

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Kecamatan Cibiru adalah sebuah daerah yang terletak di Bandung bagian Timur. Menurut data yang didapat dari <https://cibiru.bandung.go.id/> Kecamatan ini memiliki luas sebesar 652.930 Ha. Kecamatan Cibiru memiliki jumlah penduduk sebanyak 61.683 jiwa, yang terdiri dari 30.962 jiwa laki-laki dan 30.721 jiwa perempuan. Jumlah kepala keluarga (KK) di Kecamatan Cibiru saat ini mencapai sekitar 17.627 KK. Berdasarkan data kependudukan dari kecamatan pada tahun 2016 yang dilihat dari segi kepadatan penduduk sebesar 94 jiwa per hektar dan dilihat dari pertumbuhan penduduk, intensitas populasinya akan terus bertambah dari waktu ke waktu.¹ Kecamatan Cibiru, tak hanya memiliki keindahan alam, namun juga potensi seni dan budaya. Kecamatan yang menjadi gerbang timur untuk masuk ke Kota Bandung ini sering menjadi salah satu tujuan perantauan bagi masyarakat diluar Kota Bandung. Penduduk di kawasan ini memiliki tingkat partisipasi yang relatif baik pula.²

Kawasan Bandung Timur telah menarik perhatian perantau dalam beberapa tahun terakhir. Faktor seperti infrastruktur yang berkembang dan peluang pasar yang luas menjadi alasan kawasan ini tetap menarik di mata perantau.³

Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki keragaman budaya. Salah satunya adalah keragaman etnis atau suku bangsa yang sangat banyak. Dengan memiliki etnis atau suku bangsa yang besar, peluang individu-individu yang terlibat dalam interaksi antarbudaya dan akomodasi juga semakin besar.

Mengacu pada sensus penduduk pada tahun 2010 oleh BPS, didalamnya ada 1.340 suku yang tersebar di Indonesia. Salah duanya yaitu Suku Minang dan Suku Sunda. Dapat dilihat pada individu yang beretnis Sunda dan Minang, kedua etnis ini memiliki latar belakang yang berbeda. Etnis Mayoritas di Kota Bandung adalah etnis Sunda yang sering distereotipkan halus, lemah lembut, ramah, dan tidak suka berterus terang. Sedangkan Etnis Minang sering distereotipkan pelit dan perhitungan namun memiliki karakteristik tegas, terbuka, sangat menjunjung tinggi norma dan adat yang

¹ Dilansir dari <https://cibiru.bandung.go.id/> pada tanggal 14 September 2024 pukul 20.15 WIB.

² Dilansir dari <https://cibiru.bandung.go.id/> pada tanggal 14 September 2024 pukul 20.15 WIB.

³ Hasil wawancara dengan pedagang pendatang dimasa observasi.

dimiliki. Berdasarkan prinsip komunikasi Mulyana, salah satu dari 8 prinsip komunikasi adalah semakin mirip latar belakang budaya maka semakin efektiflah komunikasi (Mulyana, 2010:117-118).

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan jumlah pengusaha asal Minang yang merantau ke berbagai daerah di Indonesia, termasuk Cibiru, yang mayoritas penduduknya adalah orang Sunda. Pengusaha Minang yang sering kali berfokus pada sektor kuliner, seperti rumah makan Padang, dan juga usaha lainnya, semakin banyak membuka bisnis di wilayah ini.

Dengan etos merantau yang tinggi, dalam peribahasa Minangkabau yaitu "*Di ma bumi dipijak, di situ langik dijunjung*" atau dimana bumi dipijak di situ langit dijunjung, menunjukkan bahwa orang Minang dianggap memiliki kecepatan dalam beradaptasi dengan suku dan wilayah lain.⁴ Dalam proses komunikasi dan interaksi, individu etnis minang secara tidak langsung selalu membawa unsur-unsur adat dan kebudayaan Minangkabau, seperti bahasa, logat, norma berbicara, intonasi, dan cara pandang dalam kesehariannya. Sebagai pendatang yang berada di lingkungan baru dan mayoritas *host culture* memiliki etnis Sunda, maka di dalam kesehariannya tentu akan menerapkan adat dan kebudayaan Sunda.

Ketika pengusaha Minang berinteraksi dengan konsumen atau penduduk lokal Sunda, mereka menghadapi perbedaan budaya yang memengaruhi cara berkomunikasi dan bekerja sama. Orang Sunda terkenal ramah, lembut, dan suka berbasa-basi, sementara orang Minang cenderung lebih *to the point* dalam berbicara. Ini seringkali menimbulkan salah paham di awal interaksi. Misalnya, konsumen Sunda mungkin merasa pengusaha Minang terlalu terburu-buru, sedangkan pengusaha Minang bisa merasa frustrasi dengan komunikasi yang menurut mereka kurang langsung.

Dalam interaksi antar etnis ini, muncul berbagai stereotip. Orang Sunda mungkin menganggap pengusaha Minang sebagai orang yang "terlalu cepat" dalam bertransaksi atau kurang memperhatikan basa-basi yang biasa dalam budaya Sunda. Sebaliknya, pengusaha Minang mungkin menganggap orang Sunda "terlalu bertele-tele" atau lambat dalam mengambil keputusan. Stereotip ini bisa menjadi penghalang komunikasi jika tidak dikelola dengan baik, namun dengan pemahaman budaya yang lebih baik, kedua kelompok dapat melampaui stereotipe ini dan berfokus pada

⁴ Ramadhan, Rizky. Nilai-Nilai Sosial Budaya Masyarakat Rantau Etnis Minangkabau Sebagai Pedagang di Pasar Al-Wathoniyah, Cakung. Universitas Pendidikan Indonesia

membangun hubungan yang saling menguntungkan. Stereotip yang tersemat oleh individu - individu yang berbeda budaya akan membuat proses komunikasi dan akomodasi yang berlangsung dapat terhambat dan tidak efektif. Etnis Minang merupakan etnis yang terkenal dengan kebiasaan merantau, dimana etos merantau orang Minang sangat tinggi dan merantau tidak hanya dilakukan dalam kepentingan berdagang, tetapi juga dalam kepentingan akademis.⁵

Kultur Minang dan Sunda yang berbeda memiliki karakteristik, nilai, dan norma yang bertolak belakang, ditambah dengan stereotip - stereotip yang tersematkan satu sama lain dapat berpotensi menimbulkan dampak pada ketidakpercayaan diri, mudah stress, malas bersosialisasi, serta saling menghindar satu sama lain antara pendatang dan *host culture*, sehingga pesan-pesan dalam komunikasi yang terjadi antara pendatang dan *host culture* tidak tersampaikan secara efektif hingga dapat menimbulkan kesalah pahaman yang memungkinkan akan berujung pada suatu konflik.

Dalam interaksi lintas budaya, komunikasi bukan sekadar alat untuk pertukaran informasi tetapi juga merupakan proses membangun makna bersama dan membentuk identitas sosial. Pola komunikasi berfungsi sebagai mediator utama dalam proses akulturasi budaya, yang didefinisikan sebagai pertukaran elemen-elemen budaya antar kelompok yang berbeda. Dalam penelitian ini, pengusaha etnis Minang dan konsumen etnis Sunda berpartisipasi dalam proses pertukaran budaya yang kompleks, di mana pola komunikasi menjadi jembatan yang memfasilitasi penyesuaian budaya kedua belah pihak.

Secara historis, etnis Minang terkenal dengan mobilitas dan keterampilan mereka dalam berdagang, yang sering kali mengharuskan mereka beradaptasi dengan berbagai lingkungan budaya di wilayah yang mereka singgahi. Sementara itu, etnis Sunda, dengan karakteristik budaya yang lebih halus dan penuh pertimbangan, cenderung mengutamakan harmoni sosial dan kesopanan dalam interaksi. Tantangan utama yang dihadapi dalam interaksi antar etnis ini adalah bagaimana kedua belah pihak dapat menyeimbangkan pendekatan komunikasi mereka yang berbeda dan menciptakan harmoni dalam hubungan bisnis.

Untuk meminimalisir dampak tersebut diperlukan upaya penyesuaian perilaku atau yang disebut dengan akomodasi yang tepat agar pendatang dan *host culture* dapat

⁵ Ramadhan, Rizky. Nilai-Nilai Sosial Budaya Masyarakat Rantau Etnis Minangkabau Sebagai Pedagang di Pasar Al-Wathoniyah, Cakung. Universitas Pendidikan Indonesia

saling berinteraksi serta kebutuhan komunikasi satu sama lain dapat terjadi secara efektif satu sama lain.

Pola Komunikasi merupakan bentuk atau pola hubungan antara dua orang maupun lebih dimana dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan menggunakan cara yang tepat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan (Djamarah dalam Sentosa:2015). Pola Komunikasi Sirkular dapat disebut sebagai pola komunikasi Interaksional. Kata ‘Sirkular’ diartikan sebagai suatu bentuk bulat atau bundar, yang merupakan kebalikan dari kata ‘Linear’ yang berarti lurus. Pola komunikasi sirkular merupakan proses komunikasi yang berbentuk bulat artinya bahwa proses komunikasi yang terjadi terdapat adanya *feed back* atau umpan balik dari komunikan atas pengiriman atau penyampaian pesan dari komunikator.

Komunikasi dan kebudayaan adalah dua konsep yang tidak dapat dipisahkan karena komunikasi antarbudaya adalah studi yang menekankan efek kebudayaan terhadap komunikasi. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan yang berbentuk informasi atau hiburan yang disampaikan secara lisan, tertulis, atau dengan metode lain yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan perbedaan pada latar belakang kebudayaannya.

Komunikasi dan budaya menjadi salah satu bagian sentral bagi seseorang guna mendorong dalam proses adaptasi pada lingkungannya. Pada sistemnya, manusia merupakan makhluk sosial yang dimana akan selalu menemui interaksi antar satu manusia ke manusia lainnya. Di dalam komunikasi tersebut ada satu elemen dibutuhkan dalam menunjangnya, yakni komunikasi. Komunikasi akan berjalan dengan baik dengan adanya interaksi, baik verbal juga non-verbal. Orang yang tak pernah melaksanakan komunikasi dengan manusia dapat dipastikan akan “tersesat”, sebab ia tidak dapat menempatkan dirinya dalam komunitas sosial (Nasrullah, 2018). Kemudian komunikasi juga erat kaitannya dengan budaya, yang dimana budaya tersebut melekat pada manusia dan pada tujuannya menjadikannya berupa sebab dari personal menjalankan tingkah lakunya dan berhubungan dengan manusia lain.

Proses komunikasi antar budaya bukan suatu hal yang sederhana. Seseorang wajib mengolah komunikasi dengan usaha lebih demi memaksimalkan interaksi supaya pesan yang dikirim bisa diterima, diolah, dan ditanggapi oleh personal yang sedang berinteraksi. Dengan adanya komunikasi antarbudaya, menjadikannya sebagai jembatan untuk memberikan pengertian satu manusia dengan manusia lainnya agar

mencapai tujuan yang diinginkan walaupun masing-masing personal berasal dari latar belakang budaya yang berbeda-beda.

Komunikasi yakni suatu proses penggunaan tanda dan simbol yang memberi arti kepada golongan tertentu. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi berupa gagasan, sikap dan perasaan yang awalnya dari seseorang ditujukan ke orang lain melewati simbol-simbol. Fungsi dari komunikasi adalah untuk menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lain, mendidik, dapat menghibur dan dapat mempengaruhi seseorang atau penerima pesan.

Komunikasi merupakan pusat dari seluruh sikap, perilaku, dan tindakan yang terampil dari manusia. Manusia tidak dapat dikatakan berinteraksi sosial apabila dia tidak berkomunikasi dengan cara atau melalu pertukaran informasi, ide-ide, gagasan, maksud serta emosi yang dinyatakan dalam simbol-simbol dengan orang lain. Komunikasi manusia itu dapat dipahami sebagai interaksi antar pribadi melalui pertukaran simbol-simbol linguistik, misalnya simbol verbal dan non verbal. Dalam kehidupan sehari-hari manusia merupakan makhluk sosial yang sangat memerlukan interaksi dengan orang lain, dari interaksi tersebut terjadilah komunikasi untuk menyampaikan pesan atau saling bertukar informasi dengan orang lain untuk tujuan tertentu.

Proses penyampaian pesan dari pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) disebut dengan komunikasi. Menurut Deddy Mulyana (2005) kata “komunikasi” atau *communication* dalam Bahasa Inggris berawal dari bahasa Latin “*communicare*” yang memiliki arti “membuat sama”. Secara harfiah arti membuat sama ini dimaknai sebagai membuat sama antara apa yang dimaksudkan atau apa yang diutarakan komunikator dengan lawan bicaranya yaitu komunikan sehingga terjadi persamaan makna antara komunikator dengan komunikan.

Persamaan makna yang terjadi antara dua orang dikenal dengan komunikasi interpersonal atau yang lebih umum didengar adalah komunikasi antar pribadi. Deddy Mulyana (2000) memaparkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara langsung tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.

DeVito (2007) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif dengan orang lain. Sedangkan menurut Wiryanto (2004) komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang berlangsung

dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.

Komunikasi antarbudaya adalah salah satu kajian dalam Ilmu Komunikasi. Hammer (1995)⁶ mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai salah satu kajian dalam Ilmu Komunikasi karena :

1. Secara Teoritis memindahkan fokus dari satu kebudayaan kepada kebudayaan yang dibandingkan.
2. Membawa konsep aras makro kebudayaan ke aras mikro kebudayaan.
3. Menghubungkan kebudayaan dengan proses komunikasi.
4. Membawa perhatian kita kepada peranan kebudayaan yang mempengaruhi perilaku.

Pada saat hidupnya, manusia senantiasa akan menemui proses belajar (pendidikan) dan bersosialisasi. Pada saat itu juga manusia memperoleh berbagai aturan budaya dan komunikasi yang kemudian pola-pola tersebut tertanam dan menjadi tingkah laku dan kepribadian bagi personal tersebut. Pada proses itu, manusia akan menemui enkulturasi. Akan tetapi lain halnya saat manusia menemui perbedaan dan masuk ke dalam lingkungan dan budaya yang baru, yang akan menimbulkan akulturasi budaya di dalamnya.

Menurut KBBI, akulturasi merupakan gabungan dua kebudayaan atau lebih yang terkait dan saling memberi pengaruh. Koentjaraningrat (1990:91) dalam (Bima, et.al)⁷ akulturasi budaya adalah proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur kebudayaan asing, sehingga unsur-unsur kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu.

Dalam kaitannya dengan proses interaksi masyarakat yang berbeda golongan atau suku bangsa, akulturasi merupakan usaha untuk memperkenalkan identitas golongan, suku atau etnis, dan dalam hal ini ada dua faktor yang menonjol yang patut diperhatikan. Pertama, faktor nilai budaya yang sebagian menentukan identitas etnis, kelestarian identitas tersebut. Perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berbagai permasalahannya sebagaimana terwujud dalam masyarakat majemuk.

⁶ Liliweri, Alo. DASAR DASAR KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA. Penerbit Pustaka Pelajar Yogyakarta (Cetakan ke V Juni 2011).

⁷ Renditya, Bima Wardana (2017). AKULTURASI MASYARAKAT TIONGHOA DENGAN MASYARAKAT PRIBUMI DI DESA KARANGTURI, KECAMATAN LASEM, KABUPATEN REMBANG. Universitas Negeri Semarang.

Kedua, faktor-faktor proses sejarah yang cenderung kembali identitas etnis dari suatu golongan atau memaksanya untuk menerima apa yang ada atau mencari sesuatu identitas etnis yang baru.

Kedua faktor tersebut dapat dilihat sebagai latar belakang dari kebudayaan identitas suku atau etnis, yang tercakup dan terletak dalam sistem-sistem dan kategori-kategori sosial yang saling isi mengisi dan dalam dinamika-dinamika proses sejarah yang telah berlangsung. Dalam melaksanakan komunikasi, manusia akan selalu menghadapi proses kebudayaan yang melekat dengan lingkungan yang tidak sama dalam prosesnya. Saat manusia memasuki lingkungan yang baru, maka akan menemui kontak budaya yang dimana didalamnya ada perbedaan lingkungan, maka komunikasi budaya menjadi tak terelakkan.

Pendekatan yang cocok penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Sebagai sebuah strategi kualitatif yang mana peneliti akan mengkaji sebuah program, kejadian, aktivitas, proses atau satu atau lebih individu dengan lebih mendalam. Hal tersebut menarik perhatian penulis untuk dijadikan bahan penelitian. Penulis akan meneliti lebih jauh Pola Komunikasi yang digunakan oleh pengusaha Etnis Minang terhadap pembeli Etnis Sunda sebagai bentuk adaptasi dan Akulturasi Budaya. Penelitian ini menggunakan Studi Deskriptif Kualitatif untuk menelaah bagaimana Pola Komunikasi yang digunakan oleh pengusaha Etnis Minang terhadap pembeli Etnis Sunda sebagai Bentuk Adaptasi dan Akulturasi Budaya.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana bentuk adaptasi para perantau khususnya Etnis Minang dengan judul penelitian “Pola Komunikasi Sebagai Jembatan Akulturasi Budaya (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Pengusaha Etnis Minang dengan Pembeli Etnis Sunda sebagai Bentuk Adaptasi dan Akulturasi Budaya masyarakat di Kawasan Cibiru Kota Bandung).”

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada konteks penelitian, maka fokus penelitian ini yaitu bagaimana pola komunikasi sebagai jembatan akulturasi Budaya Minang dengan Budaya Sunda di kawasan Kecamatan Cibiru, Kota Bandung?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Beberapa pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana proses terwujudnya akulturasi di Kecamatan Cibiru antara Pengusaha Etnis Minang dengan Pembeli Etnis Sunda?
2. Apa yang menjadi hambatan terwujudnya proses akulturasi di Kecamatan Cibiru?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana proses komunikasi yang dilakukan pengusaha Etnis Minang dengan Pembeli Etnis Sunda dalam beradaptasi dan menghadapi akulturasi budaya.
2. Mengetahui hambatan yang dialami ketika berkomunikasi antara pengusaha Etnis Minang dengan Pembeli Etnis Sunda dalam beradaptasi dan menghadapi akulturasi budaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya Kajian Komunikasi Antar Budaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk pengaplikasian ilmu komunikasi kajian komunikasi digital dan teori.
2. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam mengembangkan penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi.