

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Tanah Sunda yang mempesona terbentang dari Selat Sunda di barat sampai ke perbatasan Jawa Tengah di bagian timur. Wilayah Jawa Barat bergunung-gunung dan berbukit-bukit hijau, dimana satu puncak gunung berapi dan bukit-bukit sekitarnya memeluk hangat ibu kotanya, Bandung. Sejarah Jawa Barat adalah sejarah perdagangan, rempah-rempah, dan kerajaan Padjadjaran yang terus diteliti hingga saat ini oleh para sejarawan dan arkeolog.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki alam dan pemandangan yang indah untuk anda kunjungi. Provinsi ini juga menyimpan berbagai potensi menyangkut sumber daya air, pemanfaatan lahan, hutan, pesisir dan laut, serta sumber daya perekonomian masyarakatnya. Wilayah Jawa Barat adalah lokasi yang tepat untuk anda melakukan beragam jenis wisata, baik itu wisata alam, belanja, pendidikan dan kuliner, ataupun budaya.

Budaya Sunda merupakan kebudayaan masyarakat yang tinggal di wilayah barat pulau Jawa. Sunda merupakan cikal bakal berdirinya peradaban di Nusantara. Sejak dari awal hingga kini, budaya Sunda terbentuk sebagai satu budaya luhur di Indonesia. Keluhuran budaya Sunda terlihat dari sejarah yang menyebutkan sejak berabad lamanya bahwa Bandung adalah Parahyangan yang secara sederhana bisa diartikan sebagai tempatnya para Rahyang, Hyang atau Dewa.

Sebagaimana diketahui bahwa Dewa adalah makhluk yang tinggal di kahyangan, biasa di identikkan juga dengan surga. Sehingga menunjukkan bahwa Bandung adalah tempat yang mirip surga. Hal itu wajar jika melihat bentangan alam Bandung yang di kelilingi oleh gunung, sehingga menyajikan panorama alam yang indah dan atmosphere yang sejuk, sehingga menarik minat wisatawan untuk menikmati keindahan alam Bandung.

Selain keindahan alam, Bandung memiliki gedung-gedung bersejarah yang terawat hingga kini. Gedung tersebut jelas merupakan aset yang tak terhitung, sebab bisa digunakan untuk merefleksikan sejarah di masa lalu. Selain itu, Bandung pun memiliki banyak universitas yang bisa digunakan sebagai percontohan. Tak berhenti di situ, Bandung memiliki kebun binatang dan banyak museum sebagai tujuan wisata yang berbaur pendidikan.

Predikat Surga Pariwisata yang disandang oleh Bandung, karena Bandung terkenal sebagai *fashion icon* di Indonesia. Bandung diibaratkan sebagai kota Paris yaitu pusat mode dunia, sehingga Bandung mendapatkan sebutan sebagai “*Paris Van Java*”. Sebutan itu memang sangat beralasan, sebab berdasarkan sejarah, Bandung adalah kota kedua yang menjadi *trendsetter* dunia dalam bidang *fashion* di masanya. Apa yang menjadi *trend* saat itu di Paris sebagai barometer *fashion* dunia, akan hadir di Bandung dalam waktu yang sangat singkat.

Wisata *fashion* tidak dapat dipisahkan dengan wisata kuliner di Bandung. Keduanya sudah menjadi gaya hidup masyarakat Bandung dan wisatawan yang datang berwisata ke Bandung. Banyak yang menyebutkan bahwa Bandung adalah surganya kuliner. Beragam jenis kuliner yang unik dan bervariasi menarik banyak

wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Bandung. Selain menyajikan makanan khas Sunda, Bandung juga menawarkan beragam kuliner khas dari negara lain. Namun sampai saat ini kuliner Sunda masih menjadi faktor penarik wisatawan dari daerah lain untuk berkunjung ke Tanah Parahyangan ini.

Kuliner Sunda kian hari kian digemari, bukan hanya oleh masyarakat Suku Sunda itu sendiri, namun oleh masyarakat Indonesia lainnya. Hal ini terlihat dari banyaknya rumah makan Sunda yang menjamur di mana-mana, dari kaki lima yang sederhana sampai yang tempatnya berpendingin ruangan. Di mall-mall pun, kuliner Sunda bersanding dengan steak atau makanan Jepang, yang tak kalah bersaing. Hal tersebut karena kuliner Sunda dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan jaman, mengembangkan dan memberikan sajian menu yang variatif bagi penikmatnya.

Kuliner Sunda menjadi semakin naik daun seiring dengan berkembangnya kota Bandung yang terpilih dalam 5 besar kota kreatif se-Asia, menurut sebuah survey yang dilakukan oleh sebuah News Asia – salah satu media di Singapura (*bisnis-jabar.com*). Hal tersebut membuat banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung. Hal ini di manfaatkan oleh beberapa kalangan pebisnis kuliner sebagai peluang usaha untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu makanan adalah kebutuhan primer, maka tidak aneh lagi jika bisnis kuliner di Bandung marak di minati oleh pebisnis, karena Bandung dianggap surga untuk wisatawan kuliner.

Wisata kuliner dinilai sebagai media yang paling tepat dalam melestarikan budaya Sunda, karena kuliner Sunda masih menjadi daya tarik nomor satu bagi wisatawan dari Bandung atau luar Bandung yang berkunjung ke Bandung pada

saat ini. Kuliner budaya Sunda dikemas dalam sebuah kafe atau resto yang menyuguhkan kuliner dan kebudayaan Sunda yang beragam, sehingga wisatawan atau pengunjung secara santai tanpa terpaksa menerima informasi mengenai kebudayaan Sunda. Kuliner budaya Sunda di Bandung sudah banyak kita temui, terbukti dengan banyaknya kafe atau restoran yang menyuguhkan menu khas masakan Sunda. Namun, kuliner budaya yang berbasis edukasi kebudayaan Sunda jarang kita jumpai.

Hal tersebut menjadi satu peluang usaha yang di lirik oleh pebisnis kuliner Sunda. Tidak hanya keuntungan yang dipikirkan, namun masa depan kelestarian budaya Sunda menjadi fokus baginya. Kafe atau resto yang dibuat diharapkan dapat mengedukasi wisatawan yang berkunjung untuk menikmati kuliner atau makanan dan minuman khas Sunda. Pengunjung mendapatkan informasi edukasi tentang budaya Sunda, dengan proses penyampaian informasi yang menyenangkan. Karena informasi yang disampaikan diterima pengunjung dalam keadaan santai, ditengah suasana yang nyaman, dan pelayanan yang ramah.

Kegiatan kuliner budaya sunda akan menjadi suatu wadah yang tepat dan bermanfaat bagi pengunjung dalam mendapatkan pengetahuan mengenai kebudayaan Sunda. Salah satu tempat yang memberikan edukasi mengenai kebudayaan Sunda dan mengemasnya dalam sebuah kafe dan resto adalah Kebon Awi Kaffee & Resto. Dengan konsep Kebon Budaya Sunda yang didalamnya terdapat unsur "*People, Culture & Nature*" atau "Manusia, Budaya dan Alam". Dimana unsur *People* atau Manusia merupakan elemen dasar yang berbentuk suatu nilai dari seluruh jenis hasil cipta manusia yang bersifat dapat dinikmati

manusia yang didalamnya terdapat aktifitas satu arah. Termasuk di dalamnya adalah souvenirs, pertunjukan tarian, kerajinan tangan, makanan, musik hingga menikmati suasana sekitar. Elemen ini dinamakan Kebon Awi Kaffee.

Selanjutnya pada unsur *Culture* atau Budaya merupakan sebuah ide yang dikemas dalam satu acara yang dijadikan sebuah atraksi wisata dalam bentuk *festival, special event, pameran dan workshop*. Dengan tujuan yang membantu para tamu untuk lebih mudah memperoleh pengalaman (*image builder*) saat berkunjung ke Kebon Awi Kaffee & Resto secara lengkap. Sehingga menjadi hub (penghubung) dimana para tamu dari berbagai daerah akan bertemu satu sama lain untuk merasakan pengalaman yang luar biasa. Elemen ini disebut Kebon Awi Pagelaran.

Dan pada unsur *Nature* atau Alam adalah elemen terahir dari *people* dan *culture* yang menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi sebagian orang untuk tinggal dan menetap dengan tujuan mempelajari, mendalami, revitalisasi dan menjadi bagian dari masyarakat (komunitas). *Nature* merupakan salah satu bentuk aktualisasi diri dengan cara melestarikan kebudayaan, baik dengan peningkatan keterampilan dan pengetahuan melalui pembelajaran maupun dengan pemberian pengetahuan dan perbaikan ekonomi kepada masyarakat atau komunitas setempat untuk lebih baik. Elemen ini dinamakan Kebon Awi Edukasi.

Pada awalnya Kebon Awi Kaffee & Resto adalah sebuah padepokan sunda yaitu padepokan "*Roshantika*" yang dimiliki dan dibina oleh Dra. Ottih Rostoyati M.Si, yang kemudian dikembangkan menjadi Kebon Awi Kaffee & Resto. Terletak di wilayah utara kota Bandung membuat Kebon Awi

Kaffee memiliki udara yang sejuk, “*Back to Nature*” menjadi konsep yang di pilih karena, area Kebon Awi Kaffee & Resto yang di penuh oleh berbagai jenis tumbuhan bambu atau awi yang berasal dari beberapa Negara di dunia, membuat pengunjung seakan sedang berada di pedesaan atau hutan bambu yang terletak di tengah kota.

Jelajah Rasa Sunda menjadi *tagline* yang sesuai untuk menggambarkan Kebon Awi Kaffee & Resto, pengunjung bagaikan menjelajahi Sunda, merasakan kenikmatan kuliner Sunda, merasakan keindahan alam Sunda, merasakan indahny arsitektur Sunda, kesenian Sunda, nilai budaya Sunda, bahasa Sunda, dan merasakan *kasomeahan hade ka semah* (keramah tamahan kepada tamu) dari orang-orang Sunda, bagaimana mereka selalu murah senyum dan bertutur kata dengan kesopanan serta ramah tamah. Sebuah tempat yang memiliki rasa Sunda yang dapat dirasakan oleh akal, rasa, hati dan perasaan.

Ditengah suasana yang alami, nyaman, dan segar serta penuh edukasi pengunjung dapat dimanjakan dengan berbagai macam koleksi lukisan, kesenian ukiran bambu, dan buku mengenai kesundaan, selain itu pertunjukan pagelaran kesenian cianjuran, kidung siliwangi (penyanyi memainkan kecapi sambil bernyanyi memberikan petatah petitih mengenai kehidupan dalam bahasa Sunda), tari topeng 5 watak (dipaparkan filosofi dari ke 5 jenis topeng yang digunakan dalam tarian). Pertunjukan pagelaran tersebut dapat dinikmati oleh pengunjung setiap minggunya, ataupun pada *event-event* tertentu yang diselenggarakan oleh Kebon Awi Kaffee & Resto.

Melestarikan kebudayaan Sunda, sesuai dengan visi dan misi Kebon Awi Kaffee & Resto yaitu “*Atikan ngembangkeun bakat jeung minat ngajadikeun manusa jadi manusa nu mulya*”, yang memiliki arti bahwa Kebon Awi Kaffee & Resto selain menjadi sebuah restoran juga dapat menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk belajar serta mengembangkan bakat dan minat mereka. Sehingga mereka dapat mengetahui, merasa bangga terhadap tanah kelahiran mereka, dan kebudayaan Sunda. Dengan harapan masyarakat Sunda saat ini dapat menjadi masyarakat yang mulia jika selalu ingat dari mana asal mereka berada, sehingga mereka dapat menjaga dan melestarikannya. Hal ini yang membuat penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian di Kebon Awi Kaffee & Resto.

Kuliner budaya Sunda menjadi hal yang paling utama dalam berjalannya bisnis ini. Menghadirkan makanan khas Sunda tempo dulu seperti tumis *iwung* atau rebung yang ditumis dengan bumbu rahasia dan potongan kulit sapi atau kikil serta dapat dinikmati dengan tingkat kepedasan sesuai selera pengunjung, yang menjadikan hidangan ini sangat spesial karena kualitas *iwung* atau rebung yang ada di Kebon Awi Kaffee & Resto adalah kualitas terbaik karena diambil dari tumbuhan bambu “*Mancucu*” yang berasal dari Negara China, sehingga rasa *iwung* atau rebung manis dan bertekstur renyah serta tidak dapat ditemui di restoran manapun.

Kebon Awi Kaffee & Resto memiliki 103 jenis makanan dan minuman, diantaranya 13 macam cemilan, 45 macam makanan berat dan 45 macam minuman. Kebon Awi Kaffee & Resto memiliki beberapa cemilan *kojo* atau

favorit diantaranya adalah tahu goreng merang, kentang goreng merang, lumpia rebung, udang goreng mayonaise dan cumi goreng tepung. Menu makan *kojo* atau favorit antara lain oseng buntut kebon awi, sop gurame lada hitam, ayam rica rebung, ayam haur hejo, tumis iwung dan ikan gurame awi hejo. Dan beberapa minuman favorit diantaranya frozen green tea, laut kidul, kopi pangasih, sirsak kembang surawung, dan vanilla coklat langit.

Adapun makanan khas dapur Kebon Awi Kaffee & Resto lainnya adalah nasi rantang yaitu nasi yang disajikan dengan sambal, kerupuk, lauk pauk yang di tata di dalam rantang jadul tempo dulu yang sering kita lihat para petani ke sawah membawa bekal menggunakan rantang tersebut. Selain itu ada nasi cikur dalam bahasa sunda atau kencur dalam bahasa Indonesia dimana rasa nasi cikur ini memiliki rasa yang khas yang menggoyang lidah membuat pengunjung bertanya-tanya dengan resep rahasianya. Nasi tutug oncom yaitu nasi yang ditutug atau di pukul-pukul oleh sebuah alat tradisional dicampurkan dengan oncom yang berbahan baku tempe, pengolahannya yang tradisional membuat rasa nasi tutug oncom ini nikmat, serta masih banyak menu khas lainnya. Seluruh menu yang ada di Kebon Awi Kaffee di harapkan dapat megobati rasa *sono* atau kerinduan pengunjung terhadap makanan khas Sunda tempo dulu, dan membuat pengunjung yang baru mencicipi makanan khas Sunda menjadi menggemari makanan khas Sunda tersebut.

Dari sekian banyak menu makanan yang ada di daftar menu dan dari sekian banyak menu makananan yang di pesan oleh konsumen di Kebon Awi Kaffee & Resto, ada beberapa makanan yang paling diminati, salah satunya

adalah ayam rica rebung, ayam awi hejo, lumpia rebung, nasi cikur, tahu merang dan kentang merang. Menu yang diminati kebanyakan berbahan baku rebung, hal tersebut menunjukkan bahwa makanan berbahan baku rebung apabila diolah dengan cita rasa yang tinggi dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Saat ini kebon awi memiliki 10 saung (bangunan adat Sunda) dengan berbagai atap yang berbeda dan memiliki fungsi masing-masing diantaranya adalah, Saung Capit Gunting, sebanyak 6 buah dan memiliki kapasitas sebanyak 5 orang, Saung Kabuyutan 1 buah dengan kapasitas 30 orang, Saung Badah Heuay 2 buah kapasitas 12 orang, 1 saung Jolopong Gajah berfungsi sebagai mushola. Total keseluruhan kapasitas tempat duduk sebanyak 86 orang *seating capacity* diantaranya 62 orang dalam bentuk saung dan 24 orang dalam bentuk tempat duduk dan VIP room. Sedangkan untuk *standing capacity* mencapai 200 orang. Selain kualitas makanan yang baik, rasa yang nikmat, tempat yang luas, konsumen juga dapat mendapatkan edukasi mengenai budaya Sunda apabila berkunjung ke Kebon Awi Kaffe & Resto sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis ini bukan hanya sekedar bisnis jasa namun bisnis yang banyak memberikan interaksi simbolik dalam mengedukasi budaya Sunda.

1.1.1 Fokus Penelitian

Peran *public relations officer* Kebon Awi Kaffe & Resto untuk mengedukasi masyarakat Sunda yang selama ini sudah terpengaruh dengan modernisasi dan budaya asing yang lambat laun akan mengikis keluhuran budaya Sunda. Kegiatan interaksi simbolik budaya Sunda di Kebon Awi Kaffe & Resto

adalah agar konsumen selain menikmati makanan khas kuliner Sunda dapat pula menambah informasi mengenai budaya Sunda. Makanan nikmat yang dibuat dengan bumbu khas Sunda tempo dulu diharapkan dapat menjadi jembatan bagi para konsumen dalam menikmati informasi lainnya mengenai kebudayaan Sunda yang ada di Kebon Awi Kaffee & Resto. Konsumen diberikan pengetahuan mengenai jenis-jenis bambu, jenis-jenis bangunan budaya Sunda, seni ukiran bambu, koleksi lukisan, serta dipertunjukkan kesenian budaya Sunda, dengan suasana resto yang alami, asri, sejuk dan merasakan pedesaan hutan bambu di tengah kota Bandung. Kebon Awi Kaffee & Resto merupakan etalase budaya Sunda yang bangga akan kebudayaan Sunda, sekaligus sebagai wahana edukasi yang dipersembahkan khususnya bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia dan umumnya bagi masyarakat Sunda. Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah **“BAGAIMANA SIMBOL KOMUNIKASI BUDAYA KULINER SUNDA?” (Studi Interaksi Simbolik Budaya Sunda di Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung).**

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana simbol komunikasi verbal pada komunikasi budaya kuliner Sunda?
2. Bagaimana simbol komunikasi nonverbal pada komunikasi budaya kuliner Sunda?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: Untuk Mengetahui Simbol Komunikasi Budaya Kuliner Sunda (Studi Interaksi Simbolik Budaya Sunda di Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung).

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui simbol komunikasi verbal pada komunikasi budaya kuliner Sunda.
2. Untuk mengetahui simbol komunikasi nonverbal pada komunikasi budaya kuliner Sunda.

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Upe dan Damsid (dalam Ardianto, 2010: 68), ruang lingkup kajian interaksi simbolik meliputi:

1. Dalam bertindak terhadap sesuatu-baik yang berupa benda, orang maupun ide-manusia mendasarkan tindakannya pada makna yang diberikannya kepada sesuatu tersebut.

2. Makna tentang sesuatu itu diperoleh, dibentuk-termasuk direvisi-melalui proses interaksi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Pemaknaan terhadap sesuatu dalam bertindak atau berinteraksi tidak berlangsung secara mekanistik, tetapi melibatkan proses interpretasi.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Secara filosofis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi bagi pengembangan konsep ilmu komunikasi yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, komunikasi interaksi simbolik dan ilmu komunikasi budaya agar menjadi sebuah layanan informasi budaya yang profesional dalam komunikasi budaya Sunda.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan khasanah ilmu komunikasi yang berada dalam posisi lintas disiplin ilmu, khususnya kajian ilmu komunikasi, komunikasi interaksi simbolik dan ilmu komunikasi budaya. Hal ini dapat dikembangkan secara teoritis dalam konsentrasi *public relations*.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan komunikasi interaksi simbolik sebagai teknik paling efektif dalam

komunikasi budaya. Semoga penelitian ini berguna untuk pengembangan *culture communication* dan pengembangan peran praktisi *public relations officer*.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Matrik Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul dan Subjudul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mahmud Arip. 2013. Program Studi Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Skripsi. Paradigma Pendidikan Masyarakat Sunda. (Kajian Antropologi di Kampung Sukasenang Tasikmalaya).	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan masyarakat sunda di Kampung Sukasenang sudah terbentuk sejak lama, dan di beberapa daerah pendidikan masyarakat Sunda masih sangat kental dan di jaga. Adat dan tradisi masih dijadikan sebagai dasar kebudayaan masyarakat Sunda, sehingga kehidupan masyarakat Sunda sesuai dengan warisan budaya Sunda. Dengan kajian antropologi yang penyusun lakukan, penyusun bias mendapatkan data dan hasil

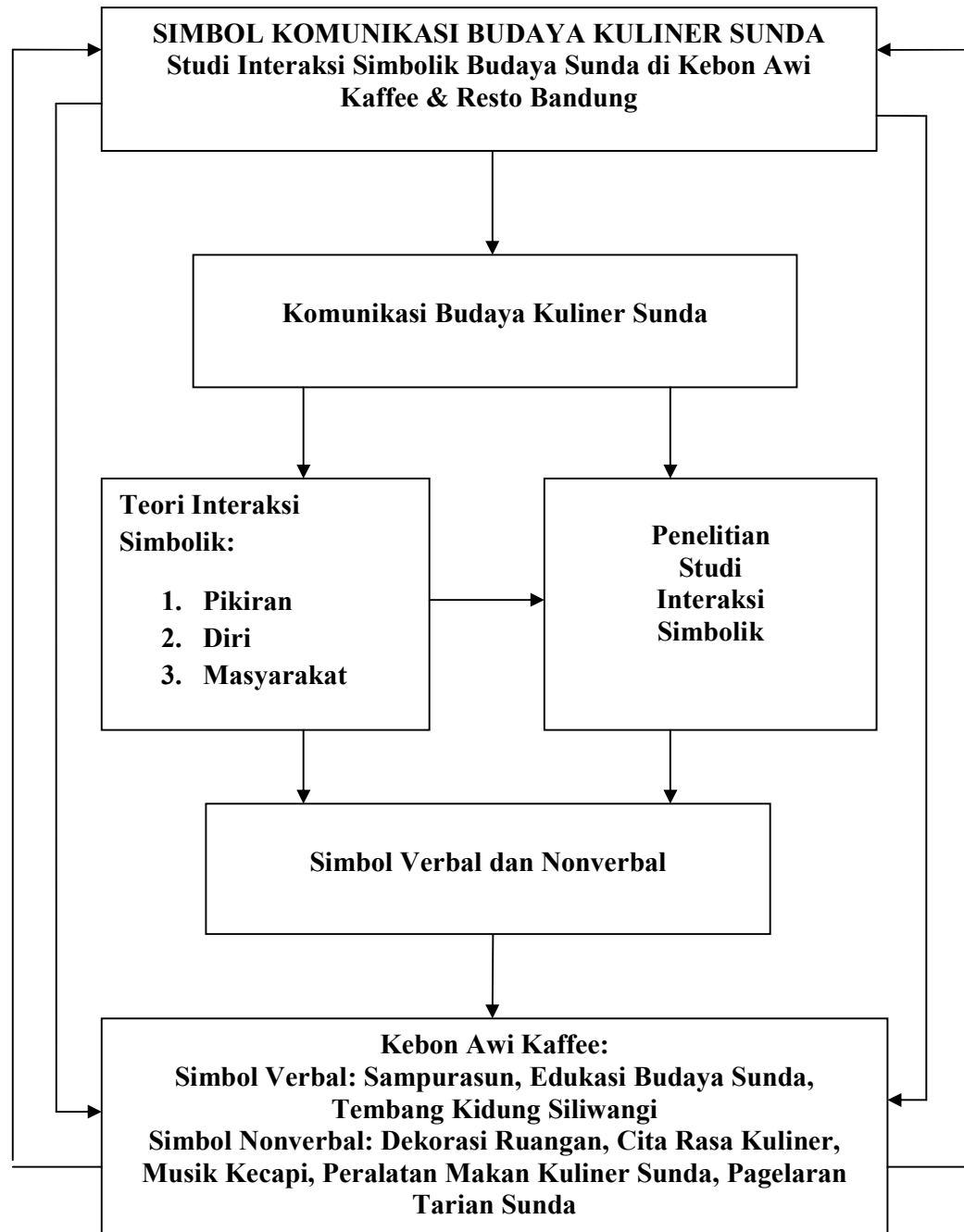
				tentang pendidikan masyarakat Sunda.
2.	Khairun Nisa. 2012. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.	Skripsi. Wujud Akulturasi Budaya Arab – Sunda Pada Masyarakat Pasar Rebo, Kelurahan Nagri Kidul, Purwakarta. (Studi Deskriptif Kualitatif pada masyarakat Pasar Rebo Kelurahan Nagri Kidul Purwakarta).	Kualitatif	Hasil penelitian terhadap masyarakat Pasar Rebo menunjukkan bahwa bahasa Arab yang digunakan oleh masyarakat Pasar Rebo, sudah tidak murni sepenuhnya bahasa Arab melainkan percampuran antara bahasa Arab-Indonesia-Sunda yang disebut dengan campur kode. Hal ini disebabkan karena semakin sedikitnya jumlah masyarakat keturunan Arab yang memakai bahasa Arab itu sendiri. Sedangkan adat istiadat masyarakat Pasar Rebo khususnya masyarakat keturunan Arab sudah banyak

				<p>bercampur dengan budaya pribumi, tetapi masih ada beberapa tradisi budaya Arab yang masih terpelihara seperti, tradisi di bulan Ramadhan, tradisi berkumpul di rumah induk setiap usai shalat jumat, dan tradisi pengajian rutin setiap malam Jumat.</p>
3.	<p>Gustie Satria. 2015. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran</p>	<p>Isi Majalah Mangle Mengenai Budaya Sunda. (Studi Kasus di Majalah Mangle).</p>	Kualitatif	<p>Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah ditemukan adanya pengaruh isi majalah Mangle terhadap sikap pembaca mengenai budaya Sunda secara parsial yang pengaruh nya lebih besar daripada isi majalah Mangle yang bertema lainnya yaitu isi majalah Mangle yang bertema sistem pengetahuan Sunda yang berisi informasi mengenai fenomena alam, pengobatan</p>

				<p>tradisional serta flora dan fauna di sekitar masyarakat Sunda. Lalu didapat juga pengaruh isi majalah Mangle secara simultan yang pengaruhnya cukup besar terhadap sikap pembaca mengenai budaya Sunda.</p>
--	--	--	--	--

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Para tetua intelektual dari interaksi simbolik adalah pragmatis pada awal abad 20, seperti John Dewey dan William James. Para ilmuwan pragmatis ini percaya bahwa realitas bersifat dinamis, dan ide ini bukan merupakan ide yang populer pada masa itu. Dengan kata lain, mereka mempunyai keyakinan ontologism yang berbeda dibandingkan banyak ilmuwan terkemuka lainnya pada saat itu. Mereka mencetuskan pemikiran mengenai munculnya struktur sosial, dan mereka bersikeras bahwa makna diciptakan dalam suatu interaksi. Mereka merupakan aktivis-aktivis yang melihat ilmu pengetahuan sebagai sebuah cara untuk mengembangkan pengetahuan dan memperbaiki masyarakat.

Interaksi Simbolik pada dua universitas yang berbeda: University of Iowa dan University of Chicago di Iowa, Manford Kuhn dan mahasiswanya merupakan tokoh penting dalam memperkenalkan ide-ide asli dari interaksi simbolik sekaligus memberikan kontribusi terhadap teori ini. Selain itu, kelompok Iowa mengembangkan beberapa cara pandang yang baru mengenai konsep diri, tetapi pendekatan mereka dianggap sebagai pendekatan yang tidak biasa; karenanya, kebanyakan prinsip interaksi simbolik dan pengembangannya yang berakar pada Mahzab Chicago.

Baik George Herbert Mead dan temannya John Dewey merupakan teman sefakultas di Universitas (meskipun Mead tidak pernah menyelesaikan gelar doktornya). Mead mempelajari ilmu filsafat dan ilmu sosial, dan ia memberikan

kuliah mengenai ide-ide yang membentuk inti dari Mahzab Chicago mengenai interaksi simbolik. Sebagai seorang pelajar yang populer ia sangat dihormati, Mead memainkan suatu peran yang penting dalam membangun perspektif dari Mahzab Chicago, yang difokuskan pada pendekatan terhadap teori sosial yang menekankan pentingnya komunikasi bagi kehidupan dan interaksi sosial.

Kedua mahzab tersebut berbeda terutama pada metodologinya. Mead dan mahasiswanya Herbert Blumer menyatakan bahwa studi mengenai manusia tidak dapat dilaksanakan dengan menggunakan metode yang sama seperti yang digunakan untuk mempelajari hal lainnya. Mereka mendukung penggunaan studi kasus dan sejarah serta wawancara tidak terstruktur. Mahzab Iowa mengadopsi kuantitatif untuk studinya. Kuhn yakin dengan konsep interaksi simbolik dapat dioperasionalisasi, dikuantifikasi, dan diuji. Pada titik ini, Kuhn mengembangkan sebuah teknik yang dinamakan kuesioner dua puluh pertanyaan sikap diri. Responden penelitian yang melalui tes dua puluh pernyataan ini diminta untuk mengisi dua puluh baris kosong dalam menjawab pertanyaan, siapakah aku? Beberapa kolega Kuhn di Iowa dikecewakan dengan pandangan mengenai konsep diri ini, dan mereka memisahkan diri untuk membentuk Mahzab Iowa "baru". Carl Couch adalah salah satu pemimpin aliran pemikiran baru ini. Couch dan teman-temannya mulai mempelajari interaksi perilaku melalui pembicaraan pada rekaman video, daripada hanya mempelajari informasi yang didapatkan dari dua puluh tes pernyataan.

Selain aliran-aliran pemikiran utama dari interaksi simbolik ini, terdapat banyak variasi. Banyak teori yang menekankan aspek yang sedikit berbeda

mengenai interaksi manusia berutang pada konsep utama dari interaksi simbolik. Contohnya, konstruksi sosial (*social construction*), teori peran (*role theory*), dan teori diri (*self theory*) merupakan cabang dari interaksi simbolik. Walaupun terdapat beraneka ide, konsep utama mead tetap cukup konstan dalam kebanyakan interpretasi mengenai interaksi simbolik. Oleh karena itu, kita akan mempelajari asumsi-asumsi dasar dan konsep kunci yang dikemukakan oleh Mead dan dijabarkan oleh Blumer.

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (1993) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga. Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasari interaksi simbolik dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan tiga tema besar:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi, menurut interaksi simbolik, adalah untuk menciptakan makna yang sama.

Hal ini penting karena tanpa makna yang sama berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Coba anda bayangkan berbicara dengan seorang teman jika anda harus menjelaskan semua makna idiosinkratik yang anda miliki untuk setiap kata yang anda gunakan, dan teman anda harus melakukan hal yang serupa. Tentu saja, sering kali kita memberikan asumsi bahwa kita dan pasangan bicara kita sepakat akan sebuah makna dan kemudian menyadari bahwa kita keliru (“Sudah saya katakan untuk bersiap-siap secepat yang kamu bisa.” “Satu jam adalah waktu tercepat bagi saya bersiap-siap.” “Tetapi yang saya maksudkan adalah kamu sudah harus siap dalam waktu 15 menit.” “Kamu tidak mengatakan hal itu), tetapi sering kali kita dapat menganggap orang mempunyai makna yang sama dalam pembicaraan. Menurut LaRossa dan Reitzes, tema ini mendukung tiga asumsi interaksi simbolik yang diambil dari karya Herbert Blumer (1969). Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut:

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka.
2. Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia.
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif

Asumsi ini menjelaskan perilaku sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respons orang berkaitan dengan rangsangan tersebut. Teorikus interaksi simbolik seperti Herbert Blumer tertarik dengan makna yang ada di balik perilaku. Mereka mencari makna dengan mempelajari penjelasan psikologis dan sosiologis mengenai perilaku. Jadi ketika seorang peneliti interaksi simbolik melakukan kajian mengenai perilaku

dari Roger Thomas (dari cerita awal kita), mereka melihatnya membuat makna yang sesuai dengan kekuatan sosial yang membentuk dirinya. Contohnya, Roger memberikan makna untuk pengalaman kerjanya yang baru dengan menerapkan interpretasi yang diterima secara umum pada hal-hal yang dilihatnya. Ketika dia melihat usia rekan-rekan sekerjanya, ia yakin bahwa mereka mempunyai lebih banyak pengalaman daripada dirinya karena kita sering kali menghubungkan usia dengan pengalaman.

Lebih jauh lagi, peneliti-peneliti interaksi sosial tertarik pada makna yang diberikan oleh Roger pada temuannya dengan Helen (contohnya, dia merasa terhibur dan yakin bahwa mereka akan menjadi teman).

1. Menurut George Herbert Mead, makna diciptakan dalam interaksi antar manusia yang menekankan dasar intersubjektif dari makna. Makna dapat ada, menurut Mead, hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi. Blumer (1969) menjelaskan bahwa terdapat tiga cara untuk menjelaskan asal sebuah makna. Satu pendekatan mengatakan bahwa makna adalah sesuatu yang bersifat intrinsik dari suatu benda. Blumer mengatakan, “jadi sebuah bangku jelas-jelas merupakan bangku di dalam dirinya. Maknanya memancar, dapat dikatakan demikian, dari benda tersebut dan sepertinya tidak ada proses yang terlibat dalam pembentukannya; yang penting adalah untuk mengenali makna yang sudah ada dalam benda tersebut.”
2. Menurut Herbert Blumer, pendekatan terhadap asal-usul makna melihat makna itu “dibawa kepada benda oleh seseorang bagi siapa benda itu

bermakna” (1969: 4). Posisi ini mendukung pemikiran yang terkenal bahwa makna terdapat di dalam orang, bukan di dalam benda. Dalam sudut pandang ini, makna dijelaskan dengan mengisolasi elemen-elemen psikologis di dalam seorang individu yang menghasilkan makna. Interaksi simbol mengambil pendekatan ketiga terhadap makna, melihat makna sebagai sesuatu yang terjadi di antara orang-orang. Makna adalah “produk sosial’ atau “ciptaan yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka berinteraksi” (Blumer,1969: 5). Oleh karena itu, jika Roger dan Helen tidak berbagi bahasa yang sama dan tidak sepakat pada denotasi dan konotasi dari simbol-simbol yang mereka pertukarkan, tidak ada makna yang sama yang dihasilkan dari pembicaraan tersebut.

3. Menurut Helen dan Roger, makna yang diciptakan adalah unik bagi mereka dan hubungan mereka. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif Blumer menyatakan bahwa proses interpretif ini memiliki dua langkah. Pertama, para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Blumer berargumen bahwa bagian dari proses ini berbeda dari pendekatan psikologis dan terdiri atas orang yang terlibat di dalam komunikasi dengan dirinya sendiri. Jadi, ketika Roger bersiap-siap untuk bekerja di pagi hari, dia berkomunikasi dengan dirinya sendiri mengenai bagian-bagian yang bermakna bagi dirinya. Langkah kedua melibatkan si pelaku untuk memilih, mengecek, dan melakukan transformasi makna di dalam konteks di mana mereka berada. Ketika Roger berbicara dengan

Helen, ia mendengar pernyataan-pernyataannya yang sesuai dengan area-area yang ia putuskan sebagai sesuatu yang bermakna. Selanjutnya, dalam proses interpretasinya, Roger bergantung pada pemberian makna sosial yang sama dan relevan dan yang secara budaya dapat diterima. Jadi Roger dan Helen dapat berbicara relatif mudah karena mereka berdua datang dari latar belakang budaya pendamping (ko-budaya) yang serupa.

Symbolic interactionism theory menawarkan suatu cara, dalam menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses sosial dan sebuah kerangka metode penelitian. Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, *interpretatif* (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja bersama-sama memengaruhi bagaimana orang-orang melakukan pemaknaan. Fondasi secara historik dalam ilmu-ilmu sosial, teori interaksionisme simbolik memiliki tiga asumsi tentang proses komunikasi. Teori ini mengasumsikan komunikasi berlangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi. Di sana terdapat asumsi bahwa sosial dan tindakan kolektif terjadi ketika komunikator paham dan bernegosiasi tentang pemaknaan orang lain.

Perkembangan secara *interdisiplin*, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori

interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dan menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang-orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok mereka dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis, yaitu :

1. Orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki.
2. Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial.
3. Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif.

Dalam praktik *publik relations kontemporer*, tujuan umumnya adalah berkomunikasi secara efektif dengan berbagai orang atau kelompok orang-orang. *Symbolic interactionism theory* mengemukakan bahwa setiap orang dari orang-orang ini atau orang-orang membuat makna melalui sebuah proses yang dipertajam oleh pemaknaan orang lain dan proses pembuatan makna. Esensi teori interaksional simbolik memperlihatkan tiga tema besar, yaitu: pentingnya makna bagi perilaku manusia; pentingnya konsep mengenai diri; dan hubungan antara individu dan masyarakat. Relevansi dan urgensi makna memiliki asumsi bahwa: manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka; makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia; dan makna dimodifikasi dalam proses interpretatif. (Ardianto, 2010: 158-159)

1.2.3.2 Teori Norma-Norma Budaya Melvin DeFleur

Teori Norma-norma Budaya menurut Melvin DeFleur (dalam Severin dan Tankard Jr, 2006:51), mengatakan :

“Pada dasarnya teori norma-norma budaya mengemukakan bahwa media massa melalui prentasi selektif dan penekanan terhadap tema-tema tertentu menciptakan kesan diantara para khalayaknya” (Suprpto, 2006:51).

Oleh karena itu perilaku individual biasanya dipandu oleh norma-norma budaya mengenai suatu hal tertentu, maka media komunikasi secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku. Terdapat tiga cara di mana media massa secara potensial mempengaruhi situasi dan norma-norma budaya, yakni :

1. Pesan komunikasi massa akan memperkuat pola-pola budaya yang berlaku dan memandu khalayak untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial tertentu tengah dibina oleh masyarakat.
2. Media komunikasi dapat menciptakan keyakinan baru mengenai hal-hal di mana khalayak sedikit banyak telah memiliki pengalaman sebelumnya.
3. Komunikasi massa dapat mengubah norma-norma yang tengah berlaku dan karenanya mengubah khalayak dari suatu bentuk perilaku menjadi bentuk perilaku lainnya.

Menurut Lazarfeld dan Merton (dalam Wright, 1985), mengatakan :

“Media sebenarnya hanya berpengaruh dalam memperkokoh norma-norma budaya yang berlaku. Media bekerja secara konservatif dan hanya

menyesuaikan diri dengan norma-norma budaya masyarakat seperti selera dan nilai, daripada memimpin mereka untuk membentuk norma-norma yang baru.”(Suprpto, 2006:21)

Dalam keadaan tertentu, media massa mampu untuk menumbuhkan norma-norma budaya yang baru. Dalam hal ini Tommy Suprpto dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Teori Komunikasi”, mengatakan :

“Bahwa media massa dapat memperkuat norma-norma budaya dengan informasi-informasi yang disampaikan setiap hari. Selain itu ,edia massa dapat mangaktifkan perilaku tertentu, apabila informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan individu dan tidak bertentangan dengan norma-norma budaya yang berlaku, media massa bahkan dapat menumbuhkan norma-norma budaya baru dalam perilaku selama norma tersebut tidak dihalangi oleh hambatan-hambatan sosial budaya.”(Suprpto, 2006:21-22)

Teori ini juga sama seperti fungsi agenda setting, yang mengikuti gagasan Walter Lippmann bahwa komunikasi massa membentuk *picture in our heads*. Peranan media massa dapat menumbuhkan kesan yang dapat mempengaruhi norma-norma budaya. Disamping itu, media massa juga akan membentuk stereotipe seksual dan citra anggota khalayak terutama yang menyangkut materealisme dan konsumerisme.

1.2.3.3 Teori Bahasa dan Budaya Fern L.Johnson

Walaupun percakapan merupakan bagian dari kehidupan manusia yang alami (karena kita tidak dapat menghindarkan percakapan), namun percakapan bukanlah sesuatu yang tanpa konsekuensi. Percakapan yang kita lakukan membentuk siapa dan bagaimana diri kita sebagai individu dan sebagai anggota masyarakat. Pada bagian ini kita akan membahas teori-teori yang berada dalam kelompok pemikiran kritis (tradisi kritis), yang akan menunjukkan kepada kita bagaimana penggunaan bahasa dalam percakapan menciptakan pembagian sosial dan bagaimana bahasa dalam percakapan menolak bentuk-bentuk komunikasi egaliter yang memberdayakan seluruh kelompok masyarakat.

Teori perspektif bahasa dalam budaya yang dikemukakan Fenn Johnson, menjadikan studi mengenai linguistik budaya (*cultural linguistic*) memberikan peran dan pengaruhnya pada isu-isu mengenai keragaman budaya pada masyarakat multibudaya seperti di Amerika Serikat (AS). Johnson mengemukakan enam asumsi atau aksioma mengenai perspektif bahasa dalam budaya :

1. Semua komunikasi terjadi dalam struktur budaya.
2. Semua individu mengalami pengetahuan budaya lisan yang digunakan individu untuk berkomunikasi.
3. Dalam masyarakat multicultural terdapat suatu ideology bahasa yang dominan yang pada gilirannya menggantikan atau memarginalkan kelompok-kelompok budaya lainnya.

4. Anggota dari kelompok budaya yang terpinggirkan tetap memiliki pengetahuan mengenai budaya asli mereka selain pengetahuan budaya dominan.
5. Pengetahuan budaya dipelihara dan ditularkan orang lain namun akan selalu berubah.
6. Ketika sejumlah budaya hidup berdampingan, maka masing-masing budaya itu akan saling memengaruhi.

Teori ini dirancang untuk mempromosikan suatu pengertian terhadap bahasa tertentu dan berbagai variable budaya dari kelompok budaya tertentu sekaligus mendorong pengertian mengenai bagaimana suatu wacana percakapan pada kelompok masyarakat dapat muncul, berkembang, dan kemudian beristeraksi dengan ideologi bahasa yang dominan dalam suatu negara (dalam kasus ini adalah AS). Dalam hal fokus percakapan, Johnson menyatakan perlunya setiap percakapan untuk dirasakan bedanya (walaupun sangat tipis perbedaannya) melalui suatu pemahaman dari berbagai faktor budaya yang dibawa masing-masing peserta percakapan. Khusus di AS, Johnson memberikan perhatian pada dominasi dan hegemoni bahasa Inggris di negara itu. Menurutnya, hegemoni bahasa Inggris merupakan factor penting dalam percakapan karena adanya kekuatan dari satu bahasa yaitu bahasa Inggris terhadap bahasa-bahasa lainnya di AS.

Johnson meneliti empat wawancara budaya di AS yaitu tentang gender, masyarakat keturunan Afrika, Spanyol, dan Asia. Masing-masing wawancara memberikan implikasi yang berbeda-beda dalam kegiatan komunikasi dan

kebijakan sosial di AS pada empat institusi utama yaitu pelayanan kesehatan, tata hukum, pendidikan, dan lingkungan kerja. Walaupun tidak semua kelompok minoritas memiliki anggotanya pada keempat institusi utama itu, namun faktor-faktor historis dan budaya yang tertanam pada masing-masing kelompok ternyata telah ditempatkan atau diposisikan secara berbeda di dalam keempat institusi tersebut. Johnson mengemukakan berbagai kesulitan yang harus dihadapi kelompok-kelompok minoritas di AS karena adanya dominasi bahasa Inggris ini. Dia mencontohkan kesulitan warga sendiri terutama di sekolah-sekolah di mana para gurunya sangat menekankan penggunaan bahasa Inggris yang baik dan benar; dan penerapan ketentuan “*English Only*”, (hanya bahasa Inggris) di tempat kerja yang tidak memberikan kenyamanan bagi mereka yang bukan pengguna asli (*native speaker*) bahasa Inggris. Namun menurut Johnson kelompok-kelompok minoritas di AS cenderung diam saja (secara khusus ia menyebutkan masyarakat keturunan Asia) terhadap perbedaan yang ada walaupun telah cukup menimbulkan rasa sakit secara fisik dan mental pada diri mereka.

Melalui teorinya yang memiliki fokus perhatian pada budaya khususnya bahasa pada berbagai kelompok masyarakat yang hidup berdampingan di AS, Johnson berupaya mempromosikan perlunya memberikan sumbangan bagi keragaman budaya (*multiculturalism*) dan mempromosikan kebijakan bahasa yang walaupun diakuinya cukup rumit, namun harus direncanakan dengan baik dengan menghormati perbedaan budaya yang ada sehingga mampu membentuk budaya AS yang modern.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Proses komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat. Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. (Effendy, 1989: 60).

Untuk mengetahui dengan jelas tentang komunikasi, maka dari itu kita terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian komunikasi itu sebagai berikut:

“Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambing

bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku”.
(Effendy, 1989: 60).

Komunikasi adalah bentuk nyata kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, tiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi. Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya. Ketika berkomunikasi kita tidak hanya memikirkan misi untuk mengubah sikap seseorang, namun sisi psikologis dan situasi yang mendukung ketika itu juga harus diperhatikan. Apabila kita salah dalam memberikan persepsi awal dari stimuli, maka komunikasi akan kurang bermakna. Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi.

Penasaran kita akan lingkungan dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007: 4) Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2007: 68), konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. Dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol—kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi."

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."

3. Carl L Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."

4. Gerald R. Miller :

"Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima."

5. Everett M. Rogers :

"Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari. Sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka."

6. Raymond S. Ross :

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

“Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.”

8. Harold D. Lasswell :

“(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?

Deddy Mulyana (2007: 76) mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :
"Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna."
2. Donald Byker dan Loren J. Anderson :
"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."
3. William I. Gorden :
"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."
4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson :
"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."
5. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :
"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."
6. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :
"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."
7. Karl Erik Rosengren :
"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Budaya

Kebudayaan ataupun yang disebut peradaban, mengandung pengertian yang luas meliputi pemahaman perasaan suatu bangsa yang kompleks, meliputi

pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat-istiadat (kebiasaan), dan pembawaan lainnya yang diperoleh dari anggota masyarakat (Taylor, 1897).

Para ahli sudah banyak yang menyelidiki berbagai kebudayaan. Dari hasil penyelidikan tersebut timbul dua pemikiran tentang munculnya suatu kebudayaan atau peradaban. Pertama, anggapan bahwa adanya hukum pemikiran atau perbuatan manusia (baca kebudayaan) disebabkan oleh tindakan besar yang menuju kepada perbuatan yang sama dan penyebabnya yang sama. Kedua, anggapan bahwa tingkat kebudayaan atau peradaban muncul sebagai akibat taraf perkembangan dan hasil evaluasi masing-masing sejarahnya.

Memperlajari pengertian kebudayaan bukan suatu kegiatan yang mudah, mengingat banyaknya batasan konsep dari berbagai bahasa, sejarah, dan sumber bacanya atau literturnya, baik yang berwujud atau yang abstrak yang secara jelas menunjukkan hidup bagi sekelompok orang (masyarakat).

Pengertian kebudayaan yang dikemukakan oleh E.B. Taylor maupun dalil-dalil yang dikemukakan oleh Herkovils masih bersifat luas sehingga pengkajian kebudayaan sangat bervariasi. Kebudayaan dalam kaitannya dengan ilmu budaya dasar adalah penciptaan, penertiban, dan pengolahan nilai-nilai insani. Tercakup di dalamnya usaha memanusiakan diri di dalam alam lingkungan, baik fisik maupun sosial. Nilai-nilai ditetapkan atau dikembangkan sehingga sempurna. Tidak memisah-misahkan dalam mebudayakan alam, memanusiakan hidup, dan menyempurnakan hubungan insani. Manusia memanusiakan dirinya dan memanusiakan lingkungan dirinya.

Untuk dapat memahami ilmu budaya dasar yang merupakan perpaduan beberapa pengertian, konsep, atau teori pengetahuan budaya, bila perlu terlebih dahulu mempelajari kerangka kebudayaannya sendiri. Sebab apa yang dikatakan definisi, pengertian, atau teori tentang pengetahuan budaya, semuanya merupakan komponen dari susunan suatu ilmu, yang tidak dapat melepaskan diri dari suatu objek formal suatu ilmu.

1. Konsep Kebudayaan

Menurut Koentjaraningrat (1980), kata “kebudayaan” berasal dari kata Sansakerta budhayah, yaitu bentuk jamak dari budhi yang berarti “budi” atau “akal”. Dengan demikian kebudayaan dapat diartikan “hal-hal yang bersangkutan dengan akal”. Sedangkan kata “budaya” merupakan perkembangan majemuk dari “budi daya” yang berarti “daya dari budi” sehingga dibedakan antara “budaya” yang berarti “daya dari budi” yang berupa cipta, karsa dan rasa, dengan “kebudayaan” yang berarti hasil dari cipta, karsa dan rasa. Menurut dimensi wujudnya, kebudayaan mempunyai tiga wujud, yaitu :

- a. Kompleks gagasan, konsep, dan pikiran manusia: Wujud ini disebut sistem budaya, sidatnya abstrak, tidak dapat dilihat, dan berpusat kepada kepala-kepala manusia yang menganutnya.
- b. Kompleks aktivitas, berupa aktivitas manusia yang saling berinteraksi, bersifat kongkret, dapat diamati atau diobservasi. Wujud ini sering disebut system sosial.

- c. Wujud sebagai benda. Aktivitas manusia yang saling berinteraksi tidak lepas dari berbagai penggunaan berbagai peralatan sebagai hasil karya manusia untuk mencapai tujuannya.

2. Unsur-Unsur Kebudayaan

Unsur-unsur kebudayaan meliputi semua kebudayaan di dunia, baik yang kecil, bersahaja dan terisolasi, maupun yang besar, kompleks, dan dengan jaringan hubungan yang luas. Menurut konsep B. Malinowski, kebudayaan di dunia mempunyai tujuh unsur universal, yaitu :

- a. Bahasa
- b. Sistem teknologi
- c. Sistem mata pencaharian
- d. Organisasi social
- e. Sistem pengetahuan
- f. Religi
- g. Kesenian

Secara sederhana sistem diartikan sebagai kumpulan bagian-bagian yang berkerja bersama-sama untuk melakukan suatu maksud. Definisi ini bersifat operasional. Tetapi yang jelas, sistem itu memiliki sepuluh ciri, yaitu :

1. Fungsi (*function*),
2. Satuan (*unit*),
3. Batasan (*boundary*),
4. Bentuk (*structure*),

5. Lingkungan (*environment*),
6. Hubungan (*relation*),
7. Proses (*process*),
8. Masukan (*input*),
9. Keluaran (*output*),
10. Pertukaran (*exchange*).

Kesepuluh ciri sistem ini mempermudah seseorang dalam menganalisis suatu sistem menurut perpektif tertentu seperti sistem sosial atau sistem budaya.

Sistem budaya merupakan wujud yang abstrak dari kebudayaan. Sistem budaya atau *cultural system* merupakan ide-ide dan gagasan manusia yang hidup bersama dalam suatu masyarakat. Gagasan tersebut tidak dalam keadaan lepas satu dari yang lainnya, tetapi selalu berkaitan dan menjadi suatu sistem. Dengan demikian sistem budaya adalah bagian dari kebudayaan, yang diartikan pula adat-istiadat. Adat-istiadat mencakup sistem nilai budaya, sistem norma, norma-norma menurut pranata-pranata yang ada di dalam masyarakat yang bersangkutan, termasuk norma agama.

Fungsi sistem budaya adalah menata dan memantapkan tindakan-tindakan serta tingkah laku manusia. Proses belajar dari sistem budaya ini dilakukan melalui pembudayaan atau *institutionalization* (pelebagaan). Dalam proses pelembagaan ini, seorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat-adat, sistem norma dan peraturan yang hidup dalam kebudayaannya.

Menurut Bakker (1984:37) kebudayaan sebagai penciptaan dan perkembangan nilai meliputi segala apa yang ada dalam alam fisik, personal dan sosial, yang disempurnakan untuk realisasi tenaga manusia dan masyarakat. Untuk kebudayaan hasil penciptaan dan perkembangan nilai tersebut meliputi kebudayaan subjektif dan kebudayaan objektif.

a. Kebudayaan Subjektif

Dipandang dari aspirasi fundamental yang ada pada manusia, nilai-nilai batin dalam kebudayaan subjektif terdapat dalam perkembangan kebenaran, kebaikan dan keindahan. Dalam hirarki nilai perwujudannya tampak dalam kesehatan badan, penghalusan perasaan, kecerdasan budi bersama dengan kecakapan untuk mengkomunikasikan hasil pemakaian budi kepada lain-lain, serta kerohanian. Kesehatan, gaya indah, kebajikan dan kebijaksanaan merupakan puncak-puncak baklat (*ultimatum potatiae*) dari badan, rasa, kemauan dan akal. Itulah dikonkretisasikan lebih lagi dalam keterampilan, kecekatan, keadilan, kedermawanan, elokuensi dan fungsi-fungsi lain yang dikembangkan dalam tabiat manusia oleh pengalaman dan pendidikan. Lewat fungsi-fungsi itu manusia menyempurnakan kosmos dan menghumanisasikan dirinya. Keselarasan nilai-nilai subjektif diutamakan oleh humanism klasik.

b. Kebudayaan Objektif

Nilai-nilai imanen dalam kebudayaan subjektif harus menyatakan diri dalam tata lahir sebagai materialisasi dan institusionalisasi. Disana terbentangleh dunia Kebudayaan Objektif yang amat luas dan serba guna,

yang dihasilkan oleh usaha raksasa ratusan angkatan sepanjang sejarah. Sedikit demi sedikit dibina, dengan “*trial error*”, dengan maju mundur, dengan pinjam-meminjam antar kebudayaan. Disana dialog manusia-alam memuncak. Nilai-nilai yang direalisasikan secara batin, sekali diproyeksi secara serupa, merupakan landasan untuk perkembangan batin lebih lanjut dan demikian terus menerus dalam sarang yang semakin kompleks. Nilai-nilai objektif itu, yang juga disebut hasil unsur-unsur kebudayaan itu dapat disistematisasikan menurut beberapa prinsip pembagian, antara lain : ilmu pengetahuan, teknologi, kesosialan, ekonomi, kesenian, dan agama.

1.2.4.3 Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Budaya

Pengertian Komunikasi Lintas Budaya (*cross-cultural*) dan Antar Budaya (*inter-cultural*) tidak begitu dibedakan. Kedua istilah tersebut dipakai secara berganti-ganti dengan makna yang hampir sama.

1. Komunikasi Antar Budaya

Kajian awal tentang komunikasi antarbudaya dimulai oleh Asante dan kawan-kawan pada tahun 1980-an. Disusul kemudian dengan lahirnya *International and Intercultural Communication Annual* pada tahun 1983 yang dalam setiap terbitannya menampung karya-karya bertema komunikasi antarbudaya. Tema pertama tentang “Teori komunikasi antarbudaya” diluncurkan tahun 1983 oleh Gudykunst, disusul tahun 1988 oleh Kim dan Gudykunst, sedangkan tema metode penelitian ditulis oleh Gudykunst dan Kim tahun 1984. Pada tahun 1990-an dst studi-studi

komunikasi antarbudaya diperluas meliputi pula studi diplomasi antarbangsa, misalnya Penelitian Komunikasi Kemanusiaan, Jurnal Komunikasi Internasional dan Relasi Antarbudaya, Jurnal Studi Tentang Orang Hitam, serta Jurnal Bahasa dan Psikologi Sosial.

Peran McLuhan sebagai orang pertama yang memberikan penekanan pada kajian komunikasi antarbudaya karena dia melihat adanya gejala makin meningkatnya hubungan dan ketergantungan antarbangsa. Dari gagasan McLuhan itulah kemudian lahir konsep “Tatanan Komunikasi dan Informasi Dunia Baru” yang memengaruhi perkembangan sejumlah penelitian tentang perbedaan budaya antaretnik, rasial dan golongan di semua bangsa. Berikut beberapa definisi tentang komunikasi antarbudaya :

- 1) Menurut Sitaram (1970), komunikasi antarbudaya adalah seni untuk memahami dan dipahami oleh khalayak yang memiliki kebudayaan lain.
- 2) Menurut Rich (1974), komunikasi bersifat budaya apabila terjadi di antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya.
- 3) Menurut Stewart (1974), komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu kondisi yang menunjukkan adanya perbedaan budaya seperti bahasa, nilai-nilai, adat, kebiasaan.
- 4) Menurut Gernard Maletzke (1976), komunikasi antarbudaya adalah proses pertukaran pikiran dan makna di antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya.

Komunikasi antar budaya lebih menekankan aspek utama yakni komunikasi antarpribadi di antara komunikator dan komunikan yang kebudayaannya berbeda. Para pemrakarsa komunikasi antarbudaya, umumnya memberikan gambaran bahwa setiap bangsa mempunyai satu kebudayaan yang homogen. Konsep yang akan dihomogenisasikan itu adalah konsep suku bangsa/*state* dengan *the people*.

Ada 3 (tiga) dimensi pada pemahaman tentang kebudayaan dalam konteks Komunikasi Antar Budaya :

1) Tingkat masyarakat kelompok budaya dari para partisipan;

Contoh : Komunikasi antarindividu dengan kebudayaan nasional yang berbeda (wirausaha Jepang dengan wirausaha Amerika atau Indonesia) atau antar individu dengan kebudayaan ras-etnik yang berbeda (seperti antar pelajar penduduk asli dengan guru pendatang. Bahkan ada yang mempersempit lagi pengertian pada “kebudayaan individual” karena setiap orang mewujudkan latar belakang yang unik.

2) Konteks sosial tempat terjadinya Komunikasi Antar Budaya;

Menyangkut Konteks Sosial. Misalnya, konteks sosial KAB pada: organisasi, bisnis, pendidikan, akulturasi imigran, politik, penyesuaian pelancong/pendatang sementara, perkembangan alih teknologi/pembangunan/ difusi inovasi, konsultasi terapis. Dalam dimensi ini bisa saja muncul variasi kontekstual, misalnya, komunikasi antar orang Indonesia dengan Jepang dalam suatu transaksi dagang akan berbeda

dengan komunikasi antar keduanya dalam berperan sebagai dua orang mahasiswa dari suatu universitas. Dengan demikian konteks sosial khusus tempat terjadinya KAB memberikan pada para partisipan hubungan-hubungan antarperan, ekspektasi-ekspektasi, norma-norma, dan aturan-aturan tingkah laku yang khusus.

- 3) Saluran yang dilalui oleh pesan-pesan Komunikasi Antar Budaya (verbal dan nonverbal). Berkaitan dengan saluran komunikasi. Secara garis besar, saluran dapat dibagi atas : Antarpribadi/orang dan Media Massa. Bersama-sama dengan dua dimensi sebelumnya, saluran komunikasi juga memengaruhi proses dan hasil keseluruhan dari KAB. Misalnya, orang Indonesia menonton melalui TV keadaan kehidupan di Afrika akan memiliki pengalaman yang berbeda dengan keadaan apabila ia sendiri berada di sana dan melihat dengan mata kepala sendiri. Umumnya, pengalaman komunikasi antarpribadi dianggap memberikan dampak yang lebih mendalam. Komunikasi melalui media kurang dalam feedback langsung antarpribadi dan oleh karena itu, pada pokoknya bersifat satu arah. Sebaliknya, saluran antarpribadi tidak dapat menyaingi kekuatan saluran media dalam mencapai jumlah besar manusia sekaligus bersifat antarbudaya bila partisipan-partisipannya berbeda latar belakang budayanya.

Ketiga dimensi di atas dapat digunakan secara terpisah ataupun bersamaan, dalam mengklasifikasikan fenomena komunikasi antarbudaya khusus. Misalnya : kita dapat menggambarkan komunikasi antara Presiden

Indonesia dengan Dubes baru dari Nigeria sebagai komunikasi internasional, antarpribadi dalam konteks politik; komunikasi antara pengacara AS dari keturunan Cina dengan kliennya orang AS keturunan Puerto Rico sebagai komunikasi antar ras/antar etnik dalam konteks bisnis; komunikasi imigran dari Asia di Australia sebagai komunikasi antaretnik, antarpribadi dan massa dalam konteks akulturasi.

2. Komunikasi Lintas Budaya

Studi komunikasi lintas budaya berangkat dari perspektif antropologi sosial dan budaya sehingga lebih bersifat *depth description*, yakni penggambaran yang mendalam tentang perilaku komunikasi berdasarkan kebudayaan tertentu. Satu contoh studi tentang komunikasi lintas budaya, seperti dilakukan oleh William (1966) dalam Samovar dan Porter (1976), berkisar pada perbandingan perilaku komunikasi antarbudaya dengan menunjukkan persamaan dan perbedaan :

- (1) persepsi, yaitu sifat dasar persepsi dan pengalaman persepsi, peranan lingkungan sosial dan fisik terhadap pembentukan persepsi; (2) kognisi, yang terdiri unsur-unsur khusus kebudayaan, proses berpikir, bahasa dan cara berpikir; (3) sosialisasi, berhubungan dengan masalah sosialisasi universal dan relativitas, tujuan-tujuan institusionalisasi; dan (4) kepribadian, misalnya tipe-tipe budaya pribadi yang mempengaruhi etos, dan tipologi karakter atau watak bangsa.

Dilihat dari sifat kajiannya istilah komunikasi antarbudaya lebih kompleks maknanya daripada komunikasi lintas budaya karena terdapat kajian komunikasi

antarbudaya yang mendekati objeknya melalui pendekatan kritik budaya, sedangkan komunikasi lintas budaya lebih memfokuskan diri pada upaya deskripsi perbandingan pola-pola komunikasi antarpribadi di antara peserta komunikasi yang berbeda kebudayaan.

1.2.4.4 Tinjauan Umum Tentang Budaya Sunda

Suku Sunda adalah kelompok etnis yang berasal dari bagian barat pulau Jawa, Indonesia, dari Ujung Kulon di ujung barat pulau Jawa hingga sekitar Brebes (mencakup wilayah administrasi propinsi Jawa Barat, Banten, sebagian DKI Jakarta, dan sebagian Jawa Tengah. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Karena letaknya yang berdekatan dengan ibu kota negara maka hampir seluruh suku bangsa yang ada di Indonesia terdapat di provinsi ini. 65% penduduk Jawa Barat adalah Suku Sunda yang merupakan penduduk asli provinsi ini. Suku lainnya adalah Suku Jawa yang banyak dijumpai di daerah bagian utara Jawa Barat, Suku Betawi banyak mendiami daerah bagian barat yang bersempadan dengan Jakarta.

Suku Minang dan Suku Batak banyak mendiami Kota-kota besar di Jawa Barat, seperti Bandung, Cimahi, Bogor, Bekasi, dan Depok. Sementara itu Orang Tionghoa banyak dijumpai hampir di seluruh daerah Jawa Barat. Kebudayaan Sunda merupakan salah satu kebudayaan yang menjadi sumber kekayaan bagi bangsa Indonesia yang dalam perkembangannya perlu dilestarikan. Kebudayaan-kebudayaan tersebut akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Sistem Kepercayaan

Hampir semua orang Sunda beragama Islam. Hanya sebagian kecil yang tidak beragama Islam, diantaranya orang-orang Baduy yang tinggal di Banten Tetapi juga ada yang beragama Katolik, Kristen, Hindu, Budha.Selatan. Praktek-praktek sinkretisme dan mistik masih dilakukan. Pada dasarnya seluruh kehidupan orang Sunda ditujukan untuk memelihara keseimbangan alam semesta. Keseimbangan magis dipertahankan dengan upacara-upacara adat, sedangkan keseimbangan sosial dipertahankan dengan kegiatan saling memberi (gotong royong).

2. Ilmu Pengetahuan

Pendidikan di suku sunda sudah dibilang sangat berkembang baik. Terlihat dari peran pemerintah Jawa Barat. Pemerintah Jawa Barat memiliki tugas dalam memberikan pelayanan pembangunan pendidikan bagi warganya, sebagai hak warga yang harus dipenuhi dalam pelayanan pemerintah. Pembangunan pendidikan merupakan salah satu bagian yang sangat vital dan fundamental untuk mendukung upaya-upaya pembangunan Jawa Barat di bidang lainnya. Pembangunan pendidikan merupakan dasar bagi pembangunan lainnya, mengingat secara hakiki upaya pembangunan pendidikan adalah membangun potensi manusia yang kelak akan menjadi pelaku pembangunan.

Dalam setiap upaya pembangunan, maka penting untuk senantiasa mempertimbangkan karekteristik dan potensi setempat. Dalam konteks ini masyarakat Jawa Barat yang mayoritas suku sunda memiliki potensi

budaya dan karakteristik tersendiri, baik secara sosiologis-antropologis, falsafah kehidupan masyarakat Jawa Barat yang telah diakui memiliki makna yang sangat mendalam.

3. Kesenian

Masyarakat sunda begitu gemar akan kesenian, sehingga banyak terdapat jenis kesenian diantaranya seperti :

A. Seni Bangunan

Rumah adat tradisional masyarakat sunda adalah berbentuk keraton kesepuhan Cirebon yang memiliki 4 ruang, yaitu sebagai berikut : (1) Pendopo yaitu tempat untuk keselamatan sultan; (2) Pringgondani yaitu tempat untuk sultan memberikan perintah kepada adipati; (3) Prabayasa yaitu tempat sultan menerima tamu (ruang Tamu); (4) Panembahan yaitu ruang kerja dan tempat istirahat sultan.

Aneka ragam saung adat sunda juga dapat kita temui disini, ciri-ciri bangunan khas adat sunda diantaranya:

- Ruang dalam selalu lebih tinggi dari halaman.
- Kebanyakan berbentuk rumah Panggung.
- Ada ruang transisi yang berfungsi sebagai teras.
- Inti bangunan terdiri dari satu atau beberapa bentuk simetris.
- Bentuk atap dasar kebanyakan berupa pelana atau limas.
- Banyak di pengaruhi oleh bangunan Jawa.
- Bahan bangunan memanfaatkan bahan alam yang ada di sekitarnya

Dalam arsitektur tradisional Sunda, perhatian utama terlihat dari aksesoris atap yang beragam dengan bentuk yang sangat spesifik, berikut Macam-macam sketsa bentuk atap dalam arsitektur Sunda.

a. Suhunan Jolopong

Bentuk atap ini dikenal juga dengan bentuk atap suhunan panjang atau potongan halteu, bentuk atap ini pada saat sekarang sering disebut atap pelana yang merupakan jenis atap yang paling sederhana, atap ini pada awalnya banyak di pakai untuk saung disawah sebagai tempat istirahat petani.

b. Tagog Anjing

Jenis atap ini dikenal juga dengan Jogo Anjing, bentuk atap ini mempunyai dua bidang yang berbatasan pada garis batang suhunan. Bidang atap yang satu lebih lebar/panjang dibanding bidang atap yang lainnya serta berfungsi sebagai penutup ruangan. Bidang atap yang kecil bukan sebagai penutup ruangan akan tetapi berfungsi sebagai pelindung matahari dan penahan percikan air hujan.

c. Badak Heuay

Bentuk atap ini hampir sama dengan bentuk atap Tagog Anjing, hanya saja untuk atap jenis Badak Heuay terlihat atap utamanya lebih menjorok kedepan.

d. Parahu Kumureb

Bentuk atap ini mempunyai empat buah bidang atap, sepasang bidang atap mempunyai bentuk luas yang sama berbentuk segitiga dan sepasang lagi berbentuk trapesium sama kaki. Letak kedua bentukan tersebut sebelah menyelebah dan di batasi oleh garis bubung/nok. Pertemuan antara kedua bentukan segitiga dan limas disebut jurai luar. Dari bentuk atap secara keseluruhan terlihat seperti perahu tengkurap.

e. Julang Ngapak

Arti harafiah dari julang ngapak ini sikap burung yang merentangkan sayap. Bentuk atap ini adalah bentuk yang melebar di kedua sisi, jika di lihat dari sisi samping atap bangunan ini akan terlihat seperti sayap burung julak yang sedang merentangkan sayap. Bentuk atap ini mempunyai empat bidang atap. Sudut atap bagian bawah tidak sama dengan sudut atap yang berada bagian atasnya, sehingga terlihat lebih dinamis dan megah.

f. Capit Gunting

Capit gunting, yaitu bentuk bangunan rumah yang atap (suhunan) bagian ujung belakang atas dan depan atas menggunakan kayu atau bambu yang bentuknya menyilang dibagian atasnya seperti gunting.

g. Buka Palayu dan Buka Pongpok

Jenis atap ini adalah inovasi dari jenis atap Parahu Kumureb , yaitu penambahan atap utama dengan kanopi pada ruang tambahan atau ruang transisi.

B. Seni Tari

Tari yang terkenal di masyarakat sunda adalah tari topeng cirebon, tari merak, tari jaipong, dan ketuk tilu.

C. Seni Suara dan Musik

Alat musik tradisional masyarakat sunda adalah angklung, calung, kecapi, dan degung. 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. Alat musik tradisional Sunda digunakan untuk mengiringi tembang. Tembang adalah puisi yang di iringi oleh kecapi dan suling. Salah satu lagu tradisional masyarakat sunda yaitu : Bubuy Bulan, Manuk Dadali, Tokecang, dan Warung Pojok.

D. Seni sastra

Sunda sangat kaya akan seni sastra, berupa pupuh, kidung, mantra, rajah, jangjawokan, dll. Contohnya Prabu Siliwangi yang diungkapkan dalam bentuk pantun dan Si Kabayan yang diungkapkan dalam bentuk prosa. Berikut daftar karya sastra dalam bahasa Jawa yang berasal dari daerah kebudayaan Sunda, sebagai berikut: Babad Cerbon, Cariosan Prabu Siliwangi, Carita Ratu Galuh, Carita Purwaka Caruban Nagari,

Carita Waruga Guru, Kitab Waruga Jagat, Layang Syekh Gawaran, Pustaka Raja Purwa, Sajarah Banten, Suluk Wuyung Aya, Wahosan Tumpawarang, Wawacan Angling Darma, Wawacan Syekh Baginda Mardan, Kitab Pramayoga/jipta Sara.

E. Seni pertunjukan

Pertunjukan yang paling terkenal di suku sunda adalah Wayang Golek. Wayang golek adalah boneka kayu dengan penampilan yang sangat menarik dan kreatif.

Kirab Helaran dikenal pula dengan nama Kuda Renggong atau Kuda Depok pertunjukan seekor kuda atau lebih yang di hias warna-warni dan dinaiki oleh budak sunatan atau anak yang telah disunat dengan menggunakan kostum Raja atau Satria, bisa pula meniru pakaian para Dalem Baheula, memakai Bendo, takwa dan pakai kain serta selop.

F. Seni Bela Diri

Pencak silat Cikalong atau "Maempo Cikalong", menjadi pedoman bagi hampir seluruh perguruan pencak silat khususnya di Sunda dan umumnya di Indonesia, melengkapi teknik perguruannya dengan aliran ini.

4. Alat Komunikasi

Bahasa sunda juga mengenal tingkatan dalam bahasa, yaitu bahasa untuk membedakan golongan usia dan status sosial antara lain, yaitu :

- a. Bahasa sunda lemes (halus) yaitu dipergunakan untuk berbicara dengan orang tua, orang yang dituakan atau disegani.

- b. Bahasa sunda sedang yaitu digunakan antara orang yang setaraf, baik usia maupun status sosialnya.
- c. Bahasa sunda kasar yaitu digunakan oleh atasan kepada bawahan, atau kepada orang yang status sosialnya lebih rendah.

5. Mata Pencaharian

Terdapat berbagai macam jenis mata pencaharian masyarakat sunda, diantaranya:

- a. Bidang perkebunan seperti tumbuhan teh, kelapa sawit karet dan kina.
- b. Bidang pertanian, seperti padi, palawija, dan sayur-sayuran.
- c. Bidang perikanan, seperti tambak udang, dan perikanan ikan payau.

Selain bertani, berkebun dan mengelola perikanan, ada juga bermata pencaharian sebagai pedagang, pengrajin, peternak.

6. Sosial / Sistem Kekerabatan

Sistem kekerabatan yang digunakan adalah sistem kekerabatan parental atau bilateral, yaitu mengikuti garis keturunan kedua belah pihak orang tua yaitu bapak dan ibu. Dalam keluarga sunda, bapak 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 bahasa sunda dikenal pula kosa kata sejarah dan sarsilah (silsilah, silsilah) yang maknanya kurang lebih sama dengan kosa kata sejarah dan silsilah dalam bahasa Indonesia. Makna sejarah adalah susun galur atau garis keturunan.

Pada saat menikah, orang sunda tidak ada keharusan menikah dengan keturunan tertentu asal tidak melanggar ketentuan agama. Setelah menikah, pengantin baru bisa tinggal di tempat kediaman istri atau suami tetapi pada umumnya mereka memilih tinggal di tempat baru atau neolokal. Dilihat dari sudut ego, orang sunda mengenal istilah tujuh generasi keatas dan tujuh generasi ke bawah, antara lain yaitu

a. Tujuh generasi keatas

Kolot, Embah, Buyut, Bao, Janggawareng, Udeg-udeg, Gantung Siwur.

b. Tujuh generasi kebawah

Anak, Incu, Buyut, Bao, Janggawareng, Udeg-Udeg, Gantung Siwur.

7. Peralatan Hidup dan Teknologi

Sistem peralatan masyarakat sunda terdapat pada senjata tradisionalnya yaitu kujang. Senjata seperti kujang ini disimpan sebagai pusaka yang digunakan untuk melindungi rumah dari bahaya dengan meletakkan di atas tempat tidur. Menurut sebagian orang kujang mempunyai kekuatan tertentu yang berasal dari dewa (Hyang), kujang juga dipakai sebagai salah satu estetika dalam beberapa organisasi serta pemerintahan. Dengan perkembangan kemajuan, teknologi, budaya, sosial dan ekonomi masyarakat sunda, kujang pun mengalami perkembangan dan pergeseran bentuk, fungsi dan makna. Dari sebuah peralatan pertanian,

kujang berkembang menjadi sebuah benda yang memiliki karakter tersendiri dan cenderung menjadi senjata yang bernilai simbolik dan sakral.

Berdasarkan fungsi kujang terbagi menjadi empat antara lain, Kujang Pusaka (lambang keagungan dan perlindungan keselamatan), Kujang Pakarang (untuk berperang), Kujang Pangarak (sebagai alat upacara), Kujang Pamangkas (sebagai alat berladang). Teknologi di masyarakat sunda pula saat ini sudah berkembang pesat, masyarakat saat ini sudah banyak mengenal dan bahkan memiliki benda-benda elektronik, tetapi adapula masyarakat sunda yang masih kental dengan adat dan menghindari tentang adanya teknologi dan unsur modern. Contohnya adalah masyarakat baduy. Mereka memang tidak begitu suka dengan perubahan teknologi, karena bagi mereka adat leluhur dari nenek moyang haruslah tetap dijalankan

1.2.4.5 Tinjauan Umum Tentang Kuliner Sunda

Culinary dalam bahasa Inggris berarti hal urusan dapur yang berkenaan dengan keahlian masak-memasak. Dalam bahasa Indonesia diistilahkan dengan kata kuliner yang dapat didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan pengolahan makanan dimulai dari memilih bahan yang berkualitas, menyiapkan, dan mengolahnya secara tepat untuk menghasilkan makanan yang aman, sehat, dan nikmat, menurut seorang ahli gizi kuliner dalam bukunya *Aspek Kuliner dan Citarasa Makanan pada Pelayanan Gizi* (Tuti Soenardi:2007). Sedangkan pada kata Sunda merupakan sebuah suku atau etnis di Indonesia wilayah Jawa Barat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kuliner Sunda ialah makanan atau masakan khas suku Sunda atau makanan traditional khas masyarakat daerah Jawa Barat. Ini adalah salah satu makanan yang paling populer di Indonesia.

Makanan Sunda memiliki ciri kesegaran bahannya, lalap terkenal dimakan dengan sambal dan juga karedok menunjukkan kegemaran orang Sunda terhadap sayuran mentah segar. Berbeda dengan masakan minangkabau yang kaya rasa dan pedas dengan kandungan bumbu kari dan santan yang kental, masakan Sunda menampilkan citarasa yang ringan, sederhana, dan jelas; berkisar antara gurih asin, asam segar, manis ringan, dan pedas.

Sambal terasi adalah bumbu penyerta yang paling lazim dalam hidangan Sunda, dimakan dengan lalap atau tahu dan tempe goreng. Sayur asem dengan kuah berbumbu asam jawa mungkin adalah sayur yang paling populer dalam hidangan Sunda. Jenis sayuran populer lain adalah Soto Bandung, sejenis soto dengan irisan daging sapi dan lobak, serta mie kocok, sejenis mi dengan daging sapi dan kikil.

Ikan air tawar seperti ikan mas, gurami, ikan nila, dan lele lazim dikonsumsi dengan dimasak secara dibakar atau digoreng, umumnya disajikan dengan sambal dan kecap manis. Orang Sunda dikenal menggemari ikan asin dari hidangan laut. Berbagai hidangan ikan laut yang diasinkan seperti ikan asin bulu ayam, teri, cumi-cumi, jambal, ikan peda asin, dan ikan pari asin lazim ditemukan dalam hidangan Sunda sehari-hari. Pais atau pepes adalah cara memasak dengan menggunakan daun pisang sebagai pembungkus bahan pangan. Metode pepes ini

sangat lazim ditemukan dalam seni memasak Sunda. Di antaranya, pais lauk emas atau pepes ikan mas adalah jenis pepes yang paling digemari.

Daging ayam biasanya digoreng atau dipanggang, juga biasanya disajikan dengan sambal dan kecap manis. Bakakak hayam adalah ayam bakar khas Sunda. Kadang kala ayam juga dapat dimasak sebagai pepes atau sop. Daging merah seperti daging sapi, kerbau, kambing, dan domba dapat dibumbui dengan campuran bumbu dan gula jawa dan digoreng menjadi empal gepuk yang ditaburi bawang goreng. Daging sapi dan kentang kadang kala dimasak dalam bumbu kecap manis sebagai semur daging. Hati sapi dan jengkol juga lazim dimasak semur. Daging kambing dan domba biasanya dijadikan sate, sate khas Sunda adalah sate maranggi dengan bumbu mengandung kecombrang. Gulai kambing dan empal gentong dari Cirebon juga populer sebagai sup daging.

Jika tradisi masakan Jawa menggemari tempe, orang Sunda amat menggemari oncom, keduanya adalah hasil fermentasi dengan jenis kapang yang berbeda; tempe dibuat dari kacang kedelai, sedangkan oncom dibuat dari kacang tanah. Seni memasak Sunda mengembangkan cara memasak dengan metode fermentasi, misalnya oncom, tauco (hasil adaptasi masakan Tionghoa Indonesia), atau makanan ringan seperti peuyeum (tapai) baik dari beras ketan atau singkong.

Di rumah makan atau warung nasi Sunda, lazim makan dengan hanya menggunakan tangan. Biasanya disediakan kobokan, semangkuk air bersih yang kadang diberi irisan jeruk nipis agar memberikan aroma segar. Kobokan ini digunakan untuk membersihkan tangan sebelum dan sesudah makan. Kobokan

biasanya juga disediakan di rumah makan Padang dan rumah makan hidangan laut.

Rumah makan tradisional Sunda dan Jawa biasanya menyajikan cara bersantap secara lesehan; yaitu makan sambil duduk di atas tikar. Makanan biasanya disajikan di atas meja rendah, atau kadang diatas tikar. Cara makan ini sama dengan cara bersantap tradisional Jepang di atas tatami. Rumah makan tradisional Sunda di daerah pedesaan ada yang bergaya saung, yaitu beberapa bangunan rumah panggung kecil yang umumnya dibangun di atas kolam ikan. Kolam ikan itu biasanya sekaligus memelihara ikan mas dan gurami yang dapat dipilih langsung oleh pelanggan untuk langsung dimasak.

Makanan khas Sunda yang paling populer adalah Nasi timbel, merujuk kepada cara memasak dengan membungkus nasi panas di dalam daun pisang. Panas nasi menjadikan aroma daun pisang luruh dan menambah aroma nasi. Caranya hampir sama dengan membuat lontong; ditekan, dipadatkan, dan digulung dengan daun pisang; biasanya disajikan bersama beberapa pilihan lauk-pauk teman nasi seperti ayam, bebek, atau merpati goreng, empal gepuk, jambal roti, tahu, tempe, sayur asem, lalab dan sambal. Nasi timbel pada perkembangannya mengilhami resep nasi bakar. Selain itu terdapat pula beberapa jenis makanan khas Sunda yang tidak kalah populer, yaitu sebagai berikut :

1. Nasi Liwet Sunda, cara masak nasi dalam tungku dengan nasi dibumbui sereh dan laos serta daun salam. Untuk menambah rasa ada yang menambahkan ikan asin.

2. Nasi Tutug Oncom, nasi yang dinanak dengan campuran oncom, bawang merah, dan kencur, biasanya disajikan dengan krupuk, sambal terasi, dan teri asin.
3. Lalab, sayuran mentah disajikan dengan sambal.
4. Sambal terasi, sambal ulek dengan terasi.
5. Karedok, sayuran mentah dengan bumbu kacang.
6. Lotek, sayuran rebus dengan bumbu kacang.
7. Sayur Asem, sayur dengan citarasa asam jawa.
8. Oncom, fermentasi kacang tanah mirip dengan tempe. Oncom dapat digoreng, dijadikan pepes, atau ditumis dengan sayuran seperti Ulukutek Leunca (leunca) atau Oncom Peuteuy (dicampur petai).
9. Tumis Tauco, Tahu ditumis dengan tauco.
10. Tumis Kangkung, kangkung tumis.
11. Aneka Pepes, pepes adalah cara memasak dengan membungkus bahan pangan di dalam daun pisang yang kemudian dimasak (dipanaskan), berbagai bahan pangan dapat dijadikan pepes, seperti ikan mas, teri, oncom, leunca, jamur, telur asin, tahu, dan lain-lain. Salah satu yang paling terkenal adalah Pais Lauk Emas (pepes ikan mas).
12. Aneka Ikan Bakar, aneka ikan bakar disajikan denganocolan sambal dan kecap. Ikan mas, gurami, ikan nila, dan lele lazim disajikan. Aneka Ikan Goreng, aneka ikan goreng disajikan denganocolan sambal dan kecap. Ikan mas, gurami, ikan nila, dan lele lazim disajikan, tetapi Gurame Kipas adalah salah satu yang paling populer.

13. Aneka Ikan Asin, ikan asin seperti peda, jambal, pari, ikan asin bulu ayam, teri, dan cumi asin; juga ikan gabus.
14. Bakakak hayam, ayam panggang ala Sunda.
15. Empal Gepuk, daging sapi goreng bercitarasa manis.
16. Soto Bandung, soto daging sapi dan lobak.
17. Soto Mie, soto dengan mi, bihun, lumpia, kikil atau urat sapi.
18. Mie Kocok, mi dengan kikil dan urat sapi.
19. Sate Maranggi, sate kambing atau domba khas Sunda dengan bumbu kecombrang.
20. Gulai Kambing, gulai daging kambing.
21. Empal Gentong, daging dan jeroan kambing dari Cirebon.
22. Laksa Bogor, sejenis variasi laksa dari Bogor.
23. Kupat Tahu, ketupat, tahu, bihun, taoge, dengan bumbu kacang.
24. Asinan, sayuran atau uah-buahan yang diawetkan dengan cara diasinkan atau diacar.
25. Baso Tahu, mirip dimsum, tahu dan daging ikan kukus, sama dengan Siomay Bandung.
26. Batagor, Baso Tahu Goreng.

1.2.4.6 Tinjauan Umum Tentang Bisnis Kuliner

Kuliner Sunda sebagai salah satu objek wisata perlu dijaga dan dilestarikan sebab, kuliner merupakan bagian dari kebudayaan. Melestarikan wisata kuliner sebagai tujuan wisata dapat dilakukan dengan membuka peluang

usaha atau bisnis kuliner, kafe, atau resto yang dapat memperkenalkan kuliner Sunda ke masyarakat lebih luas.

Bisnis berasal dari bahasa Inggris yaitu *business* atau *busy* yang dalam bahasa Indonesia berarti sibuk. Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dari institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis dalam arti sempit adalah suatu sistem menyeluruh yang menggabungkan subsistem yang lebih kecil yang disebut industri. Artinya, setiap industri dibentuk dari banyak perusahaan yang terdiri dari berbagai ukuran perusahaan dengan berbagai produk yang dihasilkannya, termasuk kegiatan pemasaran, pengembangan SDM, pengaturan keuangan dan sistem manajemennya.

Definisi Bisnis menurut Griffin dan Ebert (1996) : Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Definisi ini menitik beratkan pada kemampuan menghasilkan (*produce*) dan pencapaian tingkat keuntungan atau laba. Definisi Bisnis menurut Amirullah dan Imam Hardjanto (2005). Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create of value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of goods and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Sedangkan Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga

makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba enak. Pengertian kuliner tidak terlepas dari kegiatan memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari – hari. Kuliner juga dapat diartikan sebagai hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau chef.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Bisnis kuliner merupakan kegiatan penjualan makanan ataupun minuman khas dari suatu daerah tertentu untuk dijual kepada konsumen sehingga konsumen dapat menikmati makanan dan minuman tersebut, dan penjual mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut. Saat ini kuliner sudah merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena makanan adalah sebuah kebutuhan sehari-hari. Semua itu, membutuhkan cara pengolahan makanan yang enak. Sehingga, bisnis kuliner merupakan peluang bisnis yang amat sangat menjanjikan pada saat ini.

1.2.4.7 Tinjauan Umum Tentang Pelestarian dan Edukasi Budaya Sunda

Kebudayaan dalam rumusan UUD 1945 hingga sekarang (ST MPR tahun 2002) menurut Dedi Supriadi (Guru Besar UPI, Bandung 2002) bahwa :

“Kebudayaan adalah wilayah (domain) yang lebih dekat dengan pendidikan. Kebudayaan tidak dipahami semata-mata dalam wujud benda-benda atau artefak dari masa lalu yang telah ‘jadi’ dan ‘final’ ataupun

khasanah kesenian yang beragam, melainkan sebagai kekuatan dinamis yang dimiliki oleh suatu bangsa untuk bertahan dan mengembangkan dirinya.”

Dalam hal ini, pendidikan merupakan sarana untuk melestarikan, mewariskan dan sekaligus mengembangkan kebudayaan. Kebudayaan, dengan kata lain, bukan semata-mata berupa Candi Borobudur, Prasasti Batutulis, Tari Bali, Upacara Adat atau beragam tradisi lainnya, melainkan adalah kemampuan dan kemauan bersaing, etos kerja dan perilaku-perilaku budaya lainnya yang menjadi “ruh” suatu bangsa untuk hidup dan mengembangkan dirinya. Menurut budayawan Subagio Sastrowardoyo (2003) :

“Dalam bakat alat dan intelektualisme, seni merupakan unsur ekspresi yang paling penting di dalam budaya. Budaya sendiri memiliki makna yang lebih luas dalam bidang lingkungannya dari pada seni. Tetapi dalam fungsinya mengucapkan pengalaman kemasyarakatan dan kemanusiaan, senilah yang paling langsung, menyeluruh dan lengkap. Ekspresi seni, apapun bentuk dan gayanya adalah total, sekaligus tanpa sisa. Kehidupan budaya menemukan pada seni alat ekspresinya yang paling tepat dan utuh. Karena itu tidaklah jauh dari kebenaran, hingga muncul identifikasi Budaya dan Seni.”

J.Maquet menyebutkan bentuk kemasan seni pada suatu negara yang sedang berkembang saat ini adalah sebagai :

“*Art by metamorphosis* (seni yang mengalami perubahan bentuk), atau *Art of acculturation* (seni akulturasi), atau *Pseudo-Traditional Art* (seni pseudotradisional), atau yang lebih populer *Tourist Art* (seni wisata). Adapun seni yang asli belum dikemas disebut sebagai *Art by Destination* (seni yang ditujukan bag masyarakat setempat).”

Sebuah entitas kebudayaan, menurut Toynbee, mengalami kehancuran karena tidak mampu lagi merespon tantangan-tantangan (*challenges*) zamannya. Sebagai seorang fungsionalis, Toynbee melihat kebudayaan dalam perspektif fungsional yaitu sejauh manakah kebudayaan sebuah masyarakat fungsional terhadap lingkungannya. Kebudayaan yang tidak fungsional akan mengalami krisis, terseret ke pojok-pojok sejarah dan suatu saat akan menghilang dari pusaran peradaban.

Di zaman modern, tantangan serius yang menerjang daya survival entitas sebuah kebudayaan, terutama *local culture* (seperti kebudayaan Sunda) adalah proses modernisasi dan globalisasi. Selain kemampuan merespon tantangan zaman, survivalitas kebudayaan juga sangat ditentukan oleh daya fungsionalnya terhadap masyarakat. Dalam proses modernisasi yang makin gencar serta globalisasi yang makin kuat dan meraksasa, kebudayaan Sunda menghadapi problem yang sangat berat yaitu terseret ke dalam proses kepunahan.

Menurut Enoch Atmadibrata (Buletin Kawit No.50/1997) di Jawa Barat terdapat kebudayaan Sunda sebagai budaya asal yang telah bertahan dan berkembang sejak berabad-abad lamanya yang pada aspek keseniannya dengan

jelas masih memiliki keutuhan cirri-ciri dasar yang mandiri diseluruh wilayah yang kini bahkan dahulu sebelum dibatasi menjadi sepertiga dari pulau Jawa.

Sedangkan menurut Ajib Rosidi menyatakan bahwa kebudayaan Sunda merupakan manifestasi gagasan dan pikiran, serta kegiatan baik yang abstrak maupun berbentuk benda yang dilakukan oleh sekelompok manusia yang tinggal di daerah Priangan dan menamakan dirinya orang Sunda (Depdikbud, 1986).

Mengingat seni dan budaya Sunda, Jawa Barat merupakan aset dan kekayaan bangsa. Maka mencegah lunturnya kebudayaan Sunda perlu diadakannya suatu kegiatan mengenai edukasi budaya Sunda. Dimana kawasan edukasi, seni dan budaya sunda yang bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat, dengan harapan masyarakat Bandung khususnya dan Jawa Barat umumnya bisa menikmati kebudayaan Sunda, menambah pengetahuan dan kecintaannya terhadap budaya Sunda, sehingga masyarakat Sunda dapat menjadi masyarakat Sunda yang seutuhnya.

Adanya sarana informasi mengenai kebudayaan daerah untuk keperluan akademik/pencarian data tentang kebudayaan Sunda mulai dibutuhkan. Selain itu, tersedianya sarana bagi seniman muda, seniman daerah untuk mengembangkan kesenian dan kebudayaan Sunda.

Bandung merupakan lokasi yang tepat untuk suatu Pusat Kebudayaan Sunda karena Bandung sebagai landmark Kebudayaan Sunda. Bila orang ingat 'Sunda' maka, orang akan ingat 'Bandung'. Bandung juga sebagai ibu kota propinsi Jawa Barat menjadi pusat segala aktivitas, antara lain pendidikan, perdagangan, ekonomi, dan pemerintahan. Bandung mempunyai potensi wisata

yang besar seperti ‘wisata Bandung tempo doeloe’ (motto pariwisata Bandung Tempo Doeloe “Jangan datang ke Bandung, bila kau tinggalkan istrimu di rumah”).

Pengembangan dan pelestarian kebudayaan Sunda dalam mewujudkan pengembangan pariwisata di Bandung ditujukan untuk lebih mengenal tentang kebudayaan Sunda. Adanya pusat kebudayaan Sunda ini menjadi wadah pengkajian nilai-nilai kebudayaan Sunda untuk promosi, pelestarian, penelitian, dan edukasi dari kebudayaan Sunda yang ada.

Adanya Pusat Kebudayaan Sunda dapat membina apresiasi generasi muda dalam seni dan budaya Sunda misalnya dengan menonton pertunjukan kesenian yang bersifat mendidik, mendidik budi pekerti, membina unsur-unsur keteladanan, sehingga diharapkan dapat memiliki tradisi yang kuat terhadap kesundaannya.

Dari uraian tersebut diatas, dibutuhkan adanya Pusat Kebudayaan Sunda di Bandung yang ditujukan untuk mewadahi semua kegiatan pengembangan, promosi, penelitian, dan pelestarian terhadap kebudayaan Sunda. Pusat Kebudayaan Sunda ini dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan yang menggunakan persyaratan standar-standar yang ditentukan. Perencanaan dan perancangan ini menggunakan penekanan desain Transformasi Arsitektur Tradisional Sunda untuk tampilan bangunan, sehingga diharapkan kebudayaan Sunda ini akan semakin memperkuat kota Bandung dalam penyediaan obyek pariwisata yang bersifat informasi dan pendidikan (rekreasi budaya). Adanya Pusat Kebudayaan Sunda diharapkan nanti orang Sunda dapat kembali pada

Kesundaannya.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut N. Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 32), sedangkan menurut Nasution (1996: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2002: 19) adalah proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistic, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.

Menurut Sugiono yang dikutip pada bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif”, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) diman peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (2007:1)

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif

tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2003:150)

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif (*descriptive reaserch*) yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat factual, secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai penelitian yang dimaksudkan memotret fenomena individual, situasi atau kelompok yang terjadi secara kekinian. Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau pun karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu secara akurat.

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Realitas interaksi simbolik dalam edukasi budaya Sunda bersifat subyektif dan majemuk sebagaimana terlihat dari para pengunjung Kebon Awi Kaffee Bandung.
2. Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang pengunjung Kebon Awi Kaffee Bandung.
3. Peneliti harus menjadi bagian dari konsumen Kebon Awi Kaffee Bandung atau menjadi bagian dari orang dalam.
4. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Paradigma konstruktivisme berusaha memahami dunia pengalaman nyata yang kompleks dari sudut pandang individu-individu yang tinggal di dalamnya dalam rangka mengetahui makna, definisi dan pemahaman pelakunya tentang suatu realitas. Menurut Schwandt (Denzin dan Lincoln, 2009: 146), “dunia realitas kehidupan dan makna-makna situasi-spesifik yang menjadi obyek umum penelitian dipandang sebagai konstruksi para pelaku sosial”.

Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Morissan, 2009:107)

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas

sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Berger dan Luckmann, 2011: 43)

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia

sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Interaksi Simbolik

Interaksi Simbolik sangat berpengaruh dalam perkembangan ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi (termasuk sub ilmu komunikasi: public relations, jurnalistik, periklanan, manajemen komunikasi). Lebih dari itu, interaksi simbolik juga memberikan inspirasi bagi kecenderungan menguatnya pendekatan kualitatif dalam studi penelitian komunikasi. Pengaruh itu terutama dalam hal cara pandang secara holistic terhadap gejala komunikasi sebagai konsekuensi dari berubahnya prinsip berpikir sistemik menjadi interaksi simbolik. Prinsip ini menempatkan komunikasi sebagai suatu proses menuju kondisi-kondisi nteraksional yang bersifat konvergensif untuk mencapai pengertian bersama (mutual understanding) diantara para partisipan komunikasi. Informasi dan pengertian bersama menjadi konsep kunci dalam pandangan konvergensif terhadap komunikasi (Roger dan Kincaid, dalam Pawito, 2007: 66-67).

Informasi pada dasarnya berupa symbol atau lambang-lambang yang saling dipertukarkan oleh atau diantara partisipan komunikasi.

Interaksi simbolik memandang bahwa makna (*meanings*) diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan dan mengubah aneka konvensi, seperti peran, norma, aturan, dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial.

Konvensi-konvensi yang ada pada gilirannya mendefinisikan realitas kebudayaan dari masyarakat itu sendiri. Dalam hubungan ini, bahasa dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi yang sangat penting. Interaksi simbolik merupakan gerakan cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi sosial. (Pawito, 2007: 67)

Dalam melihat suatu realitas, menurut Upe dan Damsid, (2010: 121) interaksi simbolik mendasarkan pada tiga premis:

1. Dalam bertindak terhadap sesuatu – baik yang berupa benda, orang maupun ide manusia mendasarkan tindakannya pada makna yang diberikannya kepada sesuatu tersebut.
2. Makna tentang sesuatu itu diperoleh, dibentuk – termasuk direvisi – melalui proses interaksi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Pemaknaan terhadap sesuatu dalam bertindak atau berinteraksi tidak berlangsung secara mekanistik, tetapi melibatkan proses interpretasi.

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi purposive. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah konsumen Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak dengan konsumen yang memesan seat di cafe guna meminta izin dan kesediannya untuk diteliti. Berdasarkan pendekatan struktural ini, peneliti mendapatkan nama-nama konsumen yang memesan makanan di Kebn Awi Kaffee & Resto Bandung yang akan dijadikan sebagai informan kunci. Selain itu juga peneliti diperkenankan memasuki ruangan cafe saat konsumen mengunjungi Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan konsumen yang berada di Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung yang akan dijadikan sebagai informan kunci.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada konsumen Kebon Awi Kaffee Bandung. Pemaknaan simbol-simbol ketika konsumen menikmati makanan khas Sunda dan simbol-simbol kebudayaan Sunda.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 6 (enam) bulan yaitu dimulai dari Maret 2015 sampai dengan Oktober 2015, seperti terlihat pada tabel berikut:

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell dalam Kuswarno (2008: 47), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi interaksi simbolik yaitu: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2008: 10), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
6. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
7. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
8. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.

9. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil skripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan gambaran konsumen Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung, dan simbol-simbol budaya Sunda yang terungkap konsumen penikmat makanan Kebon Awi Kaffee & Resto Bandung.

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas dan Otentitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

1. Triangulasi Data:

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran

informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan cross check data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori dramaturgi juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pemaknaan budaya Sunda.