

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hal yang menarik untuk dibicarakan adalah budaya, karena berperan penting dalam membentuk identitas individu dan masyarakat, memperkuat ikatan sosial, dan mendorong interaksi antarbudaya. Salah satu etnis yang berkontribusi dalam aspek kehidupan budaya di Indonesia adalah etnis Tionghoa. Ada beberapa contoh kontribusi etnis Tionghoa dalam budaya di Indonesia.

Dalam sektor pendidikan, kelompok masyarakat etnis Tionghoa aktif memberikan beasiswa bagi masyarakat yang kurang mampu. Tak hanya itu, kelompok masyarakat etnis Tionghoa juga berperan dalam mendirikan lembaga pendidikan informal, seperti kursus bahasa Mandarin. Di sektor kesehatan, masyarakat Tionghoa yang memiliki pengetahuan tentang ramuan tradisional memiliki peluang untuk membuka apotek di berbagai wilayah Indonesia bahkan memproduksi dan membuka pengobatan tradisional Cina (Kakarasih dalam Ferlando, 2019).

Sektor kuliner atau makanan tidak terpisahkan di kehidupan sehari-hari di Indonesia, mie, bakso, dan capcay yang ditemukan di berbagai warung makan hingga pelosok desa berasal dari kebudayaan Cina yang terbawa sejak lama dan telah mengalami proses akulturasi dengan kebudayaan Indonesia. Misalnya, cara memasak mie yang diadopsi dari Cina sering ditemui di warung makan, tetapi

disesuaikan dengan bahan dan bumbu lokal. Selain itu Alat makan seperti sumpit juga umum digunakan, mencerminkan pengaruh budaya Cina (Zamhari, 2022)

Menurut laporan dari CNBC Indonesia, meski penduduk etnis Tionghoa berjumlah sebanyak 4.5%, mereka dapat menguasai sektor perekonomian Indonesia sekitar lebih dari 50%. Menurut sensus tahun 2010, jumlah penduduk etnis Tionghoa di Indonesia sekitar 2,8 juta jiwa, yang merupakan 1,2% dari total populasi. Data dari Forbes Real Time Billionaires menunjukkan bahwa dari 20 orang terkaya di Indonesia, setidaknya 14 orang berasal dari etnis Tionghoa, termasuk di antaranya Duo Hartono, Low Tuck Kwong, Prajogo Pangestu, Djoko Susanto, dan Chandra Asri.

Budaya mencakup beberapa aspek-aspek, seperti pemikiran, tindakan, dan kepemilikan yang membentuk identitas kolektif suatu masyarakat sehingga budaya mencerminkan cara berpikir, bertindak, dan apa yang menjadi bagian dari identitas kita. Lebih dari sekadar warisan sejarah, budaya berfungsi sebagai jembatan penghubung antara akar masa lalu dan memberikan arahan dan pengembangan menuju masa depan yang lebih baik (Macionis, 2012: 54).

Meski kontribusi masyarakat etnis Tionghoa dalam kehidupan budaya cukup besar dan sudah cukup lama, sebagian masyarakat di Indonesia masih menolak kehadiran mereka. Sentimen anti-Tionghoa masih tersebar luas, baik secara terbuka di ruang publik maupun secara terselubung. Sentimen anti-Tionghoa ini memiliki dampak nyata, terutama dalam kemudahan masyarakat yang lebih rentan untuk diprovokasi dan digiring oleh kelompok yang memiliki kepentingan

politik-ekonomi tertentu untuk melakukan tindakan diskriminasi dan kekerasan terhadap masyarakat Tionghoa.

Permasalahan tersebut dapat dilihat dalam kasus Kerusuhan Mei 1998. Kerusuhan Mei 1998 di Indonesia merupakan hasil dari sentimen anti-Tionghoa yang terjadi sejak masa penjajahan Belanda dimana masyarakat pribumi dianggap sebagai kelas terendah, diikuti oleh etnis Tionghoa, dan Belanda sebagai kelas tertinggi. Ketidaksetaraan sosial dan ekonomi tersebut memicu rasa iri, benci, dan kemarahan terhadap komunitas Tionghoa. Pada era Orde Baru, pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan yang menekan etnis Tionghoa, termasuk melalui regulasi yang dikenal sebagai Kebijakan Pokok Penyelesaian Masalah Cina yang memaksa mereka untuk menghilangkan identitas budaya mereka. Meskipun mereka patuh terhadap hukum, etnis Tionghoa masih dianggap sebagai target pemerasan, yang ditandai dengan kode khusus di KTP mereka (Pertiwi, 2021).

Stereotip yang beredar menimbulkan pandangan saling curiga antara etnis Tionghoa dan non-Tionghoa. Etnis Tionghoa seringkali dianggap memiliki sifat eksklusif dan superior (Anggraeni dalam Patriantoro, 2019). Sebaliknya, masyarakat etnis Tionghoa melihat non-Tionghoa sebagai individu yang kurang rajin, sering meminta uang dari mereka, dan kadang-kadang menggunakan ancaman (Pertiwi, 2021)

Setelah era Orde Baru, hubungan antara masyarakat Tionghoa dan non-Tionghoa di Indonesia terjalin secara harmonis, terutama pada saat Gus Dur, menjabat sebagai Presiden RI, Gus Dur memberikan pengakuan yang sama kepada semua warga negara Indonesia, termasuk warga keturunan Tionghoa. Keputusan

untuk mencabut Inpres Nomor 14 Tahun 1967, yang melarang budaya Imlek, dilakukan melalui Keputusan Presiden RI Nomor 6 Tahun 2000. Hal ini sangat berdampak yang membuat masyarakat keturunan Tionghoa untuk kembali merayakan agama, kepercayaan, dan adat istiadat mereka secara resmi (Mustajab, 2015). Namun, sentimen negatif terhadap masyarakat Tionghoa tetap ada.

Menjelang pemilihan presiden tahun 2014, muncul hoaks yang menyatakan bahwa salah satu calon presiden, Joko Widodo (Jokowi), memiliki keturunan Tionghoa dengan nama Wie Jo Koh. Tim kampanye Jokowi dengan cepat membantah klaim tersebut, menunjukkan bahwa stigma terhadap keturunan Tionghoa masih ada. Ketegangan antara kelompok masyarakat Tionghoa dan non-Tionghoa kembali mencuat pada tahun 2016, ketika Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok, terlibat dalam kasus penistaan agama. Organisasi Islam konservatif seperti Front Pembela Islam (FPI) menggelar tiga aksi protes besar yang mengganggu ketertiban di Jakarta, menuntut agar Ahok dipenjara. (Pertiwi, 2021).

Dalam menghadapi tantangan multikulturalisme, terutama terkait dengan integrasi dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap masyarakat etnis Tionghoa, diperlukan strategi komunikasi yang efektif. Salah satu cara untuk memperkuat hubungan antarbudaya adalah melalui penyelenggaraan acara budaya seperti *Cap Go Meh*. Untuk menutup Tahun Baru Imlek, Perayaan *Cap Go Meh* dirayakan lima belas hari setelah tahun baru Imlek atau yang disebut dengan penanggalan *Cap Go – Jia Gwee* (Sumitro, 2023). Acara ini tidak hanya menyajikan

kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk memahami dan menghargai tradisi Tionghoa, tetapi juga memperkuat ikatan sosial antara berbagai kelompok etnis.

Masalah multikulturalisme menjadi sangat penting mengingat Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa, dengan lebih dari 1.340 suku bangsa yang tercatat dalam sensus BPS tahun 2010 (Indonesia.Go.Id, 2017). Data yang sama menunjukkan bahwa Kota Magelang, berdasarkan data BPS tahun 2019, memiliki sekitar 130.440 penduduk yang menganut agama sesuai kepercayaan masing-masing, tersebar di tiga kecamatan. Mayoritas penduduk Kota Magelang menganut agama Islam, dengan jumlah mencapai 110.915 orang pada tahun 2019. Umat Kristen Protestan menjadi kelompok terbesar kedua dengan jumlah 12.008 orang, diikuti oleh umat Katolik sebanyak 6.795 orang. Sementara itu, umat Hindu mencapai 121 orang, dan umat Buddha sebanyak 577 orang. Umat Konghucu merupakan kelompok paling kecil dengan hanya 10 orang.

Multikulturalisme menggambarkan kondisi masyarakat multikultur, tetapi hidup berdampingan. Terdapat cara dimana masyarakat dapat beragam, yaitu dengan memiliki kelompok agama yang berbeda, kelompok linguistik yang berbeda, kelompok yang mendefinisikan diri mereka sendiri dengan identitas teritorial dan kelompok ras varian mereka. Dengan demikian, multikulturalisme menggambarkan kondisi kemajemukan kebudayaan dalam suatu masyarakat, yang memungkinkan terbentuknya sikap toleransi (Liliweri, 2018: 182).

Beragamnya identitas di Indonesia seperti suku, agama, ras, suku, bahasa, dan adat istiadat disebabkan karena setiap individu mempunyai identitas yang majemuk dan unik (Kusumohamidjojo dalam Handoyo et al., 2015: 6) dalam

membentuk jaringan interaksi dan komunikasi dengan memanfaatkan akal manusia untuk menjalin dan memelihara interaksi sosial dengan individu dan kelompok yang memiliki identitas yang sama atau berbeda (Kusumohamidjojo dalam Handoyo dkk., 2015: 6).

1.2 Rumusan Masalah

Masalah multikulturalisme sangat penting untuk diperhatikan melihat Indonesia memiliki keberagaman etnis, budaya, dan agama. Meskipun masyarakat etnis Tionghoa telah memberikan kontribusi dalam kehidupan budaya Indonesia, sentimen anti-Tionghoa masih tersebar luas. Hal ini memengaruhi hubungan antara masyarakat Tionghoa dan non-Tionghoa. Strategi komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk memperkuat hubungan antarbudaya dan mempromosikan toleransi di antara berbagai kelompok etnis di Indonesia khususnya di Kota Magelang. Melalui Kirab budaya *Cap Go Meh*, masyarakat etnis Tionghoa melalui Yayasan Klenteng *Liong Hok Bio* memiliki kesempatan untuk memperkenalkan dan memperluas pemahaman tentang budaya mereka kepada masyarakat luas. Selain itu, acara ini merupakan sarana untuk memperkuat ikatan sosial antara berbagai kelompok etnis.

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng TITD *Liong Hok Bio* dalam upaya menjaga toleransi antarbudaya melalui Kirab Budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng TITD *Liong Hok Bio* sebagai upaya menjaga toleransi antar budaya melalui Kirab Budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmiah terkait strategi komunikasi dalam ilmu komunikasi yang diterapkan oleh Klenteng *Liong Hok Bio* sebagai representasi masyarakat etnis Tionghoa dalam memelihara keberagaman melalui Kirab budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bagi penelitian selanjutnya yang mengeksplorasi topik komunikasi strategis dan komunikasi lintas budaya.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi masyarakat Kota Magelang, khususnya bagi masyarakat etnis Tionghoa dan masyarakat umum yang terlibat dalam Kirab budaya *Cap Go Meh* dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mempromosikan nilai-nilai keberagaman dan toleransi dalam Kirab budaya tersebut. Penelitian diharapkan membantu memperkuat hubungan antar-etnis, memperluas pemahaman, dan meningkatkan apresiasi terhadap keberagaman budaya di Kota Magelang.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat identitas etnis Tionghoa dan meningkatkan pemahaman serta penghargaan terhadap keberagaman budaya di masyarakat. Dengan memperkuat komunikasi antar-etnis dan mempromosikan nilai-nilai keberagaman melalui kirab budaya *Cap Go Meh*, penelitian ini dapat membantu mengurangi stereotip, prasangka, dan konflik antar-etnis. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi positif dalam membangun kerukunan sosial, memperkuat solidaritas antar-etnis, dan menciptakan lingkungan yang inklusif dan harmonis bagi semua komunitas di Kota Magelang.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoretis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme. Pendekatan ini menggunakan logika deduktif dan keakuratan perilaku individu dengan tujuan untuk menemukan dan menguji seperangkat hukum kausal probabilistik (sebab akibat) yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum aktivitas manusia , (2014: 97) sehingga pendekatan ini dapat berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi dengan mempertimbangkan aspek historis, sosial, dan politik yang memengaruhi interaksi antarbudaya di kota tersebut, serta melibatkan analisis yang lebih luas terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng *Liong Hok Bio*.

Pendekatan ini juga cenderung reduksionis yang bertujuan untuk mereduksi ide-ide besar menjadi ide-ide kecil untuk dipertimbangkan lebih lanjut.

Pengetahuan dalam pendekatan ini selalu didasarkan pada pengamatan dan pertimbangan yang cermat terhadap realitas objektif yang terjadi di dunia (Creswell, 2018: 59). Dengan demikian, pendekatan postpositivisme memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kompleksitas dan dinamika dalam menjaga toleransi antarbudaya melalui kirab budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang.

1.5.2 State of the Art

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Usup Mardani pada tahun 2020 membahas tentang “Respons organisasi keagamaan terhadap kirab budaya *Cap Go Meh* di Kampung Surya Kencana, Kelurahan Babakan Pasar, Kota Bogor, Jawa Barat”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memahami bagaimana organisasi keagamaan merespons kirab budaya *Cap Go Meh* di wilayah tersebut. Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah fungsionalisme struktural oleh Radcliffe Brown. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kirab budaya *Cap Go Meh* dianggap sebagai bagian dari identitas masyarakat Cina dan dianggap sebagai tradisi agama yang penting bagi masyarakat Tionghoa.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Wasis Suprpto pada tahun 2018 membahas tentang “Peran tradisi *Cap Go Meh* sebagai media pendidikan resolusi konflik di tengah keragaman etnis Kota Singkawang”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif

kualitatif dengan tujuan untuk menelusuri sejarah Etnis Tionghoa di Indonesia, menjelajahi implementasi tradisi *Cap Go Meh* di Singkawang, dan memahami bagaimana tradisi tersebut berperan dalam menanamkan pendidikan resolusi konflik pada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan tradisi *Cap Go Meh* di Singkawang melibatkan tiga acara besar: Ritual Bersih Jalan pada hari ke-14, Pawai Lampion pada malam hari ke-15, dan Parade Tatung pada hari ke-15. Acara yang mempertemukan berbagai suku di Kota Singkawang baik sebagai peserta maupun penonton, sekaligus menjadi wahana edukasi masyarakat.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Ivan Sanjaya, Suswandari, dan Rudy Gunawan pada tahun 2022 membahas tentang “Nilai-nilai tradisi budaya *Cap Go Meh* pada masyarakat Cina Benteng di Tangerang sebagai sumber pembelajaran di sekolah”. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian adalah untuk memahami hubungan antara konsep multikulturalisme dalam tradisi *Cap Go Meh* dalam membentuk rasa kebersamaan dalam kehidupan masyarakat di tengah perbedaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai esensial di Indonesia sejalan dengan konsep multikulturalisme dan diintegrasikan ke dalam Ilmu Sosial sebagai salah satu bidang keilmuan yang memaknai nilai budaya. Nilai-nilai tradisi budaya *Cap Go Meh* mampu mentransformasikan

peserta didik menjadi individu yang toleran dan mampu berintegrasi secara tinggi dalam memahami keberagaman Indonesia.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Isti Komariah pada tahun 2022 membahas tentang “Toleransi Umat Konghucu dalam Kirab budaya *Cap Go Meh* di Klenteng Hok Tek Bio Purwokerto”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengevaluasi toleransi antar umat beragama di Klenteng Hok Tek Bio Purwokerto selama kirab budaya *Cap Go Meh*. Teori yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik Herbert Blumer. Temuan penelitian menunjukkan bahwa toleransi antar umat beragama pada Kirab Budaya *Cap Go Meh* yang diselenggarakan di Klenteng Hok Tek Bio Purwokerto dapat dipahami melalui tiga dimensi utama. Pertama, pemahaman para pemuka agama Khonghucu dan pengurus Kelenteng Hok Tek Bio Purwokerto mengenai toleransi adalah suatu sikap menghargai dan inklusif terhadap orang-orang yang berbeda keyakinan, dan bahwa semua orang, tanpa memandang ras, suku, atau agama, adalah keyakinan bahwa kita adalah orang yang berbeda keyakinan adalah kakak beradik. Kedua, makna dasar toleransi dalam masyarakat Konghucu dipengaruhi oleh ajaran nabi Konghucu yang dijelaskan dalam beberapa puisi, dan filosofi kitab Lun Yu, serta lonceng dan lambang yin-yang. Ketiga, tindakan nyata toleransi yang terjadi pada Karnaval Budaya *Cap Go Meh* yang dilaksanakan di Klenteng Hok Tek

Bio Purwokerto antara lain dengan melibatkan umat beragama lain dalam panitia acara dan menggalang komunikasi antar umat beragama melalui makan bersama. Sikap toleransi ini mencerminkan ajaran dan nilai-nilai yang terkandung dalam teks-teks Konghucu.

- e. Penelitian yang dilakukan oleh Sintia Stevani pada 2023 membahas tentang “Persepsi Masyarakat Pertunjukan Tatung sebagai Akulturasi Keberagaman Etnis dan Budaya” Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap pertunjukan Tatung sebagai representasi dari akulturasi keberagaman etnis dan budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap pertunjukan Tatung. Mereka menerima pertunjukan ini dengan penuh dukungan dan memiliki pandangan yang positif terhadapnya. Reaksi positif ini tercermin dari pemahaman masyarakat bahwa pertunjukan Tatung merupakan hasil dari proses akulturasi budaya yang bertujuan untuk melestarikan warisan budaya Tionghoa.

Kebaruan dalam penelitian ini yang belum diteliti sebelumnya adalah mengeksplorasi strategi komunikasi dari Klenteng *Liong Hok Bio* sebagai representasi masyarakat etnis Tionghoa dalam menjaga keberagaman melalui Kirab budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang yang kaya akan sejarah, budaya, dan interaksi antar-etnis. Sebagai lokasi yang jarang dieksplorasi dalam penelitian

sebelumnya, Kota Magelang memberikan keunikan tersendiri untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan kerukunan antar-etnis di wilayah tersebut.

1.5.3 Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah sarana yang digunakan manusia untuk berinteraksi sosial secara individu maupun kelompok. Sebagai proses sosial yang penting dalam kehidupan manusia, komunikasi memegang peranan yang sangat vital, tanpanya, kehidupan manusia tidak akan bermakna dan bahkan tidak dapat dipertahankan. (Wright dalam Masmuh, 2008: 3).

Komunikasi juga memainkan peran penting dalam organisasi. Menurut Redding dan Sanborn (Masmuh, 2008: 5), komunikasi organisasi digambarkan sebagai proses pengiriman dan penerimaan informasi dalam unit organisasi yang kompleks. Terdapat 7 fungsi komunikasi organisasi (Masmuh, 2008: 74-77):

1. Fungsi produksi dan pengaturan

Hal ini terutama berkaitan dengan mendukung organisasi dalam menyelesaikan pekerjaan dan mencapai tujuan produksi (produk, layanan, dan lain-lain)

2. Fungsi pembaharuan

Program baru, aktivitas baru, dan hal baru lainnya yang diciptakan oleh suatu organisasi agar dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungannya.

2. Fungsi pemasyarakatan atau pemeliharaan

Komunikasi yang memengaruhi harga diri anggota organisasi, penghargaan (uang, prestise, status), dan motivasi karyawan, moral, dan hubungan pribadi.

3. Fungsi tugas

Fungsi ini mencakup kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas organisasi oleh anggota organisasi.

4. Fungsi perintah

Fungsi yang mencakup instruksi dan umpan balik yang dimaksudkan untuk memengaruhi anggota lainnya.

5. Fungsi relasional

Fungsi yang mencakup kegiatan komunikasi yang memungkinkan anggota suatu organisasi menjalin dan memelihara hubungan bisnis dan pribadi yang produktif.

6. Fungsi manajemen ambigu

Fungsi ini mencakup kegiatan komunikasi untuk mengurangi dan mengatasi ketidakjelasan dalam suatu

1.5.4 Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya melibatkan interaksi antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda, termasuk antara suku bangsa, etnik, ras, atau kelas sosial yang berbeda (Samovar dan Porter dalam Liliweri, 2018: 10). Proses ini tidak hanya melibatkan pertukaran informasi, tetapi juga pembangunan pemahaman satu sama lain melalui bahasa, simbol, nilai, norma, dan tradisi yang terkait dengan budaya masing-masing. Komunikasi antar budaya tidak terbatas pada interaksi langsung antara individu, melainkan juga melibatkan pertukaran tanda-tanda di dalam kelompok, organisasi, publik, dan massa, yang

terus-menerus diperbarui dan menghubungkan manusia melalui interaksi yang dinamis.

Komunikasi antarbudaya dan pluralisme memiliki keterkaitan yang erat dalam masyarakat yang multikultural. Komunikasi antarbudaya berperan penting dalam mempromosikan pluralisme. Pluralisme adalah situasi di mana individu-individu dari berbagai ras dan etnis memiliki perbedaan tetapi memiliki status sosial yang setara (Macionis, 2012: 328). Dengan kata lain, meski terdapat keragaman dalam penampilan atau latar belakang sosial, semua individu memperoleh sumber daya secara merata. Konsep pluralisme menekankan bahwa setiap kelompok etnis memiliki hak untuk mempertahankan warisan budayanya dalam masyarakat yang lebih luas, tanpa harus menyerap sepenuhnya ke dalam budaya yang baru. Hal ini dapat dikatakan sebagai alternatif dari pandangan *melting pot* atau asimilasi, di mana para pendatang diharapkan untuk menyesuaikan diri sepenuhnya dengan budaya yang sudah ada sebelumnya. Pluralisme budaya, seperti yang dijelaskan oleh Horace Kallen adalah solusi yang tepat untuk mencegah konflik dan mempertahankan keberagaman dalam masyarakat (Liliweri, 2018: 304).

Tiga aspek utama dalam efektivitas komunikasi mencakup kemampuan berkomunikasi, adaptasi terhadap tekanan antarbudaya, dan pembangunan relasi lintas budaya (Liliweri, 2018: 256-257). Pencapaian efektivitas komunikasi antarbudaya dalam penyampaian pesan dapat dilakukan dengan memperhatikan pemilihan kata-kata, simbol, dan ekspresi terhadap perbedaan budaya, serta pemilihan media komunikasi yang tepat untuk mencapai audiens yang beragam.

1.5.5 Strategi Komunikasi

Middleton (dalam Cangara, 2014: 64) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan penyatuan semua unsur komunikasi, termasuk pelaku komunikasi, pesan, media, penerima, dan hasil yang diharapkan, yang dirancang dengan tujuan mencapai hasil komunikasi yang terbaik. Memilih strategi komunikasi merupakan langkah yang krusial untuk menghindari pemborosan waktu, sumber daya, dan tenaga. Adapun tujuan dari strategi komunikasi, yaitu (Liliweri, 2011: 248-249):

1. Memberitahu (*Announcing*)
2. Memotivasi (*Motivating*)
3. Mendidik (*Educating*)
4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)
5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Komunikasi strategis tidak dapat dilepaskan dari proses perencanaan yang kembali pada elemen komunikasi “*Who Says In Which Channel To Whom With What Effects*”. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah (Cangara, 2014: 133-175):

- a. Memilih dan menetapkan komunikator

Keberhasilan proses komunikasi tergantung pada komunikator, karena ialah sumber dan pengendali seluruh kegiatan komunikasi. Kesalahan utama ketika proses komunikasi tidak berhasil adalah komunikator tidak memahami

bagaimana mempersiapkan pesan, memilih media dan mendekati kelompok sasaran.

b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Dalam merancang strategi komunikasi, seorang komunikator harus mempunyai pemahaman yang baik terhadap audiens atau komunikator yang menjadi sasaran komunikasinya. Segala kegiatan komunikasi diarahkan kepada komunikan, dan komunikatorlah yang menentukan berhasil atau tidaknya program tersebut. Oleh karena itu, untuk menciptakan pesan yang lebih tepat dan efektif diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap komunitas non-Tionghoa di Magelang, termasuk latar belakang budaya, nilai-nilai, dan situasi sosial mereka.

c. Teknik Menyusun pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol, yang kemudian dipahami dan diterima oleh audiens dengan beragam makna. Simbol-simbol ini dapat berupa suara, gerakan, warna, atau sinyal yang ditransmisikan melalui gelombang udara atau cahaya. Kehadiran pesan sangat tergantung pada tujuan atau maksud yang ingin disampaikan, sehingga komunikator harus memperhatikan penyusunan pesan secara teliti.

Untuk mencapai efektivitas dalam menyampaikan pesan komunikasi dan memengaruhi perilaku atau persepsi audiens, digunakan berbagai teknik strategi komunikasi. Teknik-teknik ini dapat dilihat dari dua aspek. Pertama, dari segi cara pelaksanaannya, komunikasi dianalisis dengan menekankan pada pelaksanaannya tanpa terlalu fokus pada isi pesannya, yang mencakup teknik

redundancy (pengulangan) dan *canalizing*. Sedangkan aspek kedua adalah berdasarkan bentuk atau maksud pesan yang disampaikan, termasuk teknik informatif, persuasif, edukatif, dan koersif.

1. *Redundancy (Repetition)*

Teknik ini merupakan cara untuk mempengaruhi pendengar dengan mengulang-ulang pesan kepada mereka. Teknik ini memberikan beberapa manfaat, termasuk meningkatkan perhatian pendengar sehingga pesan tersebut lebih melekat dalam pikiran mereka.

2. *Canalizing*

Teknik ini melibatkan pemahaman dan penelitian tentang bagaimana kelompok mempengaruhi individu atau pendengar untuk mencapai keberhasilan dari komunikasi ini harus dimulai dengan memahami, memenuhi nilai-nilai, dan standar kelompok, secara bertahap agar berubah sesuai dengan yang dikehendaki.

3. Informatif

Teknik ini bertujuan untuk mempengaruhi pendengar dengan memberikan penjelasan yang jelas dan factual, seperti memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan data yang benar, serta memberikan pandangan yang memandu pendengar ke arah tertentu.

4. Persuasif

Teknik ini bertujuan untuk mempengaruhi pendengar dengan cara membujuk mereka baik secara logis maupun emosional. Teknik ini

melibatkan kemampuan untuk mensugesti pendengar dan menciptakan situasi di mana khalayak mudah terkena sugesti.

5. Edukatif

Teknik ini berusaha mempengaruhi pendengar dengan menyampaikan pesan yang didasarkan pada fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuannya adalah untuk mengubah perilaku manusia ke arah yang diinginkan.

6. Koersif

Teknik ini bertujuan mempengaruhi pendengar dengan paksaan sering kali melalui peraturan atau intimidasi. Biasanya dilakukan dengan dukungan kekuatan yang kuat di belakangnya untuk memastikan pelaksanaannya berjalan lancar.

d. Memilih media atau saluran komunikasi

Dalam memilih media atau saluran komunikasi, penting untuk mempertimbangkan karakteristik dari tujuan pesan yang hendak disampaikan dan jenis media yang tersedia bagi audiens. Isi pesan mengacu pada pesan yang ditujukan untuk masyarakat secara umum. Media komunikasi yang sering digunakan mencakup media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media tradisional.

e. Produksi media

Setelah menetapkan media yang akan digunakan dalam kampanye, langkah selanjutnya adalah memproduksi media. Produksi media bergantung pada bentuk media yang akan dibuat.

f. Penyebarluasan media komunikasi

Kesuksesan suatu program sangat ditentukan oleh penyebaran media yang digunakan. Jika komunikator tidak memperhatikan hal ini, dapat menyebabkan pemborosan waktu, tenaga, dan sumber daya. Penyebaran media bergantung pada sifat, karakteristik, dan jangkauan dari masing-masing media.

g. Menganalisis efek komunikasi

Menurut Stuart dan Jamias (dalam Cangara, 2014: 165), pengaruh atau efek adalah hasil dari perbedaan antara pemikiran, perasaan, dan tindakan yang dialami oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan, dengan tujuan menilai keberhasilan dari kegiatan komunikasi yang dilakukan.

h. Memobilisasi kelompok berpengaruh

Dalam komunikasi, selain melalui media, mobilisasi massa juga merupakan hal penting. Mobilisasi ini bertujuan agar masyarakat dapat memahami, menerima, dan mengadopsi program yang ditawarkan. Untuk mencapai hal tersebut, peran tokoh masyarakat sangatlah penting dalam memperoleh dukungan terhadap program yang disampaikan. Selain melalui media dan peran tokoh masyarakat, pemberian hadiah secara cuma-cuma juga merupakan salah satu cara yang dapat digunakan.

i. Evaluasi

Evaluasi adalah suatu metode menilai dan mengevaluasi hasil tindakan komunikasi yang dilakukan dengan tujuan memperbaiki dan memperbaiki hasil di masa lalu. Evaluasi pertama kali dilakukan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

1.5.6 Communication Accommodation Theory

Communication Accommodation Theory merupakan teori Komunikasi selalu terjadi antara yang berusaha mengidentifikasi bagaimana dan kapan individu mengubah bahasa dan perilaku nonverbal mereka sesuai dengan orang lain selama berinteraksi (Nakayama, 2018 :54). Terdapat tiga asumsi dalam teori ini.

- a. Asumsi pertama, setiap interaksi komunikatif dipengaruhi oleh aspek sosiohistoris, termasuk faktor-faktor sosial dan sejarah yang membentuk hubungan antara individu atau kelompok. Hal ini berarti bahwa cara komunikasi masyarakat etnis Tionghoa tercermin dari faktor-faktor sosial dan sejarah yang membentuk hubungan antara kelompok-kelompok tersebut. Misalnya, hubungan historis antara masyarakat Tionghoa dan masyarakat non-Tionghoa serta pengaruh budaya dari kedua kelompok tersebut dapat mempengaruhi strategi komunikasi yang mereka gunakan selama Kirab budaya *Cap Go Meh*.
- b. Asumsi kedua adalah bahwa komunikasi melibatkan pertukaran pesan untuk informasi dan negosiasi identitas pribadi dan budaya. Selama kirab budaya Kirab budaya *Cap Go Meh*, pesan-pesan yang disampaikan oleh masyarakat Tionghoa tidak hanya bertujuan untuk mengenalkan budaya etnis Tionghoa, tetapi juga untuk menegosiasikan identitas mereka sebagai bagian dari budaya Tionghoa yang ada di Magelang dengan tujuan meningkatkan toleransi masyarakat Kota Magelang.
- c. Asumsi ketiga adalah bahwa kita menggunakan berbagai bentuk komunikasi untuk memenuhi kebutuhan informasi dan identitas, yang dapat mengarah

pada identifikasi atau ketidaksetujuan. Dalam upaya menjaga toleransi antar budaya melalui Kirab budaya *Cap Go Meh*, masyarakat Tionghoa menggunakan berbagai bentuk strategi komunikasi yang berbeda tergantung pada hubungan historis dan interaksi antara masyarakat Tionghoa dan masyarakat non-Tionghoa di Magelang. Identifikasi atau ketidaksetujuan mungkin timbul tergantung pada bagaimana pesan-pesan yang disampaikan dan bagaimana pesan tersebut diterima oleh kelompok-kelompok lainnya dalam masyarakat Kota Magelang.

Individu cenderung menyesuaikan perilaku komunikasi tergantung pada interaksi antarbudaya. Teori akomodasi komunikasi tidak hanya memengaruhi cara berkomunikasi, tetapi juga menekankan bahwa penggunaan identitas pribadi, budaya, dan norma sosial digunakan untuk memahami dan menilai perilaku orang lain (Littlejohn, 2017 :403). Terdapat upaya untuk menyesuaikan pola komunikasi untuk situasi mencapai saling pengertian dan mempertahankan identitas budaya antar individu atau kelompok yang berbeda budaya. Hal ini dapat terjadi melalui dua jenis strategi, yaitu strategi konvergensi dan divergensi. Adaptasi komunikasi tidak hanya melibatkan perubahan perilaku, tetapi juga melibatkan negosiasi identitas pribadi dan budaya untuk mencapai tujuan komunikatif sambil tetap memperkuat identitas budaya.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Strategi Komunikasi Antarbudaya

Strategi komunikasi antarbudaya adalah pendekatan yang digunakan untuk merencanakan komunikasi dan mengelola komunikasi interaksi komunikatif antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda. Dalam praktiknya, strategi komunikasi antarbudaya melibatkan perencanaan yang mendalam tentang cara menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan efektif, pemilihan media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens, dan memperhatikan peran penting komunikator dalam penyampaian pesan secara kredibel (Liliweri, 2018: 256-257).

Strategi komunikasi antarbudaya juga memperhatikan *target audience* dan *target groups* yang terdiri dari berbagai aspek, seperti sosiologis, psikologis, antropologis, politis, dan ekonomis. Pemahaman yang mendalam tentang masyarakat yang menjadi target komunikasi juga dibutuhkan, untuk memahami latar belakang budaya, nilai-nilai, dan kondisi sosial mereka. Strategi tersebut mempertimbangkan penggunaan bahasa, simbol, nilai, norma, dan tradisi yang sesuai dengan budaya masing-masing kelompok untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan relevan dan diterima dengan baik oleh audiens.

Di samping itu, strategi komunikasi antarbudaya memiliki keterkaitan dengan teori akomodasi komunikasi. Teori akomodasi komunikasi menekankan bahwa individu cenderung menyesuaikan perilaku komunikasi tergantung pada interaksi antarbudaya. Teori akomodasi komunikasi tidak hanya memengaruhi cara

berkomunikasi, tetapi juga menekankan bahwa penggunaan identitas pribadi, budaya, dan norma sosial digunakan untuk memahami dan menilai perilaku orang lain (Littlejohn, 2017 :403).

1.6.2 Toleransi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), toleransi adalah perilaku yang toleran, yang mencakup sikap menahan diri, menghargai, membiarkan, atau mengizinkan adanya perbedaan atau perselisihan dalam pendirian, pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan, perilaku, dan sejenisnya dengan pandangan atau pendirian sendiri. Toleransi mencakup sikap mengakui hak setiap individu dalam menyatakan keyakinan dan mempraktikkan budaya tanpa rasa takut, kemampuan untuk menerima perbedaan antara individu atau kelompok, serta sikap saling menghormati dan memperlakukan individu atau kelompok dengan adil. Toleransi bukan berarti wajib mengikuti agama, budaya, atau kepercayaan orang lain, tetapi menekankan pada sikap menghormati keberagaman (Bakar, 2015: 127-128).

Kirab budaya *Cap Go Meh* merupakan simbol toleransi dan praktik dari pluralisme budaya karena masyarakat etnis Tionghoa dapat menampilkan warisan budayanya tanpa harus sepenuhnya menyerap atau berasimilasi ke dalam budaya mayoritas (Liliweri, 2018: 305). Tak hanya itu, masyarakat non-Tionghoa atau masyarakat lokal juga berpartisipasi dalam menampilkan pertunjukkan tradisional pada Kirab budaya ini.

Dengan demikian, adanya masyarakat yang toleran dan pluralis, keberagaman dipandang sebagai kekayaan yang memperkaya, bukan sebagai sumber konflik, sehingga konsep toleransi dan pluralisme saling melengkapi tidak hanya memperkaya kehidupan sosial, tetapi juga memajukan aspek sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.

1.7 Asumsi Penelitian

Penelitian ini berasal dari asumsi penting yang dibuat oleh peneliti, yaitu Klenteng *Liong Hok Bio* memiliki peran penting dalam mempromosikan toleransi antarbudaya di Kota Magelang melalui Kirab budaya *Cap Go Meh* dengan menggunakan kombinasi strategi konvergensi dan divergensi. Strategi konvergensi dapat mencakup pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan acara publik, dan kolaborasi dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah, forum umat beragama Kota Magelang, dan kelompok kesenian tradisional untuk mendapatkan dukungan dari berbagai elemen masyarakat. Selain itu, strategi ini melibatkan penyesuaian dan pendekatan yang inklusif untuk menekankan kesamaan dan persamaan antara budaya Tionghoa dan budaya lokal lainnya. Sementara itu, strategi divergensi digunakan untuk tetap mempertahankan identitas budaya Tionghoa yang unik dan membedakannya dari budaya-budaya lainnya secara positif.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode studi kasus. Menurut Creswell (2018: 84), penelitian kualitatif digunakan untuk

menyelidiki masalah dengan tujuan mempelajari suatu kelompok atau populasi. Kelompok atau populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat etnis Tionghoa yang terlibat dalam kirab budaya *Cap Go Meh*. Dalam penelitian kualitatif, prosedur penelitiannya tidak melibatkan statistik atau perhitungan a (Strauss & Corbin, 2013: 4). Penelitian ini mendeskripsikan dan menginterpretasikan pola nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa yang dibagikan dan dipelajari dari kelompok budaya yang sama (Harris dalam Creswell, 2018: 143).

Studi kasus merupakan pendekatan yang melibatkan eksplorasi tentang satu kasus atau beberapa kasus di dalam situasi atau konteks kehidupan nyata yang aktual (Yin dalam Creswell, 2018: 153). Kasus yang diselidiki dapat berupa entitas konkret seperti individu, kelompok kecil, organisasi, atau kemitraan (*partnership*). Pada level yang kurang konkret, kasus dapat berupa sebuah relasi atau hubungan, komunitas, proses pengambilan keputusan, atau proyek lebih spesifik (Yin dalam Creswell, 2018: 153). Selain itu, studi kasus menuntut peneliti untuk melakukan analisis holistik yang berkaitan dengan kasus tersebut dengan mendeskripsikan secara detail pola, konteks, dan *setting* dimana kasus tersebut terjadi. Dengan demikian, peneliti dapat mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi strategi komunikasi klinteng, termasuk faktor-faktor sosial, budaya, politik, dan sejarah dalam upaya menjaga toleransi antarbudaya melalui kirab budaya *Cap Go Meh*, serta menganalisis dampaknya terhadap hubungan antarbudaya di Kota Magelang.

1.8.2 Subjek Penelitian

Panitia Kirab budaya *Cap Go Meh* 2024 dari Klenteng TITD *Liong Hok Bio* Kota Magelang.

1.8.3 Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data berupa teks deskriptif yang menggambarkan strategi komunikasi Klenteng *Liong Hok Bio* dalam menyelenggarakan dan mempromosikan Kirab budaya *Cap Go Meh* dan persepsi kelompok masyarakat non-Tionghoa yang menyaksikan Kirab budaya ini. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data primer dari penelitian ini adalah anggota Klenteng *Liong Hok Bio* sebagai representasi masyarakat etnis Tionghoa.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang dimana peneliti tidak menerima langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder digunakan untuk mendukung data primer dan dapat berupa artikel, jurnal, buku yang relevan dengan strategi komunikasi dan tradisi *Cap Go Meh*.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara, suatu metode pengumpulan data yang melibatkan dialog atau percakapan antara

peneliti (yang ingin memperoleh informasi tentang subjek) dan informan (yang memiliki informasi yang relevan tentang subjek tersebut) (Berger, 2015: 278).

Wawancara ini dilakukan melalui tanya jawab, baik dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (interview guide), yang berlangsung secara langsung antara peneliti dan informan (dari masyarakat etnis Tionghoa). Interaksi ini sering kali berlangsung dalam waktu yang cukup lama dan dikenal dengan istilah in-depth interview.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data studi kasus oleh Robert E. Stake (dalam Creswell 2017: 153). Terdapat empat tahapan analisis dan interpretasi data sebagai berikut:

1. Agregasi Kategoris

Peneliti mengumpulkan data mengenai kasus yang akan diteliti melalui wawancara dan studi kepustakaan untuk menemukan makna yang relevan dengan isu yang sedang diteliti. Selanjutnya, data tersebut dikategorikan atau dikelompokkan ke dalam beberapa tema.

2. Interpretasi Langsung

Setelah mengkategorikan data, peneliti melakukan interpretasi pada satu contoh dari kumpulan data tersebut. Peneliti mencari makna dari contoh tersebut, lalu menggabungkannya kembali dengan keseluruhan kumpulan data tanpa mencari banyak peristiwa lainnya (Creswell, 2018: 163).

3. Menetapkan Pola

Peneliti menentukan pola-pola tertentu dan mencari hubungan antara data-data yang telah dikategorikan. Proses ini sering dilakukan dengan membuat tabel yang menggambarkan koinformansi atau hubungan antara kategori-kategori tersebut (Creswell, 2018: 163).

4. *Naturalistic Generalization*

Peneliti menarik kesimpulan melalui keterlibatan pribadi dalam kehidupan sehingga orang yang membaca hasil penelitian merasa seolah-olah mengalami kejadian tersebut secara langsung.

1.8.6 Kualitas Data

Dalam penelitian kualitatif, kualitas data dinilai dengan menganalisis kredibilitas dan otentisitas dari realitas yang dialami oleh pelaku sosial. Evaluasi kualitas ini didasarkan pada ukuran kepercayaan (*trustworthiness*). Menurut Lincoln dan Guba (dalam Creswell, 2018: 335), aspek-aspek seperti kredibilitas, otentisitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas sangat penting dalam menjamin kepercayaan. Untuk menerapkan konsep ini, Lincoln dan Guba menyarankan cara untuk melakukan triangulasi sumber data, metode, dan penyelidik untuk memperkuat kredibilitas. Kredibilitas dan otentisitas dalam penelitian ini terlihat pada kepercayaan kelompok masyarakat etnis Tionghoa dalam memberikan informasi kepada peneliti, karena keterkaitan langsung dengan penelitian. Selain itu, *member checking* juga diperlukan untuk meningkatkan validitas, kepercayaan, dan kualitas penelitian dengan melibatkan partisipasi peserta atau subjek penelitian dalam verifikasi dan interpretasi data (Creswell, 2018: 343).