BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Hakikat dan Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communocare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian. Pada hakikatnya komunikasi adalah "pernyataan antar manusia", dimana ada proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu.

Pada proses interaksi, komunikasi telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena "Setiap masyarakat manusia - baik primitif maupun modern-berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai

berbagai aturan sosial melalui komunikasi".(**Rakhmat**, 1986:1). Pernyataan tersebut, didukung pula dengan pernyataan lain, yaitu: "90% kehidupan manusia dilakukan dengan berkomunikasi" (**Soesanto**,1977:2). Dari dua pernyataan tersebut, tergambarkan bagaimana komunikasi menjadi salah satu kebutuhan manusia yang hakiki, dan menjadi ajang sekaligus sarana penyampaian gagasan dan isi kepala kepada orang lain.

Jika berbicara mengenai definisi komunikasi, tidak ada definisi yang salah dan benar, definisi diuraikan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media tertentu atau justru terlalu luas misalnya, komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan makhluk hidup lainnya.

Adapun definisi komunikasi menurut **Roger** dan **D. Lawrence** (1981), adalah

> "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19).

Sedangkan **Onong Uchjana Effendy** berpendapat bahwa komunikasi adalah

> "Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya" (**Effendy**, 1993 :28).

Berbeda dengan kedua definisi diatas, **M.O. Palapah** dan **Atang**, dimana "Komunikasi sebagai Ilmu tentang pernyataan manusia yang menggunakan lambang-lambang yang berarti" (**Palapah**, dan **Atang**, 1983 :9).

Beragamnya definisi mengenai komunikasi menuntun kita untuk lebih mengenal komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh **Wenburg** dan **Wilmot** (**Mulyana**, 2000: 61-68):

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

   Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

2. Komunikasi sebagai interaksi

   Pandangan ini menyeratakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian.

Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

3. Komunikasi sebagai transaksi

   Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.

2.1.2 Komponen-komponen Komunikasi

Menurut **Effendy** (2000:6), Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan komponen-komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

A. Komunikator dan Komunikan

Dalam sebuah proses komunikasi kita menggunakan istilah sumber-penerima, yang di asumsikan sebagai berikut:

> "Sumber-penerima sebagai berikut satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (pembicara) sekaligus penerima (pendengar). Anda mengirimkan pesan ketika anda berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh, atau tersenyum. Anda menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya" (**Devito**, 1997 : 27).

Tetapi ketika kita mengirim pesan kita juga menerima pesan. Anda menerima pesan kita sendiri (kita mendengar diri sendiri, merasakan gerak tubuh sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh kita sendiri) dan kita menerima pesan dari orang lain secara visual, melalui pendengaran atau bahkan melalui rabaan dan penciuman. Ketika kita berbicara dengan orang lain,

kita memandangnya untuk mendapatkan tanggapan untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan dan sebagainya. Ketika kita menyerap isyarat-isyarat nonverbal ini, kita menjalankan fungsi penerima.

B. Pesan

”Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan” (**Effendy**, 2000 : 11).

Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

C. Media

"Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan" (**Devito**, 1997 :28). Sebagai contoh dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengar (saluran suara), tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktori), dan sering kita saling menyentuh itupun komunikasi (saluran taktil).

"Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini banyak dipergunakan" (**Effendy**, 2000 : 37). Tradisional misalnya kontongan, bedug, pagelaran seni, dan lain-lain sedangkan yang lebih modern misalnya surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, televisi, internet yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio-visual.

D. Efek

"Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlihat dalam tindak komunikasi.

Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama Anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua Anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi dan perasaan Anda, ini adalah efek afektif. Ketiga Anda mengkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain juga perilaku verbal dan non verbal yang patut, ini adalah efek psikomotorik" (**Devito**, 1997 : 29).

2.1.3 Tujuan komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. Menurut **Onong Uchjana Effendy** tujuan dari komunikasi adalah :

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) (2003: 55)

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan menyatakan tujuan komunikasi sebagai berikut :

1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak. (2003: 11)

2.1.4 Proses komunikasi

Pada proses komunikasi dapat dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif, yaitu :

1. *Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis*

   Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan seperti yang di ungkapkan oleh Effendy bahwa:

   > "Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (**Effendy**, 2003:31)".

   Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. *Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik*

Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara dua tahap, yakni sebagai berikut :

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan. Seperti surat kabar, televisi siaran, radio, film, leaftlet, brosur, dan lain-lain.

c. Proses komunikasi secara linear

Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, ”proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (**Effendy**, 2003: 38)”.

Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Proses komunikasi linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif. Bila positif komunikator patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga komunikator harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif.

2.1.5 Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruangan hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari :

1. Aspek bersifat fisik; seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis; seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial; seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu; yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Ada berbagai pengertian komunikasi masa yang di uangkapkan oleh para pakar komunikasi, seperti yang di ungkapkan oleh **Rakhmat** bahwa "Komunikasi Massa adalah Produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan Lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri" **(Rakhmat**, 2003:188).

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Berlo (dalam **Wiryanto**, 2005) mengartikan massa sebagai meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran.

2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Harold D. Lasswell (dalam **Wiryanto**, 2005) memformulasikan unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan

sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channelto Whom With What Effect?”*

1. Unsur *who* (sumber atau komunikator). Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Yang dimaksud dimaksud dengan lembaga dalam hal ini adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio, televisi, majalah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud *institutionalized person* adalah redaktur surat kabar (sebagai contoh). Melalui tajuk rencana menyatakan pendapatnya dengan fasilitas lembaga. Oleh karena itu, ia memiliki kelebihan dalam suara atau wibawa dibandingkan berbicara tanpa fasilitas lembaga.

   McQuail (1987) menyebutkan ciri-ciri khusus institusi (lembaga) media massa sebagai berikut:

   a. Memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya. Upaya tersebut merupakan respon terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.
   b. Menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain: dari pengirim ke penerima, dari anggota audien ke anggota audien lainnya, dari

seseorang ke masyarakat dan institusi masyarakat terkait. Semua itu bukan sekedar saluran fisik jaringan komunikasi, melainkan juga merupakan saluran tatacara dan pengetahuan yang menentukan siapakah sebenarnya yang patut atau berkemungkinan untuk mendengar sesuatu dan kepada siapa ia harus mendengarnya.

c. Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima (atau dalam kondisi tertentu sebagai pengirim). Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik (opini publik) dan ikut berperan membentuknya (bukan masalah pribadi, pandangan ahli, atau penilaian ilmiah).
d. Partisipasi anggota audien dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela, tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial. Bahkan lebih bersifat suka rela daripada beberapa institusi lainnya, misalnya pendidikan, agama atau politik. Partisipasi anggota *audien* lebih mengacu pada mengisi waktu senggang dan santai, bukannya berkenaan dengan pekerjaan dan

tugas. Hal tersebut dikaitkan juga dengan ketidakberdayaan formal institusi media: media tidak dapat mengandalkan otoritasnya sendiri dalam masyarakat, serta tidak mempunyai organisasi yang menghubungkan pemeran-serta ”lapisan atas” (produsen pesan) dan pemeran-serta ”lapisan bawah” (*audien*).

e. Industri media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan.
f. Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media, mekanisme hukum, dan pandangan-pandangan menentukan yang berbeda antara negara yang satu dengan lainnya.

Komunikator dalam proses komunikasi massa selain merupakan sumber pesan, mereka juga berperan sebagai *gate keeper* (lihat **McQuail**, 1987; **Nurudin**, 2003). Yaitu berperan untuk menambah, mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami oleh *audien*-nya. Bitner (dalam **Tubbs**, 1996) menyatakan bahwa pelaksanaan peran *gate keeper* dipengaruhi oleh:

ekonomi; pembatasan legal; batas waktu; etika pribadi dan profesionalitas; kompetisi diantara media; dan nilai berita.

2. Unsur *says what* (pesan). Pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau *audien* yang sangat banyak. Pesan-pesan itu berupa berita, pendapat, lagu, iklan, dan sebagainya. **Charles Wright** (1977) memberikan karakteristik pesan-pesan komunikasi massa sebagai berikut:
   a. *publicly*. Pesan-pesan komunikasi massa pada umumnya tidak ditujukan kepada orang perorang secara eksklusif, melainkan bersifat terbuka, untuk umum atau publik.
   b. *rapid*. Pesan-pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai audien yang luas dalam waktu yang singkat serta simultan.
   c. *transient*. Pesan-pesan komunikasi massa untuk memenuhi kebutuhan segera, dikonsumsi sekali pakai dan bukan untuk tujuan yang bersifat permanen. Pada umumnya, pesan-pesan komunikasi massa cenderung dirancang secara *timely*, *supervisial*, dan kadang-kadang bersifat *sensasional*.
3. Unsur *in which channel* (saluran atau media). Unsur ini menyangkut semua peralatan yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Media yang

mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, internet, dan sebagainya.

4. Unsur *to whom* (penerima; khalayak; audien). Penerima pesan-pesan komunikasi massa biasa disebut audien atau khalayak. Orang yang membaca surat kabar, mendengarkan radio, menonton televisi, browsing internet merupakan beberapa contoh dari *audien*.

Menurut **Charles Wright** (dalam **Wiryanto**, 2005), *mass audien* memiliki karakteristik-karakteristik sebagai berikut:

a. *Large* yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa berjumlah banyak, merupakan individu-individu yang tersebar dalam berbagai lokasi;
b. *Heterogen* yaitu penerima-penerima pesan komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, beragam dalam hal pekerjaan, umur, jenis kelamin, agama, etnis, dan sebagainya;
c. *Anonim* yaitu anggota-anggota dari mass audien umumnya tidak saling mengenal secara pribadi dengan komunikatornya.

5. Unsur *with what effect* (dampak). Dampak dalam hal ini adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri

audien sebagai akibat dari keterpaan pesan-pesan media. David Berlo (dalam Wiryanto, 2005) mengklasifikasikan dampak atau perubahan ini ke dalam tiga kategori, yaitu: perubahan dalam ranah pengetahuan; sikap; dan perilaku nyata. Perubahan ini biasanya berlangsung secara berurutan.

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antarberbagai macam unsure dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Menurut Alexis. S Tan (1981) yang mengemukakan tentang pengertian komunikator bahwa:

> "Komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi social yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah".

Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa setidak-tidaknya mempunyai ciri sebagai berikut:

1. Kumpulan individu
2. Dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatasi perannya dengan sistem dalam media massa

3. Pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat
4. Apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.

2. Komunikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

   Untuk memetakan secara jelas mengapa komunikan dalam komunikasi massa itu heterogen bisa dimulai dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio, dan siapa pengguna internet ?

   Helbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik audience/komunikan sebagai berikut:

   a. Audience dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
   b. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Di samping itu, antarindividu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.

c. Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal.

3. Pesan Bersifat Umum

   Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi. Komunikator aktif melakukan komunikasi, sedangkan komunikan pasif, bahkan bisa saja tidak menggubris apa yang dikatakan komunikator. Komunikan tidak bisa menginterupsi, memotong pembicaraan komunikator, atau meresponnya secara langsung sebagaimana obrolan *face to face*. Komunikator pun tidak bisa langsung mengetahui bagaimana reaksi komunikannya, apakah tertawa, senyum sinis, mangut-manggut, ataukah mematikan televisi atau radio sehingga siaran tidak ada yang mendengarkan.

5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan dan keserentakan penerimaan oleh massa. Komunikan, di mana pun mereka berada, dapat mendengarkan siaran secara bersamaan, tidak perlu mengantre.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis
7. Komunikasi Massa Dikontrol Oleh Gatekeeper

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

1. *Surveillance* (pengawasan)
2. *Interpretation* (penafsiran)
3. *Linkage* (pertalian)
4. *Transmission of Values* (penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertaiment* (hiburan)

2.3. Tinjauan Tentang Daya Tarik

Menurut **Onong Uchjana Effendi** yang ditulis dalam kamus komunikasi dijelaskan,

> ”Daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”. (**Effendy**, 1989: 18)

Sedangkan Menurut **Drs. Moh. As’ad, S.U.,Psi.** dalam bukunya “*Psikologi Industri*”, mengemukakan bahwa,

> ”Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide – ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu”. (**As’ad**, 1992: 89).

Daya tarik isi pesan Menurut **Kotler** dalam **Sindoro**, meliputi :

1. Daya tarik Rasional

   Daya tarik ini berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri tiap individu. Daya tarik ini menunjukan manfaat atau kegunaan.

2. Daya tarik Emosional

   Daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang dapat memotivasi pelanggan tergerak untuk mendapatkan fasilitas yang disediakan oleh humas.

3. Daya tarik Moral

   Daya tarik moral diarahkan pada perasaan tiap individu tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial. (**Sindoro**, 1996:81).

2.4. Tinjuan Tentang Program Ngaruwat Budaya Jeung Basa Sunda

Pengertian Program Siaran, kata program berasal dari bahasa inggris *"programme"* yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditayangkan media penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh media penyiaran. Program dapat dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audiens. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang, sehingga mereka bersedia mengikutinya. Yang bertanggungjawab dalam mengelola program atau acara pada media penyiaran adalah bagian program.

Ngaruwat dalam istilah Sunda dapat di maknai penyucian atau mensucikan. Diruwat artinya disucikan. Makna tersebut menggambarkan

sebagai sebuah hal yang memang harus di perbaiki dari sebuah kondisi yang kurang lebih baik dari sebelumnya sehingga di perlukan sebuah penyucian.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbada budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan bahwa budaya itu dipelajari. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

Budaya Sunda merupakan kebudayaan daerah yang lahir dan berkembang di daerah Jawa Barat dan dikenal dengan budaya yang sangat menjujung tinggi sopan santun. Pada umumnya karakter masyarakat sunda, ramah tamah (*someah*), murah senyum, lemah lembut, dan sangat menghormati orangtua. Itulah cermin budaya dan kultur masyarakat sunda.

Bahasa Sunda (Basa Sunda, dalam aksara Sunda Baku) adalah sebuah bahasa dari cabang Melayu-Polinesia dalam rumpun bahasa Austronesia. Bahasa ini dituturkan oleh berjuta orang dan merupakan bahasa dengan penutur terbanyak kedua di Indonesia setelah Bahasa Jawa. Bahasa Sunda

dituturkan di sebagian besar provinsi Jawa Barat (kecuali kawasan pantura yang merupakan daerah tujuan urbanisasi di mana penutur bahasa ini semakin berkurang), melebar hingga batas Kali Pemali (Cipamali) di wilayah Brebes, Jawa Tengah, dan di kawasan selatan provinsi Banten.

2.5. Tinjauan Tentang Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Radio memiliki karakteristik media massa :

1. ***Publisitas,*** yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak. Siapa saja bisa mendengarkan radio. Tidak ada batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengarkan.
2. ***Universalitas,*** pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. ***Periodisitas,*** tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan. Radio mengudara secara periodik, misalnya 19 jam setiap hari: mulai pukul 05.00 pagi hingga pukul 12.00 malam.

4. ***Kontinuitas,*** berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit.
5. ***Aktualitas,*** berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

a. Fungsi Radio

Sebagai pemegang ranah public *(public domain)* mempunyai fungsi utama sebagai: Sosial Kontrol

Fungsi lain dari Radio siaran adalah:

1. Memenuhi rasa ingin tahu *(sense of curiority)* public
2. Mengembangkan intelektual sosial dengan menawarkan gagasan kemajuan (*the idea of the progress*)
3. Mengembangkan interaksi sosial
4. Mencegah terbentuknya masyarakat diam dan skeptic *(society of sadentaries)*

b. Peranan Radio

Sebagai pemegang public domain radio siaran mempunyai peran dan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik pada masyarakat dalam bidang:

1. Informasi
2. Penerangan
3. Pendidikan
4. Hiburan

5. Dan dunia usaha

2.5.1 Daya Tarik Radio Dibandingkan Media Lainnya

Radio sebagai salah satau media informasi memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan media lainnya karena radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut :

1. ***Auditori, Sound Only, Auditif.*** Radio adalah "suara", untuk didengar, dikonsumsi telinga atau pendengaran. Apapun yang disampaikan melalui radio harus berbentuk suara, hanya suara.
2. ***Transmisi.*** Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
3. ***Mengandung Gangguan.*** Seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan teknis "*channel noise factor".*
4. ***Theatre of Mind.*** Radio mencipta gambar (*makes pictures*) dalam imajinasi pendengar, "memainkan" imajinasi pendengar, dengan kekuatan kata dan suara. Secara harfiah, *theatre of mind* berarti ruang bioskop di dalam pikiran. Radio mampu menggugah imajinasi pendengarnya, dengan suara, musik, vokal, atau bunyi-bunyian.
5. ***Identik dengan musik.*** Umumnya orang mendengarkan radio untuk mendengarkan musik/lagu. Radio menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Selain karakteristik yang khas, radio juga memiliki keunggulan yang membuatnya berbeda dengan media lainnya, dimana keunggulan tersebut adalah sebagai berikut:

1) **Cepat dan langsung.** Sarana tercepat, lebih cepat dari Koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media cetak.
2) **Akrab.** Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya.
3) **Personal.** Jadi teman karena mampu menyentuh pribadi pendengar.
4) **Hangat.** Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.
5) **Sederhana.** Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.
6) **Tanpa batas.** *Wide Coverage*, jangkauan wilayah siarannya luas.
7) **Murah.** Radio relatif jauh lebih murah disbanding media cetak dan televisi.
8) **Bisa mengulang.** Radio memiliki kesementaraan alami (*transient nature*) sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat.
9) **Fleksibel.** Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas lain.

Meskipun di satu sisi Radio memiliki karakteristik sendiri dan keunggulan dibandingkan media lainnya, akan tetapai radio juga memiliki kelemahan, yaitu sebagai beriku:

1) **Selintas*, At Once.*** Dapat diakses cepat dan seketika, juga cepat hilang dan gampang dilupakan.

2) **Global.** Sajian informasi radio bersifat global, tidal detil, karenanya angka-angka pun dibulatkan.
3) **Batasan waktu.** Waktu siaran relatif terbatas, hanya 24 jam sehari.
4) **Linier.** Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat.
5) **Mengandung gangguan.** Seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis "*channel noise factor"*
6) **Local.** Media radio bersifat lokal, hanya di daerah yang ada frekuensinya.

2.5.2 Perbedaan Radio Pemerintah Dan Radio Swasta

1. Kepemilikan

   Radio siaran pemilik pemerintah dimiliki oleh pemerintah sedangkan Radio Siaran Swasta dimiliki oleh pengusaha atau swasta

2. Kegiatan Tujuan

   Radio siaran pemerintah dikembangkan dengan tujuan untuk kepentingan masyarakat umum yang juga sebagai kepanjangan tangan pemerintah dalam rangka melaksanakan program-program pemerintah, seperti memberikan pendidikan, informasi program pemerintah, kebudayaan dan lain-lain sedangkan Radio siaran Swasta dikembangkan dengan tujuan mencari keuntungan atau komersial.

3. Sumber Dana

   Radio Siaran Pemerintah sumber pendanaan di danai atau di tunjang oleh pemerintah

4. Arah Sasaran kepentingan

   Radio Siaran Pemerintah mengutamakan pada arah kepentingan pemerintah dan kebutuhan warga di wilayah tempat radio tersebut sementara radio Swasta diarahkan kepada segema pasar.

5. Durasi Siaran

   Radio Siaran Pemerintah berdurasi terbatas dan sesuai kebutuhan sedangkan radio Swasta tidak dibatasi

6. Jangkauan Wilayah

   Radio Siaran Pemerintah bersifat khusus pada wilayah atau daerah tertentu sedangkan Radio Swasta bersifat global

2.6. Tinjauan Tentang Program Siaran

Program siaran adalah program yang berisipesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaroleh lembaga penyiar.

Program siaaran merupakan segala hal yang ditampilkan, stasiun penyiar untuk memenuhi kebutuhan audiensnya (Morrisan, 2005).

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerimaan siaran.

Siaran berasal dari kata siar yang berarti menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Kata siar yang ditambahkan akhiran an membentuk kata benda, yang memiliki makna apa yang disiarkan (Pareno, 2002).

Isi program siaran merupakan materi atau content yang terkandung atau yang terdapat dalam sebuah tayangan acara atau program siaran yang disiarkan oleh stasiun radio radio maupun telivisi yang bisa dipertanggungjawabkan di hadapan public selaku konsumennya.

Penyiar radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program)* dan program khusus atau mingguan (*special program, weekly program)*. Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan.

2.6.1 Klasiikasi Isi Program Siaran

Pengelolaan isi program siaran diklasifikasikan dalam 4 (empat) kelompok usia, yatu:

a. Isi program siaran klasifikasi A: isi program siaran Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun.
b. Isi program siaran klasifikasi R: Isi program siaran untuk remaja, yakni khalayak berusia 12-18 Tahun.
c. Isi program siaran klasifikasi D: isi program siaran untuk Dewasa; dan
d. Isi program siaran klasifikasi SU: isi program siaran untuk semua Umur.

2.6.2 Kata gori Acara Program Siaran

Golongan acara atau katagori program-keduanya berarti sama adalahpembagian program siaran berdasarkan jenis isinya. Dalam PP No. 51/2005, golongan acara radio komunikasi terdiri dari:

1) Pendidikan dan kebudayaan,
2) Informasi
3) Hiburan dan kesenian
4) Iklan layanan Masyarakat

2.6.3 Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Merancang Program Siaran

1. Visi dan Misi Radio
2. Keinginan dan kebutuhan warga dengan melakukan:

- Pengamatan / Observasi

- Wawancara
- Diskusi
- Survey / Jajak Pendapat

2.6.4 Membuat Isi Program Siaran atau Acara

Setelah mengetahui apa saja yang dibutuhkan warga, selanjutnya adalah merencanakan jenis mata acara dan memasukannya dalam jadwal acara. Dan radio radio harus bisa melayani kebutuhan informasi seluruh warga. Yang pertama harus dilakukan adalah.

- Apa saja mata acaranya ?
- Siapa sasaran pendengarnya?
- Apa tujuan mata acara itu ?

2.6.5 Penentuan Nama Program atau Acara

Menentukan nama program menjadi sebuah mata acara siaran tidaklah mudah. Banyak yang mengalami kebingungan menamai program yang direncanakannya sendiri. Bagaimana menentukan anama acara agar menarik? Berikut berberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam menentukan nama program.

- Singkat dan mudah diingat
- Menarik dan menimbulkan gairah
- Sesuai jenis program
- Sesuai kondisi sosial dan budaya

2.6.6 Yang Kelengkapan Rancangan Isi Program Siaran

Dalam proses produksi, hendaknya dibuat deskripsi (Uraian) acara, yaitu rencana program yang mengandung kelengkapan unsur, seperti, nama acara, katagori program, lingkup materi, tujuan program, target khalayak/sasaran khalayak, frekuensi penyiaran, durasi, jam penayangan, format penyajian, dan sifat produksi. Deskripsi acara berfungsi sebagai pedoman bagi sumber kru yang memproduksi program dan siapa saja kelak yang akan mengasuhnya, tidak akan banyak mengalami kesulitan. Deskripsi acara adalah uraian lengkap yang mengandung informasi tentang nama acara, kata gori program, durasi, waktu siar, lingkup materi, bentuk penyajian, sifat produksi, dan hal lain yang terkait dengan teknis pelaksanaan pembuatan program siaran.

2.6.7 Format Isi Siaran

Menurut lembar pengisian untuk pengajuan permohonan izin siaran yang dikeluarkan KPI, ada 6 kategori format isi siaran:

1) Umum
2) Berita
3) Music
4) Dakwah
5) Olahraga
6) Lainnya

Format isi siaran adalah bentuk kepribadian sebuah stasiun penyiaran radio yang terwujud dalam isi, materi, jenis music, bentuk penyajian dan gaya penyampaian para penyiarnya.

Dari segi materi siaran, secara garis besar terdiri dari siaran musik atau lagu (*music program*) dan sajian informasi (*news program*)

A. Music Program

1. ***Request,*** *request* adalah program siaran berupa pemutaran lagu-lagu pilihan atau permintaan pendengar.
2. ***Non-Request,*** penyiar memutarkan lagu-lagu yang sudah disiapkan MD dan tidak menerima telepon/SMS permintaan lagu dari pendengar.
3. ***Tangga lagu,*** siaran khusus seminggu sekali (*special program, weekly program*) berupa pemutaran 10 hingga 20 lagu yang paling banyak diminta atau disukai pendengar.

B. News Program

1. ***News Reader*** (pembaca berita), pembawa acara yang berperan membacakan berita saja.
2. ***News Caster*** (penyiar berita), orang yang menyiarkan program berita, namun juga ia bekerja sebagai wartawan/reporter.
3. ***Anchor*** (jangkar berita), wartawan radio yang membawakan materi berita, dan sering terlibat memberikan improvisasi komentar dalam siaran langsung.

C. Siaran Talkshow

Program talkshow atau *chat show* (obrolan, berbincang-bincang, dialog interaktif) biasanya mendatangkan narasumber atau bintang tamu untuk berbincang-bincang tentang sebuah tema atau topic hangat.

D. Program Dakwah

Umumnya stasiun radio menjadwalkan program siaran dakwah pagi hari pukul 05.00-06.00 WIB berupa ceramah atau dialog dengan narasumber (tetap seorang Ustadz).

2.7. Tinjauan Tentang Melestarikan Kebudayaan

Melestarikan kebudayaan yaitu Pelestarian, dalam Kamus Bahasa Indonesia (**Eko**, 2006) dikemukakan bahwa:

> "Pelestarian berasal dari kata dasar *lestari,* yang artinya adalah tetap selama-lamanya tidak berubah. Kemudian, dalam kaidah penggunaan Bahasa Indonesia, pengunaan awalan ke- dan akhiran –an artinya digunakan untuk menggambarkan sebuah proses atau upaya (kata kerja).

Jadi berdasarkan kata kunci *lestari* ditambah awalan ke- dan akhiran –an, maka yang dimaksud pelestarian adalah upaya untuk membuat sesuatu tetap selama-lamanya tidak berubah. Bisa pula didefinisikan sebagai upaya untuk mempertahankan sesuatu supaya tetap sebagaimana adanya.

Merujuk pada definisi pelestarian dalam Kamus Bahasa Indonesia diatas, maka dapat didefinisikan bahwa yang dimaksud pelestarian budaya (ataupun budaya lokal) adalah upaya untuk mempertahankan agar/supaya budaya tetap sebagaimana adanya.

Sedangkan menurut **A.W. Widjaja** (1986) mengartikan

> "Pelestarian sebagai kegiatan atau yang dilakukan secara terus menerus, terarah dan terpadu guna mewujudkan tujuan tertentu yang mencerminkan adanya sesuatu yang tetap dan abadi, bersifat dinamis, luwes, dan selektif (**Jacobus**, 2006:115)."

Dengan demikian program Siaran Informasi Kebudayaan Cianjur merupakan stimulus yang harus menampilkan daya tarik tertentu yaitu baik dari kekuatan, penampilan komunikator, pesan, maupun medianya sehingga dapat terlihat ditinjau dari pesan komunikasinya dengan melakukan studi deskriptif pada masyarakat Cianjur.

2.8. Tinjauan Tentang Kebudayaan Cianjur

Kabupaten cianjur, adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Cianjur. Kabupaten ini bebatasan dengan kabupaten bogor dan kabupaten Purwakarta dan di utara, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut di Timur. Samudra Hindia di Selatan, serta Kabupaten Sukabumi di Barat.

2.8.1. Sejarah Cianjur

Tiga abad silam merupakan saat bersejarah bagi cianjur. Berdasarkan sumber sejarah yang tertulis, sejak tahun 1614, daerah Gunung Gede dan Gunung Pangrango ada dibawah kesultanan mataram. Sekitar tanggal 2 juli 1677 disebutkan, Raden Wiratanu Putra R.A Wangsa Goparana dalem Sagara herang mengemban tugas untuk mempertahankan daerah Cimapag. Upaya Wira Tanu untuk mempertahankan daerah ini, erat kaitannya dengan desakan belanda /VOC saat itu ia ingin menjalin kerjasama

dengan Sultan Mataram Amangkurat I. Namung sikap patriotik Amangkurat I yang tidak mau berkerjasama dengan Belanda ? VOC mengakibatkan ia harus rela meninggalkan keratin tanggal 2 juli 1677. Kejaidian itu member arti bahwa Mataram berlepas dari diri wlayah kekuasaannya. Informasi tersebut smpai di Cianjur sepuluh hari kemudian, yaitu tanggal 12 Juli 1677. Atas dasar itulah maka di tetapkan bahwa hari jadi Cianjur pada tanggal 12 Juli 1677 sebagaimana yang tertuang dalam Perda No.27 Tahun 1982, Lembaran daerah No 4 tahun 1982 seri D tanggal 17 juli 1982 tentang penentuan Hari Jadi Cianjur. R.A Wiratanu I ditetapkan sebagai Bupati Pertama yang mengayomi tatar cianjur antara tahun 1677-1691 pada pertengahan abad ke 17 ada perpindahan rakyat dari Sagara Herang seiring dengan masuknya Raden Djajasansana putra R.A Wangsa Goparana dari talaga yang merupakan keturunan Sunan Talaga yang Masuk Islam. Sementara daerah talaga pada waktu itu masih kuat pengaruh Hindu. Maka beliau dari Sagara Herang mulai menyebarkan Islam kedaerah sekitarnya. Sementara Cikundul yang pada mulanya adalah sub Nagari berubah menjadi Ibu Nagari pemukiman rakyat Djajasasana. Beberapa tahun sebelum tahun 1680 daerah tersebut dinamakan Cianjur (Tsitsanjoer, Tjiandjoer). Beberapa bangunan yang cukup bersejarah di Cianjur antara lain.

a. Masjid Agung

Masjid Agung Cianjur ini terletak dipusat kota Cianjur yang dibangun pertama kali pada tahun 1810. Sayangnya penduduk yang

merintis pembangunan Masjid ini tidak tercatat dalam sejarah sebagai mana sejarah masjid-masjid agung si daerah lainnya. Masjid ini di bangun di atas tanah wakaf milik Ny. Raden Bodeder Binti Kanjeung Dalem Sabirudin, yang merujpakan Bupati Cianjur yang ke-4 luas Masjid ini pada mulanya 400 m. lalu berkembang menjadi 2500 m. serta tahun 1997 sampai tahun 2000 yang menelan biaya kurang lebih 10 milyar. Disain modern dan klasik menjadi ciri khas masjid ini yang dapat menampung sekitar 4000 jemaah. Disini biasanya salah satu tradisi masyarakat Cianjur yaitu ngaos dilaksanakan. Terutama ketika peringatan Hari-hari besar islam seperti Ramadhan, Nuzulul Qur'an, Isra Mi'rajdi laksanakan dll. Masjid ini akan ramai oleh gelombang lautan manusia yang dengan antusias mendatangi masjid.

b. Situs Gunung Padang

Situs Gunung Padang yang terletak di Kampung Gunung Padang dan kampong Panggulan, desa Karyamukti Kecamatan Campaka, Cianjur ini merupakan situs megalitikum terbesar di Asia Tenggara. Luasnya sekitar 900 m2 yang meliputi bangunan purbakala serta areal situs itu sendiri sekitar kurang lebih 3 hektar. Keberadaan situs ini pertama kali muncul atas laporan Rapporten van de Oudheid-Kundingen Dies (ROD) tahun 1914. Yang selanjutnya dilaporkan oleh N,J Krom pada tahun 1949. Pada tahun 1979 aparat terkait dalam hal pembinaan dan penelitian benda cagar alam budaya yaitu pemilik kebudayaan setempat disusul oleh

Ditlinbinjarah dan pulit Arkenas melakukan peninjauan kelokasi situs. Sejak saat itu upaya penilitian terhadap situs Gunung Padang mulai dilakukan dalam segi arkeologis, historis, geologis dan lain-lain. Bentuk bangunan mencerminkan tradisi budaya megalitikum. Dimana semua batu-batu yang menjadi pondasi dari bangunan itu adalah batu besar yang umumnya berbentuk balok ataupun persegi panjang yang merupakan bantu vulkanik massif yang memang banyak terdapat di cianjur. Bangunannya terdiri dari lima teras dengan ukuran berbeda-beda. Batu-batu ini sama sekali belum tersentuh manusia dalam arti belum dibentuk / dipahat oleh manusia.

c. Istana Presiden Cipanas

Istana Presiden Cipanas dibangun pada tahun 1740 oleh Van Heuts diatas tanah seluas 25 Ha. Istana ini terletak dibawah kaki Gunung Gede komplek istana terdiri dari atas gunung induk dan tujuh buah vaviliun, dilengkapi dengan sarana olehraga. Luas gedung merupakan bangunan panging seluas 950 m2. Setiap ruangan terisi mebel dan ukiran dari jepara dan koleksi lukisan-lukisan karya pelukis terkenal, seperti Basuki Abdullah, Sudjojono, dan lee Man Kong. Beberapa bangunan di beri nama tokoh pewayangan. Beberapa vaviliun baru selesai pada tahun 1916 yang terbabru adalah tahun 1984. Dibagian belakang istana terdapat kolam air mancur bergaris 27 m.d. Cendramata Cianjur Beberapa Cendamata yang merupakan hasil budaya cianjur antara lain :

a. Lentera Gentur

Lentera gentur dibuat dari kuningan dan bahan kaca berwarna desain artistic merupakan slah satu kerajinan yang sudah terkenal, berlokasi dikecamatan Warungkondang .f. sanggar Bambu kursi dan meja artistic ini dibuat dari bnmbu oleh pengrajin di Kota Cianjur. Kursi Bambu ini cocok untuk dipasang diruang istirahat. Sanggar bamboo ini mendapatkan penghargaan upakarti tahun 1992.

b. Kerajinan keramik

Kerajinan keramik berlokasi dikaecamatan ciranjang pada satu sentra produksi dan satu unit usaha oleh lima orang pengrajin.

c. Maniatur Kecapi

Kerajinan Miniatur kecapi terbuat dari logam atau kayu yang dibuat sesuai dengan aslinya. Alat music ini bisa digunakan untuk mengiringi tembang cianjuran termasik berbagai jenis lagu sunda lainnya.

d. Sangkar Burung

Satu kerajinan yang bernilai ekonomis produktif berlokasi di Kecamatan Karangtengah. Kerajinan ini pernah mendpatkan upakarti tahun 1994.

Cianjur memiliki filosofi yang sangat bagus yakni ngaos, mamaos dan maenpo yang mengingatkan pada kita semua tentang 3 (tiga) aspek keparipurnaan hidup.

1. Ngaos adalah tradisi mengaji yang mewarnai suasana dan nuannsa Cianjur dengan masyarakat ya ng dilekati dengan keberagamaan. Citra sebagai daerah agamis ini konon sudah terintis sejak Cianjur lahir sekitar tahun 1677 dimana wilayah Cianjur ini dibangun oleh para ulama dan sntri tempo dulu yang gencar mengembangkan syariat islam. Itulah sebabnya cianjur sempat mendapat julukan gudang sntri dan kiayai. Bila ditengok sekilas perjuangan ditatar Cianjur jauh sebelum masa pera ng kemerdekaan, bahwa kekuatan-kekuatan perjuangan kemerdekaan pada masa itu tubuh dan bergolak pula di pondok-pondok pesantren. Banyak pejuang-pejuang yang minta restu para kyai sebelum berangkat kemedan perang. Maka baru meraskan lengkap dan percaya diri berangkat ke medan juang setelah mendapat kan restu para kyai.
2. Mamaos adalah seni budaya yang menggambarkan kehalusan budi dan rasa menjadi perekat persaudaraan dan kekeluargaan dalam tata pergaulan hidup. Seni mamaos tem bang sunda Cianjur lahir dari hansil cipta, rasa dan karsa Bupati Cianjur R. Aria Adipati Kasumahningrat yang dikenal dengan sebutan dalem Pancaniti. Ia menjadi pupuhu (pemimpin) tatar Cianjur sekitar 1834-1862. Seni mamaos ini terdiri dari alat kecapi indung (kecapi besar dan kecapi rinncik (kcapi kecil) serta sebuah suling yang mengiringi penembanan atau juru. Pada umumnya syair mamaos ini lebih banyak mengungkapkan puji-pujian akan kebesan Tuhan dengan segala hasil ciptaan-Nya.

3. Sedangkan maen Po adalah seni beladiri pencaksilat yang menggambarkan keterampilan dan ketangguhan. Pencipta dan penyebar maen Po ini adalah R. Djajaperbata atau dkenal dengan nama R. H Ibrahim, aliran ini mempunyai cirri permainan rasa yaitu sensitivitas atau kepekaan yang mampu membaca segala gerak lawan ketika anggota badan saling bersentuhan. Dalam maenpo dikenal lima liliwatan (penghindaran) dan pepehan (pukulan)

Apabila filosofi tersebut diresapi, pada hakekatnya merupakan symbol rasa keberagamaan, kebudayaan dan kerja keras. Dengan keberagamaan sasaran yang ingintercapai adalah terciptanya keimanan dan ketaqwaan masyarakat melalui pembanguna akhlak yang mulia. Dengan kebudayaan, masyarakat cianjur ingin mempertahankan keberadaannya sebagai masyarakat yang berbudaya, memiliki adab, tatakrama dan sopan santun dalam tata pergaulan hidup. Dengan kerja keras sebagai implementasi dari filosofi maenpo, masyarakat cianjur selalu menunjukan semangat keberdayaan yang tinggi dan meningkatkan mutu kehidupan. Liliwatan, tiaksemata-mata permainan beladiri dalam pancak silat, tetapi juga ditafsirkan sebagai sikap untuk menghindari perbuatan yang maksiat. Sedangkan pepehan atau pukulan ditafsirkan sebagai kekuatan didalam menghadapi berbagai tantanganb dalam hidup.

2.8.2. Keseniaan

a. Bangkong Reang Cianjur

1. Asal usul

Pagelaran adalah sebuah kecamatan secara administatif termasuk dalam wilayah Kabupaten cianjur. Dari Kota Cianjur jaraknya kurang lebih 90 kilometer kearah selatan. Jadai kecamatan ini berada di Wilayah Cianjur Selatan. Di sana ada sebuah kesenian yang bernama “Bangkong Reong”. Konon disekitar tahun 70-an disalah satu kecamatan yangv berbatasan dengannya , yaitu kecamatan Ciwidey yang berada disebelah timurnya, persisnya dikampung Lebakmuncang, Desa Lebakmuncang ada tiga orang seniman yang bersaudara. Mereka adalah Yayat alias Bang Jampang, Komar Sukiman, dan Anom Sukiman. Ketiga seniman tersebut ahli dalam perbuatan slat music calung. Suatu saat ketika salah satu seorang dari merka (Yaya) sedanga membuat alat music calung, bamboo yang dipersiapkan terinjak dan pecah. Pecahnya bamboo tersebut membuat ia marah. Dan untuk melampiaskan kemarahannya, ia pun memukulnya berulang-ulang. Pukulan itu tebtunya mengeluarkan bunyi. Dasar seniman; dalam suasana marahpun ia sempat memperhatikan bunyinya yang khas. Lalu, ia memukulnya lagi secara berulang-ulang untuk meyakinkan khasan bunyi yang dihasilkan. Bunyi yang menyerupai suara katak (bangkong) itulah yang mengilhami terwujudnya suatu kesenian yang kemudian disebut sebagai “ Bangkong Raang”.

2. Peralatan

Sebagaian telah disebutkan bahwa kesenian bangkong Reang terwujud dari pengembangan suara yang dihasilkan oleh bamboo yang dipukul. Sehubungan dengan itu, peralatan yang digunakan dalam keseniaan ini sebagian besar bahannya terbuat dari awi wukung (bamboo wulung). Secara keseluruhan alat music yang diperlukan dalam memainkan kesenian bangkong reong adlah : kingking, jongrong, tong-tong, brang (suara katak), trompet, gong,kosrek, kok-kk, dan kentongan.

3. Pemain dan Busana

Untuk memainkan kesenian yang disebut bangkong reang dibutuh sebelas orang pemain, dengan rincian: seorang pemain kingking yang memerankan suara katak kecil; seorang pemain tongtong memerankan suara katak yang aga besar; seorang epmain jongjrong yang memerankan suara katak besar; seorang pemain kosrek yang memerankan ornament tambahan; seorang epmmain terompet yang memerankankan pembawa melodi; seorang pemain kendang yang memerankan pengatur irama; seorang epmain gong yang memerankan penyempurna rasa (patokan lagu); dua orang pemain kokok; dan seorang juru sekar. Dalam pementasan mereka mengenakan pakaian sehari-hari, kecuali para pemainkatak. Mereka menggunakan topeng yang nenyerupai katak (Bangkong).

4. Pementasan

Bangkong reang dapat dipentaskan dlambentuk helaran, pangguang, baiak alam ruang terbuka tertutup. Pementasan diawali dengan penabuhan semua peralatan musik, kemudian pameran katak (bangkong) masuk pentas sambil menari (menirukan gerakan katak). Penari tersebut diiringi dengan bunyian-bunyian yang menyerupai katak dari peralatan kingking, tongtong, jongjrong, dan brang. Selanjutnya, pengidungan yang disusul dengan dialog yang diselingi dengan humor (komedi segar). Setelah, pelantun lagu-lagu pop, dangdut, jaipong, dan lain sebagainya. Pementasan diakhiri dengan gending penutup. Sebagai catatan, kesenian ini sering diikuti dengan pesanpesan kemasyarakatan, keagamaan dan pembangunan.

5. Fungsi dan Nilai Budaya

Bangkong reang adalah satu jenis kesenian yang da pat mengadopsi berbagai jenis musik, seperti karawitan (gending), popular, dangdut, dan jaipong. Kesenian ini semata-mata hanya berfungsi sebagai hiburan, baik dalam menyemarakkan khitanan maupun hari-haribesar agama dan nasional (17 Agustus). Sebagai kesenian pada umumnya, kesenian ini juga tidak hanya mengandung nilai keindahan semata, tetapi juga kreativitas. Nilai krativitas tidak hanya tercermin dari Sang penciptanya (Yayat), tetapi juga para pemainnya yang dituntut untuk membawakan humor-humor segarnya dan nilai-nilai yang ada

Dalam masyarakatnya (termasuk pesan-pesanpembangunan). Selain itu, yang tidak kalah pentingnya adalah jatidiri masyarakat pendukungnya.

b. Pencak Silat Cikalong

Pencak silat Cikalong tumbuh dikenal dan menyebar, penduduk tempatan menyebutnya "Maenpo Cikalong". Khususnya di Jawa Barat dan di seluruh Nusantara pada umumnya, hamper seluruh perguruan pencak silat melengkapi teknik perguruannya dengan aliran ini. Daerah Cianjur sudah sejak dulu terkenal sebagai daerah pengembangan kebudayaan Sunda seperti: musik kecapi suling Cianjuran, klompen Cianjuran, pakaian moda Cianjuran yang sampai kini dipergunakan, dll.

c. Seni Tari

Tari Jaipongan

Tanah Sunda (Priangan) dikenal memiliki aneka budaya yang unik dan menarik, Jaipongan adalah salah satu seni budayan yang terkenal dari daerah ini. Jaipongan atau tari jaipong sebetulnya merupakan tarian yang sudah modern karena merupakan modifikasi atau pengembangan dari tari tradisional khas Sunda yaitu *Ketuk Tilu.* Tari jaipong ini dibawakan dengan iringan musik yang khas pula, yaitu *Degung*. Musik ini merupakan kumpulan beragam alat musik seperti Kendang, Go'ong, Saron, Kecapi, dsb. Degung bisa diibaratkan 'Orkestra' dalam musik Eropa/Amerika. Cirri khas dari tari jaipong ini

adalah musiknya yang menghentak, dimana alat musik kendang terdengar paling menonjol selama mengiringi tarian. Tarian ini biasanya dibawakan oleh seorang, berpasangan atau berkelompok. Sebagai tarian yang menarik, Jaipong sering dipentaskan pada acara-acara hiburan, selamatan atau pesta pernikahan.

d. Seni Musik dan Suara

Selain seni tari, tanah Sunda juga terkenal dengan seni suaranya. Dalam memainkan Degung biasanya ada seorang penyanyi yang membawakan lagu-lagu Sunda dengan nada dan alunan yang khas. Penyanyi ini biasanya seorang wanita yang dinamakan Sinden. Tidak sembarangan orang dapat menyanyikan lagu yang dibawakan Sinden karena nada dan ritme-nya cukup sulit untuk ditiru dan dipelajari. Di bawah ini salah satu musik/lagu daerah Sunda :

- Bubuy Bulan
- Es Lilin
- Manuk Dadali
- Tokecang
- Warung Pojok

e. Wayang Golek

Jepang terkenal dengan ‘Boneka Jepangnya’, maka tanah Sunda terkenal dengan kesenian Wayang Goleknya. Wayang Golek

adalah pementasan sandiwara boneka yang terbuat dari kayu dan dimainkan oleh seorang sutradara merangkap pengisi suara yang disebut Dalang. Seorang Dalang memiliki keahlian dalam menirukan berbagai suara manusia. Seperti halnya Jaipong, pementasan Wayang Golek diiringi musik Degung lengkap dengan Sindennya. Wayang Golek biasanya dipentaskan pada acara hiburan, pesta pernikahan atau acara lainnya. Waktu pementasannya pun unik, yaitu pada malam hari (biasanya semalam suntuk) dimulai sekitar pukul 20.00-21.00 hingga 04.00 pagi. Cerita yang dibawakan berkisar pada pergulatan antara kebaikan dan kejahatan (tokoh baik melawan tokoh jahat). Ceritanya banyak diilhami oleh budaya Hindu dari India, seperti Ramayana atau Perang Baratayudha. Tokoh-tokoh dalam cerita mengambil nama-nama dari tanah India. Dalam Wayang Golek, ada 'tokoh' yang sangat dinantikan pementasannya yaitu kelompok yang dinamakan Purnakawan, seperti Dawala dan Cepot. Tokoh-tokoh ini digemari karena mereka merupakan tokoh yang selalu memerankan peran lucu (seperti pelawak) dan sering memancing gelak tawa penonton. Seorang Dalang yang pintar akan memainkan tokoh tersebut dengan variasi yang sangat menarik.

f. Alat Musik

Calung adalah alat musik Sunda yang merupakan prototype dari angklung. Berbeda dengan angklung yang dimainkan dengan cara

Digoyangkan, cara menabuh calung adalah dengan memukul batang (wilahan, bilah) dari ruas-ruas (tabung bambu) yang tersusun menurut titi laras (tangga nada) pentatonic (da-mi-na-ti-la). Jenis bambu untuk pembuatan calung kebanyakan dari awi wulung (bambu hitam), namun ada pula yang dibuat dari awi temen (bambu yang berwarna putih).

Angklung adalah sebuah alat atau waditra kesenian yang terbuat dari bamu khusus yang ditemukan oleh Bapak Daeng Sutigna sekitar tahun 1938. Ketika awal penggunaannya angklung masih sebatas kepentingan kesenian lokal atau tradisional.

g. Ketuk Tilu

Ketuk Tilu adalah suatu tarian pergaulan dan sekaligus hiburan yang biasanya diselenggarakan pada acara pesta perkawinan, acara hiburan penutup kegiatan atau diselenggarakan secara khusus di suatu tempat yang cukup luas. Pemunculan tari ini di masyarakat tidak ada kaitannya dengan adat tertentu atau upacara sacral tertentu tapi murni sebagai pertunjukan hiburan dan pergaulan. Oleh karena itu tari ketuk tilu ini banyak disukai masyarakat terutama di pedesaan yang jarang kegiatan hiburan.

h. Rengkong

Rengkong adalah salah satu kesenian tradisional yang diwariskan oleh leluhur masyarakat Sunda. Muncul sekitar tahun 1964 di daerah

Kabupaten Cianjur dan orang yang pertama kali memunculkan dan mempopulerkannya adalah H. Sopjan. Bentuk kesenian ini sudah diambil dari tata cara masyarakat Sunda dahulu ketika menanam padi sampai dengan menuainya.

i. Kecapi Suling

Kecapi Suling adalah salah satu jenis kesenian Sunda yang memadukan suara alunan Suling dengan Kecapi, iramanya sangat merdu yang biasanya diiringi oleh mamaos (tembang) Sunda yang memerlukan cengkok/alunan tingkat tinggi khas Sunda. Kecapi Suling berkembang pesat di daerah Cianjur dan kemudian menyebar ke penjuru Parahiangan Jawa Barat dan seluruh dunia.

2.8.3 Sistem Kekerabatan

Sistem keluarga dalam suku Sunda bersifat parental, garis keturunan ditarik dari ayah dan ibu bersama. Dalam keluarga Sunda, ayah yang bertindak sebagai kepala keluarga. Ikatan kekeluargaan yang kuat dan peranan agama Islam yang sangat mempengaruhi adat istiadat mewarnai seluruh sendi kehidupan suku Sunda. Dalam suku Sunda dikenal adanya *pancakaki* yaitu sebagai istilah-istilah untuk menunjukkan hubungan kekerabatan. Dicontohkannya, pertama, saudara yang berhubungan langsung, ke bawah dan vertikal. Yaitu anak, *incu* (cucu), *buyut (piut), bao, canggahwareng* atau *janggawareng, udeg-udeg, kaitsiwur* atau

gantungsiwur. Kedua, saudara yang berhubungan tidak langsung dan horizontal seperti anak paman, bibi, atau uwak, anak saudara kakek atau nenek, anak saudara *piut.* Ketiga, saudara yang berhubungan tidak langsung dan langsung serta vertikal seperti keponakan anak kakak, keponakan anak adik, dan seterusnya. Dalam bahasa Sunda dikenal pula kosakata *sajarah* dan *sarsilah* (salsilah, silsilah) yang maknanya kurang lebih sama dengan kosa kata sejarah dan silsilah dalam bahasa Indonesia. Makan *sajarah* adalah susun galur/garis keturunan.

2.8.4 Bahasa

Bahasa yang digunakan oleh suku ini adalah bahasa Sunda. Bahasa Sunda adalah bahasa yang diciptakan dan digunakan sebagai alat komunikasi oleh Suku Sunda, dan sebagai alat pengembang serta pendukung kebudayaan Sunda itu sendiri. Selain itu bahasa Sunda merupakan bagian dari budaya yang member karakter yang khas sebagai identitas Suku Sunda yang merupakan salah satu Suku dari beberapa Suku yang ada di Indonesia.

2.8.5 Upacara Adat Perkawinan

Adat Sunda merupakan salah satu pilihan calon mempelai yang ingin merayakan pesta pernikahannya. Khususnya mempelai yang berasal dari Sunda. Adapun rangkaian acaranya dapat dilihat berikut ini :

1. Nendeun Omong, yaitu pembicaraan orangtua atau utusan pihak pria yang berminat mempersunting seorang gadis.
2. Lamaran, dilaksanakan orang tua calon pengantin beserta keluarga dekat. Disertai seseorang berusia lanjut sebagai pemimpin upacara. Bawa lamareun atau sirih pinang komplit, uang, seperangkat pakaian wanita sebagai pameungkeut (pemikat). Cincin tidak mutlak harus dibawa. Jika dibawa biasanya berupa cincing meneng, melambangkan kemantapan dan keabadian.
3. Tunangan, dilakukan ‘patukeur beubeur tameuh’ yaitu penyerahan ikat pinggang warna pelangi atau polos kepada si gadis.
4. Seserahan (3-7 hari sebelum pernikahan), calon pengantin pria membawa uang, pakaian, perabot rumah tangga, perabot dapur, makanan, dan lain-lain.
5. Ngeuyeuk Seureuh (opsional, jika ngeuyeuk seureuh tidak dilakukan, maka seserahan dilaksanakan sesaat sebelum akad nikah).
    a. Dipimpin pengeuyeuk
    b. Pengeuyeuk mewejang kedua calon pengantin agar meminta ijin dan doa restu kepada kedua orang tua serta memberikan nasehat melalui lambing-lambang atau benda yang disediakan berupa parawanten, pangradinan dan sebagainya.
    c. Diiringi lagu kidung oleh pangeuyeuk
    d. Disawer, agar hidup sejahtera

e. Dikeprak dengan sapu lidi disertai nasehat agar memupuk kasih sayang dan giat bekerja.

f. Membuka kain putih penutup pangeuyeuk, melambangkan rumah tangga yang akan dibina masih bersih dan belum ternoda.

g. Membelah mayang jambe dan buah pinang (oleh calon pengantin pria), bermakna agar keduanya saling mengasihi dan dapat menyesuaikan diri.

h. Menumnukkan alu ke dalam lumping sebanyak tiga kali (oleh calon pengantin pria).

6. Membuat lungkun. Dua lembar sirih bertangkai saling berhadapan. Digulung menjadi satu memanjang. Diikat dengan benang kanteh. Diikuti kedua orang tua dan para tamu yang hadir. Maknanya, agar kelak rejeki yang diperoleh bila berlebihan dapat dibagikan kepada saudara dan handai taulan.
7. Berebut uang di bawah tikar sambil sawer. Melambangkan berlomba mencari rejeki dan disayang keluarga.
8. Upacara Prosesi Pernikahan

   a. Penjemputan calon pengantin pria, oleh utusan dari pihak wanita

   b. Ngabageakeun, ibu calon pengantin wanita menyambut dengan pengalungan bunga melati kepada calon pengantin pria, kemudian diapit oleh kedua orang tua calon pengantin wanita untuk masuk menuju pelaminan.

c. Akad nikah, petugas KUA, para saksi, pengantin pria sudah berada di tempat nikah. Kedua orang tua menjemput pengantin wanita dari kamar, lalu didudukkan di sebelah kiri pengantin pria dan dikerudungi dengan tiung panjang, yang berarti penyatuan dua insan yang masih murni. Kerudung baru dibuka saat kedua mempelai akan menandatangani surat nikah.

d. Sungkeman

e. Wejangan, oleh ayah pengantin wanita atau keluarganya.

f. Saweran, kedua pengantin didudukkan di kursi. Sambil penyaweran, pantun sawer dinyanyikan. Pantun berisi petuah utusan orang tua wanita. Kedua pengantin dipayungi paying besar diselingi taburan beras kuning atau kunyit ke atas paying.

g. Meuleum harupat, pengantin wanita menyalakan harupat dengan lilin. Harupat disiram pengantin wanita dengan kendi air. Lantas harupat dipatahkan pengantin pria.

h. Nincak Endog, pengantin pria menginjak telur dan elekan sampai pecah. Lantas kakinya dicuci dengan air bungan dan dilap pengantin wanita.

i. Buka pintu, diawali mengetuk pintu tiga kali, diadakan Tanya jawab dengan pantun bersahutan dari dalam dan luar pintu rumah. Setelah kalimat syahadat dibacarakan, pintu dibuka. Pengantin masuk menuju pelaminan.

2.9. Tinjauan Tentang Pendengar

Dalam proses komunikasi selalu ada unsur komunikasi yang melekat di dalamnya dan memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Dan salah satu unsur dari komunikasi tersebut adalam penerima, audience atau dalam konteks komunikasi dalam Radio disebut dengan pendengar yang diartikan,

> "penerima atau pendengar yang merupakan sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, yang bisa terdiri dari satu orang atau lebih ataupun dalam bentuk suatu kelompok tertentu (Cangara, 2010)."

Para pendengar Radio memiliki karakteristik tersendiri yang harus dipahami dan disikapi dengan benar oleh penyiar atau manajemen Radio. Karakteristik pendengar tersebut antara lain :

1. **Heterogen**. Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, dan kepentingan.
2. **Pribadi**. Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antarpribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya "ngobrol". Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada SATU orang saat siaran.
3. **Aktif**. Pendengar Radio Siaran tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarnya.

4. **Selektif**. Pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun radio mana saja sesuai selera. Penyiar tidak bisa "memaksa" pendengar *stay tune* di gelombang yang sama tiap saat.

Yang dimaksud dengan pendengar dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat daerah Cianjur dan wilayah di sekitarnya seperti area Purwakarta, Cikampek, Padalarang, Cipanas, Jonggol, Cikalong hingga daerah Bandung Barat yang dapat menyimak dan mendengar atau masyarakat yang dapat menerima jangkauan siaran Program Ngaruwat Budaya Jeung Basa Sunda yang disiarkan oleh Radio Siaran pemerintah Daerah Kabupaten Cianjur yang berasal dari berbagai segmen lapisan masyarakat.