imlekan mereka menggunakan Bahasa Indonesia karena praktis, mudah dipahami dan dipraktikkan dalam komunikasi sehari-hari.

Event Imlekan berasal dari kata imlek yaitu perayaan terpenting orang Tionghoa. Perayaan tahun baru imlek dimulai di hari pertama bulan pertama (bahasa Tionghoa: *pinyin: zhēng yuè*) di penanggalan Tionghoa dan berakhir dengan *Cap Go Meh* di tanggal kelima belas (pada saat bulan purnama). Malam tahun baru imlek dikenal sebagai *Chúxī* yang berarti "malam pergantian tahun". Selain itu secara umum pengertian imlek adalah mensyukuri hasil yang didapat kepada tuhan. dalam imlekan ada *event-event* tertentu yaitu *Cap Go Meh* (*Hokkien*;) melambangkan hari ke-15 dan hari terakhir dari masa perayaan Tahun Baru Imlek bagi komunitas Tionghoa di seluruh dunia. Istilah ini berasal dari dialek *Hokkien* dan secara harfiah berarti hari kelima belas dari bulan pertama (Cap = Sepuluh, Go = Lima, Meh = Malam). Ini berarti, masa perayaan Tahun

Baru Imlek berlangsung selama lima belas hari. Perayaan ini dirayakan dengan jamuan besar dan berbagai kegiatan.

Selain itu ada Barongsai, Barongsai adalah tarian tradisional Cina dengan menggunakan sarung yang menyerupai singa. Barongsai memiliki sejarah ribuan tahun. Catatan pertama tentang tarian ini bisa ditelusuri pada masa Dinasti Chin sekitar abad ketiga sebelum masehi. Sejarah Kesenian Barongsai mulai populer pada zaman dinasti Selatan-Utara (Nan Bei) tahun 420-589 Masehi. Kala itu pasukan dari raja Song Wen Di kewalahan menghadapi serangan pasukan gajah raja Fan Yang dari negeri Lin Yi. Seorang panglima perang bernama Zhong Que membuat tiruan boneka singa untuk mengusir pasukan raja Fan itu. Ternyata upaya itu sukses hingga akhirnya tarian barongsai melegenda hingga sekarang.

Tarian dan gerakan

Tarian Singa terdiri dari dua jenis utama yakni Singa Utara yang memiliki surai ikal dan berkaki empat. Penampilan Singa Utara kelihatan lebih natural dan mirip singa ketimbang Singa Selatan yang memiliki sisik serta jumlah kaki yang bervariasi antara dua atau empat. Kepala Singa Selatan dilengkapi dengan tanduk sehingga kadangkala mirip dengan binatang 'Kilin'. Gerakan antara Singa Utara dan Singa Selatan juga berbeda. Bila Singa Selatan terkenal dengan gerakan kepalanya yang keras dan melonjak-lonjak seiring dengan tabuhan gong dan tambur, gerakan Singa Utara cenderung lebih lincah dan penuh dinamika karena memiliki empat kaki. Satu gerakan utama dari tarian Barongsai adalah gerakan singa memakan amplop berisi uang yang disebut dengan istilah 'Lay See'. Di atas amplop tersebut biasanya ditemplei dengan sayuran selada air yang

melambangkan hadiah bagi sang Singa. Proses memakan 'Lay See' ini berlangsung sekitar separuh bagian dari seluruh tarian Singa.

Barongsai di Indonesia

Kesenian Barongsai pada perayaan Ulang Tahun Chen Fu Zhen Ren di TITD Tik Liong Tian Rogojampi tahun 2011. Kesenian barongsai diperkirakan masuk di Indonesia pada abad-17, ketika terjadi migrasi besar dari Tiongkok Selatan.

Barongsai di Indonesia mengalami masa maraknya ketika zaman masih adanya perkumpulan Tiong Hoa Hwe Koan. Setiap perkumpulan Tiong Hoa Hwe Koan di berbagai daerah di Indonesia hampir dipastikan memiliki sebuah perkumpulan barongsai. Perkembangan barongsai kemudian berhenti pada tahun 1965 setelah meletusnya Gerakan 30 S/PKI. Karena situasi politik pada waktu itu, segala macam bentuk kebudayaan Tionghoa di Indonesia dibungkam. Barongsai dimusnahkan dan tidak boleh dimainkan lagi. Perubahan situasi politik yang terjadi di Indonesia setelah tahun 1998 membangkitkan kembali kesenian barongsai dan kebudayaan Tionghoa lainnya. Banyak perkumpulan barongsai kembali bermunculan. Berbeda dengan zaman dahulu, sekarang tak hanya kaum muda Tionghoa yang memainkan barongsai, tetapi banyak pula kaum muda pribumi Indonesia yang ikut serta

Pada zaman pemerintahan Soeharto, barongsai sempat tidak diijinkan untuk dimainkan. Satu-satunya tempat di Indonesia yang bisa menampilkan barongsai secara besar-besaran adalah di kota Semarang, tepatnya di panggung besar kelenteng Sam Poo Kong atau dikenal juga dengan Kelenteng Gedong Batu.

Setiap tahun, pada tanggal 29-30 bulan enam menurut penanggalan Tiong Hoa (Imlek), barongsai dari keenam perguruan di Semarang, dipentaskan. Keenam perguruan tersebut adalah:

1. Sam Poo Tong, dengan seragam putih-jingga-hitam (kaos-sabuk-celana), sebagai tuan rumah.
2. Hoo Hap Hwee dengan seragam putih-hitam.
3. Djien Gie Tong (Budi Luhur) dengan seragam kuning-merah-hitam.
4. Djien Ho Tong (Dharma Hangga Taruna) dengan seragam putih-hijau.
5. Hauw Gie Hwee dengan seragam hijau-kuning-hijau kemudian digantikan Dharma Asih dengan seragam merah-kuning-merah.
6. Porsigab (Persatuan Olah Raga Silat Gabungan) dengan seragam biru-kuning-biru.

Walaupun yang bermain barongsai atas nama ke-enam kelompok tersebut, tetapi bukan berarti hanya oleh orang-orang Semarang. Karena keenam perguruan tersebut mempunyai anak-anak cabang yang tersebar di Pulau Jawa bahkan sampai ke Lampung. Di kelenteng Gedong Batu, biasanya barongsai (atau di Semarang disebut juga dengan istilah Sam Sie) dimainkan bersama dengan Liong (naga) dan Say (kepalanya terbentuk dari perisai bulat, dan dihias menyerupai barongsai berikut ekornya).

Saat ini barongsai di Indonesia sudah dapat dimainkan secara luas, bahkan telah meraih juara pada kejuaraan di dunia. Dimulai dengan Barongsai Himpunan Bersatu Teguh (HBT) dari Padang yang meraih juara 5 pada kejuaraan dunia di genting - Malaysia pada tahun 2000. Hingga kini barongsai Indonesia sudah

banyak mengikuti berbagai kejuaraan-kejuaraan dunia dan meraih banyak prestasi. Sebut saja beberapa nama seperti Kong Ha Hong (KHH) - Jakarta, Dragon Phoenix (DP) - Jakarta, Satya Dharma - Kudus, dan Paguyuban Sosial Etnis Tionghoa Indonesia (PSMTI) - Tarakan. Bahkan nama terakhir, yaitu PSMTI telah meraih juara 1 pada suatu pertandingan dunia yang diadakan di Surabaya pada tahun 2006. Perguruan barongsai lainnya adalah Tri Pusaka Solo yang pada pertengahan Agustus 2007 lalu memperoleh Juara 1 President Cup.

Selain itu, kesenian barongsai juga pernah bermunculan di beberapa kota seperti Purwokerto, Magelang, Cilacap dan beberapa kota yang lain. Untuk daerah Magelang, kesenian barongsai ini muncul pertama kali dengan nama Ciu Lung Wei - Magelang, TITD - Magelang, Pai Se Wei - Magelang dan masih banyak perkumpulan lainnya. Untuk Purwokerto ada beberapa perkumpulan kesenian barongsai yang telah terbentuk dan berjalan seperti Chin Lung Dhuan - Purwokerto, Lung Se Tuan - Purwokerto, Yi Lung Dhuan - Purwokerto.

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa kesenian atau seni ketrampilan dalam permainan Barongsai membutuhkan keahlian khusus dan tentunya dengan latihan yang rutin dapat menjadikan para pemain yang terlibat didalamnya menjadi mahir dan terampil. Namun di sini terkadang banyak orang yang masih berpendapat bahwa bermain Barongsai bisa menjadikan sang pemain atau para pemain menjadikan kesurupan seperti halnya dalam permainan Kuda Lumping.

Dalam melakukan permainan Barongsai, dibutuhkan kejelian dan ketangkasan yang tentunya didapat dari hasil latihan yang rutin serta tanggap dalam mengenal medan atau arena tempat bermain, dikarenakan permainan

Barongsai harus dapat dilakukan di segala medan, ataupun arena, atau bahkan dilapangan dan juga di tempat yang luasnya amat minimalis.

Dalam perkembangan sekarang ini Barongsai sudah banyak jenis permainnya yang dipadukan dengan kesenian atau beladiri Wushu, dan menjadikan gerakan-gerakan yang dilakukan menjadi indah dan serasi dengan musik terdengar dari alat musik Barongsai. Itupun sebenarnya keserasian permainan juga didapat dari hasil latihan yang serius dan disiplin yang tinggi serta pengenalan tentang budaya Tionghoa pada umumnya.

Akan tetapi, pastinya dalam komunikasi kelompok di dalam merencanakan *event* Imlekan itu tidak mudah karena masing orang dalam etnis itu mempunyai pendapat dan ego masing-masing, maka untuk menyatukan semua itu diperlukan komunikasi kelompok yang komperhensif. Hal ini diperkuat oleh Dell Hymes yang berpendapat etnografi Yang menunjukkan cakupan kajian berlandaskan etnografi dan komunikasi. Cakupan kajian tidak dapat dipisah-pisahkan, misalnya hanya mengambil hasil-hasil kajian dari linguistik, psikologi, sosiologi, etnologi, lalu menghubungkan-hubungkannya. Fokus kajiannya hendaknya meneliti secara langsung terhadap penggunaan bahasa dalam konteks situasi tertentu, sehingga dapat mengamati dengan jelas pola-pola aktivitas tutur, dan kajiannya diupayakan tidak terlepas (secara terpisah-pisah), misalnya tentang gramatika (seperti dilakukan oleh linguis), tentang kepribadian (seperti psikologi), tentang struktur sosial (seperti sosiologi), tentang religi (seperti etnologi), dan sebagainya. Dalam kaitan dengan landasan itu, seorang peneliti tidak dapat membentuk bahasa, atau bahkan tutur, sebagai kerangka acuan yang sempit. Peneliti harus mengambil

konteks suatu komunitas (*community*), atau jaringan orang-orang, lalu meneliti kegiatan komunikasinya secara menyeluruh, sehingga tiap penggunaan saluran atau kode komunikasi selalu merupakan bagian dari khasanah komunitas yang diambil oleh para penutur ketika dibutuhkan.

Apabila di kaitkan dengan konteks penelitian di atas maka maksud dari teori di atas adalah (teori etnografi komunikasi Dell Hymes) adalah memberikan Gambaran mengenai Penjelasan Tentang Kebudayaan dan Cara Komunikasi Kelompok di Etnis Tionghoa di Bandung dalam Perspektif Linguistik atau Bahasa dan Etnologi Serta Struktur Sosial, tetapi komunikasi kelompok yang komperhensif itu mengandung Berbagai macam Pengertian yang tidak spesifik dan bias, untuk itu Peneliti berpandangan komunikasi kelompoknya harus diperjelas agar spesifik dan tidak bias.

1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah di atas mengenai komunikasi kelompok etnis Tionghoa dalam menyelenggarakan *event* Imlekan oleh peneliti. Maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Komunikasi Kelompok Etnis Tionghoa dalam Menyelenggarakan *Event* Imlekan?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar konteks penelitian dan fokus penelitian di atas, maka terdapat beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pola komunikasi kelompok secara linguistik di Etnis Tionghoa dalam Menyelenggarakan *event* Imlekan?
2. Apa faktor-faktor penghambat dalam komunikasi kelompok di Etnis Tionghoa dalam menyelenggarakan *event* Imlekan?
3. Apa Makna *Event* Imlekan Bagi Kota Bandung?
4. Etnik kebudayaann apa saja yang ada dalam Imlekan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan apa tujuan peneliti mengambil tema ini.

1. Untuk mengetahui pola komunikasi kelompok di etnis Tionghoa dalam menyelenggarakan *event* Imlekan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dalam komunikasi kelompok di etnis Tionghoa dalam menyelenggarakan *event* Imlekan.
3. Untuk mengetahui makna *event* imlekan khususnya di kota Bandung.
4. Untuk mengetahui Etnik Kebudayaan apa saja dalam *Event* Imlekan .

1.4 Kegunaan Penelitian

Pada bagian ini peneliti menjelaskan tentang kegunaan dalam penelitian ini, kegunaan penelitian ini adalah peneliti bisa mengetahui dan mempelajari beragam budaya bangsa yang khas dan menarik serta yang menjadi simbol khasanah budaya Indonesia. Selain itu, peneliti bisa mempelajari koununikasi

kelompok secara teknis dalam suatu etnis itu seperti apa dan juga peneliti bisa mempelajari teknis penyelenggaraan *event* itu seperti apa.

1.5 *Setting penelitian*

Ruang lingkup bagi penelitian kali ini, agar tidak terjadi sebuah pembahasan yang di luar konsep, maka peneliti menyusun pembatasan masalah atau ruang lingkup penelitian:

1. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode etnografi
2. Subjek yang diteliti adalah pengurus aktif sekaligus Etnis Tionghoa yang aktif di *event* Imlekan
3. Peneliti menjelaskan seputar pola komunikasi kelompok di Etnis Tionghoa
4. Peneliti menjelaskan tentang makna *event* imlekan di kota Bandung
5. Peneliti menjelaskan tentang etnik kebudayaan apa saja yang ada dalam *event* imlekan khususnya di kota Bandung

1.6 *Kerangka Pemikiran*

Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian, dan terapan yang tidak menitikberatkan perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil. Kita dapat mengajukan bermacam pertanyaan yang berhubungan dengan

komunikasi kelompok dan jawabannya akan membantu kita memahami lebih baik batas-batas dan atribut-atribut komunikasi kelompok

Etnografi

Definisi etnografi komunikasi secara sederhananya adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikasi suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaannya (Koentjaraningrat, dalam Kuswarno, 2008:11).

Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*) juga bisa dikatakan salah satu cabang dari Antropologi, lebih khusus lagi adalah turunan dari Etnografi Berbahasa (*ethnography of speaking*). Dalam artikel pertamanya, Hymes (1962) memperkenalkan *ethnography of speaking* ini sebagai pendekatan baru yang memfokuskan dirinya pada pola perilaku komunikasi sebagai salah satu komponen penting dalam sistem kebudayaan dan pola ini berfungsi di antara konteks kebudayaan yang holistik dan berhubungan dengan pola komponen sistem yang lain (Muriel, 1986). Dalam perkembangannya, rupanya Hymes lebih condong pada istilah etnografi komunikasi karenanya menurutnya, yang jadi kerangka acuan dan 'ditempati' bahasa dalam suatu kebudayaan adalah pada 'komunikasi'nya dan bukan pada 'bahasanya'. Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan.

Menurut sejarah lahirnya, maka etnografi komunikasi tentu saja tidak bisa berdiri sendiri. Ia membutuhkan dukungan ilmu-ilmu lain di antaranya adalah sosiologi karena nantinya akan berkenaan dengan analisis interaksional dan persoalan identitas peran; ia juga memerlukan kehadiran antropologi karena dalam

tataran tertentu bersentuhan dengan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan bahasa dan filosofi yang melatarbelakanginya; dan tentu saja tidak bisa melupakan disiplin sosiolinguistik karena melalui ilmu ini kita bisa mengetahui bagaimana penggunaan bahasa dalam interaksi sosial. Kini etnografi komunikasi telah menjelma menjadi disiplin ilmu baru yang mencoba untuk merestrukturisasi perilaku komunikasi dan kaidah-kaidah di dalamnya, dalam kehidupan sosial yang sebenarnya.

Ruang lingkup kajian etnografi komunikasi

Menurut Hymes (Syukur dalam Kuswarno, 2008:14), ada enam lingkup kajian etnografi komunikasi yaitu :

1. Pola dan fungsi komunikasi (*patterns and functions of communication*)
2. Hakikat dan definisi masyarakat tutur (*nature and definition of speech community*).
3. Cara-cara berkomunikasi (*means of communicating*).
4. Komponen-komponen kompetensi komunikasi (*component of communicative competence*)
5. Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial (*relationship of language to world view and sosial organization*)
6. Semesta dan ketidaksamaan linguistik dan sosial (*linguistic and sosial universals and inequalities*)

Etnografi komunikasi juga memiliki dua tujuan yang berbeda arah secara sekaligus. Etnografi komunikasi bisa bersifat spesifik karena mencoba menjelaskan dan memahami perilaku komunikasi dalam kebudayaan tertentu sehingga sifat penjelasannya terbatas pada suatu konteks tempat dan waktu tertentu; etnografi komunikasi juga bisa bersifat global karena mencoba memformulasikan konsep-konsep dan teori untuk kebutuhan pengembangan metateori global komunikasi antarmanusia.

Obyek penelitian etnografi komunikasi

Ada beberapa istilah-istilah yang akan menjadi kekhasan dalam penelitian etnografi komunikasi, dan istilah ini nantinya akan menjadi ‘obyek penelitian ‘ etnografi komunikasi:

1. **Masyarakat tutur** (*speech community*). Apa itu masyarakat tutur?

Hymes memberi batasan mengenai masyarakat tutur adalah suatu kategori masyarakat di mana anggota-anggotanya tidak saja sama-sama memiliki kaidah untuk berbicara, tetapi juga satu variasi linguistik tertentu.

Sementara menurut Seville –Troike, yang dimaksud masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara (Syukur, dalam Kuswarno, 2008:39,40). Jadi batasan utama yang membedakan masyarakat tutur satu dengan yang lain adalah kaidah-kaidah untuk berbicara. Sehingga suatu suku bangsa atau kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat tutur.

2. **Aktivitas komunikasi**. Setelah menemukan atau mengidentifikasi masyarakat tutur, maka tahap selanjutnya bagi etnografer adalah menemukan aktivitas komunikasi-nya. Atau mengidentifikasi peristiwa komunikasi atau proses komunikasi. Menurut Hymes, tindak tutur atau tindak komunikasi mendapatkan statusnya dari konteks sosial, bentuk gramatika dan intonasinya. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi, maka kita memerlukan pemahaman mengenai unit-unit diskrit aktivitas komunikasi. Hymes

mengemukakan unit diskrit komunikasi itu adalah (Syukur dalam Kuswarno, 2008:41):

1. Situasi komunikatif dan konteks terjadinya komunikasi
2. Peristiwa komunikatif atau keseluruhan perangkat komponen yang utuh yang meliputi tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama, partisipan yang secara umum menggunakan varietas bahasa yang sama, dengan kaidah-kaidah yang sama dalam berinteraksi dan dalam setting yang sama.
3. Tindak komunikatif, yaitu fungsi interaksi tunggal seperti pernyataan, permohonan, perintah ataupun perilaku nonverbal.

Pendeknya, yang dimaksud aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi tidak lagi bergantung/bertumpu pada pesan, komunikator, komunikan, media, dan efeknya melainkan *aktivitas khas yang kompleks di mana di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tindak komunikasi khusus dan berulang.*

3. **Komponen Komunikasi.** Komponen komunikasi merupakan bagian yang paling penting dalam kajian etnografi komunikasi. Yang dimaksud komponen komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah (Syukur dalam Kuswarno, 2008: 42,43):

- a. *Genre* atau tipe peristiwa komunikasi (misal lelucon, salam, perkenalan, dongeng, gosip dll)
- b. Topik peristiwa komunikasi.
- c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.
- d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim dan aspek fisik situasi yang lain
- e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan dan hubungannya satu sama lain.
- f. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal, nonverbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas mana.
- g. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan termasuk level konotatif dan referensi denotatif.
- h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.

- i. Kaidah interaksi.
- j. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya.

4. **Kompetensi Komunikasi.** Tindak komunikasi individu sebagai bagian dari suatu masyarakat tutur dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari integrasi tiga ketrampilan yaitu ketrampilan linguistik, ketrampilan interaksi dan ketrampilan kebudayaan. Kompetensi inilah yang akan sangat memengaruhi penutur ketika mereka menggunakan atau menginterpretasikan bentuk-bentuk linguistik. Kompetensi komunikasi ini meliputi (Syukur dalam Kuswarno,2008: 43,44):

- a. Pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa berbicara dalam setting tertentu?
- b. Kapan mengatakannya?
- c. Bilamana harus diam?
- d. Siapa yang bisa diajak bicara?
- e. Bagaimana berbicara kepada orang-orang tertentu yang peran dan status sosialnya berbeda?
- f. Apa perilaku nonverbal yang pantas?
- g. Rutin yang bagaimana yang terjadi dalam alih giliran percakapan?
- h. Bagaimana menawarkan bantuan?
- i. Bagaimana cara meminta informasi dan sebagainya?

5. **Varietas Bahasa.** Pemolaan komunikasi (*communication patterning*) akan lebih jelas bila diuraikan dalam konteks varietas bahasa. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat vaietas kode bahasa (*language code*) dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertoire komunikatif masyarakat tutur. Variasi ini akan mencakup semua varietas dialek atau tipe yang digunakan dalam populasi sosial tertentu, dan factor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari salah satu variasi bahasa yang ada. Sehingga pilihan

varietas yang dipakai akan menggambarkan hubungan yang dinamis antara komponen-komponen komunikatif dari suatu masyarakat tutur, atau yang dikenal sebagai pemolaan komunikasi (*communication patterning*).

Teori Keseimbangan dari Heider

Ruang lingkup teori keseimbangan (*balance theory*) dari Heider ialah mengenai Hubungan-hubungan antara pribadi. Teori ini berusaha antara pribadi. Teori ini berusaha menerangkan bagaimana individu-individu sebagai bagian dari struktur sosial, (misalnya sebagai suatu kelompok) cenderung untuk menjalin hubungan satu dengan yang lain. Tentunya salah satu cara bagaimana suatu kelompok dapat berhubungan, ialah dengan menjalin komunikasi secara terbuka. Anggota kelompok dapat merumuskan dan menyampaikan pesan-pesan verbal yang akan dijawab oleh orang lain dan mereka dapat menafsirkan arti pesan-pesan yang dirumuskan oleh anggota kelompok yang lain. Akan tetapi, teori Heider tidak mencakup komunikasi terbuka semacam ini. Teori Heider memusatkan perhatiannya pada hubungan intra-pribadi (Intrapersonal) yang berfungsi sebagai “daya tarik.” Dalam hal ini, daya tarik menurut Heider adalah semua kegiatan kognitif yang berhubungan dengan suka atau tidak suka -terhadap individu-individu dan objek-objek lain. Dengan demikian, teori Heider berkepentingan secara khusus dengan apa yang diartikan sebagai komunikasi intra-pribadi yaitu sangat menaruh perhatian pada keadaan – keadaan intra pribadi tertentu yang mungkin mempengaruhi pola-pola hubungan dalam suatu kelompok .Di luar itu dari relevansi teori keseimbangan Heider tidak begitu di rasakan secara langsung. Meski pun demikian Heider memberikan penjelasannya secara langsung tentang

“keseimbangan” dalam suatu kelompok dalam suatu kelompok, dan sudah dapat diduga bahwa ahli komunikasi kelompok ini akan dapat menemukan adanya kaitan antara keseimbangan dengan tingkah laku komunikasi terbuka dari anggota kelompok.

Teori keseimbangan dari Heider menggunakan simbol “L” untuk menandakan hubungan “skala.” L” (*like*) dapat bermacam perasaan positif yang dimiliki seorang anggota terhadap orang lain atau terhadap suatu objek tertentu, seperti misalnya perasaan suka, kepada anggota yang lain, sependapat dengan anggota yang lain menyetujui suatu tindakan dan lain sebagainya. Sedangkan simbol “L- (Lawan dari simbol “L”) menyatakan perasaan-perasaan negatif seperti rasa benci, tidak suka atau tidak setuju. Simbol “U” berarti hubungan pembentukan unit (*unit-forming relationship*) dan merupakan persamaan arti dari “berkaitan dengan” kepunyaan,” memiliki,” serta ungkapan-ungkapan lain yang hampir serupa. kebalikan dari simbol “U” adalah “U--.”

Tiga simbol lain sangat penting dalam sistem Heider.”*p*” yang menunjukkan orang (*person*),”*o*” yang berarti orang lain atau kelompok lain dan “*x*” yang berarti objek atau (benda). Di bawah ini disajikan beberapa keadaan yang seimbang dan yang tidak seimbang

<i>Keadaan</i>	<i>Simbol-simbol</i>	<i>Arti</i>
Seimbang	$p Lo, o Lp$	p suka o suka p
	$p L-o, PU-o$	p tidak suka o , dan p Bukan anggota kelompok
Tidak seimbang	$p Lo, o L-p$	p suka o , tapi o tidak suka p
	$P Lo, o Lx, p L-x$	p suka o , o suka x tapi p tidak suka x

Imlek

Imlek merupakan perayaan terpenting orang Tionghoa. Perayaan tahun baru imlek dimulai di hari pertama bulan pertama ((Tionghoa); *pinyin: zhēng yuè*) di penanggalan Tionghoa dan berakhir dengan Cap Go Meh 十五冥 元宵节 di tanggal kelima belas (pada saat bulan purnama). Malam tahun baru imlek dikenal sebagai Chúxī yang berarti "malam pergantian tahun".

Di Tiongkok, adat dan tradisi wilayah yang berkaitan dengan perayaan Tahun Baru Imlek sangat beragam. Namun, kesemuanya banyak berbagi tema umum seperti perjamuan makan malam pada malam Tahun Baru, serta penyulutan kembang api. Meskipun penanggalan Imlek secara tradisional tidak menggunakan nomor tahun malar, penanggalan Tionghoa di luar Tiongkok seringkali dinomori dari pemerintahan Huangdi. Setidaknya sekarang ada tiga tahun berangka 1 yang digunakan oleh berbagai ahli, sehingga pada tahun 2009 masehi "Tahun Tionghoa" dapat jadi tahun 4707, 4706, atau 4646.

Dirayakan di daerah dengan populasi suku Tionghoa, Tahun Baru Imlek dianggap sebagai hari libur besar untuk orang Tionghoa dan memiliki pengaruh pada perayaan tahun baru di tetangga geografis Tiongkok, serta budaya yang dengannya orang Tionghoa berinteraksi meluas. Ini termasuk Korea, Mongolia, Nepal, Bhutan, Vietnam, dan Jepang (sebelum 1873). Di Daratan Tiongkok, Hong Kong, Makau, Taiwan, Singapura, Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan negara-negara lain atau daerah dengan populasi suku Han yang signifikan, Tahun Baru Imlek juga dirayakan, dan pada berbagai derajat, telah menjadi bagian dari budaya tradisional dari negara-negara tersebut.

Event Imlekan

Merupakan *event* terpenting orang Tionghoa dalam perayaan tahun baru imlek dimulai di hari pertama bulan pertama ((Tionghoa); pinyin: zhēng yuè) di penanggalan Tionghoa dan berakhir dengan Cap Go Meh 十五冥 元宵节 di tanggal kelima belas (pada saat bulan purnama). Di Tiongkok, adat dan tradisi wilayah yang berkaitan dengan perayaan Tahun Baru Imlek dan *Event Imlekan* sangat beragam. Namun, kesemuanya banyak berbagi tema umum seperti perjamuan makan malam pada malam Tahun Baru, serta penyulutan kembang api. Meskipun penanggalan Imlek secara tradisional tidak menggunakan nomor tahun malar, penanggalan Tionghoa di luar Tiongkok seringkali dinomori dari pemerintahan Huangdi. Setidaknya sekarang ada tiga tahun berangka 1 yang digunakan oleh berbagai ahli, sehingga pada tahun 2009 masehi "Tahun Tionghoa" dapat jadi tahun 4707, 4706, atau 4646.

Dirayakan di daerah dengan populasi suku Tionghoa, Tahun Baru Imlek dianggap sebagai hari libur besar untuk orang Tionghoa dan memiliki pengaruh pada perayaan tahun baru di tetangga geografis Tiongkok, serta budaya yang dengannya orang Tionghoa berinteraksi meluas. Ini termasuk Korea, Mongolia, Nepal, Bhutan, Vietnam, dan Jepang (sebelum 1873). Di Daratan Tiongkok, Hong Kong, Makau, Taiwan, Singapura, Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan negara-negara lain atau daerah dengan populasi suku Han yang signifikan, Tahun Baru Imlek juga dirayakan, dan pada berbagai derajat, telah menjadi bagian dari budaya tradisional dari negara-negara tersebut.

Event Management

Event management dapat didefinisikan sebagai mengorganisir sebuah *event* yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif yang kegiatannya meliputi dari konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. Dalam *event management*, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan *event* yang sesuai dengan harapan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim. Dengan kata lain, *event organizer* berarti tidak hanya satu orang yang merasa dirinya paling hebat dalam menjalankan tugas, tetapi semuanya saling bergantung satu sama lain.

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom mengatakan bahwa fungsi manajemen ialah membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut. Definisi ini juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis.

Prinsip dalam membuat event (5 W + 1 H)

1. *Why* : Alasan *event* itu dibuat
2. *What* : Apa bentuk *event* itu
3. *Where* : Di mana akan dilaksanakan
4. *When* : Kapan dan berapa lama *event* tersebut dilaksanakan
5. *Who* : Siapa saja yang akan terlibat dalam *event* tersebut
6. *How* : Bagaimana cara melaksanakannya

Dasar pengelolaan Event

1. Menjalankan ide.
2. Ide yang diwujudkan ke dalam sebuah konsep *event*.
3. Konsep yang dapat dinyatakan dan mampu untuk dilaksanakan.
4. Konsep tersebut dapat diterima oleh semua pihak yang terlibat dalam *event*.

Perencanaan Sebuah Event

1. Perlu melakukan penelitian awal mengenai kelayakan dari suatu *event* termasuk di dalam mengenai besarnya anggaran dan minat dari masyarakat terhadap *event* tersebut.
2. Sesuai target konsumen dari *Event* yang digelar dan mampu berinteraksi dengan *audience*.
3. Harus bisa menciptakan *experience*.
4. Berbasis kreatifitas, inovasi dan original.

Apa yang harus dimiliki oleh tim pemasaran dan promosi Event

Kemampuan untuk melobi dan bernegosiasi dengan para sponsorship atau peserta dari *event* tersebut. Tentu saja orang-orang yang tergabung di dalam tim ini dapat dan mampu menjelaskan latar belakang dari *event* yang akan dilaksanakan dan juga keuntungan yang akan diperoleh dari keikutsertaan mereka dalam *event* tersebut. Selain itu, tim pemasaran *event* juga dapat memberikan bahan pertimbangan atau masukan yang positif kepada para *customernya* bila terjadi keragu-raguan.

Pemasaran Event

Untuk pertama kali memasarkan *event* yang pertama kali diadakan, memerlukan kepercayaan dan keyakinan bahwa *event* tersebut dapat berjalan dengan sukses. Orang yang ditugasi memasarkan berani menjamin bahwa keikutsertaan atau partisipasi mereka sebagai sponsor maupun peserta di dalam *event* itu akan berdampak positif atau mendatangkan keuntungan. Cara yang biasa dilakukan ialah dengan mengajak kerjasama asosiasi, organisasi kemasyarakatan atau perusahaan besar yang tengah berpromosi.

Media dan Promosi untuk sebuah event

1. *Above the line* (media cetak dan elektronik termasuk di dalamnya dengan menggunakan jaringan internet)
2. *Bellow the Line* (brosur, leaflet, selebaran, spanduk, banner, promo di suatu acara/*event* yang berbeda, dsb.)
3. Kombinasi dari keduanya
4. Promosi bisa dilakukan dengan *gathering*, *launching*, konferensi pers, dan sebagainya.
5. Bekerjasama dengan organisasi pemerintahan dan organisasi ke masyarakat maupun organisasi keagamaan atau bisa juga dengan Asosiasi profesi yang memiliki sejumlah anggota dan mereka dapat berperan sebagai alat promosi *event* tersebut.

Pelaksanaan sebuah event

Umumnya dalam pelaksanaan *event* seringkali ada hal-hal yang di luar rencana terjadi dan cara mengatasinya seorang Koordinator *event* harus bersikap

tegas namun bijaksana, perlu diingat *event* adalah sebuah kegiatan jasa dan tugasnya harus memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada semua yang terlibat di dalam *event* tersebut termasuk di dalamnya semua anggota panitia. Bila dalam pelaksanaan sebuah *event*, tim harus kompak dan masing-masing bahu membahu untuk mensukseskan *event* namun tetap terkoordinasi.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran