BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu syarat bagi berlangsungnya hubungan antar manusia atau interaksi social diantara sesame manusia, karena pada dasarnya, manusia tidak bisa hidup sendirian, manusia adalah mahluk social yang harus selalu berkomunikasi dengan manusia lain. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal biasa terjadi di dalam kehidupan manusia. Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungannya.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communication* atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Para pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi secara berbeda, berikut beberapa definisi tentang komunikasi:

Menurut Effendy komunikasi berarti "proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.: (Effendy, 1993:28)

Carl I. Hovland mendefinisikan “komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambing-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan).” (Mulyana, 2007: 68)

Harold Lasswell menjelaskan bahwa “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau siapa mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?” (Mulyana, 2007: 68)

Pendapat para ahli tersebut mwmwbrikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (komunikator, *source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan receiver*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan gambaran diatas kita dapat melihat bahwa pengerian komunikasibegitu kompleks apabila dilihat dari berbagai sudut pandang dan tidak sesedrhana yang dibayangkan. Sehingga wajar apabila komunikasi yang merupakan kebutuhan essensial manusia dijadikan suatu ilmu tersendiri. Pengertian komunikasi tidak hanya terbatas pada

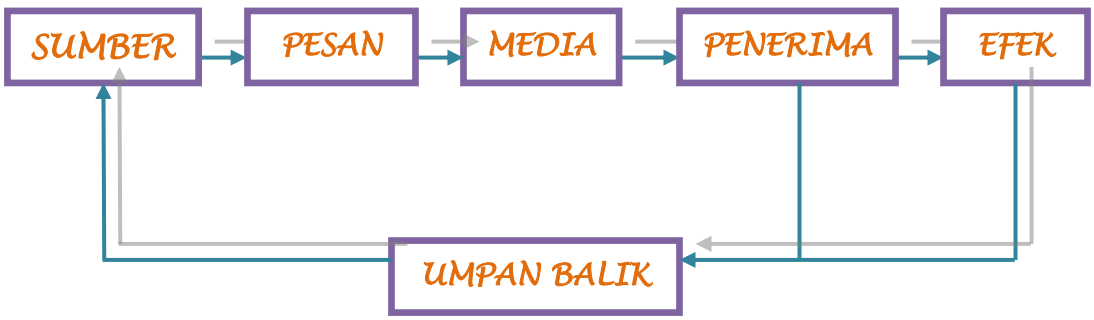
penyampaian dari komunikator terhadap komunikan, tetapi lebih dari itu setiap kegiatan komunikasi mempunyai media yang mampu menimbulkan suatu efek tertentu bagi tujuan atau sasaran.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi akan terjadi bila telah memenuhi unsur-unsur yang terdapat didalamnya. Artinya, komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara:

Gambar 2.1

Unsur-unsur Komunikasi



Sumber: Cangara, 1988

Keterangan:

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source,sender,decoder.*

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau proganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message, content,* atau *information*

3. Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selman atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nirmassa. Nirmassa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.(Cangara, 2004:21-25).

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan *(to inform)*

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain

2. Mendidik *(to educate)*

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan

3. Menghibur (to *entertain)*

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.(Wendy, 1997 : 36).

2.1.4 Pengertian Media Komunikasi

Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, memproduksi mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Jenis media komunikasi berdasarkan fungsinya media komunikasi dibagi menjadi 3 yakni :

a) Fungsi Produksi, ialah media komunikasi yang berguna untuk menghasilkan informasi, contohnya adalah komputer pengolah kata *word processor;*

b) Fungsi Reproduksi, ialah media komunikasi yang kegunaannya untuk memproduksi ulang dan menggandakan informasi, misalnya *audio tapes recorder* dan *videotapes.*

c) Fungsi penyampaian informasi, ialah media komunikasi dipergunakan untuk menyearluaskan dan menyampaikan pesankepada komunikan yang menjadi sasaran. Contoh : telepon, bulletin, faksimile dsb.

Berdasarkan bentuknya media komunikasi dibagi menjadi 3 yaitu :

a) Media Cetak, ialah segala barang cetak yang dapat dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan, contohnya seperti surat kabar, leaflet, brosur, bulletin dan sebagainya.
b) *Media Visual* atau Media Pandang, artinya untuk menerima pesan yang disampaikan digunakan indera penglihatan, Misalnya film, televisi, lukisan, foto, pameran, dll
c) *Media Audio*, untuk menerima pesan yang disampaikan dengan menggunakan indera pendengaran, seperti radio, telepon, *tape recorder* dan sebagainya.
d) *Media Audio-Visual*, ialah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus ddengar. Jadi untuk dapat mengakses informasi yang disampaikan, digunakan indera penglihatan dan pendengaran sekaligus. Yang termasuk dalam jenis ini adalah tv dan film.

Berdasarkan jangkauan penyebaran informasi terbagi menjadi 2 yaitu media komunikasi external dan media komunikasi internal.

Media Komunikasi Eksternal adalah media komunikasi yang dipergunakan untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi dengan pihak-pihak yang berada di luar perkantoran. Media komunikasi eksternal yang sering digunakan antara lain :

1. Media cetak ialah media komunikasi tercetak atau tertulis dimaksudkan untuk menjangkau public eksternal seperti pemegang

saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja, dan sebagainya. Contohnya adalah majalah perusahaan, bulletin, brosur dan leaflet. Media eksternal cetak ini berfunghsi sebagai :- Media Penghubung;- Sarana menyampaikan keterangan-keterangan kepada kalayak- Media Pendidikan- Sarana membentuk opini publik- Sarana membangun citra.

2. Radio merupakan media audio yang mampu mengirimkan pesan berupa informasi lisan (suara) kepada khalayak. Beberapa perkatoran memilih memanfaatkan radio untuk menyampaikan informasi secara luas kepada khalayak sasaran. Penggunaan media radio oleh suatu perusahaan dapat dilakukan dengan mendirikan pemancar, mengisi acara pada stasiun radio, TV Kepentingan perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada *public* melalui televisi dapat ditempuh dengan memasang iklan, mengundang wartawan atau reporter televisi agar memuat berita tentang kegiatan perusahaan atau dapat pula mengajukan permohonan untuk mengisi acara

3. Telepon Sebagai media komunikasi, telepon sangat penting untuk menyampaikan dan menerima informasi lisan secara cepat dengan pihak *public* eksternal

4. Surat merupakan media penyampaian informasi secara tertulis, dapat berupa surat konvensional maupun surat elektronik. Surat

menyurat merupakan salah satu kegiatan penting diperusahaan. Banyak informasi yang keluar masuk perusahaan melalui media surat, karena surat merupakan media komunikasi yang efektif apabila yang terkait tidak dapat berhubungan secara langsung atau lisan. Internet merupakan media komunikasi berbasis komputer teknlogi informasi. Internet banyak dipilih oleh perusahaan guna menjalin kemampulan dalam menjangkau khalayak. Keunggulan media komunikasi internet adalah

a) Mudah, cepat dan murah dengan jangkauan dunia

b) Tidak ada birokrasi baik secara teknis maupun non teknis

c) Tersebar di berbagai pelosok kota

Media Komunikasi Internal adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi di kalangan public internal perusahaan, dan biasanya bersifat non komersial. Penerima maupun pengirim informasi adalah orang dalam atau orang dalam tau public internal, terdiri atas pimpinan, angota, pegawai, maupun unit-unit kertja yang ada di dalam perusahaan tersebut, Jenis media yang dipergunakan secara internal ini antara lain :

a. Telepon

b. Surat

c. Papan pengumuman

d. *House Journal* Bentuknya dapat berupa majalah bulanan, *profil* perusahaan, *prospectus, bulletin* dan *tabloid.*

e. Printed material Media komunikasi dan publikasi berupa barang-barang cetakan seperti *booklet, pamlet*, kop surat, *logo*, kartu nama dan *memo.*

f. Media pertemuan dan pembicaraan

2.2 Tinjauan Tentang Pesan-pesan Simbolik

2.2.1 Definisi Pesan Simbolik

Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang di mengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan.

Adapun pesan itu menurut Onong Uchjana Effendy, menyatakan bahwa pesan adalah: “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan

lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain". (Effendy, 1989:224).

Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan itu adalah *"produk fiktif yang nyata yang di hasilkan oleh* sumber–encoder". (Siahaan, 1991:62). Kalau berbicara maka *"pembicara"* itulah pesan, ketika menulis surat maka *"tulisan surat"* itulah yang dinamakan pesan. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

1. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
2. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
3. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya. (Siahaan,1991:62).

Semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan symbol-simbol. Cara orang berpakaian juga merupakan symbol, sebagaimana juga ekspresi wajah seseorang serta gerakan tangannya. Symbol adalah objek atau peristiwa apapun yang menunjuk pada sesuatu. Semua symbol

melibatkan tiga unsure, yakni symbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara symbol dengan rujukan. Ketiga hal ini merupakan dasar bagi smeua makna simbolik.

Symbol itu sendiri meliputi apapun yang dapat kita rasakan atau kita alami. Symbol yang digunakan dalam hal ini adalah istilah-istilah yang digunakan dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Tidak kurang, symbol adalah istilah analitis dari istilah budaya antropologi, seperti etnografi, masalah deskriptif dan budaya. Setiap masyarakat memiliki memiliki cadangan bahan yang tidak terbatas untuk mencipatakan symbol.

Suatu rujukan adalah benda yang menjadi rujukan symbol. Rujukan dapat berupa apapun yang dapat dipikirkan dalam pengalaman manusia. Hubungan antara suatu symbol dengan suatu rujukan adalah unsure ketiga dalam makna. Hubungan ini merupakan hubungan yang berubah-ubah, yang didalamnya rujukan disandikan dalam symbol itu. Jika penyandian itu terjadi, maka kita berhenti untuk memikirkan symbol itu sendiri dan memfokuskan perhatian kita pada apa yang dirujuk oleh symbol itu. Ketika mempelajarinya, kita menganggap kode-kode simbolik kita sebagai sesuatu hal yang benar, dan seringkali memperlakukan kode-kode simbolik itu seolah-olah ekuivalen dengan apa yang dirujuknya. Symbol budaya adalah kategori budaya; istilah-istilah penduduk asli merupakan tipe utama dari symbol budaya. Kategori adalah suatu aturan dari berbagai hal yang berbeda yang kita perlakukan seolah-olah ekuivalen. Ketika symbol berfungsi sebagai kategori, maka symbol itu berperan untuk

megurangi kompleksitas dalam pengalaman manusia. Melakukan menyederhanakan kompleksitas pengalaman dengan menggunakan symbol-simbol yang memperlakukan corak-corak yang berbeda seolah-olah corak itu adalah merah, kuning, biru dan lain-lain. Tanpa kategori simbolik kita akan diperbudak dalam kekhususan itu.

2.3 Tinjauan Tentang Tradisi Upacara Panjang Jimat

2.3.1 Definisi Tradisi Upacara Panjang Jimat

Tradisi merupakan gambaran sikap dan perilaku manusia yang telah berproses dalam waktu lama dan dilaksanakan secara turun-temurun dari nenek moyang. Tradisi dipengaruhi oleh kecenderungan untuk berbuat sesuatu dan mengulang sesuatu sehingga menjadi kebiasaan.

Tradisi (Bahasa Latin: *traditio*, "diteruskan") atau kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat,biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun (sering kali) lisan, karena tanpa adanya ini, suatu tradisi dapat punah.

Dalam pengertian lain tradisi adalah adat-istiadat atau kebiasaan yang turun temurun yang masih dijalankan di masyarakat. Dalam suatu masyarakat muncul semacam penilaian bahwa cara-cara yang sudah ada

merupakan cara yang terbaik untuk menyelesaikan persoalan. Biasanya sebuah tradisi tetap saja dianggap sebagai cara atau model terbaik selagi belum ada alternatif lain. Misalnya dalam acara tertentu masyarakat sangat menggemari kesenian *rabab.*Rabab sebagai sebuah seni yang sangat digemari oleh anggota masyarakat karena belum ada alternatif untuk menggantikannya disaat itu. Tapi kerena desakan kemajun dibidang kesenian yang didukung oleh kemajuan teknologi maka bermunculanlah berbagai jenis seni musik. Dewasa ini kita sudah mulai melihat bahwa generasi muda sekarang sudah banyak yang tidak lagi mengenal kesenian rabab. Mereka lebih suka seni musik dangdut misalnya.

Tradisi merupakan roh dari sebuah kebudayaan. Tanpa tradisi tidak mungkin suatu kebudayaan akan hidup dan langgeng. Dengan tradisi hubungan antara individu dengan masyarakatnya bisa harmonis. Dengan tradisi sistem kebudayaan akan menjadi kokoh. Bila tradisi dihilangkan maka ada harapan suatu kebudayaan akan berakhir disaat itu juga. Setiap sesuatu menjadi tradisi biasanya telah teruji tingkat efektifitas dan tingkat efesiensinya. Efektifitas dan efesiensinya selalu ter- *up date* mengikuti perjalanan perkembangan unsur kebudayaan. Berbagai bentuk sikap dan tindakan dalam menyelesaikan persoalan kalau tingkat efektifitasnya dan efesiensinya rendah akan segera ditinggalkan pelakunya dan tidak akan pernah menjelma menjadi

sebuah tradisi. Tentu saja sebuah tradisi akan pas dan cocok sesuai situasi dan kondisi masyarakat pewarisnya.

Selanjutnya dari konsep tradisi akan lahir istilah ***tradisional***. Tradisional merupakan sikap mental dalam merespon berbagai persoalan dalam masyarakat. Didalamnya terkandung metodologi atau cara berfikir dan bertindak yang selalu berpegang teguh atau berpedoman pada nilai dan norma yang belaku dalam masyarakat. Dengan kata lain setiap tindakan dalam menyelesaikan persoalan berdasarkan tradisi.

Seseorang akan merasa yakin bahwa suatu tindakannya adalah betul dan baik, bila dia bertindak atau mengambil keputusan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Dan sebaliknya, dia akan merasakan bahwa tindakannya salah atau keliru atau tidak akan dihargai oleh masyarakat bila ia berbuat diluar tradisi atau kebiasaan-kebiasaan dalam masyarakatnya. Disamping itu berdasarkan pengalaman (kebiasaan)nya dia akan tahu persis mana yang menguntungkan dan mana yang tidak. Di manapun masyarakatnya tindakan cerdas atau kecerdikan seseorang bertitik tolak pada tradisi masyarakatnya.

Dari uraian diatas akan dapat dipahami bahwa sikap *tradisional* adalah bahagian terpenting dalam sitem *tranformasi* nilai-nilai kebudayaan. Kita harus menyadari bahwa warga masyarakat berfungsi sebagai penerus budaya dari generasi

kegenerasi selanjutnya secara dinamis. Artinya proses pewarisan kebudayaan merupakan interaksi langsung (berupa pendidikan) dari generasi tua kepada generasi muda berdasarkan nilai dan norma yang berlaku. Proses pendidikan sebagai proses sosialisasi, semenjak bayi anak belajar minum asi, anak belajar tingkah laku kelompok dengan tetangga dan di sekolah. Anak menyesuaikan diri dengan nilai dan norma dalam masyarakat dan sebagainya.

Setiap anak harus belajar dari pengalaman di lingkungan sosialnya, dengan menguasai sejumlah keterampilan yang bermanfaat untuk merespon kebutuhan hidupnya. Dengan demikian dalam masyarakat banyak kebiasaan dan pola kelakuan yang dipelajari, seperti bahasa, ilmu pengetahuan seni dan budaya. Ini berarti juga bahwa konten pendidikan tidak bisa terlepas dari tradisi. Terjadinya proses internalisasi dalam diri setiap anggota masyarakat sudah pasti landasannya***tradisional***, yang meliputi sikap mental, cara berfikir dan cara bertindak menyelesaikan persoalan hidup.

Panjang Jimat adalah sebuah ritual tradisional yang rutin dan turun temurun di laksanakan di Keraton Cirebon (Kanoman, Kasepuhan, Kacirebonan dan Kompleks makam Syekh Syarief Hidayatullah atau Sunan Gunung Djati, pendiri kasultanan Cirebon), tiap malam 12 Rabiul Awal atau Maulid, yakni bertepatan dengan hari kelahiran Nabi Muhammad SAW. Dan memang, tujuan utama dari panjang jimat ini sendiri adalah untuk memperingati dan sekaligus mengenang hari

kelahiran Nabi Muhammad. Sebutan Panjang Jimat sendiri adalah berasal dari dua kata yaitu Panjang dan Jimat. Panjang yang artinya lestari dan Jimat yang berarti pusaka. Jadi, secara etimologi, panjang jimat berarti upaya untuk melestarikan pusaka paling berharga milik umat Islam selaku umat Nabi Muhammad yaitu dua kalimat syahadat. Atau kalau merujuk pada utak atik gatuk dalam bahasa Jawa Cirebon, jimat yang dimaksud adalah siji kang dirohmat yakni, lafadz Syahadat itu sendiri. Tahun lalu juga sebenarnya Portal Cirebon juga sudah membahas secara lengkap mengenai panjang jimat ini.

Pada puncak malam 12 Rabiul Awal, yang oleh masyarakat Cirebon disebut dengan malam pelal inilah diadakan ritual seremonal Panjang Jimat dengan mengarak berbagai macam barang yang sarat akan makna filosofis, diantaranya barisan orang yang mengarak nasi tujuh rupa atau nasi jimat dari Bangsal Jinem yang merupakan tempat sultan bertahta ke masjid atau mushala keraton, yang memiliki makna filosofis sebagai hari kelahiran nabi yang suci yang dilambangkan melalui nasi jimat ini. Nasi jimat sendiri konon berasal dari beras yang disisil (proses mengupas beras dengan tangan dan mulut) selama setahun oleh abdi keraton perempuan yang sepanjang hidupnya memutuskan untuk tidak pernah menikah atau disebut juga dengan perawan sunti.

Nasi Jimat itu diarak dengan pengawalan 200 barisan abdi dalem yang masing-masing dari mereka membawa barang-barang yang memiliki simbol-simbol tertentu seperti lilin yang bermakna sebagai penerang,

kemudian nadaran, manggar, dan jantungan yang merupakan simbol dari betapa agung dan besarnya orang yang dilahirkan pada saat itu, yakni Nabi Muhammad SAW. selanjutnya, di belakang orang-orang yang membawa jantungan dan sebagainya itu, menyusul barisan abdi dalem keraton yang membawa air mawar dan kembang goyang yang melambangkan air ketuban dan ari-ari sang jabang. Kemudian di barisan berikutnya, ada abdi dalem keraton yang pembawa air serbat yang disimpan di 2 guci yang melambangkan darah saat bayi dilahirkan. Kemudian 4 baki yang menjadi lambang 4 unsur yang ada dalam diri manusia, yakni angin, tanah, api dan air.

Iring-iringan ini yang berawal dari Bangsal Prabayaksa akan menuju satu tempat yakni Langgar Agung di mana nantinya akan di sambut oleh pengawal pembawa obor yang yang bisa dimaknai sebagai sosok Abu Thalib, sang paman nabi ketika beliau menyambut kelahiran keponakannya lahir yang pada saatnya kemudian tumbuh menjadi manusia agung pengemban amanat dari Tuhan untuk menyebarkan agama Islam.

Sesampainya di sana langgar agung itu, nasi jimat tujuh rupa itu kemudian dibuka berikut sajian makanan lain termasuk makanan yang disimpan dalam 38 buah piring pusaka. Piring pusaka ini dikenal amat bersejarah dan paling dikeramatkan karena merupakan peninggalan Sunan Gunung Djati, dan berusia lebih dari 6 abad. Di Langgar Agung ini dilakukan shalawatan serta pengajian kitab Barjanzi hingga tengah malam.

Pengajian dipimpin imam Masjid Agung Sang Cipta Rasa Keraton Kasepuhan. Setelah itu makanan tadi disantan bersama-sama. Di sinilah kejadian unik berlaku. Rakyat yang berjubel-jubel di luar masjid, berusaha berebutan menyalami atau sekadar menyentuh tangan PRA Arief, Sultan Kasepuhan. Dalam keyakinan masyarakat, bila berhasil menyentuh calon Sultan tersebut, maka ia akan mendapatkan berkah dalam kehidupannya. Tak heran bila PRA Arief mendapat pengawalan ketat dari pengawal keraton.

2.3 Tinjauan Tentang Studi Etnografi Komunikasi

2.3.1 Definisi Studi Etnografi Komunikasi

Studi etnografi komunikasi adalah pengembangan dari antropologi linguistic yang dipahami dalam konteks komunikasi. Studi ini diperkenalkan pertama kali oleh Dell Hymes pada tahun 1962, sebagai kritik terhadap ilmu linguistic yang terlalu memfokuskan diri pada fisik bahasa saja. Definisi etnografi komunikasi itu sendiri adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaannya.

Etnografi komunikasi (*ethnography communication*) juga dikenal sebagai salah satu cabang ilmu dari Antropologi, khususnya turunan dari Etnografi Berbahasa (*ethnography of speaking*). Disebut etnografi komunikasi karena Hymes beranggapan bahwa yang menjadi kerangka

acuan untuk memberikan tempat bahasa dalam suatu kebudayaan haruslah difokuskan pada komunikasi bukan pada bahasa. Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan.

Pada hakikatnya, etnografi komunikasi adalah salah satu cabang dari antropologi, khususnya antropologi budaya. Definisi etnografi itu sendiri adalah uraian terperinci mengenai pola-pola kelakuan suatu suku bangsa dalam etnologi (ilmu tentang bangsa-bangsa). Etnografi komunikasi ini lahir karena baik antropologi maupun linguistic sering mengabaikan sebagian besar bidang komunikasi manusia, dan hanya menjadikannya sebagai sarana untuk mencapai topic tertentu saja. Jadi komunikasi sering dipandang sebagai hal yang subsider.

Hymes menyebutkan bahwa linguistic yang memandang bahasa sebagai system yang abstrak, telah mengabstraksikan bidang kajiannya dari isi pertuturan. Sedangkan antropologi mengabstraksikan dirinya dari bnetuk tuturan. Jadi sebenarnya, kedua cabang ilmu tersebut telah mengabstraksikan bahasa dari pola penggunaannya. Hal inilah yang tidak disadari oleh keduanya, dan kemudian dipelajari lebih lanjut oleh etnografi komunikasi, sebagai cabang ilmu yang berdiri sendiri. Etnografi komunikasilah yang menjembatani keduanya, sekaligus membahas pola penggunaan bahasa, hal yang sebenarnya menjadi tujuan kajian linguistic dan antropologi.

Oleh karena itu, membahas etnografi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari antropologi, sebagai ilmu induk yang membantu dalam proses kelahirannya. Namun demikian, ia juga membutuhkan analisis linguistic, interaksi (sosiologi), dan komunikasi untuk menjelaslan fenomena-fenomena komunikasi yang ditemuinya. Etnografi komunikasi telah menjelma menjadi disiplin ilmu baru yang mencoba untuk merestrukturisasi perilaku komunikasi dan kaidah-kaidah di dalamnya, dalam kehidupan social yang sebenarnya.

2.3.2 Sejarah Latar Belakang Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi banyak mengambil latar belakang dari etnografi, pertama kali dikembangkan oleh Malinowski. Nama-nama seperti A.R. Radcliffe Brown, Bronislaw Malinowski, Boas dan John Wesley Powell (The Bureau of American Ethnogy / BAE), telah memimpin ilmuwan social, khususnya antropologi, kepada deskripsi perilaku manusia dilingkungan aslinya.

Adalah John Wesley Powell dengan BAE-nya (+ 1880) yang pertama kali memfokuskan bidang kajiannya pada bahasa (antropologi linguistic). Ia meneliti bahasa asli masyarakat Amerika dan membandingkannya dengan bahasa di benua Amerika Utara. Hasilnya pada saat itu adalah deskripsi mengenai system fonologi bahasa, struktur gramatika, dan daftar *vocabulary* (kosa kata). Dalam laporan yang berjudul Introduction to The study of Indian Language (1889), Powell

dengan tegas menyatakan bahwa ada hubungan antara bahasa dengan beberapa aspek kebudayaan, dimana bahasa itu hidup dan dipertukarkan.

Deskripsi-deskripsi para etnografer dan sosiolinguistik mengenai bahasa itulah yang kemudian menuntun pada lahirnya etnografi komunikasi. Semua deskripsi itu telah menuntun pada kesadaran bagaimana kosa kata dan sketsa budaya dalam bahasa, dibatasi oleh suatu kebudayaan tertentu. Selain itu, bahasa juga ternyata merefleksikan organisasi social, kaidah-kaidah interaksi, kamus etnologi, konsep tanaman dan binatang, penciptaan mitos, dan cerita rakyat dalam suatu kebudayaan.

2.3.3 Model Komunikasi Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi sangat percaya bahwa setiap individu di belahan dunia manapun ketika berkomunikasi akan dipengaruhi dan diatur oleh kaidah-kaidah sosiokultural dari mana ia berasal dan dimana ia berkomunikasi. Sehingga dalam penjelasannya, etnografi komunikasi memandang perilaku komunikasi sebagai perilaku yang lahir dari interaksi tiga keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai mahluk social. Ketiga keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistic, keterampilan interaksi, dan keterampilan budaya.

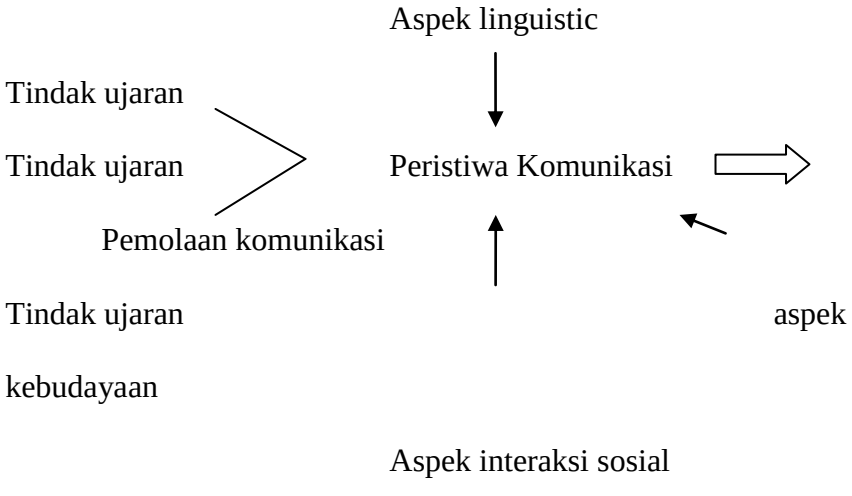
Ketiga keterampilan ini pada dasarnya menggambarkan ruang lingkup etnografi komunikasi, atau bidang apa saja yang menjadi objek kajian etnografi komunikasi. Selanjutnya etnografi komunikasi menyebut

ketiga keterampilan ini sebagai kompetensi berkomunikasi. Sehingga melalui penjelasan tersebut dapat digambarkan model komunikasi etografi komunikasi, sebagai sebuah model untuk melihat perilaku komunikais dalam sebuah peristiwa komunikasi.

Penggambaran model komunikasi darisudut pandang etnografi komunikasi menjadi penting karena:

1. Untuk membedakan bagaimana etnografi komunikasi memandang perilaku komunikasi dan peristiwa komunikasi dari ilmu yang lain.
2. Untuk mempermudah pemahaman bagaimana etnografi komunikasi dalam memandang perilaku dan peristiwa komunikasi.
3. Sebagai panduan dalam melakukan penelitian etnografi komunikasi.

Diagram 2.1 Model Etnografi Komunikasi



Sumber : Kuswarno, 2008.

Keterangan gambar:

1. Tindak ujaran adalah tindakan yang berfungsi interaksi tunggal, seperti pernyataan, permohonan, perintah, atau bahasa non verbal.
2. ⟶ Menggambarkan aspek-aspek yang mempengaruhi sebuah peristiwa komunikasi.
3. Peristiwa komunikasi adalah keseluruhan perangkat komponen komunikasi yang utuh. Dimulai dengan dengan tujuan utama komunikasi, topic umum yang sama, dan leibatkan partisipan yang sama, yang secara umum menggunakan varietas bahasa yang sama, mempertahankan tone yang sama dan kaidah-kaidah yang sama untuk berinteraksi, dan dalam setting yang sama. Sebuah peristiwa berakhir bila ada perubahan dalam batasan-batasannya, misalnya ketika terdapat keheningan, atau perubahan posisi tubuh partisipan komunikasi (komunikan). Sehingga yang menjadi komponen komunikasi (unit komunikasi) dalam etnografi komunikasi menurut Hymes adalah : tipe peristiwa, topic, tujuan atau fungsi, setting, partisipan, bentuk pesan, isi pesan, urutan tindakan, kaidah interaksi dan norma interpretasi.
4. Aspek linguistic mencakup elemen-elemen verbal, non verbal, pola elemen-elemen dalam peristiwa tutur tertentu, rentang varian yang mungkin (dalam semua elemen dan

pengorganisasian elemen-elemen itu), dan makna varian-varian dalam situasi tertentu.

5. Aspek interaksi social mencakup persepsi ciri-ciri penting dalam situasi komunikatif, seleksi dan interpretasi bentuk-bentuk yang tepat untuk situasi, peran, dan hubungan tertentu (kaidah untuk penggunaan ujaran), norma-norma interaksi dan interpretasi, dan strategi untuk mencapai tujuan.
6. Aspek kebudayaan mencakup struktur social, nilai dan sikap, peta/skema kognitif, proses enkulturasi (transmisi pengetahuan dan keterampilan).
7. ⇨ Sebagai kata ganti menghasilkan.
8. Pola komunikasi adalah hubungan-hubungan khas dan berulang antar komponen komunikasi.

Kesimpulannya, focus penelitian atnografi adalah keseluruhan perilaku dalam tema kebudayaan tertentu. Pada etnografi komunikasi, yang menjadi focus perhatian adalah perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku seperti dalam etnografi. Adapun perilaku yang dimaksud dengan perilaku komunikasi menurut ilmu komunikasi adalah tindakan atau kegiatan seseorang, kelompok, atau khalayak, ketika terlibat dalam proses komunikasi.

Tetapi karena etnografi komunikasi banyak berangkat dari antropologi, maka perilaku komunikasinya pun berbeda dengan perilaku

komunikasi menurut ilmu komunikasi. Perilaku komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah perilaku dalam konteks social cultural.