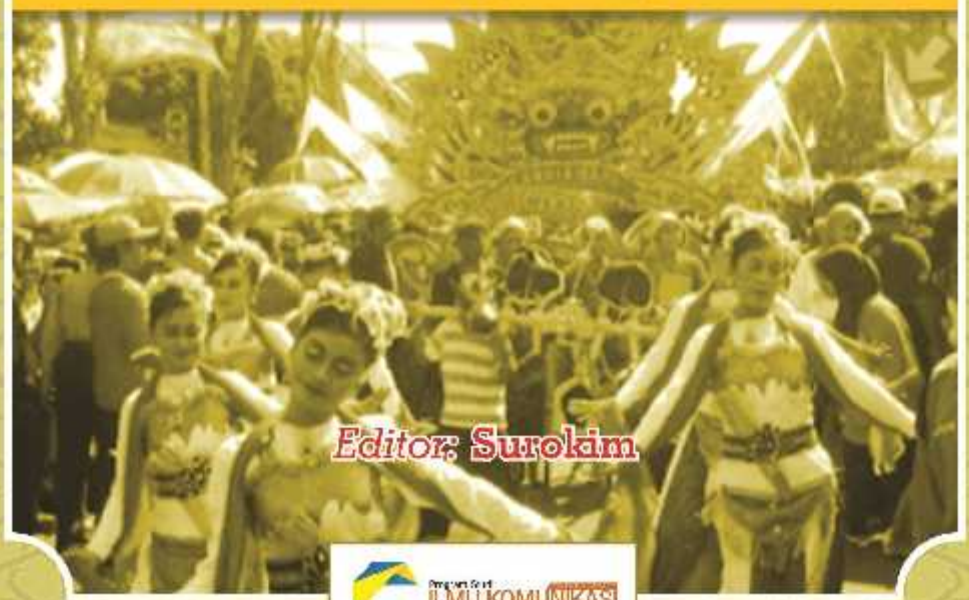
MADURA:
Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik



Editor: Surokim

Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Trunojoyo Madura

MADURA:
Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik

Muhtar Wahyudi
Bani Eka Dartiningsih
Nikmah Suryandari
Dewi Quraisyin
Farida Nurul Rakhmawati
Sri Wahyuningsih
Tatag Handaka
Netty Diah Kurniasari
Yuliana Rakhmawati
Fachrur Rozi
Teguh Hidayatul Rachmad
Syamsul Arifin
Dessy Trisilowaty
Dinara Maya Julijanti

Editor:
Surokim

Penerbit:

Puskakom Publik
bekerjasama dengan
Penerbit Elmatera
2015

Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
Creative Innovative Epic
Fisib Universitas Trunojoyo Madura

MADURA:
Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik

Editor:
Surokim

Cover & Ilustrasi:
Tim Elmatera

Lay Out:
Tim Elmatera

Penerbit:
Puskakom Publik
bekerjasama dengan Penerbit Elmatera

Cetakan Pertama:
2015, viii + 214 hlm. 15,5 x 23,5 cm

ISBN: 978-602-1222-56-0

Hak Cipta pada Penulis.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang :
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta
Pasal 1
1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan Pidana
Pasal 113
1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf I untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan / atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan / atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI iii
KATA PENGANTAR v

- "JURUS OMBAK DAN ANGIN" Komunikasi Politik Si Pencari Ikan
  Muhtar Wahyudi 2
- MEDIA DAN STEREOTIP TERHADAP ETNIS MADURA
  Bani Eka Dartiningsih 17
- IDENTITAS KULTURAL MASYARAKAT MADURA: TINJAUAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA
  Nikmah Suryandari 30
- PEREMPUAN MADURA DI RANAH PUBLIK : Antara *Ghamparan dan Lama'*
  Dewi Quraisyin 51
- PEREMPUAN MADURA: "Mengada" Ditengah Himpitan Budaya Matrilokal dan Kekuasaan Patriarkat
  Farida Nurul Rakhmawati 61
- *CROSS CULTURAL ADAPTATION* PERKAWINAN BEDA ETNIS (Studi Fenomenologi Perkawinan Beda Etnis Madura dan Etnis Jawa)
  Sri Wahyuningsih 77
- AUTOPOIESIS MASYARAKAT KEPULAUAN TIMUR MADURA
  Tatag Handaka 96
- PEREMPUAN MADURA DAN MEDIA MASSA
  Netty Dyah Kurniasari 106
- DIASPORA FILANTROPI TUKANG CUKUR MADURA
  Yuliana Rakhmawati 117

- *RE-IMAGING* MADURA DENGAN FOTO ARTISTIK (Merubah citra Madura dengan foto artistik)
  Fachrur Rozi 136
- TANTANGAN BUDAYA MADURA DI ERA NEW MEDIA
  Teguh Hidayatul Rachmad, Syamsul Arifin 150
- PERILAKU DISFUNGSIONAL DALAM TRADISI BUDAYA MADURA
  Dessy Trisilowaty 166
- FENOMENA MASYARAKAT DAN BUDAYA URBAN PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI MADURA
  Dinara Maya Julijanti 181
- MENUJU MADURA SEBAGAI SERAMBI MADINAH: KONSEP, STRATEGI, DAN DESAIN AKSI PEMASARAN DAERAH (*MARKETING PLACES*) UNTUK PULAU MADURA
  Surokim 192

BIODATA PENULIS 205

PENGANTAR

Madura:
Eksotisme Budaya Lokal dan Jati Diri

Prasangka, mungkin itu kata yang tepat untuk mewakili perasaan ketika orang memberi penilaian terhadap masyarakat dan budaya Madura. Berbagai stereotip negatif tentang Madura kadang lebih mengemuka ketimbang hal yang positif. Bagi saya – warga baru Madura – kendati masih singkat dalam berinteraksi dan hidup bersama masyarakat di Madura telah memeroleh pengalaman baru terkait budaya, perilaku dan cara hidup orang Madura. Dibalik prasangka itu, ternyata banyak hal positif yang belum banyak diketahui publik dan perlu dijelaskan kembali kepada khalayak luas.

Bagi orang yang baru mengenal Madura, bayangan kekerasan dan serem mungkin lebih dominan, pada saat awal memasuki Madura. Clurit, senjata tajam menjadi simbol yang merepresentasikan perilaku, kebiasaan dan tabiat orang Madura. Hal ini juga ditambah dengan berbagai pemberitaan media yang kerap menyorot kekerasan dan konflik yang melibatkan etnis Madura.

Isi media luarpun juga penuh prasangka. Tak ayal, sikap hati-hati dan waspada termasuk di dalamnya curiga adalah kata yang bisa mewakili perasaan warga baru Madura ketika hidup dan bersosialisasi dengan orang Madura. Akibat prasangka *(suudzon)* awal itu kerapkali proses komunikasi tidak bisa berjalan alami dan berlangsung kaku untuk tidak mengatakan penuh curiga. Hal itu juga yang saya alamai ketika awal-awal hidup dan menetap di madura.

Ternyata toh itu semua hanya prasangka awal. Tidak sedramatis yang dibayangkan, tidak seseram yang diangankan. Banyak hal indah dan adiluhung bisa di temukan di madura. Solidaritas, empati, kesetiakawanan, religiusitas, pekerja keras, keuletan, ketangguhan adalah etos Madura yang kerapkali tertutup oleh prasangka negatif. Bahkan soal solidaritas warga Madura sangat kental baik di Madura maupun perantauan yang menjadi basis pengikat social mereka.

Madura, sebagaimana etnis mayoritas yang lain di Indonesia adalah masyarakat relegius yang memegang budaya islam tradisional yang kental. Hampir sama dengan kelompok masyarakat muslim tradisional yang lain di Nusantara, konstruksi budaya lebih banyak dikembangkan melalui nilai nilai islam dengan basis kepatuhan kepada orang tua, kiai dan guru serta penghargaan terhadap adat dan budaya local. Kekerabatan ini sungguh khas dan dalam konteks tertentu kepatuhan itu bisa menjadi perekat dan resolusi konflik yang efektif.

Kumpulan tulisan para dosen Prodi Ilmu Komunikasi UTM ini bak mozaik yang pada awalnya terkesan berserakan tak bertautan, tetapi setelah tertata dan diurutkan terasa menjadi lukisan indah yang yang bisa didiskusikan dan dikonstruksi menjadi wacana yang menarik tentang madura guna mematik diskusi lanjutan tentang Madura masa depan.

Publikasi ini juga bagian dari upaya untuk mem-*buzzing* dan me-*noising* budaya Madura kepada khalayak luas khususnya warga di luar Madura. Penting bagi mereka untuk mendudukan persoalan stereotip itu sehingga mereka juga memiliki harga diri sebagai sebuah etnis yang punya hak sejajar sebagai warga Negara yang beradab. Melalui buku ini kami mencoba bercerita A to Z Madura mulai dari orang, karakter, budaya, politik, potensi alam, dan semua seluk beluk tentang Madura. Buku ini sekaligus dimaksudkan untuk melengkapi pemahaman kita tentang Madura yang masih setengah setengah-setengah dan belum utuh hingga melanggengkan prasangka negatif.

Bagi orang di luar Madura selama ini mereka hanya melihat hasil akhir dan jarang bisa memahami proses akan hasil akhir itu. Jika ditilik secara cermat kekerasan sebagai misal kerap muncul dan publik jarang memahami bahwa itu persoalan sebenarnya adalah harga diri, rasa malu, dan juga menyangkut kehormatan.

Sebagai cerita hidup tentu banyak hal menarik yang bisa kita gali mulai dari tradisi, perilaku, hingga mistik madura yang selama ini belum banyak diketahui publik. Identitas orang madura sebagai penganut islam tradisional yang kental muncul dalam berbagai aksesori. Hal ini menarik tidak saja bagi bangunan peradaban madura, tetapi juga pergeseran dan industrialisasi yang kerapkali menjadi polemik bagi masyarakat. Berbagai pandangan, perilaku, etos kerja, tradisi hingga konflik semua tersaji lengkap dalam buku ini.

Harus diakui ikhtiar untuk mematik diskusi Madura yang dilakukan para pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi ini masih menjadi langkah awal. Dibutuhkan riset lanjutan untuk melengkapi dan mendalami tulisan ini. Intinya bahwa prasangka dan stereotip itu sudah saatnya diakhiri dan diganti dengan *positive thinking* bahwa warga Madura dan budayanya juga sama dengan budaya lain yang memiliki virtue, bertabiat baik, sopan, menghargai, solider, dan juga menghormati orang lain.

Menyuguhkan Madura secara lengkap tentu membutuhkan kejujuran dan kelapangan termasuk didalamnya menerima kiritik dan saran. Para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo sudah memulai untuk menyuguhkan Madura secara jujur sesuai dengan kapasitas dan pengalaman mereka. Masyarakat Madura juga perlu membuka diri dan reflektif melihat prasangka dan stereotip tersebut dan mampu mengembangkan tindakan komunikatif sehingga bisa menjadi jalan pembuka dialog dan komunitasi antarbudaya.

Tentu saja catatan ini tidak akan mampu memotret utuh masyarakat dan budaya Madura. Buku ini adalah ekspresi personal mereka tentang budaya dan jati dirinya. Selain itu, buku ini diharapkan bisa mengisi minimnya bahan bacaan dan pada tahap

tertentu bisa menjadi jawaban atas prasangkan negative orang luar terhadap budaya Madura. Kita semua tentu berkewajiban untuk membangun budaya dan bukan melemahkan budaya, Barangkali itu yang saya tangkap dari rangkaian tulisan dalam buku ini. Ada banyak hal positif tentang Madura yang patut diketahui masyarakat luar.

Bagi saya Madura, khususnya tradisi dan budayanya menyimpan rahasia yang eksotis untuk disuguhkan kepada publik. Madura elok dan menarik untuk dieksplorasi baik itu menyangkut kebiasaan, perilaku, karakteristik manusia maupun budaya dan alamnya. Sebagai sebuah catatan kehidupan, buku juga adalah pengalaman hidup *oreng* Madura yang didedikasikan untuk masyarakat luas agar bisa memeroleh gambaran yang utuh tentang Madura. Ternyata, budaya madura penuh ragam dan banyak potensi wisata alam indah yang belum kita kunjungi di madura.

Sebagai jawaban atas berbagai prasangka itu maka penting bagi warga Madura untuk menyuguhkan data dan juga fakta agar prasangka itu tidak terus menerus menghasilkan stereotype negative. Melalui beragam media, kita berkewajiban untuk mengenalkan etos, virtue Madura kepada khalayak luas agar Madura tidak dipandang sebelah mata. Budaya Madura sungguh eksotis jika didalami dan dieksplorasi. Catatan dalam buku ini adalah bagian dari cara masyarakat kampus menunjukkan kecintaan mereka kepada alam dan budaya tempat dimana mereka tinggal saat ini.

Bagi saya nilai, jatidiri, etos, dan budaya Madura banyak yang sejalan dengan visi prodi komunikasi UTM. Ketangguhan, keuletan, dan daya tahan warga Madura sudah diakui oleh banyak kalangan dan itu semua adalah terjemahan dari CIE ikom. Semakin dalam kita mengekplorasi Madura semakin unik dan eksotik.

Selamat membaca dan berdiskusi ...

Surokim Abdus Salam
Kaprodi Ilmu Komunikasi UTM

"JURUS OMBAK DAN ANGIN"
Komunikasi Politik Si Pencari Ikan

Muhtar Wahyudi

Ngapote Wak Lajereh etangaleh (layar putihnya mulai kelihatan) Reng Majeng Tantona lah pade mole (pencari ikan tentulah sudah pada pulang) Mon e tengguh Deri abid pajelennah (Kalau dilihat dari lamanya perjalanan Mase benyak'ah onggu le ollenah (Tentu hasil ikannya sangat banyak) Duuh mon ajelling Odiknah oreng majengan (Duuh kalau dilihat hidupnya orang pencari ikan) Abental ombek Asapok angin salanjenggah (Berbantal ombak berselimut angin selamanya) Ole…olang, Paraonah alajereh (Ole… olang, perahunya mau berlayar) Ole…olang, Alajereh ka Madureh (Ole… olang, berlayar ke madura).

Tanduk Majeng atau Tondu' Majâng ("Nikmatnya mencari ikan") adalah sebuah lagu daerah penduduk Madura yang menceritakan kehidupan masyarakat Madura sebagai nelayan. Kehidupan sebagai nelayansangat keras karena harus menghadapi bahaya di laut (*atemmo bhabhâjâ*), mempertaruhkan nyawa (*bhândhâ nyabâ*), hidup *berbantal ombak dan berselimut angin* (*abhantal omba' sapo' angèn*), untuk menghidupi keluarga.

Kenapa lagu Tanduk Majeng ini menjadi lagi paling pupuler dan dianggap sebagai lagu yang paling merepresentasikan karakter rakyat Madura? Padahal jelas nelayan atau pencari ikan bukanlah mata pencaharian utama masyarakat madura. Meskipun sebagian

besar wilayah Madura adalah laut dan di kelilingi oleh laut[1], faktanya antara 70%-80% penduduknya sebagian besar tergantung pada kegiatan-kegiatan agraris. Hanya sepanjang bibir pantai dam kepulauan sebagian besar penduduknya menjadi nelayan.[2]

Jika melihat fakta demografis tersebut mestinya lagi Si Pencakul Tanah (dan tidak ada lagu ini) atau lagu-lagu lain mestinya harus lebih populer dan harus lebih merepresentasikan karakter masyarakat Madura. Tapi hingga hari ini siapapun pasti sepakat, bahwa Tanduk majeng lah yang paling Madura. Maka jelas kelahiran dan popularitas Tanduk Majeng tentu bukan semata-mata karena alasan seni ataupun demografis, lebih dari itu adalah karena alasan kosmologis. Sehingga lagu ini begitu melekat di hati masyarakat Madura, dan dalam konteks tertentu menjadi juru bicara bagi masyarakat tentang apa dan siapa Madura.

Ini nampak jelas bahwa lagu Tanduk Majeng, tidak seperti dimesi lain (ekonomi, bahasa, budaya dll), populer dan diterima oleh seluruh elemen masyarakat Madura tanpa di batasi wilayah (Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep) ataupun kategori sosial dan demografis lainnya.

Jadi apa yang bisa kita katakan untuk sebuah masyarakat yang berbantal ombak dan berselimut angin? Susah kan? Susahlaaaah..! Saya sendiri juga bingung ketika diminta untuk menulis tentang bagaimana komunikasi politik masyarakat madura. Ya sudahlah, mari kita bingungi bersama..karena bukankah orang bingung tidak bisa disalahkan.

Ada begitu banyak upaya intelektual coba menjelaskan kosmologi masyarakat madura. Dari sekian banyak upaya (ekonomi, politik, budaya, sosiologi dll) yang pernah atau sempat saya akses jika ditelisik lebih jauh dan dalam rupanya akan bertemu pada titik simpul yang sama: lagu ini, Tanduk Majeng, Kisah Si Pencari Ikan. Dan terma kosmologis yang paling utama dari keseluruhan terma yang merajut lagu ini adalah terma Ikan. Ombak dan Angin.

---

1 Lihat de Jonge (1989:3) Pulau Madura terletak di timur laut Pulau Jawa kurang lebih 7 derajat sebelah selatan dari khatulistiwa di antara 112 derajat dan 114 derajat bujur timur.

2 *The Area Development Plant of Madura*, de Jonge ibid.

Ikan

Ikan. Orang Madura adalah Si Pencari Ikan. Dalam makna kosmologis terma Ikan tentu tidak hanya bermakna ikan dalam arti fisik. Dari berbagai telaah intelektual yang pernah dilakukan, ikan yang paling berharga, paling bermakna, paling mahal bagi masyarakat Madura bernama: Kehormatan. Hampir semua varian budaya yang muncul di tengah masyarakat Madura (Naik Haji, Karapan sapi, Adu Ayam hingga Carok) alasan utama kelahirannya adalah Kehormatan.

Demi sebuah kehormatan orang Madura bisa melakukan apa saja, bahkan jika harus kehilangan nyawa dalam medan tanding bernama Carok. Bisa melakukan berbagai upaya ekstrim dalam karapan sapi dan adu ayam. Bisa menjual aset apa saja yang penting demi bisa Naik Haji. Seperti banyak diungkapkan oleh para tokoh utama Madura di berbagai media yang pernah saya baca. "Orang Madura bisa apa saja...yang tidak bisa hanyalah mendapat malu", *maloh* atau *todus* dalam bahasa Maduranya. Bagi orang *'ango'an pote tolang etembang pote matah'*, artinya lebih baik putih tulang dibandingkan putih mata, lebih baik hidup berkalang tanah daripada hidup menanggung malu. Orang Madura tidak akan sanggup menanggung malu, maka juga tidak akan mempermalukan orang lain.[3] 'Hidup itu tidak ada maknanya kalau kehilangan harga diri dan tidak punya kehormatan'. Negasi di dalam "malu" adalah "kehormatan".

Pertanyaanya adalah bagaimana ceritanya masyarakat Madura sampai menjadi "pencari ikan". Jika kita menjawab dengan pendekatan geografis, ekonomis, sosiologis jawabannya jelas sudah: karena wilayah Madura dikeliling oleh laut, sebagaian besar wilayahnya laut, untaian pulau-pulau kecil berpendaran bagai rangkaian ratna mutu manikam, bagai untaian permata tempat tumbuh dan hidupnya segala potensi kekayaan laut.

Tapi pendekatan ini akan kehilangan relevansinya manakala

[3] Lihat Wiyata 2013: 4 ajjha' nobian oreng mon aba'na ta'enda etobi (tidak akan mempermalukan orang lain selama mereka diperlakukan dengan baik).

diminta untuk menjelaskan "ikan" bernama "kehormatan". Pendekatan antropologis barangkali sedikit lebih bisa menjelaskan. Kira-kira begini. Berabad-abad perjalanan sejarah Madura selalu hidup dalam bayang-bayang hegemoni Jawa. Dalam perguliran peradaban Madura senantiasa menjadi entitas pinggiran, marginal, bahkan menjadi bahan canda'an melalui berbagai kisah anekdotis. Dalam konteks tertentu Madura kerap dipaksa untuk meng"iya"kan bahwa sesunggunya Madura adalah Jawa atau setidaknya bagian dari Jawa. Meskipun menurut Emha Ainun Nadjib etnis Madura sesunggunya berasalah dari etnis Sumba bagian dari etnis Melayu (yang dipinggirkan juga karena dianggaap tidak terlalu pandai berdagang sebagaimana umumnya masyarakat Melayu)[4].

Sementara itu secara politis, Madura selama berabad-abad telah menjadi subordinat daerah kekuasaan yang berpusat di Jawa. Sekitar tahun 900-1500, pulau ini berada di bawah pengaruh kekuasaan kerajaan Hindu Jawa timur seperti Kediri, Singhasari, dan Majapahit. Di antara tahun 1500 dan 1624, para penguasa Madura pada batas tertentu bergantung pada kerajaan-kerajaan Islam di pantai utara Jawa seperti Demak, Gresik, dan Surabaya. Pada tahun 1624, Madura ditaklukkan oleh Mataram. Sesudah itu, pada paruh pertama abad kedelapan belas Madura berada di bawah kekuasaan kolonial Belanda (mulai 1882), mula-mula oleh VOC, kemudian oleh pemerintah Hindia-Belanda. Pada saat pembagian provinsi pada tahun 1920-an, Madura menjadi bagian dari provinsi Jawa Timur.[5]Belum lagi adanya kisah dalam Babad Madura, dimana Lembu Peteng tokoh utama yang mbambat tanah Madura sesungguhnya adalah salah satu putera Brawijaya Raja Majapahit yang tidak diinginkan, sehingga harus berjuluk Lembu Peteng[6] (sapi gelap,dalam banyak tafsir sejarawan, anak yang lahir dari hubungan gelap) dan perlu menyingkir (disingkirkan/ dimarginalkan) ke Madura.

Realitas tersebut melahirkan suasana psiko-antropologis

[4] Lihat Cak Nun Asal-Usul Madura, https://www.youtube.com/watch?v=2dZ9rIw_TBc
[5] Lihat De Jonge , 1989: 44-45
[6] Lihat Babad Tanah Madura : 25-35

pada masyarakat Madura sebagai masyarakat 'di bawah", di bawah kekuasaan, di bawah pengaruh, di bawah perlingungan, di bawah ketentuan entitas etnik yang lain. Masyarakat yang "di bawah" adalah masyarakat yang hampir tidak mendapatkan porsi "ikan", kehormatan. Maka kehormatan kemudian menjadi barang yang mahal, dalam prosesnya kemudian menjadi barang yang di cari, bahkan menjadi tujuan, menggeser tujuan-tujuan yang lain. Perjalanan mencari "ikan" dengan demikian adalah sebuah perjuangan panjang untuk keluar dari sindrom "di bawah" hingga mendapatkan kehormatannya menjadi sama-sama "di tengah" atau bila mungkin "di atas".

Masyarakat pencari ikan adalah masyarakat yang kosmologis. Masyarakat yang yang sangat dekat dan bersahabat dengan alam. Bahkan dalam konteks tertentu senantiasa berkomunikasi dengan alam, mencari petunjuk dari alam. Berlayar mencari ikan harus melihat musim. Setidaknyanya memahami astronomi tradisional. Nelayan dengan sabar akan menunggu perhitungan astronomi, musim dan alam untuk berlayar mencari ikan. Tidak sembarangan, tidak bisa semaunya. Ngemong alam, ngemong musim. Masyarakat pencari ikan adalah masyarakat yang bekerjasama dengan alam, tahu kapan waktunya berlayar dan kapan waktunya berlabuh. Kapan waktunya menunggu dan kapan waktunya menabur jaring.

Maka jika akhir-akhir ini masyarakat Madura sedang dihebohkan dengan upaya sejumlah pihak untuk menjadi sebuah provinsi mandiri yang terpisah dari Jawa Timur, semua itu sesungguhnya hanyalah salah satu bentuk ekspresi Si Pencari Ikan untuk sama-sama "di tengah".

Berpolitik bagi masyarakat Madura dengan demikian adalah salah satu bentuk ekspresi untuk mencari dan mendapatkan "ikan". Menjadi eksekutif, legislatif atau bahkan sekedar datang memberikan suara pada saat pemilihan dengan segala pergesekannya adalah sebuah upaya Si pencari Ikan untuk mendapatkan "ikan"nya, kehormatannya. Menjadi bupati, anggota DPR, tim sukses, pemilih bukanlah "ikan" tapi hanya perahu dan jaring untuk menda-

patkan ikan. Masyarakat pencari ikan dengan demikian akan berkomunikasi politik sebagaimana ombak dan angin. Dimana makna kosmologisnya akan dijelaskan kemudian.

Ombak dan Angin

Lantas bagaimana kita menjelaskan terma kosmologis "ombak"? Kira-kira begini.Menurut Mbah Wikipedia[7], pembahasan mengenai gelombang dalam oseanografi secara umum dapat dibagi menjadi 2 bagian yaitu gelombang permukaan dan gelombang internal. Gelombang permukaan adalah fenomena yang akan kita temui ketika mengamati permukaan air laut, dan biasa disebut sebagai ombak. Salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya ombak adalah hembusan angin, disamping ada pula faktor lain seperti pasang surut laut yang terjadi akibat adanya gaya tarik bulan dan matahari.

Sementara Angin seperti juga dikatakan oleh Mbak Wikipedia[8] merupakan udara yang terjadi dan terus bergerak karena rotasi bumi serta adanya perbedaan tekanan udara di sekitarnya. Tidak jauh berbeda dengan air, angin selalu melakukan pergerakan dari suatu tempat yang memiliki tekanan udara tinggi menuju tempat bertekanan udara rendah.

Udara akan mengalami pemuaian jika dipanaskan, hal ini menyebabkan udara yang memuai tersebut menjadi lebih ringan sehingga naik. Ketika hal ini terjadi, maka akan terjadi penurunan tekanan udara sebab udaranya berkurang. Yang kemudian udara dingin yang ada di sekitarnya menuju pada tempat yang bertekanan rendah tadi. Udara mengalami penyusutan sehingga massanya lebih lebih berat dan turun menuju tanah. Saat berada di atas tanah, udara akan kembali panas dan naik. Pertukaran antara naiknya udara panas serta turunnya udara dingin inilah yang kita sebut dengan konveksi.Angin, kecepayannya akan bergantung pada perbedaan tekanan udara diantara tempat dimana angin tersebut berasal,

[7] Lihat https://id.wikipedia.org/wiki/Ombak
[8] Lihat https://id.wikipedia.org/wiki/Angin

dengan tujuan serta dan resistensi medan yang akan dilalui angin.[9]

Masyarakat Madura adalah Si Pencari Ikan yang berbantalkan Ombak dan berselimutkan Angin. Luar biasa, sebuah masyarakat yang bahkan dalam tidurpun terus bergelombang terus bergerak. Masyarakat yang tidak membiarkan dirinya terlena untuk istirahat bahkan tidur. Masyarakat yang selalu waspada terhadap segenap stimuli darai luar. Sehingga menjadi amat lentur dalam melakukan adaptasi laksana sifat angin dan cepat dalam mengambil tindakan. Sebagaimana nelayan mengendalikan ombak di tengah lautan.

Sebagaimana disepakati oleh hampir semua intelektual melalui berbagai telisik dan penelitiannya, orang Madura bekerja laksana Ombak dan Angin, tak kenal henti, tak kenal lelah. Tidak takut menghadapi gelombang kehidupan seganas apapun di perantauan (karena ombak adalah bantalnya), dengan etos kerja yang tinggi dan keuletannya orang Madura selalu bisa *survive* hidup di manapun.[10]

Dalam konteks dan titik tertentu orang Madura tidak sekedar berbantaal Ombak dan berselimut Angin, tapi akan menjelma menjadi Ombak dan Angin itu sendiri, dan menghantam kekuatan dari luar manapun yang dianggap mengusik eksistensi dirinya, pelecehatn terhadap rasa kemaduraan mereka. Apalagi jika berkenaan dengan martabat dan harga diri. Bekenaan dengan rasa malu. Sikap keras dan tegas orang Madura yang seringkali terepresentasi menjadi *carok*, sesungguhnya hanyalah sebuah *feed back* dari stimuli kekuatan ekternal (*external conditions*).[11] Sebagaimana penjelasan fisika tentang terjadinya Ombak dan Angin di atas,yang lebih disebabkan oleh faktor-faktor dari luar seperti angin atau daya tarik bulan dan matahari pada proses terjadinya Ombak dan pengaruh rotasi bumi serta tinggi rendahnya tekanan pada proses terjadinya angin.

9 Lihat http://assharrefdino.blogspot.co.id/2013/11/normal-0-false-false-false-in-x-none-x_6515.html

10 Lihat Rifai, 2007:347

11 Lihat bagaimana Wiyata, 2013:6-7 mengupas tentang reaksi orang madura dalam berbagai konflik.

Rindu Kepatuhan

Ombak dan Angin orang Madura hanya bisa dikendalikan oleh tiga kekuatan, yakni *bhuppa' bhabhu', ghuru* dan *rato*. Sebuah hierarki kepatuhan orang madura terhadap orang tua, guru (ulama/kyai) dan pemimpin formal atau birokrasi.[12] Artinya dalam kehidupan sosial budaya orang Madura terdapat standard referensi kepatuhan terhadap figur-figur utama secara hierarkhial. Sebagai aturan normatif yang mengikat setiap orang Madura maka pelanggran atau paling tidak melalaikan aturan itu akan mendapatkan sanksi sosial sekaligus kultural. Belum lagi adanya sebuah sosok *blater* yang memiliki kekuatan pemaksa untuk membuat orang Madura menjadi patuh.[13]

Maka meskipun orang Madura adalah Ombak dan Angin yang dalam ttitik tertentu bisa melindas kekuatan apapun, faktanya dalam senarai kehidupannya (dalam segala dimensi), orang Madura senantiasa dituntut untuk patuh dan patuh. Patuh pada orang tua, ulama/kyai, penguasa/birokrasi dan bahkan harus patuh (terpaksa) kepada *blater*. Sebuah kontradiksi psikis yang dalam titik tertentu menjadi amat sulit bagi kita untuk menjelaskan berbagai perilaku orang Madura. Bergerak ke atas dan bawah ke kiri dan ke kanan seperti Ombak dan Angin, dari satu titik ekstrim yang satu ke titik ekstrim yang lain. Pada titik tertentu orang Madura bisa menjadi orang yang amat sangat patuh, tapi pada titik yang lain bisa menjadi pemberontak yang amat menakutkan sebagaimana Trunojoyo, Sakera[14] dan tokoh-tokoh lainnya.

Pada titik tertentu bisa menjadi amat sangat baik (terutama saat menjamu tamu), tapi pada kesempatan yang lain bisa menjadi sangat brutal seperti yang tercermin dalaam berbagai peristiwa *carok*. Pada titik tertentu bisa menjadi amat lemah lembut seperti

---

12 Ibid hal 30-35

13 Sosok Blater adalah sosok jagoan yang memiliki legitimasi nya sendiri di dalam kehidupan orang Madura. Dimana dengan legitimasi kekuatan dan kesaktiaannya itu dia menjadi memiliki kekuatan pemaksa untuk membuat orang-orang disekitarnya patuh kepadanya. Lihat Rozaki http://kyotoreview.org/issue-11/social-origin-dan-politik-kuasa-blater-di-madura/

14 Lihat Putut Handoko 2004 dan Rozaki 2009

angin spoi-spoi atau gemericik air pantai, tapi dititik yang lain bisa menjadi sangat keras bahkan kasar sebagaimana tsunami dan puting beliung, seperti yang kita saksikan dalam berbagai peristiwa konflik dan kriminal yang melibatkan orang Madura.

Kondisi psiko sosial-budaya yang membuat orang Madura harus selalu patuh dan patuh pada tiga atau empat hierarki kepatuhan tersebut, dengan sendirinya juga melahirkan kontradiksi psikis dalam batin masyarakat Madura. Dibalik kepatuhan yang harus dipegang erat, ada sebuah kerinduan untuk "dipatuhi". Dan satu-satunya jalan untuk bisa menjadi "dipatuhi" tentu saja harus masuk dalam lingkaran hierarkhi kepatuhan itu.

Hierarkhi pertama adalah patuh kepada orang tua. Maka agar bisa menjadi sosok yang "dipatuhi", jalannya adalah menjadi orang tua, menikah dan memiliki anak. Maraknya perkawinan usia dini dan poligami di Madura barangkali adalah salah satu bentuk penjelasan yang mungkin simplistis, disamping faktor sosial budaya dan religi yang mendorong maraknya fenomena tersebut di Madura. Sebuah kerinduan untuk "dipatuhi" oleh anak, cucu, keluarga besar yang dalam konteks sosiologis tertentu bisa dijelaskan sebagai bentuk kerajaan terkecil di Madura.

Hierarkhi kedua adalah patuh kepada ulama/guru. Ini bukan hanya soal adabiah sebagaaimana lazim diajarkan dalam berbagai tarekat salafi. Kewajiban patuh pada ulama/kyai pada masyarakat Madura pada saat bersamaan juga melahirkan harapan untuk menjelma menjadi ulama atau kyai yang memiliki legitimasi untuk dipatuhi. Maka, sulit sekali (untuk mengatakan tidak ada) menemukan orang Madura yang tidak bisa mengaji (membaca Al Qur'an), sholat atau kewajiban-kewajiban syariat agama Islam lainnya.

Orang-orang tua di Madura punya harapan besar pada anak-anaknya untuk menjadi ulama dalam tingat sekecil apapun, sehingga tradisi mengirim anaknya belajar di berbagaai pesantren, adalah sesuatu yang lazim kita temui. Diakui sebagai muslim yang taat adalah sebuah nilai yang penting dalam masyarakat Madura. Dan ini tercermin dalam berbagai bentuk, termasuk arsitektur

tradisional Madura, yang selalu menempatkan *surau* (tempat sholat) di tempat palaing depan dari seluruh bagian rumah[15]. Tanpa mengesamapingkan penjelasan sosial-religi, fenomena tersebut sesungguhnya juga bisa dimaknai sebagai bnetuk kerinduan orang Madura untuk "dipatuhi", dengan menjadi ulama.

Hierarki ketiga adalah patuh pada penguasa atau birokrasi. Ini bukan hanya soal tujuan kepastian dan kemapanan hidup. Dalam darah pelaut dan pedagang Madura pelan tapi pasti kita jumpai fenomena masyarakat Madura yang semakin hari semakin tertarik untuk masuk dalam dunia birokrasi. Semakin tahun jumlah masyarakat Madura yang berbondong-bondong ikut test menjadi pegawai negeri semakin banyak. Dalam pemilihan kepala daerah di empat kabupaten di Pulau madura (sejak reformasi), kita mulai jumpai calon-calon kepala daerah yang memberanikan diri ikut berkompetisi sekalipun kompetitornya adalah sosok Kyai. Tanpa mengesampingkan penjelasan ekonomi-politik ini bisa juga kita maknai sebagai bentuk penjelasan kerinduan orang Madura, untuk dipatuhi, dengan menjadi penguasa atau birokrat.

Dan ketika ketiga hierarkhi kepatuhan itu terasa sulit untuk dimasuki tau didapatkan, maka alternatifnya adalah memiliki kekuatan pemaksa untuk "dipatuhi", dengan cara menjadi blater. Masuk dalam logika dan tradisi jagoan ala blater. Belajar berbagai ilmu beladiri, ilmu senjata dan ilmu kanuragan lainnya menjadi tuntutan logis bagi upaya mendapatkan legitimasi blater ini. Sesuatu yang lazim kita jumpai pada masyarakat Madura sebagai sebuah bentuk kerindun untuk "dipatuhi".

Orang Madura yang melakukan tindakan kekerasan, dalam bentuk carok untuk membela harga diri dan kehormatan, baik kerena dipicu oleh kasus-kasus di atas atau yang sejenisnya akan dinilai, dan dipandang memiliki keberanian sebagai seorang blater. Orang Madura yang mengambil jalan 'toleran', bukan tindakan carok ketika dihadapkan dengan kasus-kasus pembelaan harga diri

[15] Lihat Maharani http://elearning.upnjatim.ac.id/courses/PERANCANGANARSITEKTUR5/work/tugas_1/4e7be10dbfac0Perancangan_Arsitektur_V.pdf

seperti di atas akan dipandang oleh masyarakat Madura sebagai orang atau keluarga yang tidak memiliki jiwa keblateran. Banyak kasus menunjukkan di dalam masyarakat, yakni seseorang yang sebelumnya dipandang bukan sebagai golongan blater, disebut sebagai blater oleh warga lainnya karena berani melakukan carok. Apalagi menang dalam adu kekerasan carok itu. Jadi penyebutan masyarakat atas sosok blater dalam hal ini sangat erat kaitanya dengan keberanian melakukan carok dalam menghadapi konflik dan permasalahan di dalam lingkungan masyarakat. [16]

Di sini carok dijadikan sebagai arena legitimasi untuk mengukuhkan status sosial seseorang sebagai seorang blater. Jadi identitas keblateran dapat merujuk pada sifat pemberani, angkuh dan punya nyali menempuh jalur kekerasan dalam penyelesaian konflik harga diri. Meskipun carok bukanlah satu-satunya arena untuk melegitimasi status seseorang menjadi blater. Masih banyak arena sosial lainnya yang membentuk dan memproses seseorang menjadi blater. Misalnya, kedekatan seseorang dengan tradisi kerapan sapi, sabung ayam, jaringan kriminalitas dan *remoh* blater. Begitulah antara lain reproduksi kultural blater di masa kini. Dinamika yang berlangsung menciptakan kultur dan komunitas tersendiri di dalam masyarakat Madura. Tak heran bila seseorang sudah memiliki identitas dan status sosial sebagai seorang blater eksistensinya memiliki posisi sosial tertentu di dalam masyarakat Madura. Sosok blater selalu disegani dan dihormati secara sosial. Sangat jarang sekali ditemukan seseorang yang sudah dikategorikan sebagai *blater* dipandang rendah secara sosial. [17]

Dan simpulan (simplistis mungkin) dari kerinduan untuk "dipatuhi" adalah Ikan. Kerinduan untuk "dipatuhi" adalah kerinduan untuk "dihormati". Hierarkhi kepatuhan adalah salah satu jalan untuk mendapatkan kehormatan. Ikan yang tengah dicari oleh Si Pencari Ikan.

---

16 Lihat Rozaki 2009: 2

17 Rozaki ibid.

Komunikasi Politik

Lantas bagaimana orang Madura berkomunikasi dalam sebuah konstalasi atau kontestasi politik. Jelas sudah. Jurus komunikasi politik Si Pencari Ikan adalah jurus Ombak dan Angin. Berdasarkan hierarkhi petuhan ketiga, hakikatnya orang Madura amat sangat patuh pada penguasa dan birokrasi. Orang Madura cenderung diam dan menerima apapun yang menjadi putusan dan kebijakan penguasa. Maka dalam konstalasi politik Madura amat jarang kita jumpai berbagai bentuk artikulasi, agregasi atau bahkan protes politik dari rakyat ke penguasa yang notabene itu betul-betul lahir dari rahim rakyat.

Sekalipun berbagai kebijakan penguasa itu mungkin amat merugikan rakyat, kecenderungan orang Madura adalah diam dan menerima. Diam adalah bentuk lain sebuah komunikasi politik yang bisa bermakna apa saja. Ketakutan, ketidaktahuan, ketidakbisaan dan makna lainnya. Tapi diamnya orang Madura adalah makna lain dari kepatuhan. Kepatuhan kepada *rato*, penguasa, birokrasi yang dalam titik tertentu akan bergeser menjadi ketidakmautahuan, keapatisan, apatisme komunikasi politik.

Dan situasi menjadi semakin sulit manakala pasca reformasi terjadi silang saling perkawinan hierarki kepatuhan dalam konstalasi politik Madura. Dimana di semua wilayah empat kabupaten di Madura, hierarkhi kedua (kyai) bersenyawa dengan hierakhi ketiga (penguasa). Kyai menjadi Bupati. Bahkan dalam proses kompetisi untuk mejadi penguasa mat lazim kita jumpai bagaimana tiga kekuatan yang memiliki legitimasi untuk "dipatuhi" saling bersenyawa. Kyai menjadi Blater dan menjadi Bupati. Atau Kyai menjadi Bupati dengan bantuan Blater. Atau Blater menjadi Bupati dengan bantuan Kyai.

Sebuah koalisi pemiliki legitimasi untuk "dipatuhi", yang menjadikan rakyat Madura semakin kehilangan ruang komunikasi politik untuk menyampaikan berbagai pesannya, akibat begitu kokoh dan *legitimate*-nya sosok penguasa yang pada saat bersamaan menyandang dua atau tiga atau bahkan empat kekuatan legitimasi

untuk "dipatuhi". Bahkan ketika rakyat telah menyadari betul bahwa sesungguhnya "kepatuhannya" hanya dimanfaatkan oleh elit politik, birokrasi atau penguasa, orang madura masih sangat sulit untu keluar dari hegemoni hierarkhi kepatuhan ini. Maka dalam berbagai tulisannya Wiyata[18] seringkali mengajak orang Madura untuk merenungkan lagi makna hierarkhi kepatuhan itu, bukan dalam makna yang buta, tapi dalam makna yang lebih komtemplatif dan rasional.

Dalam pemahaman sederhana saja dan ini dibuktikan oleh banyak riset yang dilakukan oleh banyak lembaga survei, dalam konteks komunikasi politik, pesan politik yang disampaikan oleh orang Madura hakikatnya adalah pesan yang disampaikan oleh Orang Tua-nya, Kyai-nya, Birokrat-nya (aparat, *klebun* dan lain-lain) dan dalam titik tertentu adalah pesan jagoannya, *blater*-nya. Maka dalam kontestasi politik Madura, muncul adagium sederhana, "jika ingin mendapatkan suara orang Madura, dapatkan dulu suara Orang tua-nya, kyai-nya, klebun-nya dan *blater*-nya".

Apakah sesederhana itu? Tentu saja tidak. Karena dinamika politik dunia, nasional, regional dan lokal saling silang mempengaruhi. Konstalasi politik dan komunikasi politik mutakhir makin kompleks untuk disimpulkan atau dijelaskan hanya dari satu sudut pandang saja. Sebagaimana sudah dijelaskan di atas. Si Pencari Ikan itu memiliki jurus Ombak dan Angin. Memang benar ombak dan angin orang Madura bisa dikendalikan oleh kekuatan hierarkhi kepatuhan. Tapi Ombak dan Angin juga terjadi karena banyak faktor. Salah satu faktor utamanya adalah tinggi rendahnya tekanan.

Maka kualitas tinggi rendahnya tekanan kekuatan hierakhi kepatuhan jelas akan berpengaruh pada tinggi rendahkan gemuruh Ombak dan Angin dalam berkontestasi dan berkomunikasi politik. Apalagi pada saat bersamaan juga ada tinggi rendahnya tekanan faktor lain. Diantaranya peristiwa politik yang terjadi di tempat lain baik dalam skala global, nasional, regional maupun lokal. Juga

[18] Lihat Wiyata 2013

faktor transformasi keilmuan dalam dunia pendidikan formal yang makin banyak diikuti oleh generasi muda Madura. Belum lagi media massa, *new media* (internet, *social media* dll), perubahan gaya hidup, kelas menengah dan faktor-faktor lainnya yang lambat laun pengaruhnya pasti akan dibuktikan melalui berbagai studi. Tau bahkan juga telah dibahas oleh teman-teman yang lain dalam buku ini.

Ombak dan Angin mempunyai potensi untuk meniduran tapi sekaligus juga memiliki potensi menghancurkan. Jika Ombak dan Angin itu sudah seirama dengan kekuatan penekannya, maka ia akan bergerak tanpa bisa dicegah, bahkan oleh kekuatan hierakhi kepatuhan sekalipun. Maka tak heran jika di beberapa daerah di Madura (terutama bangkalan) mulai terjadi pemberontakan komunikasi politik dari sekelompok rakyat kepada para penguasa. Karena satu yang harus di ingat, bahwa pada sisi terdalam Si Pencari Ikan ada kerinduan untuk "dipatuhi" sebagai penguasa, maka jika ini sulit untuk diraih, menjadi "teman" dari penguasa adalah salah satu bentuk alternatif. Teman penguasa baru atau teman caalon penguasa baru yang melawan, mengalahkan penguasa lama.

Pada Akhirnya Pulang Juga

Sebagaimana yang tersirat dalam lagu tanduk majeng, Sejauh apapun dan selama apapun Si Pencari Ikan pergi berlayar mencari Ikan, pada akhirnya akan kembali pulang juga. Pada akhirnya hasil tangkapan ikannya akan di bawa kembali pulang juga. Ya, sejauh dan selama apapun orang Madura pergi merantau pada akhirnya dalam momen-momen tertentu ia akan *torun*, akan mudik[19], akan pulang. Membangun rumahnya di kampung dengan megah, untuk membuktikan keberhasilannya dalam perantauan, sekalipun nantinya rumah itu akan ditinggal merantau kembali.

Kalaupun hendak berangkat naik haji umumnya juga ber-

[19] Lihat bagaimana Wiyata merasa prihatin dengan kecenderungan orang Madura untuk hidup glamour dan berfoya-foya merayakan keberhasilannya di rantau saat mudik. Wiyata 2013 : 55

angkat dari kampung halaman bukan kampung perantauan. Kalaupun terpaksa harus berangkat dari kampung perantauan pasti akan mengundang seluruh kerabat dari kampung halaman untuk mengantar kepergiannya. Karena Ikan yang sudah di dapat, "kohormatan" yang sudah diperoleh melalui berbagai daya upaya dan mental Ombak dan Angin hanya akan bermakna dan bisa dimaknai jika dia bawa kembali pulang. Karena hanya kerabat-nyalah, hanya orang Madura-lah yang bisa memahami dan mengakui makna Ikan yang telah berhasil di tangkap oleh Si pencari Ikan. Bukan orang lain, bukan di tempat lain. Pun demikian dalam konteks komunikasi politik bagi Si Pencari Ikan, saat pulang, saat di rumah, saat di Madura-lah tempat terbaik, bukan atau belum di tempat lain.

Ole…olang, Paraonah alajereh (Ole… olang, perahunya mau berlayar)

Ole…olang, Alajereh ka Madureh (Ole… olang, berlayar ke madura)

DAFTAR PUSTAKA

Wiyata, A.Latif (2013) *Mencari Madura*, Jakarta: Bidik Phronesis Publishing.

Rifai, Mien Ahmad (2007) *Manusia Madura*, Yogyakarta: Pilar Media

De Jonge, Huub (1989) Madura dalam Empat Zaman: Pedagang, Perkembangan Ekonomi dan Islam,Jakarta : Gramedia

Handoko Putut (2004) Babad Sejarah Madura, *Tesis*, Universitas Negeri Surabaya.

Nadjib Emha Aninun (2014) Asal-usul Madura, https://www.youtube.com/watch?v=2dZ9rIw_TBc

Nadjib, Emha Aninun dan Kyai Kanjeng (2014) Sejarah Madura, https://www.youtube.com/watch?v=4cL92bpUGDY

Maharani, Rizki Septia, Arsitektur Etnik Madura, http://elearning.upnjatim.ac.id/courses/PERANCANGANARSITEKTUR5/work/tugas_1/4e7be10dbfac0Perancangan_Arsitektur_V.pdf

Rozaki, Abdur, Social origin dan Politik Kuasa Blater di Madura, http://kyotoreview.org/issue-11/social-origin-dan-politik-kuasa-blater-di-madura/

WIKIPEDIA

Babad Tanah Madura, Koleksi Universitas Dr. Soetomo Surabaya

MEDIA DAN STEREOTIP TERHADAP ETNIS MADURA

Bani Eka Dartiningsih

"Menurut saya orang Madura itu mudah tersinggung, gampang curiga pada orang lain, temperamental atau gampang marah, pendendam serta suka melakukan tindakan kekerasan. Bahkan kalo orang Madura dipermalukan, seketika ia juga akan melakukan tindakan balasan

Bangsa Indonesia sebagai bangsa multikultur terdiri dari berbagai masyarakat yang memiliki banyak suku dan etnik. Banyaknya suku dan etnik dapat menimbulkan stereotip antaretnik. Stereotip antare etnik yang mendekati realitas sering merupakan ekspresi rasa kesukubangsaan, namun disisi lain stereotip yang tidak sesuai dengan realitas etnik tertentu dapat menjadi boomerang dan kesalahpahan hubungan antaretnik. Sebaliknya stereotip yang positif (mendekati realitas) akan mampu mendekatkan kompetensi komunikasi antar budaya.

Pulau Madura dan Surabaya terpisahkan oleh selat Madura yang panjangnya kira-kira 6 km diukur dari sisi Surabaya (kenjeran) sampai ke ujung Madura (kamal), faktor ini pula yang menyebabkan Madura kurang diperhatikan oleh khalayak ramai dan dunia industri. Karena itulah Madura tampak kolot dengan keautentikan budaya yang belum tersentuh modernisasi industri. Kesulitan yang dihadapi untuk mencapai pulau Madura juga menjadi penghalang bagi para pengamat budaya untuk mendeskripsikan budaya Madura kepada khalayak ramai, sehingga tidak banyak khalayak ramai

yang tahu tentang bagaimana kebudayaan masyarakat di Madura, kebanyakan hanya memandang bahwasannya masyarakat Madura berperangai keras, sulit beradaptasi, terbelakang, dan kasar.(Said Abdullah, oktober 2008).

Sejak sebelum Jembatan Suramadu dioperasikan, telah muncul berbagai stigama sosial tentang masyarakat Madura, yaitu keterbelakangan dan kekerasan. Kekerasan seakan menjadi atribut yang melekat di pundak masyarakat Madura, Banyak yang mencitrakan masyarakat dan kebudayaan Madura dengan sikap serba sangar, mudah menggunakan senjata dalam menyelesaikan masalah. Hal ini sebagai penggambaran watak masyarakat Madura yang tegas dan berani bertindak. Watak tersebut memang melekat sampai sekarang, hal tersebut dikarenakan kerasnya perjuangan masyarakat Madura dalam menjalani kehidupan akibat kondisi alam yang tidak mendukung, kurang subur, relatif kering dan gersang. karena itu untuk mempertahankan hidup demi sejengkal tanahnya, masyarakat Madura rela meregang nyawa.

Setiap suku atau bangsa mempunyai stereotip masing-masing di mata bangsa lainnya. Sebagai contoh, stereotip orang Jawa (menurut orang luar Jawa) itu halus, kalem, serta "kemayu" dan lain-lain. Faktanya, stereotip ini seringkali berupa penilaian klise yang kadang tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya.Penilaian-penilaian itu lebih banyak didasarkan pada pengalaman empiris suku atau bangsa yang menilai tersebut dalam berinteraksi dengan suku atau bangsa yang dinilai, dimana penilaian tersebut hanyalah penyederhanaan dan pemukulrataan suatu kesimpulan saja terhadap sifat dan karakter suku atau bangsa yang dinilai.

Begitu juga yang terjadi pada suku Madura. Mereka uga punya stereotip yang melekat di benak suku atau bangsa lain. Stereotip orang Madura ini lebih banyak yang negatif daripada yang positif. Stereotip ini antara lain mengatakan bahwa sifat dan karakter orang Madura itu keras perilakunya, kaku, ekspresif, temperamental, pendendam, dan suka melakukan tindak kekerasaan. Padahal sifat-sifat dan karakter-karakter tersebut tidak semuanya benar.

Prasangka

Suatu kekeliruan persepsi terhadap orang yang berbeda adalah prasangka, suatu konsep yang sangat dekat dengan stereotip. Prasangka adalah sikap yang tidak adil terhadap seseorang atau suatu kelompok. Beberapa pakar cenderung menganggap bahwa stereotip itu identik dengan prasangka, seperti Donald Edgar dan Joe R. Fagi. Dapat dikatakan bahwa stereotip merupakan komponen kognitif (kepercayaan) dari prasangka, sedangkan prasangka juga berdimensi perilaku. Jadi, prasangka ini konsekuensi dari stereotip, dan lebih teramati daripada stereotip.

Richard W. Brislin mendefinisikan prasangka sebagai sikap tidak adil, menyimpang atau tidak toleran terhadap sekelompok orang. Seperti juga stereotip, meskipun dapat positif atau negatif, prasangka umumnya bersifat negatif. Prasangka ini bermacam-macam, yang populer adalah prasangka rasial, prasangka kesukuan, prasangka gender, dan prasangka agama. Prasangka mungkin dirasakan atau dinyatakan. Prasangka mungkin diarahkan pada suatu kelompok secara keseluruhan, atau seseorang karena ia anggota kelompok tersebut. Prasangka membatasi orang-orang pada peran-peran stereotipik. Misalnya pada prasangka rasial-rasisme semata-mata didasarkan pada ras dan pada prasangka gender-seksisme pada gendernya.

Prasangka ialah apa yang ada dalam pemikiran kita terhadap individu dan kelompok lain seperti dalam hubungan ras dan etnis atau melalui media massa yang populer. Prasangka menjadi komunikasi antarbudaya karena biasanya ada pandangan negatif yang diiringi oleh adanya pemisahan yang tegas antara perasaan kelompokku *(in group)* dan perasaan kelompokmu *(out group feeling)*. Oleh sebab itu komunikasi yang diawali oleh adanya prasangka tidak akan berjalan dengan efektif.

Ada tiga tipe tipe prasangka yang kita kenal, yakni:

1. Prasangka kognitif, yakni prasangka yan berada pada ranah pemikiran, benar atau salah. Menurut kelompoknya terhadap kelompok lain.

2. Prasangka afektif, yakni prasangka yang berada pada ranah perasaan, suka atau tidak suka.
3. Prasangka konatif, yakni prasangka yang berada pada ranah perbuatan/perilaku/action. Pada ranah ini bila suatu kelompok tidak suka pada kelompok lain maka kelompok tersebut akan di deskrimninasi dan dijauhkan.

Brislin menyatakan bahwa prasangka itu mencakup hal-hal berikut : memandang kelompok lain lebih rendah, sifat memusuhi kelompok lain, bersikap ramah pada kelompok lain pada saat tertentu, namun menjaga jarak pada saat lain; berperilaku yang dibenci kelompok lain seperti terlambat padahal mereka menghargai ketepatan waktu. Ini berarti bahwa hingga derajat tertentu kita sebenarnya berprasangka terhadap suatu kelompok. Jadi kita tidak dapat tidak berprasangka.

Wujud prasangka yang nyata dan ekstrem adalah diskriminasi, yakni pembatasan atas peluang atau akses sekelompok orang terhadap sumber daya semata-mata karena keanggotaan mereka dalam kelompok tersebut seperti ras, suku, gender, pekerjaan dan sebagainya. Contohnya diskriminasi terhadap orang negro yang ada di amerika.

Prasangka dapat menghambat komunikasi. Oleh karena itu, orang-orang yang punya sedikit prasangka pun terhadap suatu kelompok yang berbeda tetap saja lebih suka berkomunikasi dengan orang-orang yang mirip dengan mereka karena interaksi demikian lebih meyenagkan daripada interaksi dengan orang tak dikenal. Ada beberapa contoh prasangka misalnya. orang Jepang kaku dan pekerja keras, orang Cina mata duitan, politikus itu penipu, wanita sebagai objek seks, dan lain-lain. Prasangka mungkin tidak didukung dengan data yang memadai dan akurat sehingga komunikasi yang terjalin bisa macet karena berlandaskan persepsi yang keliru, yang pada gilirannya membuat orang lain juga salah mempersepsi kita. Cara yang terbaik untuk mengurangi prasangka adalah dengan meningkatkan kontak dengan mereka dan mengenal mereka lebih baik, meskipun kadang cara ini tidak berhasil dalam semua situasi.

Media Massa dalam Membentuk Stereotip

Media massa merupakan alat yang digunakan untuk melakukan komunikasi secara massa. Secara teoritis, Sobur (2006,112-114) mengatakan bahwa media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Pada praktiknya, apa yang disebut sebagai kebenaran ini sangat ditentukan oleh jalinan banyak kepentingan. Berbagai persoalan idologis pada media muncul ketika apa yang disampaikan media (dunia representasi), dikaitkan dengan "kenyataan social" (dunia nyata), memunculkan berbagai problematika idiologis di dalam kehidupan social dan buadaya.

Penggambaran media mengenai kelompok minoritas tidak jarang diperlakukan secara stereotipis atau merendahkan. Stereotip terhadap kelompok minoritas terjadi baik di media cetak, elektronik, film, buku-buku pelajaran, ataupun media lainnya. Stereotip mengindikasikan bahwa media dapat mengutamakan streotip dan stereotip inilah kemudian mempengaruhi pemahaman orang. Berbagai streotip tersebut mempengaruhi bagaimana kita membuat penilaian terhadap orang dari kelompok yang dikenai stereotip (Bryant dan Zallman, 2002:102-103).

Terkait dengan hal diatas, Rakhmat (2005:224-227) menjelaskan peran media massa dalam membentuk stereotip:

a. Media massa menampilkan realitas kedua. Informasi ditampilkan oleh media massa berdasarkan seleksi yang dilakukan oleh lembaga media yang bersangkutan. Hal ini mengakibatkan khalayak membentuk citra lingkungannya berdasar realitas kedua yang ditampilkan media massa
b. Media massa memberikan status. Seseorang atau kelompok bisa mendadak terkenal karena diliput secara besar-besaran oleh media. Sebaliknya orang terkenal mulai terlupakan karena tidak diliput oleh media.
c. Media massa menciptakan stereotip. Adanya proses seleksi informasi dalam media, maka media massa turut mempenga-

ruhi pembentukan citra yang bias dan tidak cermat sehingga menimbulkan stereotip.

Lebih lanjut Rakhmat (2005:227) menyatakan bahwa pengaruh media tidak berhenti sampai pada mempertahankan citra yang sudah dimiliki khalayaknya. Media massa mencerminkan citra khalayak dan khalayak memproyeksikan citranya pada penyajian media massa. *An example is the public perception that youth crime is on rise, or out of control*. Jadi ada hubungan transaksional antara khalayak yang menjadi objek pencitraan, dengan media yamg menjadi subjek/pelaku pencitraan.

Stereotip Orang Madura

Streotip ialah salah satu bentuk hambatan dalam komunikasi antar budaya. Stereotip merupakan sebuah pengeneralisasian terhadap individu-individu yang berada dalam suatu kelompok tanpa informasi yang memadai dengan mengabaikan karakteristik individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Streotip identik terhadap perbedaan suku, ras, etnis, kelompok agama/ kepercayaan. Sikap dalam komunikasi yang berdasarkan streotip jelas akan menghambat teradinya komunikasi yang efektif dan harmonis.

Streotip dapat positif maupun negatif. Streotip yang merujuk sekelompok orang sebagai orang malas, kasar, jahat atau bodoh jelas-jelas merupakan stereotip negatif. Tentu saja ada stereotip yang positif, seperti asumsi pelajar dari Asia yang pekerja keras, berkelakuan baik, dan pandai. Bagaimanapun, karena stereotip memepersempit persepsi kita, maka stereotip dapat mencemarkan komunikasi antarbudaya. Hal ini karena stereotip cenderung untuk menyamaratakan cirri-ciri sekelompok orang, Misalnya, kita tahu bahwa tidak semsua pelajar Asia yang pekerja keras, dan pandai, dan tidak ada sekelompok orang yang semuanya adalah malas.

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan (stereotyping), yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi orang-orang berdasarkan

keanggotaan mereka dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, penstereotipan adalah proses menempatkan orang-orang ke dalam kategori-kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategori-kategori yang sesuai, ketimbang berdasarkan karakteristik individual mereka. Banyak definisi stereotype yang dikemukakan oleh para ahli, kalau boleh disimpulkan, stereotip adalah kategorisasi atas suatu kelompok secara serampangan dengan mengabaikan perbedaan-perbedaan individual. Kelimpik-kelompok ini mencakup : kelompok ras, kelompok etnik, kaum tua, berbagai pekerjaan profesi, atau orang dengan penampilan fisik tertentu. Stereotip tidak memandang individu-individu dalam kelompok tersebut sebagai orang atau individu yang unik.

Contoh stereotip :

- Laki-laki berpikir logis
- Orang berkaca mata minus jenius
- Orang batak kasar
- Orang padang pelit
- Orang jawa halus-pembawaan
- Orang Madura keras

Menurut Baron dan Paulus ada beberapa faktor yang menyebabkan adanya stereotip. Pertama, sebagai manusia kita cenderung membagi dunia ini ke dalam dua kategori: kita dan mereka. Karena kita kekurangan informasi mengenai mereka, kita cenderung menyamaratakan mereka semua, dan mengangap mereka sebagai homogen. Kedua, stereotip tampaknya bersumber dari kecenderungan kita untuk melakukan kerja kognitif sedikit mungkin dalam berpikir mengenai orang lain. Dengan kata lain, stereotip menyebabkan persepsi selektif tentang orang-orang dan segala sesuatu disekitar kita. Stereotip dapat membuat informasi yang kita terima tidak akurat.

Pada umumnya, stereotip bersifat negatif. Stereotip tidak berbahaya sejauh kita simpan di kepala kita, namun akan bahaya bila diaktifkan dalam hubungan manusia. Stereotip dapat menghambat

atau mengganggu komunikasi itu sendiri. Contoh dalam konteks komunikasi lintas budaya misalnya, kita melakukan persepsi stereotip terhadap orang padang bahwa orang padang itu pelit. Lewat stereotip itu, kita memperlakukan semua orang padang sebagai orang yang pelit tanpa memandang pribadi atau keunikan masing-masing individu. Orang padang yang kita perlakukan sebagai orang yang pelit mungkin akan tersinggung dan memungkinkan munculnya konflik. Atau misal stereotip terhadap orang batak bahwa mereka itu kasar. Dengan adanya persepsi itu, kita yang tidak suka terhadap orang yang kasar selalu berusaha menghindari komunikasi dengan orang batak sehingga komunikasi dengan orang batak tidak dapat berlangsung lancar dan efektif. Stereotip terhadap orang afrika-negro yang negatif menyebabkan mereka terbiasa diperlakukan sebagai kriminal. Contohnya, di Amerika bila seseorang (kulit putih) kebetulan berada satu tempat/ruang dengan orang negro mereka akan, secara refleks, melindungi tas atau barang mereka, karena menggangap orang negro tersebut adalah seorang pencuri. Namun, belakangan, stereotip terhadap orang negro sudah mulai berkurang terleih sejak presiden amerika saat ini juga keturunan negro. Orang Indonesia sendiri di mata dunia juga sering distereotipkan sebagai orang-orang 'anarkis' 'bodoh', konservatif-primitif, dan lain-lain.

Bentuk-bentuk stereotip ertnis Madura antara lain mengatakan bahwa orangMadura itu keras perilakunya, kaku, eksperesif, temperamental, pendendam, dan suka melakukan tindak kekerasan. Dan parahnya stereotype semacam ini sering kali mendapatkan pembenaran, ketika terjadi kasus-kasus kekerasan dimana pelakunya adalah orangMadura.

> "orang Madura kasar, keras, kurang suka bergaul dengan orang lain, cenderung mementingkan diri sendiri"

Namun harus diakui, bahwa perangai, sikap dan perilaku orang Madura yang pada dasarnya sangat tegas kemudian terimplementasikan dalam perangai, sikap dan perilaku spontan dan ekspresif ini kadangkala muncul dalam takaran yang agak berlebihan

sehingga makna ketegasan yang terkandung di dalamnya bergeser menjadi "kekerasan". Namun pergeseran ini tidak mungkin terjadi tanpa ada kondisi-kondisi yang membentuknya. Kondisi social budaya yang paling kuat adalah ketika orang Madura merasa dilecehkan harga dirinya sehingga membuat merasa *tada' ajhina* (tidak berguna/tidak bermanfaat)

> "orang Madura pekerja keras, pekerja kasar, suka merantau,"

Masyarakat Madura baik yang berada di Madura maupun di luar Madura dikenal memiliki etos kerja yang sangat ulet dan tangguh serta semangat keagamaan yang tinggi. Orang Madura tidak akan sungka menyingsingkan lengan baju untuk mendatangi atau menerima suatu pekerjaan yang hal itu tercermin dalam peribahasa *"temon nangtang lalap"* (ketimun menantang untuk dibuat lalap). Karenanya mereka kemudian bekerja apa saja dan seberat apapun asalkan tidak melanggar agama. Dengan kata lain orang Madura tidak akan menganggap pekerjaan sebagai sesuatu yang berat, kurang menguntungkan atau hina selama kegiatannya bukan tergolong maksiat yang hasil akhirnya adalah halal.

Etos kerja pada orang Madura, bahwanya orang Madura adalah pekerja keras, tetapi disisi lain stereotip yang melekat adalah mereka (orang Madura) identik dengan pekerjaan yang membutuhkan keterampilan sedikit, pekerja kasar dan serabutan. Akan tetapi keuletannya dalam suatu pekerjaan membuat mereka (orang Madura) sukses dalam materi dan kekayaan.

Orang Madura mempunyai semangat untuk melakukan perantauan kemana pun. Di tanah rantau pun, orang Madura masih tetap dikenal sebagai sosok yang rajin, ulet dan berkinerja tinggi. Karakter danm sifat lain yang juga melekah pada orang Madura adalah perilaku yang selalu apa adanya dalam bertindak. Suara yang tegas dan ucapan jujur serta apa adanya kiranya merupakan suatu bentuk keseharian yang bisa dirasakan ketika berkumpul dengan orang Madura.

Pandangan atau penilaian mengenai sifat-sifat dan watak atau karakter orang Madura oleh orang-orang luar Madura yang bersifat subjektif dan cenderung tidak tepat serta negatif karena tidak lengkapnya informasi yang diterimaoleh orang-orang luar Madura tersebut.Timbulnya berbagai stereotip negatif tentang etnis Madura seperti tergambar diatas, merupakan akibat dari perkembangan ekonomi dan politik yang penuh anakronisme atau tidak bersesuaian dengan gerak zaman ini, serta segala sesuatu yang terkait dengannya, secara langsung atau tidak langsung sangat penting perannya dalam menentukan gambaran yang terbentuk tentang orang Madura. Mereka lalu di pandang sangat terbelakang dan primitive, tak ubahnya dengan orang yang datang dari waktu lain dan dunia lain.

Streotip etnis Madura tampak sebagaimana diungkapkan oleh E.A. Nadjib (2005:3-4) yang memandang orang Madura tampak sebagai *"the most favourable people"* yang watak dan kepribadian tertentunya di puji dan dikagumi dengan setulus hati. Tidak ada kelompok masyarakat di bumi ini yang dalam menjaga perilaku dan moral hidupnya begitu berhati-hati seperti diperlihatkan orang Madura. Mereka sangat bersungguh-sungguh dan lugu serta lugas dalam berkata-kata. Oleh karena itu, kalau orang Madura menyatakan sesuatu maka memang demikianlah isi hati pikirannya, dan jika mengungkapkan suatu bentuk sikap tertentu biasanya karena memang begitulah muatan batinnya.

Penggambaran media tentang suatu kelompok yang mengandung stereotip dapat mempengaruhi persepsi kelompok lain mengenai dunia luar. Kita tidak pernah benar-benar mempunyai pengalaman langsung dengan pelbagai aktivitas atau kelompok orang di dunia nyata. Melalui penggambaran di media inilah, kita memahami, berpikir dan membentuk tanggapan kita terhadap dunia luar.

> "saya mengetahui stereotip orang Madura dari media massa, berita-berita kekerasan yang terjadi di media kebanyakan pelakunya adalah orang Madura"

Bahwasanya dengan kekuatan yang dimilikinya, media massa bisa mengubah keadaan tersebut, yaitu mematahkan stereotip, antara lain dengan menghadirkan penggambaran yang lebih positif dibandingkan dengan penggambaran yang selama ini ada. Jadi sebenarnya orang Madura memiliki karakter dan sifat terbuka terhadap perubahan maka tidak heran jika Majalah Tempo berdasarkan riset pada tahun 1980 an pernah menempatkan suku Madura dalam lima besar yang paling sukses di Negara ini, hampir di tiap daerah bisa ditemukan "sate Madura" yang seolah menjadi trade mark orang Madura (Tempo Interaktif, 20 November 2011).

Dalam konsep stereotip antaretnik digambarkan bahwa berkomunikasi dengan orang yang berbeda etnik, orang tersebut cenderung menilai orang lain dengan standar nilai-nilai budaya yang dimilikinya, bukan berdasar nilai budaya orang yang dinilainya. Hal ini memperkuat teori etnosentrisme, bahwa setiap kelompok memiliki sikap etnosentris, dimana suatu kelompok merasa *folkwaysnya* lebih unggul daripada *folways outgroupnya*, kebudayaan sendiri dimutlakkan.

Pendapat Bovee dan Thill serta Andrea L.Rich bahwa etnosentirisme merupakan kecenderungan untuk menilai suatu kelompok lain menurut standar, tingkah laku, dan tradisi kelompok sendiri serta memandang kelompok lain lebih rendah. Stereotip sangat mempengaruhi perilaku manusia, khususnya komunikasi antar etnik, karena stereotip menentukan bagaimana seseorang bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain yang berbeda etnik tersebut.

Sterotipe dibentuk oleh pengalaman antar etnik. Hal ini mendukung pendapat Andrea L.Rich (1974) bahwa stereotip tidak muncul dengan sendirinya melalui insting tetapi stereotip ada dalam kesadaran seseorang melalui pengalaman antar etnik. Pengalaman tersebut diperoleh melalui berbagai cara, yaitu: (1). Melalui pengalaman pribadi setelah berinteraksi dengan orang yang berbeda etnik, berinteraksi dengan anggota ras, etnik, agama, atau kelompok sosial yang berbeda, (2). Melalui pengalaman dari "orang lain yang relevan" misalnya mempelajari bahasa, nilai-nilai dan

sikap serta keyakinan dari anggota keluarga, guru dan sahabat yang memberikan informasi tentang etnik tertentu , (3). Pengalaman yang diperoleh dari media massa seperti surat kabar, majalah, film, radiao dan televisi yang memberikan gambaran tentang etnik.

DAFTAR PUSTAKA

Mulyana, Deddy, 1999, Nuansa-Nuansa Komunikasi: meneropong Politik dan Budaya komunikasi Masyarakat Kontemporer, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Meleong, Lexy J, 2006, Metode Penelitain Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Kriyantoro, Rachmat, 2008, Riset komunikasi:Teknik Praktis, Jakarta: Prenada Media Group

Nadjib, E.A, 2005, Folkore Madura, Yogyakarta; Progressin,

Rakhmat, Jalaluddin, 2005, Psikologi Komunikasi, Bandung; PT. Remaja Rosdakarya

Rich,Andrea L, 1974, Interacial Communication, Herper & Row Publishers, New York

Rifai, Mien Ahmad, 2007, Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan, Dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya, Yogyakarta, Pilar Media

Wiyata, Abdul Latif, 2006, Carok; Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura, Yogyakarta, LKis

IDENTITAS KULTURAL MASYARAKAT MADURA: TINJAUAN KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Nikmah Suryandari

Pendahuluan

Indonesia adalah negara kepulauan dengan keberagaman etnis, suku, budaya, agama dan keyakinan, adat istiadat. Kondisi keberagaman ini rawan memicu konflik karena masyarakat terbagi ke dalam kelompok-kelompok sesuai dengan afiliasi budaya, etnis, agama dan lainnya. Madura sebagai salah satu kelompok etnis di Indonesia yang dikenal memiliki karakteristik kultural yang unik dengan segala stigma dan stereotype yang melingkupinya.

Menurut Taufiqurrahman (2007) identitas budaya Madura itu dianggap sebagai deskripsi dari generalisasi jati diri individual maupun komunal etnik Madura dalam berperilaku dan berkehidupan. Kehidupan mereka ditempat asal maupun di perantauan kerapkali membawa dan senantiasa dipahami oleh komunitas etnik lain atas dasar identitas kolektifnya itu. Akibatnya, tidak jarang diantara mereka mendapat perlakuan sosial maupun kultural secara fisik dan atau psikis yang dirasakan kurang proporsional.

Tulisan ini mencoba membahas mengenai identitas kultural masyarakat Madura dari perspektif komunikasi antar budaya.

Fenomena Lunturnya Kebanggaan Identitas Kultural Masyarakat Madura

Saya pernah menanyakan kepada beberapa orang Madura mengenai daerah asal mereka. Dari jawaban mereka ada fakta menarik tentang identitas kultural mereka. Mereka yang berasal dari wilayah timur Madura, yaitu Sumenep menjawab bahwa mereka dari Sumenep, bukan dari Madura. Orang Sumenep enggan mengakui dirinya sebagai orang Madura. Sedangkan orang yang berasal dari Bangkalan, ada yang menjawab kalau mereka berasal dari Surabaya utara. Ada apa dengan jawaban mereka? Bagaimana identitas kultural yang mereka miliki sebagai orang Madura? Gambaran diatas dapat menimbulkan kerawanan akan lunturnya identitas kultural mereka ditengah gempuran budaya global.

Madura dapat dikatakan merupakan entitas budaya yang unik, dan dapat dibedakan dengan budaya-budaya lain negeri ini. Batasan mengenai Madura itu sendiri cukup dilihat dari parameter bahwa suatu unsur budaya tersebut dapat mencirikan identitas Madura, maka dapat dikatakan sebagai budaya Madura. Melalui bahasa Madura, dialek Madura akan dengan mudah diketahui sebagai budaya Madura. Bahasa merupakan elemen penting yang menjadi unsur penjelas identitas kultural sesorang.

Saat ini sering kita temui budaya Madura tidak mendapat porsi semestinya bahkan oleh masyarakatnya sendiri. Orang Madura malu mengakui kemaduraanya, dan lebih bangga dengan identitas lainnya. Sebagai sebuah label identitas, yang pada gilirannya menunjukkan eksistensi kita di dalam sebuah komunitas yang lebih besar, seharusnya Madura menduduki posisi yang lebih terhormat dan membanggakan si pengguna label tersebut. Nyatanya, identitas kemaduraan, kini, tidak lagi dianggap penting.

Keengganan orang Madura mengakui identitas etnis dan asal mereka kiranya dapat dimaklumi karena selama ini persepsi orang di luar Madura cenderung negatif sehingga komunitas mereka cenderung termarginalkan. Hal ini menimbulkan "image trau-

matik." Identitas diri orang Madura semakin tidak dapat dikenali karena ada kecenderungan bertindak *escapistic* (melarikan diri) saat berinteraksi sosial di perantauan. Dalam kata lain, mereka "melepaskan identitasnya" yang merupakan ciri khas dan karakteristik etnisitas sesungguhnya yang sebenarnya tetap melekat erat pada dirinya. Hal tersebut nampaknya justru tidak kita temukan pada kelompok etnis lain, yang biasanya justru bengga dengan penggunaan bahasa daerah mereka di perantauan.

Dalam konteks ini, budaya Indonesia dan barat (global) dapat dikategorikan sebagai budaya asing dan baru bagi budaya Madura, sehingga berbahasa Indonesia khususnya bahasa gaul bagi remaja dianggap lebih bergengsi dibanding berbahasa Madura. Kondisi ini menjadikan semakin banyak orang Madura yang tidak lagi berbahasa Madura, bahkan saat berbicara dengan sesama orang Madura. Orang tua juga semakin jarang mengajarkan pada anak-anaknya untuk berbahasa Madura di rumah. Mereka lebih senang mendidik anaknya dengan bahasa Indonesia. Dari fenomena di atas dapat diamati bahwa luntur atau hilangnya identitas kultural bukan berarti mengokohkan identitas nasional (identitas bangsa) namun malah merapuhkan keberadaan identitas nasional sehingga dikhawatirkan akan hilang di telan derasnya serangan budaya global.

Terkikisnya kebanggan identitas kultural Madura ini tentu memprihatinkan karena berkaitan dengan eksistensi budaya Madura dan orang Madura, baik yang di Madura maupun di perantauan. Dalam konteks relasi pada masyarakat majemuk, identitas kulural Madura harus tetap dipertahankan. Hal ini bukan semata didasarkan pada ikatan emosional semata apalagi etnosentrisme kesukuan, melainkan lebih pada fakta bahwa dalam realita sehari-hari kita memang memiliki lebih dari satu identitas. Disamping identitas kebangsaaan sebagai bangsa Indonesia, kita adalah anggota etnis tertentu, penganut agama atau kepercayaan tertentu dan sebagainya.

Membahas Identitas Kultural

Pembahasan mengenai identitas kultural seringkali dikacaukan dengan istilah identitas sosial. Identitas sosial terbentuk dari struktur sosial yang terbentuk dalam sebuah masyarakat. Adapun identitas kultural terbentuk melalui struktur kebudayaan suatu masyarakat. Struktur budaya adalah pola-pola persepsi, berpikir dan perasaan, sedangkan struktur sosial adalah pola-pola perilaku sosial.

Dalam kajian komunikasi, identitas tidak hanya memberikan makna tentang pribadi seseorang, melainkan lebih dari itu, menjadi ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya. Saat manusia itu hidup dalam masyarakat yang multibudaya, maka di sanalah identitas budaya itu diperlukan.

Menurut Liliweri (2004) identitas budaya adalah ciri yang ditunjukkan seseorang karena orang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Identitas budaya ini meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, keturunan dari suatu kebudayaan

Menurut Lustig & Koester (2003) masyarakat pluralis sudah barang tentu akan berunsur orang-orang atau kelompok-kelompok yang saling berbeda identitas kulturalnya. Identitas kultural di sini merujuk pada perasaan memiliki seseorang terhadap kebudayaan atau kelompok etnik tertentu. Identitas kultural dibentuk di dalam proses–proses yang dihasilkan dari keanggotaan seseorang ke dalam kebudayaan tertentu; dan dalam sebuah identitas kultural tersebut terkandung proses pembelajaran dan penerimaan berbagai tradisi, warisan, bahasa, agama, leluhur, seni, pola-pola berpikir, dan struktur sosial sebuah kebudayaan. Di sinilah, orang lalu menginternalisasikan keyakinan-keyakinan, nilai-nilai, dan norma-norma dari kebudayaannya dan mengidentifikasikan diri dengan kebudayaan sebagai bagian dari konsep diri mereka

Identitas budaya merupakan ciri yang ditunjukkan seseorang karena orang itu merupakan anggota dari sebuah kelom-

pok etnik tertentu. Itu meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi,sifat bawaan, bahasa, agama, keturunan dari suatu kebudayaan (Liliweri, 2004: 87). Sedangkan menurut Larry A. Samovar, Richard E. Porter dan Edwin R. McDaniel, identitas budaya merupakan adalah karakter khusus dari system komunikasi kelompok yang muncul dalam situasi tertentu.

> *Diverse groups can create a kultural system of symbols used, meanings assigned to the symbols, and ideas of what is considered appropriate and inappropriate. When the groups also have a history and begin to hand down the symbols and norms to new members, then the groups take on a kultural identity. Kultural identity is the particular character of the group communication system that emerges in the particular situation (Samovar, 2006:56)*

Berdasarkan gambaran diatas, dapat dipahami apabila suatu kelompok masyarakat telah mewariskan simbol-simbol dan norma-norma secara turun temurun, maka berarti kelompok tersebut telah memiliki identitas budaya. Identitas budaya sangat berpengaruh terhadap kemampuan berkomunikasi antarbudaya. Kemampuan orang berdasarkan kategorisasi, strata sosial, pola kepercayaan, pola pikir dan pola perasaan berdasarkan kebudayaan tertentu akan berbeda satu sama lain.

Identitas kultural ini, menurut Roger & Steinfatt (1999:97), akan menentukan individu-individu yang termasuk dalam *ingroup* dan *outgroup* secara kultural, bagaimana mereka berperilaku, sebagian ditentukan oleh apakah mereka termasuk ke dalam budaya tertentu atau tidak.

Menurut Liliweri (2003) identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya tatkala dibandingkan dengan karakteristik atau ciri-ciri kebudayaan orang lain

Menurut Jameson (2007) identitas kultural mengacu pada pengertian individu yang berasal dari keanggotaan formal atau

informal dalam kelompok yang meneruskan dan menanamkan pengetahuan, keyakinan, nilai, sikap, tradisi dan cara hidup. Perhatian identitas kultural adalah mengenai apa yang telah dipelajari seseorang di masa lalu dan bagaimana mereka menggunakannya untuk mempengaruhi masa depan

Identitas memiliki sifat yang dinamis, tidak pernah stabil dan prosesnya pun sering berubah. Setiap orang selalu berubah sepanjang waktu baik secara pasif maupun aktif. Oleh karena itu, dalam komunikasi antarbudaya ini kita akan selalu berusaha untuk mendekati, membentuk dan bahkan menerima transformasi perubahan tersebut (Liliweri, 2003: 81).

Sebagai bagian penting dalam komunikasi antarbudaya, identitas kultural memiliki cirri-ciri atau atribut tertentu. Dalam Jameson (2007) disebutkan ada beberapa cirri atau atribut dari identitas kultural ini, diantaranya:

1. Identitas kultural dipengaruhi oleh hubungan dekat. Orang-orang yang memiliki teman dekat berbeda budaya, secara bertahap akan mengadopsi beberapa kepercayaan, nilai dan sikap dari rekannya tersebut. Proses ini sering berlangsung secara tidak sengaja, tetapi dapat menyebabkan *qualitative psychic transformation.* Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan bagaimana sebuah hubungan memodifikasi identitas budaya seseorang.
2. Identitas kultural berubah sesuai dengan waktu. Dalam perjalanan kehidupan, banyak orang berpindah kelas ekonomi, sosial, pergaulan, pekerjaan atau yang lain. Beberapa orang mengubah kebangsaannya bahkan agama. Meskipun barangkali mereka tidak mengubah bahasa aslinya, tetapi kemudian akan varian bahasa dengan dialek baru dalam kehidupaa sehari-hari mereka. Semua perubahan tersebut mempengaruhi identitas kultural masyarakat dan individu di dalamnya. Bahkan apabila terjadi perubahan dalam kesehariannya, aspek lain dentitas kultural tetap menjadi perhatian penting

yang relevan dengan identitas inti seseorang dalam jangka panjang

3. Identitas kultural erat kaitannya dengan kekuasaan dan hak istimewa. Kekuasaan dan *previlege* ataupun kemampuan untuk mengendalikan persepsi eksternal identitas kultural menjadi terbatas ketika seseorang tidak memiliki lembaga atau kelompok sebagai pendukungnya. Beberapa aspek dari identitas kultural mungkin dapat disembunyikan atau yang dapat disebut sebagai "afiliasi disengaja". Contoh, cirri fisik menggambarkan latar belakang etnnis untuk beberapa orang, tetapi menjadi ambigu bagi yang lainnya. Orang-orang memiliki pilihan untuk membiarkan orang lain mengetahui atau tidak mengenai latar belakang budayanya. Terkadang factor biologis, sosial, budaya,ras, etnis, jenis kelamin, usia, dapat membuat orang lain merasa terpinggirkan hak-haknya
4. Identitas kultural dapat membangkitkan emosi. Orang mungkin memiliki perasaan positif, negatif, netral atau ambigu terhadap komponen identitas kultural mereka sendiri. Terkadang kita secara sadar atau tidak memiliki perasaan negatif terhadap komponen identitas sendiri. Ketika seseorang bersikap negatif terhadap identitas kultural orang lain, ada beberapa kemungkinan yang bisa terjadi. Dengan menegaskan identitas kultural orang lain, salah satu pihak akan memberikan kekuatan motivasi yang mendasari hubungan antarkelompok di mana hubungan interpersonal dapat dikembangkan.
5. Identitas kultural dapat dinegosiasikan melalui komunikasi. Identitas kultural dapat dinegosiasikan melalui komunikasi tetapi hanya dalam kondisi tertentu. Orang tersebut harus merasa sadar dengan komponen identitas kultural mereka dan merasa nyaman untuk mendiskusikannya dengan orang lain. Bahkan disaat orang-orang mengetahui identitas budaya mereka, mereka tidak selalu mengkomunikasikan semua tentang kebudayaannya. Ada beberapa aspek identitas kulturalnya yang secara fisik tampak pada pertemuan tatap

muka, tetapi masih ada aspek yang tak terlihat seperti agama, kelas, dan profesi. Bahkan dalam interaksi yang menggunakan media, seperti email atau telepon, aspek dari identitas budaya menjadi tersembunyi, kecuali mereka ungkap secara sengaja. Orang dapat menentukan aspek identitas kultural mana yang akan diekspresikan. Identitas kultural tersebut dapat diakses, digunakan, ditafsirkan, ditampilkan, dilakukan, dan seterusnya dalam konteks sosial tertentu.

Lisa Orr (1997) menyatakan bahwa untuk mengetahui identitas orang lain di awal komunikasi merupakan pertanyaan yang paling sulit, apalagi bila kita ingin mengetahui kebudayaan otentik orang tersebut. Hal ini menunjukkan manusia biasanya tidak suka mengenal identitas seseorang secara sepotong-potong karena identitas kultural adalah *"kultural totalization"*. Sedangkan totalitas kebudayaan tidak selalu nampak, karena selalu bersembunyi di balik konteks multikultural. Sehingga, dengan cara sederhana orang mereka-reka ciri khas yang terlihat (tubuh, warna rambut, tampilan wajah, tampilan fisik tubuh, bahasa pakaian, dan makanan), batas-batas, factor-faktor utama penentu sebuah kebudayaan. Yang menjadi pertanyaan adalah dimanakah letak batas-batas identitas budaya.

Dalam artikel di *www.geometry.net* tentang Afrika berjudul *Beyond Tribalism: Seeking a New Kultural Identity for East Africa* (1999) dijelaskan bahwa identitas kultural dapat dikaji melalui gaya hidup penduduk asli, seperti bagaimana mereka menyelenggarakan pesta adat, memperingati peristiwa penting dalam siklus hidup,ataupun hal unik sebagai *kultural impressions* yang dianggap mewakili identitas kultural. Setidaknya apabila seseorang ingin mengetahui identitas orang etnis tertentu, ia dapat mengetahui melalui tampilan individual yang unik, seperti adat istiadat,bahasa, cara berpakaian, maupun gerak-gerik anggota tubuh waktu menari.

Menurut Liliweri (2002) ada beberapa kharakteristik identitas budaya, yakni (1) identitas kultural merupakan pusat penampilan kepribadian kita. Kita akan menjadi lebih sadar tentang identitas

kultural sendiri saat kita hidup di dalam kebudayaan orang lain, berinteraksi dengan beberapa orang dari kebudayaan yang berbeda; (2) Identitas kultural kita kadang-kadang dapat bertahan dalam konteks sosial yang selalu berubah; (3) identitas kultural merupakan sesuatu yang bermuka banyak. Makin banyak perbedaan budaya yang dihadapi maka makin banyak pula identitas kultural orang lain yang berhadaparn dengan kita, akibatnya, makin besar pula kita membandingkan identitas kultural kita dengan orang lain.

Namun sebenarnya di sisi yang lain, kemajemukan budaya dengan identitas kultural yang dimiliki masing-masing etnis, merupakan kekayaan bangsa yang sangat bernilai apalagi di tengah desakan budaya global saat ini. Masuknya beragam budaya asing (barat) menuntut adanya benteng budaya yang kuat dari suatu negara. Benteng budaya yang kuat dalam sebuah Negara yang multikultural bukan berarti terwujud dengan penggantian dan peninggalan identitas kultural masing-masing etnisnya, tetapi terbentuk dari suatu kehidupan harmonis *(sosial cohession)* dari etnis yang tetap memelihara identitas kultural yang dimilikinya. Meskipun dalam masyarakat yang terbagai ke dalam kelompok-kelompok yang berdasarkan identitas kultural akan sulit mencapai keterpaduan sosial namun hal ini bukan suatu keniscayaan. Meski hal ini memerlukan sebuah komunikasi antar budaya yang efektfif. Sebuah benteng budaya yang kuat yang terdiri dari beragamnya identitas kultural masing-masing etnis yang hidup di negara tersebut bisa terwujud menjadi identitas nasional.

Kesatuan dibangun melalalui narasi bangsa di mana cerita, citra, symbol dan ritual mempresentasikan makna "bersama" kebangsaan (Bhabha, 1990). Identitas nasional adalah identifikasi terhadap representasi pengalaman bersama dan sejarah yang dituturkan melalui berbagai kisah, sastra, budaya dan media. Narasi kebangsaan menekankan tradisi dan kontiunitas bangsa sebagai sesuatu yang ada dalam sifat dasar berbagai hal bersamaan dengan mitos dasar asal usul kolektif. Pada gilirannya narasi kebangsaan mengasumsikan dan memproduksi keterkaitan antara identitas

nasional dengan identitas kultural (dalam hal ini tradisi budaya rakyat). Dari sini dapat dikatakan keterpaduan sosial (*sosial cohesion*) yang membentuk identitas nasional dari tetap hidupnya identitas kultural masing-masing etnisnya sangat penting sebagai filter dalam menghadang dampak globalisasi dengan terpaan budaya globalnya (Barker, 2005:203)

Identitas nasional adalah cara untuk menyatukan keberagaman budaya, seperti yang dikatakan Hall (1992: 297)

> "Alih-alih memikirkan budaya nasional sebagai satu kesatuan, kita cenderung memikirkannya sebagai perangkat diskursif yang menampilkan perbedaan sebagai kesatuan atau sebagai identitas. Budaya nasiobal bersinggunan dengan pembagian dan perbedaan internal dan hanya disatukan melalui penggunaan bentuk kekuasan budaya yang berbeda-beda"

Stigma Budaya Madura

Ketika kita mendengar kata Madura, yang terbayang di benak khalayak adalah bayangan tentang karakter unik, carok, sikap yang keras keras,logat yang khas, usaha besi tua, potong rambut, dan semacamnya. Kesan tentang Madura yang keras dan kasar ini sulit dihilangkan bila orang melihat orang Madura di perantauan Anggapan tersebut tidak selamanya benar.

Istilah unik menurut Awi (2001) menunjuk pada pengertian leksikal bahwa entitas etnik Madura merupakan "komunitas tersendiri" yang mempunyai karakteristik berbeda dengan etnik lain dalam bentuk maupun jenis etnografinya. Keunikan budaya Madura itu tampak tidak sejalan dengan kuatitas komunalnya yang menyebar ke berbagai daerah di Nusantara, yakni 9,7 Juta Jiwa (7,5%), menempati peringkat kuantitas etnik terbesar setelah Jawa (45%) dan Sunda (14%) (Kompas,24 Sept. 2005). Walaupun kedua konsepsi itu tampak tidak sejalan tetapi realitasnya mencerminkan kondisi itu.

Menurut Wiyata (2010) citra masyarakat Madura yang negatif tidak dapat dilepaskan dari peranan kelas menengah Madura yang kadang malu mengakui identitas etnisnya. Dalam pandangan Wiyata, warga kelas bawah yang menekuni pekerjaan kasar dan keras di luar Madura tidak bisa disalahkan dengan stigma tersebut. Mereka memang masyarakat yang kurang pendidikan. Dalam setiap masyarakat yang kurang pendidikan, pergaulan mereka sehari-hari sering memakai bahasa mapas (bahasa yang kasar pula). Ironisnya, kata-kata kasar itu terimplementasikan dalam tindakan nyata. Semua itu sudah menjadi budaya mereka, sehingga terlalu sulit untuk mengubah dalam waktu dekat.

Dalam sebuah penelitian tentang stereotipe etnis, Warnaen (2002) mendefinisikan stereotipe etnis sebagai kepercayaan yang dianut bersama oleh sebagian besar warga suatu golongan etnis tentang sifat khas berbagai kelompok etnis lain, termasuk etnis mereka sendiri. Dalam kehidupan sosial, stereotipe etnis muncul dari proses sosial yang panjang dan kompleks. Menurut Suwarsih, cara terbaik untuk menjernihkan cara pandang masyarakat terhadap stereotipe etnis suatu kelompok adalah dengan menghimpun informasi yang bersifat objektif sebanyak mungkin, untuk kemudian disebarkan.

Salah satu stigma tentang orang Madura adalah mengenai Madura cepat tersinggung, pemarah, suka berkelahi, dan beringas. Stigma dan stereotipe tentang suatu hal muncul dan bertahan terutama karena miskinnya informasi dan klarifikasi. Menurut Rifai (2007) citra negatif orang Madura ini malah sering diperburuk sendiri oleh sejumlah orang Madura yang kurang berpendidikan dengan cara lebih menonjolkan kenegatifannya secara sengaja dengan maksud menakut-nakuti orang lain demi tujuan yang tak terpuji.

Mengutip pendapat Zubairi (2013) stigma negatif tentang Madura disebabkan karena dua factor. *Pertama*, orang Madura sendiri memang terperangkap dalam cara pandang untuk bersikap keras dan berani, seperti yang dicitrakan. Citra keras dan berani segera

meledak ketika menghadapi masalah. Dengan demikian seorang Madura yang yang *low profile* dan lembut, terkadang dipertanyakan ke-Madura-annya. *Faktor kedua,* orang luar menyandera orang Madura untuk tetap terpenjara dalam citra keras yang sudah terbentuk. Orang Madura yang sudah telanjur dicap keras, nama etnisnya dicatut oleh orang dari suku lain, misalnya Jawa, untuk menakut-nakuti atau bahkan untuk berbuat kejahatan.

Sulitnya menghilangkan stigma buruk tadi juga ditambah factor keengganan orang Madura yang sukses di perantauan mengakui identitas etnisnya sebagai orang Madura. Factor ini yang memperkuat stigma dan anggapan orang luar tentang Madura. Padahal menurut Wiyata (2010) kekuatan dari kelas menengah Madura di perantauan inilah yang sebenarnya dapat merubah stigma negatif Madura. Akan tetapi hal ini menjadi sulit tercapai bila mereka sendiri selaku orang Madura tidak mau mengakui etnisnya yang *andap asor* tersebut. Berkaitan dengan stereotype etnis Madura, perlu upaya sebagai klarifikasi atau penjernihan tentang beragam stereotype negatif tersebut. Stigma negatif mengenai orang Madura ini mau tidak mau mempengaruhi persepsi orang luar Madura terhadap masyarakat Madura.

Identitas Kultural Dalam Kajian Komunikasi Antar Budaya

Dalam kajian komunikasi antar budaya, identitas kultural menempati posisi penting. Identitas kultural seseorang akan mempengaruhi perilaku termasuk perilaku berkomunikasi. Sebagai actor dalam proses komunikasi, identitas kultural seseorang menjadi salah satu aspek dalam keseluruhan proses komunikasi. Dalam kajian komunikasi, tiap proses komunikasi berpotensi menjadi komunikasi antar budaya.

Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi adalah sebuah proses yang dinamis, yang melibatkan antar manusia yang berinteraksi secara terus menerus.

Dalam proses interaksi tersebut, manusia sebagai actor komunikasi saling berbagi pesan sesuai dengan peran masing-masing. Salah satu kajian dalam komunikasi adalah komunikasi antarbudaya. Aktifitas komunikasi manusia sangat dipengaruhi oleh konteks budaya, karena manusia adalah produk budaya yang melingkupinya.

Komunikasi antarbudaya terdapat di berbagai aspek kehidupan masyarakat. Lingkungan formal dan informal juga menjadi satu tempat pertukaran kebudayaan. Setiap individu mempunyai nilai budaya yang sudah mereka miliki sejak usia dini, karena budaya itu sendiri dapat dipelajari, dibagikan ataupun diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Komunikasi antarbudaya memiliki tema pokok yang membedakannya dari studi komunikasi lainnya, yaitu perbedaan latar belakang pengalaman yang relatif besar antara para komunikatornya, yang disebabkan perbedaan kebudayaan. Konsekuensinya, jika ada dua orang yang berbeda budaya maka akan berbeda pula komunikasi dan makna yang dimilikinya.

Budaya dan komunikasi adalah dua hal yang tidak bisa terpisahkan. Istilah antarbudaya pertama kali diperkenalkan oleh Edward T.Hall pada tahun 1959. Menurut Hall (1990) "*Culture is communication and communication is culture*" artinya komunikasi adalah salah satu dimensi yang paling penting, budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya."

Menurut Stella Ting-Toomey (1999) komunikasi antarbudaya didefinisikan sebagai proses pertukaran simbolis dimana individu dari dua (atau lebih) komunitas budaya yang berbeda menegosiasikan makna bersama dalam situasi interaktif.

> *"Intercultural communication is defined as the symbolic exchange process whereby individuals from two (or more) different kultural communities negotiate shared meanings in an interactive situation"*

Dari definisi tersebut Nampak bahwa dalam komunikasi antarbudaya terdapat unsur dua orang atau dua kelompok dari bu-

daya yang berbeda, berada dalam situasi interaktif dan pentingnya memahami makna dalam proses tersebut.

Sedangkan definisi komunikasi antarbudaya menurut Gudykunst (2003) Komunikasi Antarbudaya melibatkan komunikasi antara orang-orang dari budaya yang berbeda.

"Intercultural communication involves communication between people from different cultures"

Samovar (2009) menggambarkan situasi komunikasi antarbudaya terjadi setiap kali seseorang dari satu budaya mengirimkan pesan untuk diproses oleh orang dari budaya yang berbeda

"*Intercultural communication occurs whenever a person from one culture sends a message to be processed by a person from a different culture*".

Menurut Samovar dan Porter (Liliweri, 2001) untuk mengkaji komunikasi antarbudaya perlu dipahami hubungan antara kebudayaan dengan komunikasi. Melalui pengaruh budayalah manusia belajar komunikasi, dan memandang dunia mereka melalui kategori-kategori, konsep-konsep, dan label-label yang dihasilkan kebudayaan. Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian makna yang mirip pula terhadap suatu objek sosial atau peristiwa. Cara-cara manusia berkomunikasi, keadaan berkomunikasi, bahkan bahasa dan gaya bahasa yang digunakan, perilaku-perilaku non-verbal merupakan respons terhadap dan fungsi budaya.

Asumsi yang mendasari batasan tentang komunikasi antarbudaya adalah bahwa individu-individu yang memiliki budaya yang sama pada umumnya berbagi kesamaan-kesamaan dalam keseluruhan latar belakang pengalaman mereka daripada orang yang berasal dari budaya yang berbeda. Dengan memberikan penekanan baik kepada perbedaan-perbedaan kultural yang sesungguhnya maupun perbedaan-perbedaan kultural yang dipersepsikan antara pihak-pihak yang berkomunikasi, maka komunikasi antarbudaya menjadi sebuah perluasan bagi studi komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi dan kawasan-kawasan studi komunikasi antarmanusia lainnya.

Menurut Rahardjo (2005) komunikasi antarbudaya merujuk pada fenomena komunikasi dimana partisipan yang berbeda latar belakang kultural menjalin kontak satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung. Ketika komunikasi antarbudaya mempersyaratkan dan berkaitan dengan kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan kultural antara pihak-pihak yang terlibat maka karakteristik-karakteristik kultural dari para partisipan bukan merupakan fokus studi. Titik perhatian dari komunikasi antar-budaya adalah proses komunikasi antara individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok.

Jadi melalui budaya kita bertukar dan belajar banyak hal, karena pada kenyataannya siapa kita adalah realitas budaya yang kita terima dan pelajari. Untuk itu, saat komunikasi menuntun kita untuk bertemu dan bertukar simbol dengan orang lain, maka kita pun dituntut untuk memahami orang lain yang berbeda budaya dan perbedaan itu tentu menimbulkan bermacam kesukaran dalam kelangsungan komunikasi yang terjalin.

Memahami budaya yang berbeda dengan kita juga bukanlah hal yang mudah, dimana kita dituntut untuk mau mengerti realitas budaya orang lain yang membuat ada istilah 'mereka' dan 'kita' dalam situasi seperti itulah manusia dituntut untuk meng-ungkap identitas orang lain. Dalam kegiatan komunikasi, identitas tidak hanya memberikan makna tentang pribadi individu, lebih dari itu identitas menjadi ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya. Dari ciri khas itulah nantinya kita dapat mengungkapkan keberadaan individu tersebut.

Identitas Kultural Madura di Era Global

Menurut Rifai (2007), tidak berbeda dengan suku bangsa Indonesai lainya, dalam menghadapi tantangan masa depannya masyarakat Madura juga tengah mengalami perubahan besar yang pesat jika dibandingkan dengan sebelumnya. Membaiknya sarana komunikasi dan transportasi khususnya dengan beropersinya jembatan Suramadu, telah meningkatkan frekuensi terjadinya

hubungan, persinggungan, dan interaksi masyarakat Madura dengan masyarakat luar. Oleh karena itu batas-batas kebudayaan Madura dengan segala kekhasan sistem tata nilainya telah mulai mengabur apabila dipertentangkan dengan kebudayaan dan peradaban suku-suku bangsa lainnya.

Adanya jembatan Suramadu menjadikan semakin mudahnya akses bagi orang luar untuk memasuki Madura dengan segala konsekuensi logisnya. Industrialisasi Madura menjadikan identitas kultural Madura berada di kancah global. Kondisi ini diharapkan menjadikan identitas kultural Madura semakin menguat, dan bukannya terisolasi dalam relasi multi etnis yang kompleks.

Ditengah pesatnya kemajuan teknologi informasi, masyrakat Madura masih menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional maupun kearifan lokal yang telah lama berakar kuat. Dalam masyarakat Madura banyak dikenal pepatah adat yang dijadikan sebagai falsafah hidup dan menjadi identitas kultural tersendiri tersendiri bagi masyarakat madura. Bila dipelajari dengan seksama pepatah-pepatah adat Madura, serta fakta-fakta dalam masyarakat seperti masalah perkawinan, sistem kekerabatan, kedudukan dan peran, orang tua, guru dan pemimpin. Melalui falsafah tersebut kita dapat membaca konsep-konsep hidup dan kehidupan yang ada dalam pikiran orang Madura.

Salah satu tujuan adat pada umumnya termasuk Madura adalah membentuk individu yang berbudi luhur, manusia yang berbudaya, dan beradab. Adat ini jugalah yang telah diteruskan secara turun temurun dari generasi ke generasi oleh masyarakat Madura sehingga menjadi ciri budaya dari orang madura. Ciri budaya ini jugalah yang kemudian memiliki peran tertentu dalam interaksi orang Madura dengan orang lain yang berbeda latar belakang budaya.

Ada ungkapan-ungkapan yang merupakan cerminan dari pandangan atau falsafah hidup orang Madura yang mengandung kedalaman makna baik dalam relasi dengan penciptanya, sesamanya, maupun lingkungannya. Diantara beberapa uangkapan ter-

sebut antara lain:

1. *Abantal syahadat asapo' iman* (berbantal syahadat, berselimut iman). Suatu ungkapan yang menyiratkan pentingnya menjadikan agama sebagai sandaran hidup. Ungkapan ini menunjukkan sifat religiusitas orang Madura terhadap agamanya. Hal ini salah satunya tercermin pada model bangunan rumah di Madura yang selalu menempatkan bangunan *langgar* di sisi barat halaman rumahnya. *Langgar* ini menjadi tempat shalat, mengaji dan belajar agama. Sejak kecil anak-anak di Madura sudah dibiasakan untuk belajar mengaji dan ilmu agama pada kyai. Tidak mengherankan bahwa dalam struktur masyrakat Madura, kyai memiliki posisi penting dengan beragam hak istimewa/ *privilege*. Di Madura kyai dan pesantren menjadi sentral hampir sebagian besar kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan Madura. Hal ini menunjukkan kuatnya ikatan antara orang Madura dengan agamanya. Agama diterima bukan semata sebagai tradisi warisan leluhur, tapi juga menempati bagian tertinggi dalam kehidupan masyarakat Madura.
2. *Bhuppha', bhabhu', ghuru, ratoh* tidak sekedar menggambarkan struktur penghormatan orang Madura, melainkan juga menggambarkan proses relasi sosial orang Madura. Ketaatan pada orang tua (bapak dan ibu) (buppa' ban Babbu') sebagai orangtua kandung sudah jelas, tegas, dan diakui keniscayaannya. Secara kultural ketaatan dan ketundukan seseorang kepada kedua orangtuanya. .*Bhuppha'-bhabhu'* adalah orang pertama bagi anak untuk belajar dan menerima pendidikan. Di lingkungan inilah proses sosial dalam lingkup kecil mereka kenal. *Ghuru* atau *kyai* merupakan sosok sentral dalam masyarakat Madura. Sementara *Ratoh* termasuk orang yang harus dihormati karena ia pemimpin formal dalam masyarakat. Bagi masyarakat Madura kepatuhan pada *ratoh* sudah tertanam kuat, sehingga sikap tunduk dan menghormati terhadap segala peraturan yang berkaitan dengan posisi

dirinya sebagai warga negara adalah sebuah keniscayaan.

3. *"Manossa coma dharma"*, yang menunjukkan keyakinan akan kekuasaan Allah Yang Maha Kuasa. Dalam ungkapan ini tercermin kepatuhan akan kuasa dan kebesaran Tuhan dalam menentukan takdir manusia
4. *Ango 'an pote tolang e tembeng pote mata :* (lebih baik mati dari pada malu). Makna ungkapan ini sebenarnya sangat mulia, dan mampu memberi inspirasi bagi orang untuk berbuat kebaikan dan membela kebanaran.Apabila memahami makna *"pote mata pote tolang, ango' poteya tolang"*, seseorang akan malu untuk berbuat buruk atau melanggar norma-norma yang berlaku di masyarakat. Karena dengan melakukan tindakan buruk hal itu diumpamakan mencoreng hitam di wajah sendiri.
5. *Lakona lakone, kennengnga kennengnge*. Makna dari ungkapan ini adalah bahwa orang Madura memiliki pedoman atau tuntunan agar dapat membawa diri dimanapun dia berada dalam kondisi apapun. Hal ini menunjukkan bahwa orang Madura ulet professional dalam bekerja, karena itu para perantau Madura jarang mengalami kegagalan.
6. *Kar-karkar colpe'*. Ungkapan ini menunjukkan keuletan dan kegigihan orang Madura dalam bekerja. Bekerja diibaratkan seperti seekor ayam yang selalu mencakar-cakar tanah untuk mendapat makanan, meskipun hasilnya sedikit. Ungkapan k*ar-karkar colpe'* juga menggambarkan sifat orang Madura yang rajin bekerja, tekun, mengumpulkan penghasilan sedikit demi sedikit. Sifat ini juga menunjukkan bahwa orang Madura pantang menyerah dan berputus asa, sampai dia mencapai keinginannya.
7. Ungkapan lain yang berkaitan dengan etos kerja orang Madura diungkapkan oleh Rifai (2007) yang menjelaskan bahwa orang Madura tidak akan menyia-yiakan atau membuang waktu dalam hidupnya yang pendek, sehingga tidak akan *mèndu ghabay* atau menduakalikan pekerjaan. Berdasarkan

ungkapan ini, orang Madura bersikap sangat efisien terhadap waktu dalam bekerja, yang tergambar dalam untkapan atau pepatah *atolo ngèras mandi* (berkeramas sambil mandi). Dalam mengerjakan suatu pekerjaan, orang Madura bersikap du'-nondu' mèntè tampar (duduk menunduk memintal tali). Ungkapan ini berarti bahwa meskipun terlihat duduk menunduk, sebenarnya orang Madura tetap ulet dan rajin melakukan kegiatan yang bermanfaat. Orang Madura juga meyakini bahwa tiap orang mendapat hasil sesuai dengan yang diupayakannyamon atanè atana', mon adhagang adhaging (siapa yang bertani bertanak nasi, siapa yang mau berdagang atau bekerja, maka dia akan memperoleh hasilnya).

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hasan. 2001. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Ed. III. Jakarta: Depdiknas RIdan Balai Pustaka.

Bhabha, H. 1990. *Nation and Narration*. London and New York: Routledge. Barker,Chris. 2005. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Daphne A. Jameson *"Reconceptualizing Kultural Identity and Its Role in Interkultural Business Communication* (2007:281-285). diakses 2 Mei 2013.

Giring.2004.*Madura dimata Dayak dari Konflik ke Rekonsiliasi*. Yogyakarta: Galang Press.

Gudykunst. William B. *2003. Cross-Cultural and Intercultural Communication, California: Sage publications*

Hall,S. 1992. *Modernity and Its Futures*. Cambridge: Polity Press.

Hall, Edward T, 1990. *The Silent Language,* New York: Doubleday

Liliweri, Alo. 2004. Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya. Yogyakarta .Pustaka Pelajar.

Liliweri, Alo. 2001. *Gatra – Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Lustig, Myron W. Koester ,Jolene, 2003 .*Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures*, Allyn and Bacon,

Orr, Lisa. 1997. *Media and Identities Series*. California : SAGE

Rahardjo, Turnomo, 2005. *Menghargai Perbedaan Kultural,* Pustaka Pelajar. Yogyakarta,

Rifai, Mien A, 2007. *Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan, dan Pandangan Hidupnya seperti Dicitrakan*

Peribahasanya, Pilar Media, Yogyakarta

Rifai,Mien A. 2007.*Manusia Madura Melihat Masa Depan*. (Sumenep: Makalah Kongkres Kebudayaan Madura,

Samovar, Larry A., Porter, Richard E., McDaniel, Edwin R. 2006. *Communication Between Cultures.*

Samovar, Larry A., E. Porter .Richard, Edwin R. McDaniel . 2009. *Interkultural Communication: A Reader* .Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Suwarsih Warnaen, 2002 *Stereotip Etnis Dalam Masyarakat Multietnis*. Matabangsa,

Taufiqurrahman, 2007. *Identitas Budaya Madura.* Jurnal Karsa Vol XI No1 tahun 2007

Toomey, Stella Ting. 1999. *Communicating Across Cultures* (New York: The Guilford Press.

Wiyata, Latif, 2010. *Sulitnya Mengubah Citra*, artikel Kompas 17 Nofember 2010

Zubairi, A. Dardiri, 2013 *Rahasia Perempuan Madura.Esai-Esai Remeh Seputar Kebudayaan Madura*, Andhap Asor Kerjasama Dengan Al Afkar Press, Surabaya

www.geometry.net

PEREMPUAN MADURA DI RANAH PUBLIK : Antara *Ghamparan dan Lama'*

Dewi Quraisyin

Pendahuluan

> *Maseya seyang dhadi ghamparan, mon malem ngeppe' lake.* Kalimat singkat ini menggambarkan kehidupan perempuan Madura dalam keseharian mereka. Jika diartikan secara bebas dalam bahasa Indonesia, kalimat itu memiliki arti kurang lebih: *meskipun siang hari menjadi alas kaki karena harus turut bekerja mencari nafkah, jika malam hari tetap memeluk suami.* Hal ini juga menggambarkan bahwa perempuan Madura tidak saja melaksanakan peran domestik sebagai seorang istri hingga seorang ibu, namun juga ikut berjibaku membantu suami mencari nafkah di ranah publik. Banyak diantara perempuan Madura yang memiliki peran ganda, selain sebagai ibu rumah tangga juga berperan sebagai penyangga ekonomi keluarga.

Etos kerja perempuan Madura didorong oleh keyakinan bahwa kerja adalah ibadah, amal, dan membentuk kemandirian. Berbagai macam pekerjaan sanggup dilakukan oleh perempuan Madura. Mereka tidak memilih-milih pekerjaan untuk dilakukan. Mereka mau melakukan pekerjaan apa saja yang penting dapat membantu perekonomian keluarga dan tidak menyimpang dari ajaran agama dan budaya yang ada didaerahnya. Keperkasaan perempuan Madura tampak dari peran mereka dalam pekerjaan-pekerjaan di

sektor informal, misalnya di pabrik tembakau, perkebunan, sawah, apalagi di pasar-pasar tradisional. *Parebasan: kar ngarkar nyulpe'* (mengais lalu mencocok) yang sering diungkapkan oleh masyarakat Madura, menyiratkan kenyataan tersebut.

Kerasnya perempuan Madura dalam bekerja juga tergambar jelas dari beberapa perempuan yang menjadi pedagang *mlijhe* (sebutan untuk para perempuan Madura yang berprofesi sebagai penjual sayur keliling) yang menjajakan sayur dari rumah ke rumah dengan menyunggi dagangannya dan berjalan kaki. Bahkan tidak saja di Madura, di beberapa tempat dipulau jawa –menurut hasil pengamatan penulis-, profesi *mlijhe* banyak dijalankan oleh perempuan Madura. Pekerjaan mereka dimulai sejak tengah malam, saat mereka berangkat ke pasar untuk *akola'an* sayur yang akan mereka jual. Setelah subuh mereka mulai berkeliling kampung dengan berjalan kaki. Para *mlijhe* ini akan pulang ke rumahnya setalah dagangannya habis, sekitar jam 09.00 WIB. Tidak berhenti disitu saja, di rumahpun, pekerjaan rumah tangga sudah menunggu.

Selain *mlijhe,* pemandangan kerja keras perempuan Madura juga akan banyak kita temui di kapal Ferry dalam penyebrangan di selat Madura. Dari menjual nasi, jajanan pasar, sampai kopi, sebagian besar penjualnya adalah perempuan Madura. Inilah *abantal ombak asapo' angin* yang sesungguhnya. Perempuan-perempuan itu begitu pemberani menghadapi semua tantangan dengan segala kemungkinan bahaya yang mungkin akan mereka temui diatas kapal.

Sumber : www. Kompasiana.com

Pembahasan

a. Tinjauan Struktural – Fungsional

Dalam pandangan teori struktural fungsional tentang keluarga, parsons dan bales membagi dua peran dalam keluarga, yaitu peran instrumental yang diharapkan dilakukan oleh laki-laki dan peran emosional atau peran ekspresif yang biasanya dipegang oleh figur perempuan. Peran instrumental dikaitkan dengan peran mencari nafkah untuk kelangsungan hidup seluruh keluarga. Sedangkan peran emosional ekspresif adalah peran pemberi cinta, kelembutan, dan kasih sayang. Laki-laki berada diluar rumah untuk mencari nafkah, sedangkan perempuan berada di rumah untuk memberikan kedamaian agar integrasi dan keharmonisan dalam keluarga dapat tercapai (Megawangi, 1999: 68). Dari aspek fungsional, jika dalam sebuah keluarga terjadi perubahan struktural, maka kemungkinan terjadinya perceraian antara suami istri akan meningkat, masing-masing individu termasuk anak-anak dalam keluarga tersebut yang merupakan elemen dalam sisitem sebuah keluarga akan ikut terpengaruh, bahkan akan membuat sistem keselurahan tidak akan mampu menjalankan fungsinya secara normal.

Model struktural fungsional ini banyak ditemui dalam keluarga penganut budaya patriarkhi yang kaku. Kehidupan dalam keluarga dibawah kendali laki-laki. Posisi perempuan tertata dalam norma dan praktik sosial yang berlaku. Tempat perempuan didalam rumah dan posisinya adalah sebagai makhluk yang berada dalam pengawasan dan pemilikan laki-laki. Sedangkan laki-laki berkegiatan diluar rumah untuk mencari nafkah dan menjalin relasi dalam masyarakat. Kempemimpinan mutlak berada ditangan laki-laki. Laki-laki-lah yang menentukan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan perempuan karena perempuan itu adalah miliknya. Perempuan menjadi makhluk yang diproteksi, diawasi dan dimiliki oleh laki-laki. Hampir tidak ada celah

bagi perempuan dalam tatanan rumah tangga penganut struktural fungsional ini untuk menunjukkan eksistensi diri dan mengaktualisasikan dirinya.

Model struktural fungsional menjadikan laki-laki memiliki posisi diatas perempuan. Hal ini juga berdampak pada kemampuan tawar (*bargaining power*) perempuan terhadap laki-laki yang kemudian memaksa perempuan untuk tetap tinggal didalam rumah sebagai istri, ibu dari anak-anak, dan pemelihara rumah. Kenyataan ini pada dasarnya menjadi pembatasan bagi perempuan untuk melakukan kegiatan ekonomi dan sosial diluar rumah. Model inilah yang menjadi cikal bakal munculnya pemikiran dan kebiasaan yang *taken for granted,* bahwa memang ranah perempuan adalah ranah domestik, dan karenanya perempuan selalu dianggap ada pada ranah yang tidak menghasilkan "nilai lebih". Konsekuensinya, dari segi peran dan status, perempuan dianggap lebih rendah daripada laki-laki. (Tjiptoherijanto, 2012:97)

Pandangan seperti itu tidak berlaku bagi keluarga di Madura. Selain mengemban peran tradisional sebagai ibu rumah tangga, perempuan Madura juga memiliki peran yang sama dengan laki-laki, yaitu sebagai pencari nafkah. Mereka selalu siap dalam menghadapi kenyataan dan kesulitan hidup. *Parebasan abantal ombak asapo' angin,* tidak saja menggambarkan ketangguhan laki-laki Madura dalam mencari nafkah, tetapi juga menggambarkan keperkasaan para perempuannya dalam bekerja diluar rumah. Ungkapan bahwa perempuan hanya *lama'* atau alas tidur tidak berlaku bagi perempuan Madura. Bahkan, seringkali perempuan tampak lebih perkasa daripada laki-laki.

b. **Tinjauan Sosial – Konflik**

Friedrich Engels dalam bukunya *Origins of The Family, Private Property, and The State* (1884), bahwa pembagian peran dalam pola hubungan suami istri dalam keluarga merupakan penindasan perempuan yang paling parah. Adalah *Collins*

(1975) yang kemudian menerapkan teori Engels ini menjadi teori sosial konflik yang secara tidak langsung menjadi teori bantahan untuk Struktural fungsional. Menurut *Collins*, struktural fungsional menjadikan institusi keluarga menganut sistem patriarkat. Kedudukan suami, istri, dan anak-anak menjadi bentuk vertikal yang dianggap sebagai struktur yang opaling ideal. Padahal menurut perspektif sosial konflik, struktur keluarga yang ideal adalah *companionship*, yang hubungannya horizontal (Megawangi, 1999:86)

Model sosial konflik ini menganggap bahwa penganut struktural fungsional tentang keluarga telah melestarikan pola relasi hierarkis yang menindas perempuan. Agama, nilai-nilai, dan budaya dianggap sebagai sperstruktur dalam institusi keluarga yang kemudian meromantisasi nilai hakiki seorang perempuan dengan hal-hal yang dianggap baik oleh agama, nilai-nilai, dan budaya yang berlaku pada masyarakat. Misalnya, anggapan tentang perempuan yang baik, adalah perempuan yang selalu menurut pada suami dan mengabdi hanya untuk suami dan anak-anaknya. Puji-pujian yang diberikan pada peran emosional ekspresif seorang perempuan, bagi model konflik dianggap upaya untuk memenjarakan perempuan dalam sangkar emas. Sehingga banyak perempuan yang terbius dan mau mengorbankan dirinya untuk menjalankan peran keibuannya.

Pandangan dari model sosial-konflik memang kedengarannya lebih membela kaum perempuan. Sosial konflik dengan tegas menyuarakan pendapatnya bahwa perempuan harus disadarkan dari tidur panjang dalam buaian puja puji melalui budaya, norma, bahkan dengan agama tentang peran keibuannya yang sebenarnya adalah opium untuk melenakan mereka dalam ketertindasan. Ungkapan "ratu rumah tangga" untuk perempuan yang mengabdikan hidupnya hanya untuk melayani suami dan anak-anak dirumah adalah kata lain "pembantu rumah tangga".

Namun, bagi perempuan Madura, keikutsertaan mereka dalam mencari nafkah dan berbagi ranah publik dengan laki-laki bukan sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya patriarkhi yang mendarah daging pada masyarakat Madura. Bukan juga untuk sebuah pembuktian siapa yang berkuasa atas siapa. Perempuan Madura tidak merasa perlu untuk merebut hak-hak utama yang menjadi dasar perjuangan emansipasi, karena sejak dulu mereka sudah memilikinya. Dibandingkan dengan perempuan pada umumnya, mereka lebih maju dalam melepaskan belenggu ketertindasan perempuan. Bagi mereka, sebenarnya perempuan mampu mengerjakan apapun jika mereka mau dan menginginkannya.

Pada umumnya perempuan Madura dapat menerima kondisi ekonomi keluarga apa adanya, sekalipun dalam keadaan yang sangat sulit sekalipun. Mereka akan secara ikhlas terlibat langsung mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan keluarga dengan bekerja apapun yang mampu mereka lakukan, menjadi buruh atau bahkan menjadi pembantu rumah tangga. Namun, sekalipun diluar rumah mereka menjadi pembantu rumah tangga, perempuan Madura tidak akan terima jika didalam rumah tangganya dia diperlakukan sebagai pembantu. Salah satu sikap laki-laki dalam keluarga yang oleh perempuan Madura dianggap mencerminkan anggapan tersebut adalah jika suami menjatah uang belanja untuk mereka. Perempuan Madura tidak suka *e taneng* atau dijatah uang belanjanya dalam jumlah tertentu. (Inilah gambaran dari syair *nyaman ongghu andik lake oreng madhure, belenje ngala dhibi*).Sikap suami menjatah uang belanja dianggap sebagai sikap yang tidak menghargai perempuan sebagai istri yang harus dilibatkan dalam pengelolaan keuangan dalam rumah tangga karena mereka juga membantu mencari nafkah. Pada keluarga Madura, pengatur keuangan dalam rumah tangga adalah tugas istri.

Jika terjadi kegagalan dalam ekonomi keluarga, maka yang akan dipersalahkan adalah pihak istri. Dalam pengaturan keuangan keluarga dalam masyarakat Madura berlaku adagium yang berbunyi *masea jhelena tegghu mon kerrengnga jurut, tak kera bede ollena* (meskipun jalanya kuat kalau keramba ikannya ikannya rapuh tidak aka nada hasilnya). Laki-laki yang tidak menyerahkan pengelolaan keuangan pada perempuan akan dikatakan sebagai *lake ta' lalake' tape bebine'* (suami yang tidak laki-laki, tapi perempuan), sedangkan perempuannya akan merasa menjadi *bine; tape ta' bini* (perempuan tapi bukan istri).

c. **Tinjauan Agama**

Dalam agama Islam, sebagai agama satu-satunya bagi masyarakat Madura, kewajiban mencari nafkah ada pada suami. Hal ini berkaitan dengan fungsinya sebagai kepala rumah tangga. Dalam sebuah hadits shohih dikatakan bahwa jika suami tidak mau memberikan nafkah untuk istrinya, maka perempuan boleh mencuri harta suaminya untuk menghidupi dirinya dan anak-anaknya. tidak ada tuntutan untuk perempuan mencari nafkah seperti yang dilakukan oleh perempuan Madura. Tidak untuk menafkahi dirinya sendiri maupun menafkahi keluarganya. Namun juga dalam agama Islam tidak pernah ada larangan bagi perempuan untuk aktif dalam perekonomian (*baca:mencari nafkah*). Dalam beberapa ayat dalam al-Quran tentang perekonomian, tidak ada satu ayat pun yang mengarah pada penjelasan bahwa ayat tersebut hanya berlaku baki laki-laki. Ayat-ayat tersebut ditujukan untuk seluruh umat Islam, atau bahkan seluruh umat manusia untuk mencari karunia Ilahi.

Namun begitu, dalam kaitannya dengan aktifitas perempuan diluar rumah, termasuk kegiatan mereka dalam mencari nafkah, Islam tetap memberlakukan batasan-batasan yang harus dipatuhi mereka sebagai Muslimah. Mereka tetap terikat dengan ketentuan agama Islam. Misalnya, perempuan

tidak boleh menghalalkan segala cara dan kondisi untuk dapat bekerja diluar rumah. Mereka tidak boleh meninggalkan kewajibannya sebagai seorang istri dan ibu. Prioritas utama bagi mereka tetap harus melaksanakan seluruh kewajiban sebagai ibu rumah tangga daripada urusan pekerjaannya. Karena hukum bekerja bagi perempuan adalah *mubah.*)

Pengambilan peran di ranah publik, dalam hal ini ikut mencari nafkah, bagi perempuan Madura juga dilatarbelakangi oleh kuatnya nilai-nilai religius yang melekat dalam kehidupan mereka sehari-hari. Agama memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku perempuan Madura. Latar belakang pendidikan yang dimiliki sebagian besar perempuan Madura adalah pesantren, atau minimal pernah mengaji di surau-surau yang dikelola oleh ustadz-ustadz yang banyak ditemui di setiap daerah di Madura. Dari pendidikan agama inilah mereka mendapatkan pelajaran atau bahkan doktrin-doktrin tentang bagaimana seharusnya menjadi perempuan dan istri yang baik untuk suami dan ibu yang baik untuk anak-anaknya. Bagi perempuan Madura, pengabdian pada suami adalah kebahagiaan dan syurga untuknya.

Simpulan

Pembagian kerja secara seksual (berdasarkan jenis kelamin) di Madura diatur lebih egaliter, lebih jujur, dan lebih adil. Perempuan bekerja diluar rumah adalah hal biasa bagi masyarakat Madura. Tidak seperti pembagian kerja yang berlaku pada orang jawa tradisional, yang kaku dan sangat patuh pada *pakem* yang telah ada daam tradisi mereka sebelumnya. Yaitu *pakem* ibu di rumah, bapak pergi ke sawah. Bapak membaca Koran, ibu memasak di dapur.

Bagi masyarakat Madura secara umum, keluarga bukan hanya tempat untuk reproduksi, tetapi adalah unit ekonomi dan pembentukan angkatan kerja. Keluarga adalah unit ekonomi terkecil dalam masyarakat, disamping sebagai tempat reproduksi, sosialisasi, dan seksualitas. Kebutuhan sandang, pangan, dan papan

untuk keluarga harus terpenuhi. Bagi masyarakat Madura, status dan pengambilan peranan dalam keluarga antara laki-laki dan perempuan dalam keluarga sama saja. Mereka harus sama-sama mengurus masalah rumah tangga, termasuk dalam hal kesejahteraan perekonomian keluarga.

Dalam tinjauan struktural fungsional dan sosial konflik, tampak pro dan kontra terhadap keterlibatan perempuan dalam ranah publik. Dalam hal ini, sepertinya keterlibatan perempuan Madura di ranah publik tidak dipengaruhi oleh dua model tersebut. Keikutsertaan perempuan Madura dalam mencari nafkah dengan ikut aktif bekerja diluar rumah, meskipun pada tataran sektor informal, dipengaruhi oleh pemahaman dan tingginya tingkat religiusitas mereka sebagai penganut agama Islam yang juga tidak melarang perempuan mengambil peran di ranah publik. Selain itu, faktor budaya yang sudah menjadi tradisi bagi perempuan-perempuan Madura dari sejak jaman dahulu yang terkenal memiliki etos kerja dan memiliki harga diri yang tinggi (tercermin dari *tak gellem e taneng* untuk urusan uang belanja) juga menjadi alasan perempuan Madura untuk turut aktif bekerja keras mencari nafkah seperti halnya laki-laki atas dasar kesadaran dan kompromi.

Namun, meskipun tampak lebih egaliter bukan berarti perempuan Madura tidak ada konvensi tata nilai yang mengatur kehidupan mereka. Meskipun tampak bebas bekerja diluar rumah, tetapi mereka tetap menjaga martabat sebagai seorang perempuan. Perempuan Madura tidak saja perkasa dalam menjadi *Ghamparan* disiang hari, namun juga tidak meninggalkan kewajiban mereka sebagai ibu rumah tangga yang mengabdi pada keluarga, termasuk pada suami untuk menjadi *lama'*.

DAFTAR PUSTAKA

Budiman, Arief. *Pembagian Kerja Secara Seksual.* Jakarta: Gramedia, 1981

Megawangi, Ratna. *Membiarkan Berbeda: Sudut pandang Baru Tentang Relasi Gender.* Bandung: Mizan, 1999.

Tjiptoherijanto, Prijono. *Kegiatan-Kegiatan Produktif: Perempuan Dimana.* Jurnal perempuan Vol.73, 2012.

PEREMPUAN MADURA: "Mengada" Ditengah Himpitan Budaya Matrilokal dan Kekuasaan Patriarkat

Farida Nurul Rakhmawati

Pendahuluan

Berbicara tentang Madura, tidak bisa terlepas dari perbincangan tentang perempuan madura. Hal ini menarik untuk dikaji ketika masyarakat Madura yang dikenal menganut pola residensi matrilokal, tetapi sistem kekerabatan yang dianutnya adalah sistem bilateral dengan pola kekuasaan patriarkat (Henfi,2012). Di Madura, pengaruh luar, terutama Islam, tidak menyebabkan perubahan pada pola residensi, justru perubahan terjadi pada pola kekerabatan dan relasi kekuasaan. Kondisi ini tentu saja membawa implikasi yang menarik untuk diteliti berkaitan dengan "mengada"perempuan madura diantara budaya matrilokal dan kekuasaan patriarkat.

Kedudukan perempuan di madura jelas sekali posisinya. Perempuan memiliki ruang khusus seperti misalnya rumah adalah tempat perempuan. Peruntukan rumah adalah untuk ditinggali oleh kelompok perempuan. Rumah dihuni oleh perempuan dan anak-anak kecil, laki laki dewasa memiliki ruang yang berada di luar dan sifatnya sangat umum seperti misalnya langgar. Rumah adalah milik perempuan, keluarga memiliki kewajiban untuk membuatkan rumah bagi anak perempuan.

Dalam kekerabatan memang beberapa ahli menyebutkan bahwa Madura mengikuti pola matrilinieal dan patrilineal (Mansurnoor, 1998). Namun kalau melihat beberapa fakta seperti pembagian ruang, fungsi ruang, pemilikan rumah, kebiasaan tinggal

dalam keluarga, masyarakat Madura dapat dikategorikan sebagai masyarakat yang menganut paham matrinelial. Penempatan posisi rumah berurut sesuai dengan urutan susunan keluarga, berdasarkan garis perempuan atas kelahiran atau waktu pernikahan. Rumah hanya dipakai untuk menerima tamu perempuan. Sementara untuk ruang laki laki berada di langgar.

Kepemilikan rumah jelas sekali adalah milik keluarga perempuan. Karena pembangunan rumah oleh perempuan, jadi apabila terjadi perceraian maka pihak laki lakilah yang harus keluar. Prinsip ini sangat jelas terlihat pada kebiasaan atau aturan yang berlaku, yaitu saat seorang laki laki menikah maka laki lakilah yang akan tinggal bersama di dalam lingkungan keluarga perempuan. Laki laki adalah pihak luar. Sistem yang demikian menurut Kuntjaraningrat (1980) disebut sebagai adat uxorilokal. Uxorilokal adalah sistem kekeluargaan dalam satu tempat dihuni oleh satu keluarga senior dan keluarga batih dari anak anak perempuannya.

Dari pertimbangan tersebut jelas sekali bahwa masyarakat Madura dapat dikelompokan kepada masyarakat yang sebenarnya mengikuti pola garis keturunan ibu, atau mengikuti paham matrilineal. Namun selanjutnya sistim ini berubah dengan hadirnya pengaruh Islam yang secara tidak langsung sedikit banyak bersingunggan dengan paham patrilineal.

Beberapa penelitian menunjukkan meski perempuan madura memiliki kekuatan ekonomi dengan kepemilikan pemukiman tanean lanjeng, namun masih kuatnya budaya patriarki yang menghegemoni masyarakat madura pada umumnya berimplikasi pada rendahnya akses posisi dan peran perempuan dalam keluarga khususnya dalam pengambilan keputusan. Realitas sosial ini merupakan konstruksi sosial budaya masyarakat

Rahmawati (2012) mengungkap data tentang harapan orang tua di Madura terhadap anak-anaknya berdasarkan jenis kelamin. Harapan terhadap perempuan, meski ia disekolahkan, tetap bersifat domistifikasi peran, sementara harapan terhadap laki-laki lebih didorong ke peran-peran public atau peran di luar rumah. Harapan

di atas hampir menjadi *memori kolektif* masyarakat Madura yang direproduksi secara terus-menerus ketika "membayangkan" anak perempuannya. Dengan demikian, domistifikasi peran perempuan sebenarnya sudah ada sejak dalam pikiran atau dalam "angan-angan social" masyarakat Madura.

Ucapan *"jha' gitenggi asakola, dagghi' badha e dapor keya"* yang dialamatkan bagi perempuan bukan sekedar ucapan yang tidak memiliki efek kuasa apa-apa. Ia sebenarnya pantulan dari kuatnya budaya patriarkhi masyarakat Madura yang menekan perempuan untuk tetap di ruang domistik. Budaya kawin muda dan perlakuan tidak adil terhadap perempuan, termasuk dalam pendidikan, berangkali akan lebih tajam jika dilacak dari sini. Kadang ada benarnya juga jika dikatakan, kebudayaan Madura sebenarnya tidak ramah bagi perempuan.

Masih berkaitan dengan perempuan madura, Rahmawati (2011) mengungkapkan kearifan lokal Perempuan Madura yang melekat dalam siklus hidup Perempuan Madura mulai dari fase remaja, menjadi istri, dan merawat rumah tangga. yang ditanamkan nenek moyang sejak dini pada perempuan Madura, terkungkung dalam hegemoni budaya partriarki. Rahmawati (2011) mengungkapkan pembatasan aktivitas aktualisasi diri dalam bekerja untuk tidak boleh melebihi suami membuat etos kerja tinggi perempuan Madura hanya sekedar terwujud dalam aktivitas membantu suami bekerja berimplikasi pada kurangnya akses dalam pegambilan keputusan khususnya dalam hal perekonomian keluarga. Padahal potensi ini sangat kuat dimiliki perempuan Madura.

Dalam penelitian ini, Rahmawati (2011) berhasil mengungkap bahwa Hegomi budaya patriarki yang melekat pada kearifan lokal Perempuan Madura termanivestasi dalam 3 konsep adhandhen, arembhi' dan amasak yang harus dilakoni oleh seorang Perempuan Madura. Secara garis besar kearifan lokal Perempuan Madura yang terlihat dalam siklus kehidupannya dalah Perempuan Madura harus bekerja keras, tidak boleh malas, mengabdikan hidupnya untuk keluarga dengan cara merawat diri, merawat keluarga.

Ada apa dengan perempuan madura? Pemaparan diatas nampaknya dapat menjelaskan apa dan bagaimana perempuan madura dalam kultur budayanya. Menilik apa dan bagaimana perempuan Madura dalam kultur budayanya menjadi menarik bila ditinjau dari filsafat mengada dari perspektif feminis untuk mengungkap "mengada"perempuan madura diantara budaya matrilokal dan kekuasaan patriarkat. Hal ini bisa diamati dan dikritisi dalam pengalaman subyek (perempuan madura) tentang prilaku sosial dan komunikasi perempuan madura serta kedudukan dan relasinya dengan laki laki madura dalam kehidupan keseharian mereka.

"Mengada, Memanusiawi sebagai bentuk Kesadaran Kartinian"

Apa artinya mengada? Manusia adalah manusia ketika mengada. "Aku berpikir maka aku mengada", kalimat Descartes ini menjelaskan keberadaan manusia adalah akal budinya. Manusia adalah manusia ketika dia hidup,berpikir. Ketika dia sudah mati, sudah tidak memiliki akal budi, ia bukan manusia lagi (Riyanto, 2013:16)

Setiap manusia adalah manusia dengan akal budinya, maka realitas "subjek" bukan karakter manusia, melainkan mengada dari manusia. Jadi Subjektivitas identik dengan being manusia. Menurut Descartes manusia yang hidup selalu harus dikenali sebagai manusia dengan akal budinya. Dan ketika akal budi itu berpikir, ia sedang memanusiawi.

Ketika manusia tidak meragu ragukan, ketika tidak pernah bertanya dan mempertanyakan, ketika dirinya tidak pernah sangsi akan apa pun, ketika membiarkan dirinya tenggelam ke dalam kolam kepalsuan, ketika itu dia tidak berpikir. Dan tidak berpikir, menurut Descartes sama dengan tidak memanusiawi, tidak mengada.(Riyanto, 2013:17)

Heidegger merefleksikan mengada dari perspektif fenomenologis. Perspektif ini memberi porsi hebat kepada pengalaman kes-

eharian manusia. Hidup sehari –hari bukan momen momen yang berlangsung tanpa makna. (Riyanto, 2013:43). Dalam Heidegger mengada merupakan penziarahan terus menerus manusia yang hanya kematian mampu menghentikannya. Tidak ada momen dalam keseharian manusia lenyap dari pendakian penziarahan. Manusia tidak pernah sama setiap hari, ia berubah, berkembang, menjadi, memanusiawi. Being manusia tidak dimaknai sekedar keberdaannya. Being atau mengada identik dengan memanusiawi dalam kesehariannya (Riyanto,2013:43)

Kesadaran subjektivitas bisa disebut kesadaran memanusiawi. Kesadaran ini seperti yang terlihat dalam kesadaran kartinian. Kesadaran kartinian telah mewariskan sebuah bentuk konsientisasi-diri (penyadaran diri). (Riyanto, 2011: 121). Kesadaran perempuan melalui sosok kartini menunjukkan wujud "mengada " dengan sikap keragu raguannya akan peristiwa yang dialaminya, dengan bertanya dan mempertanyakan, dengan berani menyoal keterpurukan eksistensinya dan tidak membiarkan dirinya tenggelam ke dalam kolam kepalsuan. Kesadaran perempuan melalui sosok kartini merupakan penziarahan terus menerus yang tertuang dalam kehidupan sehari hari yang merupakan momen yang berlangsung penuh dengan makna, walaupun wujud keberanian kartini itu hanya ada dalam skema "monolog" dan menampilkan ketidakberdayaan. Namun Being manusia tidak dimaknai sekedar keberdaannya. Being atau mengada identik dengan memanusiawi dalam kesehariannya. Kesadaran kartinian adalah kesadaran partisipatif dengan segala kehadiran dirinya, wajahnya dan kecantikannya. (Riyanto, 2011:122)

Pemaparan "Mengada, Memanusiawi sebagai bentuk Kesadaran Kartinian" diatas menyiratkan gambaran bahwa untuk memahami realitas apakah ada perbedaan, ketimpangan, ataupun penindasan yang terjadi tengah masyarakat kita diperlukan pengeksplorasian tentang " keberadaan manusia" sebagai individu dari masyarakat yang terwujud dalam prilaku kesehariannya. Demikian halnya dengan perempuan madura, untuk bisa memahami ada

apa dengan perempuan madura, apakah ada perbedaan gender, ketimpangan gender ataupun penindasan gender ditengah budaya matrilokal dan kekuasaan patriarkat yang melingkupinya diperlukan pengkajian mendalam tentang "mengada memanusiawi" diri perempuan madura. Dalam hal ini diperlukan bantuan Standpoint Feminist Theory untuk mendekatinya.

"Perempuan Madura "Mengada" Diantara Budaya Matrilokal dan kekuasaan Patriarkat

Untuk menjelaskan tentang "*the standpoint feminist*", Smith mengambil analogi dari konsep Hegel di dalam *The Phenomenology of Mind*, tentang hubungan antara kesadaran majikan dan tenaga kerja buruhnya. Seperti dijelaskan oleh Smith (1987:79), Hegel menganalisa bahwa di dalam hubungan antara majikan dan buruh, seorang majikan yang menginginkan/membutuhkan sesuatu tidak perlu membuat barang itu sendiri. Obyek yang dikehendaki telah disediakan oleh pembantu atau buruh yang digajinya. Dengan menyediakan apa yang dibutuhkan oleh majikannya, buruh selalu berusaha menyesuaikan diri dengan kebutuhan majikannya. Jadi di dalam hubungan antara buruh dan majikan, buruh tersebut bukan merupakan subyek yang memiliki otonomi. Di dalam kesadarannya, buruh hanya mengetahui keberadaan majikan, pelayanan yang ia berika, serta kaitan antara majikan dan obyek yang dikehendaki majikannya. Sebaliknya, di dalam kesadaran majikan terdapat kesadaran tentang dirinya sebagai subyek, kemudian obyek yang diinginkannya, dan buruh yang berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi obyek yang dibutuhkannya tersebut.

Bilamana konsep Hegel tentang buruh dan majikan dipakai untuk menginterpretasi pandangan Marx tentang perbedaan antara basis ideologi kelas penguasa (*the ruling class*) dan bisis kesadaran politis kelas buruh, makan akan diketemukan kemiripan antara kesadaran politis buruh dengan "*standpoint feminist* . Lebih jelasnya, Smith (1987: 79) menguraikan sebagai berikut:

Bentuk-bentuk kesadaran sosial kita telah diciptakan oleh

laki-laki yang menduduki posisi di dalam organisasi *extralocal* kekuasaan. Diskursus, pola pikir, teori, dan sosiologi telah menganggap bahwa kondisi menguasai itu tidak ada. Jadi praktek riil yang membuat terjadinya tindakan menguasai itu tidak nampak. Perempuan berada di luar hubungan *extralocal* kekuasaan itu. Mereka, pada umumnya, berada dan berfungsi di dalam proses kerja yang menopang kekuasaan dan memiliki peran penting bagi kelangsungan kekuasaan itu.

Dari sudut pandang yang berkuasa (sudut pandang patriarki), kegiatan riil sehari-hari, dan organisasi kerja keseharian yang menopang keberadaan kelas penguasa (patriarki) dan kekuasaannya tidak terlihat. Jadi dari sudut pandang patriarki, aktivitas sehari-hari perempuan yang menopang keberadaan seluruh sistem patriarki dianggap tidak perlu, tidak ada artinya, bahkan tidak ada. Padahal, posisi yang menyangkut hal-hal rutin seperti pekerjaan rumah tangga, melahirkan dan mengasuh anak merupakan posisi yang diduduki perempuan. Posisi ini menopang dan memungkinkan laki-laki menguasai dunia konseptual yang abstrak. Oleh karena itu, berdasarkan logika patriarki atau ilmu sosial tradisional, perempuan yang memasuki dunia konseptual seperti misalnya menjadi peneliti atau intelektual ilmu sosial harus melepaskan diri dari konteks yang berkaitan dengan semua hal yang dilakukannya sehari-hari.

Yang diusulkan oleh Smith (1987:84) adalah agar peneliti perempuan memiliki *standpoint* yang spesifik perempuan. Artinya, ia tidak boleh melepaskan diri daro *locus* kehidupannya sehari-hari. Sebagai peneliti feminis, ia harus menjadi subyek yang memiliki kesadaran ganda (bercabang). Di satu sisi ia memiliki kesadaran tentang dunia yang dialaminya (di dalam tubuhnya), dan di sisi lain ia juga memiliki kesadaran tentang dnia abstraksi yang berada di luar eksistensi dirinya. Konsep Dorothy Smith tentang *standpoint* perempuan yang cukup kompleks ini dijelaskan secara lebih sederhana oleh Stanley (1990: 34) sebagai berikut:

> Peneliti feminis harus selalu melihat perempuan sebagai pihak yang secara aktip ikut membentuk sekaligus

menginterpretasi proses dan hubungan sosial yang ada di dalam realitas keseharian mereka.

Dengan kata lain, untuk memiliki *standpoint* yang sama dengan obyek yang diteliti, seorang peneliti feminis harus berada pada posisi yang sama kritisnya dengan mereka yang kehidupan sehari-harinya sedang diamat. *Standpoint* perempuan adalah suatu metode yang ketika dipakai untuk mencari tahu tentang sesuatu hal akan memberikan ruang kepada subyek, yang selama ini ditiadakan, beserta pengalaman-pengalaman riilnya yang dianggap tidak pernah ada. Dengan metode ini subyek dan pengalaman-pengalaman itu diungkapkan dengan menghadirkan pelaku perempuan yang berbicara sendiri tentang pengalaman riil keseharian mereka.

Menjadi makin menarik untuk dikaji lebih dalam, ketika realiatas sosal tentang perempuan madura dalam beberapa penelitian tentang status dan peran perempuan madura menunjukkan hasil yang beragam. Perbedaan sudut pandang dan metodologi dalam mengkaji realitas sosial pada masyarakat dan budaya madura itu yang menyebabkan perbedaan tersebut. Berbagai penelitian menunjukkan adanya perbedaan pendapat dan kontroversi tentang status dan peran perempuan madura. Di satu sisi menujukkan kondisi status dan peran peremuan adura yang terkooptasi, subordinasi dan kuatnya kekuasaan patriarki yang melingkupi hudupnya. Sedang di sisi lain menunjukkan perempuan madura memiliki kekuasaan yang besar dan status yang tinggi, baik dalam masyarakat luas maupun keluarga, melalui partisipatif aktif mereka dalam kegitan produktif dan didukung oleh budaya matrilokal. Kondisi ini tentu saja membawa implikasi yang menarik untuk diteliti berkaitan dengan perempuan madura "megada" ditengah himpitan budaya matrilokal dan kekuasaan patriarkat. Adanya perdebatan dan kontroversi yang terus berkembang itu menandakan bahwa masih adanya aspek-asek menarik yang perlu di kaji lebih lanjut

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan keberadaan perempuan madura tersebut terlihat dalam bebrapa kajian berikut:

Penelitian tentang perempuan Madura pernah diteliti oleh

Imam Zamroni (2011). Zamroni dalam penelitiannya tentang sunat perempuan madura (Belenggu Adat, Normativitas Agama, dan Hak Azazi Manusia) dipublikasikan dalam Jurnal karsa pada tahun 2011.

Penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan tentang the Famale Geneital Mutulation (FGM) di Madura yang difokuskan pada tiga persoalan, yaitu tradisi lokal, norma keagamaan, dan hak asasi manusia. FGM telah berlangsung dari satu generasi ke generasi berikutnya di Madura sebagai tradisi lokal dan dorongan keagamaan. ia menjadi kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perempuan. Lebih dari itu, setelah perempuan Madura masuk agama Islam, kyai sebagai pemimpin keagamaan lokal memberikan kontribusi yang kuat bagi pelaksanaan FGM di Madura, yakni dengan memberikan pembenaran dari sisi keagamaan-keislaman. Di samping itu, dari sisi kesehatan menunjukkan bahwa FGM tidak memberikan efek penting terutama dalam reproduksi perempuan. Pelaksanaan FGM tanpa berkomunikasi terlebih dahulu dengan anak perempuan sebagai korban. Karenanya, praktik FGM merupakan pelanggaran hak asasi manusia dalam perspektif World Health Organization (WHO). Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan wawancara dan dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data.

Menurut Zamroni (2011), Sunat perempuan Madura merupakan bagian dari tradisi dan adat istiadat Madura yang sudah dilakukan secara turun temurun yang dijustifikasi oleh ajaran agama Islâm lokal yang ada di Madura. Nyai, dukun bayi bahkan juga bidan dalam praktiknya mempunyai peran yang sangat penting dalam melanggengkan tradisi sunat perempuan. Sunat perempuan lebih didominasi adat istiadat dan budaya masyarakat Madura daripada agama, meskipun telah dijustifikasi dengan agama. Dasar normatif agama (Islâm) yang dijadikan pegangan oleh orang Madura dalam melakukan sunat perempuan adalah mengikuti hukum sunat laki-laki. Laki-laki wajib melakukan sunat, maka perempuan sebagai pemeluk Islâm juga wajib melakukan sunat.

Sumber hukum pelaksanaan sunat perempuan dalam ajaran agama Islâm yang utama, yaitu AlQur'an maupun Hadits tidak ditemukan dasar hukum yang jelas.

Zamroni (2011) mengungkapkan praktik sunat perempuan Madura dapat digolongkan pada pelanggaran HAM, karena merupakan suatu bentuk kekerasan terhadap perempuan. Pelaksanaan sunat perempuan Madura apalagi sebagian besar dilaksanakan pada usia balita yang belum bisa diajak berkomunikasi. Hal itu berbeda dengan pelaksanaan sunat laki-laki yang sebagian besar dilaksanakan ketika anak-anak sudah bisa diajak komunikasi atau usia sekolah, sehingga mereka bisa ditanya kesiapannya. Sunat perempuan meskipun termasuk bagian pelanggaran HAM, namun orang Madura tetap melaksanakan ritual sunat perempuan. Tuntutan adat istiadat yang begitu kuat telah mengabaikan praktik kekerasan yang bertentangan dengan nilai-nilai hak asasi manusia.

Penelitian yang dilakukan Zamroni ini, memperkuat kondisi hasil penelitian yang menyebutkan masih kuatnya budaya patriarki di tengah pola residensi matrilokal di madura. Kuatnya budaya sunat perempuan di madura yang telah dilakukan secara turun temurun ini merupakan hasil konstruksi sosial budaya masyarakat madura.

Masih berkaitan dengan perempuan madura, Farida Nurul (2012) dalam Proceeding The 4th Internasional Graduate Students Conference on Indonesia mengungkapkan kearifan lokal Perempuan Madura yang melekat dalam siklus hidup Perempuan Madura mulai dari fase remaja, menjadi istri, dan merawat rumah tangga. Dalam ke 3 fase tersebut, Kearifan lokal yang ditanamkan nenek moyang sejak dini pada perempuan Madura terkungkung dalam hegemoni budaya partriarki, sehingga Perempuan Madura tidak merasa bahwa semua itu adalah sebuah ketimpangan dan mengakibatkan ketimpangan gender salah satunya adalah kurang tumbuhnya jiwa entrepreneur di jiwa mereka.

Farida (2012) mengungkapkan pembatasan aktivitas aktualisasi diri dalam bekerja untuk tidak boleh melebihi suami membuat

etos kerja tinggi perempuan Madura hanya sekedar terwujud dalam aktivitas membantu suami bekerja berimplikasi pada kurangnya akses dalam pegambilan keputusan khususnya dalam hal perekonomian keluarga. Padahal potensi ini sangat kuat dimiliki perempuan Madura.

Dalam penelitian ini, farida (2012) berhasil mengungkap bahwa Hegomi budaya patriarki yang melekat pada kearifan lokal Perempuan Madura termanivestasi dalam 3 konsep adhandhen, arembhi' dan amasak yang harus dilakoni oleh seorang Perempuan Madura. Secara garis besar kearifan lokal Perempuan Madura yang terlihat dalam siklus kehidupannya dalah Perempuan Madura harus bekerja keras, tidak boleh malas, mengabdikan hidupnya untuk keluarga dengan cara merawat diri, merawat keluarga. Selain itu kearifan local perempuan Madura juga terlihat pada Memanfaatkan kekayaan alam untuk diolah menjadi produk kebutuhan hidup; Memanfaatkan kekayaan sumber daya manusia Madura untuk menciptakan peluang, usaha dan kesejahteraan keluarga; Mengadopsi kekayaan alam Madura dan dituangkan dalam karya produk khas Madura yang unik dan menarik; dan Mengadopsi pendidikan agama, formal dan keterampilan sebagai bekal hidup perempuan Madura.

Di sisi lain, farida (2012) mengungkapkan, Perempuan Madura dengan karakteristik kerja keras dan etos kerja tinggi yang ditanamkan sejak dini, sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian Perempuan Madura dan keluarganya sekaligus menjadi bukti eksistensi keberdaaan diri Perempuan Madura. Namun sayangnya sampai sejauh ini, potensi diri yang dimilki perempuan Madura ini diketahui tidak berjalan maksimal. Hal ini disebabkan segala macam usaha dan kerja keras yang dilakukan perempuan Madura ini bukan didasarkan pada aktualisasi potensi diri tapi sebenarnya lebih pada wujud tangung jawab dan pengabdiannya kepada keluarga. Bekerja keras untuk membantu suami mendapatkan tambahan penghasilan.

Fenomena ini menurut farida (2011) menjadikan potensi diri

perempuan madura menjadi tidak terlihat dan makin membuat posisinya termarginalkan sekaligus membuat usaha yang dilakukan perempuan madura hanya sekedar biar laku jual bukan menjadi seorang enterpreneur yang penuh dengan inovasi, kreatifitas dan pengembangan produk.

Di sisi lain penelitian dengan judul perempuan madura pesisir meretas budaya mode produksi patriakat yang diterbitkan di jurnal KARSA ini, memberikan gambaran lain dari kondisi perempuan madura. Menurut achmad mulyadi (2011), perempuan seringkali diidentifikasikan sebagai makhluk kedua. Pendakwaan sejarah (historical-claims) ini diperkuat dengan semakin terfokusnya struktur dalam masyarakat bahwa perempuan selalu dijadikan koncowinking, teman belakang. Di balik itu perempuan adalah realitas kehidupan yang menjadi subordinat dari berbagai kepentingan, termasuk penafsiran agama yang "dipelintir" demi kepentingan sesaat. Perempuan seolah tidak memiliki ruang personal yang asasi untuk mengaktualisasikan kapabilitasnya.

Kondisi berbeda terlihat di perempuan madura pesisisr. Bagi istri-istri nelayan Branta Pesisir Pamekasan Madura, upaya untuk meningkatkan derajat ekonomi dan taraf hidupnyal tidak bisa dipadamkan hanya dengan penafsiran yang sempit, ia hendaknya menjadi bagian dari proses pemberdayaan secara individual dan masyarakat. Tuntutan agar bisa bertahan hidup menyebabkan mereka harus secara sadar dan mandiri terlibat dalam kegiatan publik. Untuk itu mereka harus membaginya secara adil, darat menjadi wilayah istri dan laut menjadi wilayah suami. Pola pembagian wilayah kerja ini memunculkan dinamika peran dan relasi suami-istri. Pada suatu saat istri memerankan diri di wilayah publik dan domestik secara bersamaan dan saat yang lain pada waktu istri berperan di wilayah publik, wilayah domestiknya diperankan oleh keluarga dekat (Bapak/Ibu atau keluarga yang lain) saat suami melaut atau bahkan suaminya ketika tidak melaut. Keterlibatan istri nelayan Branta Pesisir dalam wilyah publik dilatari beberapa faktor, yaitu; faktor derajat ekonomik keluarga diantaranya adalah adanya

kesamaan peluang kerja antara suami dan istri, adanya ketersediaan sumberdaya, dan adanya pemahaman yang sama antara suami dan istri tentang tanggungjawab ekonomik keluarga; dan faktor kesadaran mereka untuk meningkatkan taraf hidup keluarga/anak keturunannya

Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian penelitian diatas, nampaknya belum dapat secara mendalam mengungkap fenomena "keberadaan" perempuan madura. Dengan pendekatan ini hasil penelitian yang terkuak masih sebatas deskripsi potret fenomena perempuan madura. Apakah kondisi perempuan madura seperti yang terlihat di daerah pesisir itu merupakan kondisi kesetaraan gender ataukah malah merupakan ketidakadilan gender karena adanya beban ganda (doubel border) perempuan dalam kehidupannya, nampaknya akan lebih bisa dikupas habis dengan pendekatan kritis ini. Namun terlepas dari hal itu, dengan teori hidden power dari faucould, hasil penelitian ini sebenarnya bisa juga memberikan gambaran bahwa perempuan madura memilki kekuasaan tersembunyi. Hal ini sebenarnya wajar terjadi pada sebuah tatanan masyarakat berpola resinden matrilokal yang biasanya membentuk kekuasaan matriliniar.

Penutup

Fenomena "keberadaan" perempuan madura di tengah himpitan budaya matrilokal dan kekuasaan patriarkat seperti yang digambarkan diatas, membawa kita pada sebuah kondisi dimana kedudukan perempuan madura dan pengalaman mereka pada kebanyakan situasi berbeda dengan pengalaman dan kedudukan lakilaki madura dalam situasi ini.

Perempuan Madura dengan karakteristik kerja keras dan etos kerja tinggi yang ditanamkan sejak dini, sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian Perempuan Madura dan keluarganya sekaligus menjadi bukti eksistensi keberdaaan diri Perempuan Madura. Namun sayangnya sampai sejauh ini, potensi diri yang dimilki perempuan Madura

ini diketahui tidak berjalan maksimal. Hal ini disebabkan segala macam usaha dan kerja keras yang dilakukan perempuan Madura ini bukan didasarkan pada aktualisasi potensi diri tapi sebenarnya lebih pada wujud tangung jawab dan pengabdiannya kepada keluarga. Bekerja keras untuk membantu suami mendapatkan tambahan penghasilan.

Pada tingkatan tertentu, kepatuhan perempuan Madura seharusnya bukanlah semata-mata kepatuhan yang statis. Kendati sering kali diposisikan dalam kategori subordinat, perempuan Madura seharusnya memiliki peran dan status dalam keluarga secara sinergis, sehingga masing-masing anggota dalam miniatur organisasi tersebut bias bergerak dan berfungsi. Perempuan yang berperanan adalah perempuan yang sanggup memberi pengaruh terhadap orang lain atau lingkungannya. Pengaruh ini sangat bergantung pada status si perempuan. Dalam status tergantung hak dan kedudukan. Jika statusnya rendah, maka haknya akan dibatasi, kedudukannya rendah, dan peranannya jtga akan berkurang. Oleh karena itu, perempuan harus memiliki 'sesuatu' untuk meningkatkan peran dan statusnya terhadap lingkungannya (Tong, 2010).Harga diri dan martabat seorang suami akan bergantung pada kepiawaian istrinya dalam memunculkan keperempuananya secara potensial, kuat, dan berkeberanian tinggi.

Komitmen perempuan Madura untuk bekerja keras, kemudian menuai hasil (ngarkar pas acolbi') dalam kondisi alam yang keras, tidak menjanjikan, dan kurang menguntungkan seharusnya dijadikan karakter kunci untuk memasuki dunia dominasi laki-laki (male-dominated world). Di samping itu, sikap penurut perempuan Madura harusnya malah menjadikannya tidak mudah berpaling 'prinsip'.

Fenomena diatas sejalan dengan teori feminis eksistensialis. satu kalimat yang diungkapkan oleh Beauvoir, yaitu "*One is not born, but rather becomes a woman*" (Beauvoir, 295). Gender dikonstruksi secara sosial, hasil dari sosialisasi masa kanak-kanak. Sebagaimana yang dikatakan Beauvoir dalam kalimat selanjutnya bahwa

bukan takdir ekonomi, biologis, dan psikologis yang menentukan figur perempuan, melainkan peradaban (*civilization*). Selama ini perempuan dikonstruksi sedemikian rupa untuk menjadi perempuan yang 'diinginkan' masyarakat. Perempuan hanya menjadi Liyan dalam berbagai aspek, dalam berbagai bentuknya.

Eksistensialisme dari Beauvoir akan lebih terasa jika kita bicara mengenai elemen kedua dari kalimat yang saya kutip di atas, yaitu "*One is not born, but rather becomes a woman*". Elemen kedua adalah gender merupakan suatu proses menjadi, karena itu mengandung makna pilihan dan perubahan (*choice and change*). Gender adalah suatu proses yang terbuka terhadap tindakan sosial dan pilihan individual. Judith Butler menyebut elemen kedua ini sebagai sisi eksistensialisme dari Beauvoir.

Femininitas seorang perempuan memang dapat memposisikan perempuan sebagai obyek. Demikian halnya dengan hiperfemininitas. Istilah ini digunakan untuk menjelaskan perempuan yang mengeksploitasi femininitasnya untuk memperoleh tujuannya. Hiperfeminin ini dalam konteks eksistensialis justru memainkan peran sebagai subyek. Meskipun orang lain melihat ia hanya menjadi obyek, tetapi dalam ke-obyek-annya, ia sesungguhnya menjadi subyek dengan tujuan eksploitasinya tersebut. Karena sekalipun ia memilih untuk menjadi obyek, sama seperti yang dikatakan Beauvoir, ia justru telah menjadi subyek dengan pilihannya itu.

Melalui standpoint feminist theory dapat diungkap proses "mengada, menjadi, memanusiawi" sosok perempuan madura di tengah budaya matrilokal dan patriarkat yang melingkupinya. Dan pada akhirnya pengalaman pahit sekalipun dapat mengajarkan perempuan untuk berproses ke arah yang lebih baik. Sebagaimana yang dikatakan Beauvoir bahwa "*One is not born, but rather becomes a woman*". Menjadi perempuan adalah selalu dalam proses menjadi.

DAFTRA PUSTAKA

Hefni, Muhammad. 2012. "Perempuan Madura diantara Pola Residensi Matrilokal dan Pola Kekuasaan Patriakat". Jurnal Karsa. Vol 20. No.2 . Pamekasan : STAIN Pamekasan

Mulyadi, Achmad. 2011. "Perempuan Madura Pesisir Meretas Budaya Mode Produksi Patriakat'. Jurnal Karsa. Vol. 19 No.2. Pamekasan : STAIN Pamekasan.

Rahmawati, farida. 2012. "Local Wisdom in life cycle of madurese women as the basis of the arrangement of self-empowerment communication strategy". Proceeding The 4th Internasional Graduate Students Conference on Indonesia. 30-31 Oktober 2012 , ISBN : 978-602-8683-26-5. Yogyakarta : UGM Pres

Ritzer, George (ed). 2012 Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan terakhir Postmodern. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Riyanto CM, Armada. 2011. Berfilsafat Politik. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Riyanto CM,Armada. 2013. Menjadi-Mencintai. Berfilsafat Teologis Sehari-hari. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Smith, D. (1987). *The everyday world as problematic.* Loronto, Ontario, Canada: University of Loronto Press

Tong, Rosemarie P (2010) Feminist Tought. Yogyakarta. Jalasutra

Zamroni, Imam. 2011. "Sunat Perempuan Madura (Belenggu Adat, Normativitas Agama, dan Hak Azazi manusia). Jurnal karsa. Vol. 19. No.2. Pamekasan : STAIN Pamekasan

CROSS CULTURAL ADAPTATION PERKAWINAN BEDA ETNIS (Studi Fenomenologi Perkawinan Beda Etnis Madura dan Etnis Jawa)

Sri Wahyuningsih

Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai Negara multi etnis. Karena itu sangat heterogenitas dari latar belakang budayanya seperti bahasa, agama/keyakinan, suku, adat-istiadat, ras. Satu sama lain bisa disatukan dengan adanya komunikasi yang menjadi jembatan untuk berkomunikasi baik melalui komunikasi langsung maupun komunikasi tidak langsung. Apabila setiap manusia bertemu dalam kondisi yang berbeda etnis dan saling berkomunikasi mereka sedang menjalankan komunikasi antar budaya.

Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang dilakukan satu sama lain yang berbeda latar belakang budayanya dalam waktu jangka pendek maupun waktu jangka panjang baik secara langsung maupun tidak langsung. Berbicara tentang etnis, peneliti mengamati tentang perkawinan beda etnis yaitu suku Madura dan suku Jawa.

Sudah digariskan dalam Al Qur'an dalam surat Ar Ruum ayat 21:

> "*Dan diantara tanda-tanda kekuasaanNya, diciptakanNya untukmu pasangan hidup dari jenismu sendiri, supaya kamu mendapat ketenangan hati dan dijadikanNya kasih sayang diantaramu. Sesungguhnya yang demikian menjadi tanda-tanda kebesaranNya bagi orang-orang yang berfikir*".

Dalam hal ini jodoh orang yang satu dengan yang lain pasti akan dipertemukan oleh Allah SWT melalui berbagai moment. Karena orang Madura sendiri sifatnya adalah suka berpetualang mempunyai etos kerja tinggi, jadi mereka bisa mengais rejeki di daerah orang lain, bahkan di luar negeripun mereka alami. Demikian juga orang Jawa, hampir sama mempunyai etos kerja yang tinggi mengais rejeki di negeri orang asal rejeki itu halal dihasilkan. Jodoh bertemu bukan karena suatu pekerjaan saja, mereka dipertemukan saat mereka lagi kuliah, seminar, dan masih banyak moment yang lain untuk mempertemukan jodoh kita.

Dalam wadah berkomunikasi perkenalan itu mereka menggunkan posisi yang mentransfer budaya secara langsung dalam berkomunikasi. Seperti orang Jawa kenal dengan orang Madura, sebaliknya orang Jawa kenal dengan orang Madura.

Dari uraian di atas tujuan dari riset ini adalah ingin mengetahui bagaimana cross culture identity perkawinan beda etnis?

Perkawinan Beda Suku

Pengertian pernikahan (perkawinan) menurut Pasal 1 UU No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan: Perkawinan ialah ikatan batin antara seorang pria dengan seorang wanita, sebagai suami istri dengan membentuk kelurga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhan Yang Maha Esa. Sedangkan menurut Soerojo Wignjodipoero Perkawinan adalah suatu pristiwa yang sangat penting dalam penghidupan masyarakat, sebab perkawinan tidak hanya menyangkut wanita dan pria bakal mempelai saja, bahkan keluarga kedua mempelai.

Menurut Tseng (dalam McDermott & Maretzki, 1977) menyebutkan bahwa perkawinan antar etnis (*intercultural marriage*) adalah perkawinan yang terjadi antara pasangan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Budaya menjadi suatu aspek yang penting dalam perkawinan, dimana pasangan tersebut tentu memiliki dalam hal nilai-nilai budaya yang dianut, menurut keyakinan dan kebiasaan, serta adat istiadat dan gaya hidup budaya.

Di dalam perkawinan juga disatukan dua budaya yang berbeda, latar belakang yang berbeda, suku yang berbeda (Koentjaraningrat, 1981). Latar belakang yang berbeda ini dapat menimbulkan ketidakcocokan. Ketidakcocokan tersebut dapat mengakibatkan konflik, baik tentang kebiasaan, sikap perilaku dominan, maupun campur tangan keluarga, (Purnomo dalam Natalia & Iriani, 2002). Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perkawinan antar etnis adalah perkawinan yang terjadi antara pasangan yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda.

Suku Madura

Suku Madura merupakan etnis dengan populasi besar di Indonesia, jumlahnya sekitar 20.179.356 juta jiwa (sensus 2014). Mereka berasal dari Pulau Madura dan pulau-pulau sekitarnya

Sejarah

Seperti Gili Raja, Sapudi, Raas, dan Kangean. Selain itu, orang Madura tinggal di bagian timur Jawa Timur biasa disebut wilayah Tapal Kuda, dari Pasuruan sampai utara Banyuwangi. Orang Madura yang berada di Situbondo, Bondowoso, Probolinggo, Lumajang, Jember, jumlahnya paling banyak dan jarang yang bisa berbahasa Jawa, juga termasuk Surabaya Utara, serta sebagian Malang. ada juga yang menetap di Bawean, di negeri jiran Malaysia, Timor Leste, Brunei Darussalam misalnya juga ada, mereka ada yang menjadi penduduk tetap (sudah dapat IC/ surat tinggal selamanya.), Bahkan ada juga di negara negara Timur Tengah.

Sebaran Tinggal

Di samping suku Jawa dan Sunda, orang Madura juga banyak yang bertransmigrasi ke wilayah lain terutama ke Kalimantan Barat dan Kalimantan Tengah, serta ke Jakarta, Tangerang, Depok, Bogor, Bekasi, dan sekitarnya, juga Negara Timur Tengah khususnya Saudi Arabia. Beberapa kota di Kalimantan seperti Sampit dan Sambas,

pernah terjadi kerusuhan etnis yang melibatkan orang Madura disebabkan oleh kesenjangan sosial, namun sekarang kesenjangan itu sudah mereda dan etnis Madura dan penduduk setempat sudah rukun kembali.

Orang Madura pada dasarnya adalah orang yang mempunyai etos kerja yang tinggi, ramah, giat bekerja dan ulet, mereka suka merantau karena keadaan wilayahnya yang tidak baik untuk bertani. Orang perantauan asal Madura umumnya berprofesi sebagai pedagang, misalnya: berjual-beli besi tua, pedagang asongan, dan pedagang pasar. Namun, tidak sedikit pula di antara mereka yang menjadi tokoh nasional.

Agama dan Kepercayaan

Mayoritas masyarakat hampir 100% suku Madura adalah penganut Islam bahkan suku Madura yang tinggal di Madura bisa dikatakan 100 % muslim. suku Madura terkenal sangat taat dalam beragama islam. Salah satu sebabnya dengan adanya Pondok Pesantren yang tersebar di seluruh pulau madura. Misalnya Pondok Pondok pesantren miftahul ulum panyepen, Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata, pondok pesantren Al hamidiy banyuanyar Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuanyar di Kabupaten Pamekasan, Pondok pesantren Annuqayah disingkat PPA pesantren yang terletak di desa Guluk-Guluk, Pondok Pesantren Al-Amin di Sumenep dan , Pondok Pesantren Syaikhona Kholil Bangkalan, Pondok Pesantren Attaraqqi Sampang, dan pesantren-pesantren lainnya dari yang memiliki santri ribuan, ratusan, dan puluhan yang tersebar di Pulau Madura. Pesantren-pesantren begitu mengakar dalam kehidupan masyarakat Madura karena pesantren tidak sekedar mengajar ilmu agama tapi juga mempunyai kiprah dalam kehidupan sosial kemasyarakatan dan peduli pada nasib rakyat kecil.

Bahasa

Suku Madura terkenal karena gaya bicaranya yang blak-blakan. Juga dikenal hemat, disiplin, dan rajin bekerja. Untuk naik

haji, orang Madura sekalipun miskin pasti menyisihkan sedikit penghasilannya untuk simpanan naik haji. Selain itu orang Madura dikenal mempunyai tradisi Islam yang kuat, sekalipun kadang melakukan ritual *Pethik Laut* atau *Rokat Tasse* (sama dengan larung sesaji).

Tulisan di atas hanya streotipe saja yang hanya dilakukan oleh segelintir orang. Suku Madura memiliki aturan dan tatakrama yang sangat kuat. Orang Madura sangat menghormati orang tua, guru, dan sebagainya. Apalagi Madura Timur (Pamekasan dan Sumenep) yang dikenal halus gaya bicaranya dan sangat sopan santun. Sopan santun dan Tata Krama yang halus bila bertamu dan di sajikan Makanan, Minuman. Haruslah di Santap untuk menghormati. Apabila Terjadi kesalah Pahaman atau masalah Orang Madura bersabar dan hanya Berdiam Diri. Segala Rasa Hormat akan berubah apabila Orang lain Hormat maka apabila sebaliknya maka juga akan berbalik tidak Hormat. Salah satu Orang Madura tidaklah mengenal rasa Takut, Tidaklah Malu apabila di hina atau hanya Fitnah. Orang Madura sangatlah berpegang teguh dengan agama. Meskipun banyak Remaja dan Generasi Saat ini yang kurang memahami namun hanya sebagian kecil. Rasa Saling Menghormati dan Menghargai sangatlah di junjung tinggi. Semua sesuai dengan Ajaran Agama Islam. Orang Madura sangat berpegang teguh pada ayat al quran dimana tercemin pada ke seharian Orang Madura.

Karakter Sosial Budaya

Harga diri, juga paling penting dalam kehidupan orang Madura, mereka memiliki sebuah peribahasa *lebbi bagus pote tollang, atembang pote mata*. Artinya, lebih baik mati (putih tulang) daripada malu (putih mata). Sifat yang seperti ini melahirkan tradisi carok pada masyarakat Madura.tetapi tradisi lambat laun melemah seiring dengan terdidiknya kaum muda di pelosok desa, dahulu mereka memakai kekuatan emosional dan tenaga saja, namun kini mereka lebih arif dalam menyikapi berbagai persoalan yang ada.

Ada perbedaan antara Madura Timur (Sumenep dan Pamekasan) dengan Madura Barat (Sampang dan Bangkalan). Orang Madura Timur dikenal lebih halus baik dari sikap, bahasa, dan tatakrama dari pada orang Madura Barat. Orang Madura Barat lebih banyak merantau dari pada Madura Timur. Hal ini, dikarenakan Madura Barat lebih gersang dari pada Madura Timur yang dikenal lebih subur.

Suku Jawa

Suku Jawa adalah suku yang terbesar di Indonesia dengan jumlahnya 90 juta mereka berasal dari pulau Jawa dan menghuni sekitar propinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Tetapi banyak juga ditemukan yang menghuni provinsi Jawa Barat, Jakarta, dan Banten.

Sebagian besar orang Jawa menggunakan bahasa Jawa dalam pinutur kesehariannya. Sebuah tin jaun pendapat yang di jalankan oleh majalah Tempo pada awal decade 1990an menunjuukan bahwa 12 % orang Jawa menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa petuturan keseharian. Sekitar 18 % menggunakan bahasa campuran bahasa Idonesia dan bahasa Jawa, yang lain menuturkan bahasa Jawa merupakan bahasa utama dalam kesehariannya.

Keturunan masyarakat Jawa berpendapat bahwa bahasa Jawa merupakan bahasa yang sangat sopan, apalagi menggunakan percakapan keseharian dengan orang yang lebih tua. Bahasa Jawa juga mempunyai arti yang sangat luas.

Sebagian besar orang Jawa menganuti agama Islam, adapula yang menganut Kristen, Protestan dan Katolik. Ada juga yang menganut agama kepercayaan (kejawen), agama Hindu dan agama Budha.

Menurut antropolog Amerika Clifort Geertz, menyatakan bahwa masyarakat Jawa sangat dikenal dengan uhgah ungguhnya, dikenal juga pembagian golongan yaitu strata sosial. Yang imbasnya sangat terasa sampai sekarang. Ketiga kelompok strata sosial itu adalah kelompok santri, priyayi dan abangan. Kaum santri

ditujukan oaring Jawa yang beragama Islam taat, kaum priyayi adalah ditujukan pada kelompok yang mempunyai hubungan kuat dengan keratin, sedangkan Kelompok abangan adalah penganut Islam secara nominal atau kejawen.

Gambaran adat dari Proses lamaran sampai perkawinan Pengantin laki-laki maupun pengantin Perempuan Laki-laki Madura perempuan Jawa

Prosesi Adat (Lamaran)

Prosesi lamaran merupakan tahap yang dilakukan sebelum perkawinan berlangsung, yaitu sang calon pengantin laki-laki akan mendatangi kediaman calon pengantin wanita yang bertujuan untuk memastikan bahwa sang calon pengantin wanita bersedia menikah dengan sang calon pengantin pria. Biasanya di suku madura di dahului dengan adanya:

1. *Ngangene* (memberi angin / memberi kabar)

Tradisi perkawinan bagi orang Madura dimulai dari tahap penjajakan yang disebut sebagai ngangene. Ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemungkinan pihak pria bisa diterima oleh keluarga pihak wanita. Setelah terjadi kesepakatan antara keluarga lanceng (jejaka) dengan keluarga praben (gadis), maka tahapan penjajakn telah selesai dilakukan. Bagi masyarakat Madura yang menjadi bahan pertimbangan agar bisa diterima adalah persoalan agama. Masyarakat Madura tergolong sangat taat pada ajaran agama Islam.

2. *Araba Pagar* (membabat pagar / perkenalan antara orang tua)

Pertemuan kedua keluarga calon mempelai sebagai perkenalan. Pada momen ini, ada tradisi ater tolo dimana keluarga mempelai pria membawakan kosmetik, beras dan pakaian adat Madura untuk mempelai wanita. Kemudian kedua keluarga mengadakan nyeddek temo, yakni penentuan hari dan tanggal pernikahan. Seminggu setelahnya, keluarga perempuan membalas kedatangan keluarga

calon mempelai pria dengan membawa hidangan nasi dan lauk-pauknya.

3. *Alamar Nyabe'* Jajan (melamar)

Sebelum perkawinan dilaksanakan, terlebih dahulu pihak laki-laki mengadakan lamaran (peminta). Alat-alat yang dipersiapkan untuk lamaran antara lain: Sapu Tangan, Minyak Wangi dan Uang Sekedarnya. Ketiga alat tersebut dihantarkan oleh ketua dari pihak laki-laki. alat-alat tersebut adalah sebagai bukti bahwa seorang perempuan telah resmi bertunangan dengan seorang laki-laki.

4. *Ater Tolo/Teket Petton* (alat lamaran)

Dengan berjalannya waktu, tiba saatnya pihak laki-laki untuk mengantarkan alat-alat pinangannya (teket petton). Alat-alat yang diantarkan antara lain: *Kocor* (cucur), *Polot* (Ketan) yang sudah dimasak, Sirih dan pinang, Pakaian lengkap seorang wanita, seperti sarung, kerudung, baju, alat-alat perhiasan (Make Up) dll.

5. *Nyedek Temo* (menentukan saat hari perkawinan)

Apabila proses lamaran sudah dilaksanakan maka setelah itu para pihak dari dua keluarga akan menentukan kapan pelaksanaan pernikahan dilaksanakan.

Di masyarakat Madura jika perkawinan ingin dipercepat, biasanya dilengkapi dengan pisang susu yang berarti kesusu tidak ketinggalan sirih dan pisang. Dan seperangkat pakaian dan ikat pinggang (stagen) yang menandakan bahwa anak gadisnya sudah ada yang mengikat.

Setelah itu bawaan dari pihak laki-laki digelar di atas meja di depan tamu dan pini sepuh (sesepuh) dengan catatan bawaan yang dibawa sang laki-laki sesuai dengan kemampuan dari pihaknya. Setelah penyerahan sang gadis dibawa masuk dan pada saat pertengahan acara lamaran gadis tersebut akan dibawa keluar bermaksud untuk diperkenalkan setelah itu sang gadis dipinta sungkeman kepada calon suami dan pini sepuhnya yang sudah siap dengan amplop yang berisis uang untuk calon menantunya.

Setelah para tamu pulang oleh-oleh dari calon pengantin laki-laki dibagikan kepada pini sepuh, sanak famillі, dan tetangga dekat bertujuan untuk memberitahukan anak gadisnya sudah bertunangan, pada malam hari calon pengantin laki-laki diajak untuk diperkenalkan dengan calon mertuanya.

Lalu seminggu kemudian akan diadakan kunjungan balasan dari pihak wanita dengan membawa nasi beserta lauk pauknya, seperti 6 piring karang benaci (ikan kambing yang dimasak kecap), 1 baskom gulai kambing, 6 piring ikan kambing masak putih, 6 piring masak ikan ayam masak merah, 6 sisir sate besar-besar (1 sisi 10 tusuk), 2 sisir pisang raja. Balasan jajan untuk calon laki-laki terdiri dari satu tenon nasi beserta lauk pauknya. Setelah acara ini selesai resmilah pertunangan tersebut.

Prosesi Sebelum Perkawinan

Sebelum masa perkawinan pihak laki-laki sudah diharuskan mempersiapkan keperluan dan kebutuhan apa saja yang akan di butuhkan, seperti perlengkapan dan tempat dimana perkawinan itu akan dilaksanakan. Dan khusus untuk calon pengantin wanita 40 hari sebelum upacara perkawinan sudah dilakukan ritual "dipinggit" yang dimana calon mempelai wanita dilarang meninggalkan rumah dan biasanya dilakukan perawatan tubuh dengan:

1) meminum jamu ramuan Madura
2) untuk perawatan kulit menggunakan:
    a. bedak penghalus kulit
    b. bedak dingin
    c. bedak mangir wangi
    d. bedak kamoridhan
    e. bedak bida,
3) menghindari makanan yang mengandung air seperti buah-buahan nanas, mentimun, papaya

Saat Perkawinan

Pada tahap ini adalah tahap yang paling utama, busana pengantin juga sudah disiapkan khusus agar lebih menarik perhatian di banding tamu-tamu yang akan menghadiri upacara perkawianan tersebut. Pada saat pernikahan calon laki-laki menggunakan beskaik blangkon, kain panjang yang didampingin orang tua, pini sepuh serta sanak keluarga lainnya. Sedangkan untuk calon wanita menggunakan kebaya dan kain panjang. Upacara akad nikah dilaksanakan dan dipimpin oleh penghulu dengan dua orang saksi yang diawali dengan doa-doa pemanjat puji syukur kepada Allah. S.W.T lalu dilanjutkan dengan pengucapan ijab qobul yang disaksikan para undangan dan memberikan seserahan mas kawin Al-Qur'an dan sajadah sebagai mas kawin selanjutnya dengan syukuran bersama.

Upacara mengghar bhalabhar (buka pintu dengan melewati tali)

Pada hari H, pengantin pria datang ke rumah pengantin wanita sambil ditemani oleh seseorang yang pintar menembang dan berteka-teki. Tugasnya untuk memimpin acara. Dalam bahasa Madura orang ini disebut bhud jangga (pujangga). Acara dilakukan sebelum pengantin pria memasuki halaman rumah pengantin wanita.

Di pintu masuk telah dibentangkan tali yang sudah digantungkan berbagai jenis makanan dan buah-buahan. Tali ini disebut bhalabar. Pengantin pria dan pujangga pun duduk di bawah tali itu. Lalu pujangga akan bernyanyi atau menembang yang isinya adalah memberitahukan kalau rombongan sudah tiba. Di pihak pengantin wanita juga telah disiapkan seorang pujangga untuk menjawab sehingga terjadilah dialog dan tanya jawab. Jumlah tali yang direntangkan bukan hanya berjumlah satu, bahkan sampai tiga. Bila setiap pertanyaan dijawab dengan betul maka satu persatu tali akan terlepas sampai akhirnya pintu akan terbuka agar pengantin

pria bisa masuk. Tahap kedua, pengantin pria harus melewati "ujian" dalam acara mekalabah. Pada prosesi ini utusan pengantin pria diharuskan melakukan uji ketangkasan dengan utusan pihak wanita. Orang yang telah ditunjuk dari masing-masing pihak akan mempertunjukkan kebolehannya bermain silat di medan laga sambil diiringi bunyi alat musik khas daerah. Tetapi pada akhirnya utusan dari pihak wanita diharuskan menyerah kalah pada utusan sifat pihak pria sehingga sebagai pemenang, pengantin pria boleh melanjutkan perjalanannya menemui pengantin wanita.

Upacara pangi (pertemuan kedua pengantin)

Menyongsong kedatangan pengantin pria, maka pengantin wanita akan didudukkan di atas sebuah baki menghadap ke pelaminan, tetapi posisinya membelakangi pengantin pria. Selanjutnya dengan berjalan jongkok, pengantin pria akan datang menghampiri istrinya untuk memutar baki tersebut sehingga keduanya dapat saling berhadapan. Setelah itu pengantin pria memegang ubun-ubun sang istri sambil mengatakan "*Ba'na tang bini, sengkok lakena ba*" yang artinya "Kamu adalah istriku dan aku adalah suamimu". Dengan posisi seperti menyembanh pada suami, istri lalu menjawa "*enggi*" yang artinya "iya".

Kemudian acara dilanjutkan dengan tradisi pengantin pria melemparkan sejumlah uang ke dalam suatu wadah yang berada di dekat pengantin wanita. Wadah ini lalu diperebutkan oleh utusan pihak wanita sehingga terbukalah jalan bagi pengantin pria untuk membawa pasangannya ke pelaminan. Selanjutnya diadakan acara ngocor yaitu pemberian doa restu kepada kedua pengantin yang dilakuka oleh kedua pihak keluarga dan sesepuh. Caranya dengan memercikkan air bunga ke atas ubun-ubun keduanya sambil disertai doa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa untuk memohon keselamatan

Lalu sehabis acara itu sang pengantin laki-laki diantar pulang dahulu dan kembali lagi untuk melaksanakan resepsi. Tata rias pengantin Di Desa Tebang Kacang ada 3 macam yaitu:

a. Resepsi Malam Pertama

Pada malam hari resepsi pertama kedua pengantin akan diantar kedalam pelaminan. Kemudian dilanjutkan dengan upacara muter duleng yaitu pengantin wanita duduk bersila pada sebuah baki besar dengan membelakangi arah datangnya pengantin pria. Lalu pengantin pria akan berjalan jongkok menuju pengantin wanita dan memutar baki sampai berhadapan dengan artian bahwa pengantin pria sudah siap memutar roda rumah tangga. Sesudah itu pengantin pria akan memegang dan mengusap-usap embun pengantin wanita dengan mengucap "aku adalah suamimu dan engkau adalah istriku" kemudian pengantin wanita diajak ke pelaminan dengan menggunakan pakain adapt (lega)

b. Resepsi Malam Kedua

Pada resepsi malam kedua pengantin akan menggunakan pakaian adat kaputren.

c. Resepsi Malam Ketiga

Lalu pada resepsi malam ketiga pengantin akan menggunkan rias lilin dengan kebaya putih dengan hiasan melati menandakan kesucian dan merupakan malam pertama untuk pengantin. Dan pada hari keempat pengantin sudah melakukan kunjungan keluarga mertua dan sanak familli dan tidak lupa pengantin akan mendapatkan ontalan yaitu pemberian uang dan ucapan "selamat menempuh hidup baru".

Laki-laki Jawa Perempuan Madura

Prosesi Adat (Lamaran)

Prosesi lamaran merupakan tahap yang dilakukan sebelum perkawinan berlangsung, yaitu sang calon pengantin laki-laki akan mendatangi kediaman calon pengantin wanita yang bertujuan untuk memastikan bahwa sang calon pengantin wanita bersedia menikah dengan sang calon pengantin pria. Biasanya di suku Jawa di dahului dengan adanya:

Calon pengantin laki-laki bersama keluarganya (orang tua, saudara orang tua, saudaranya, keponakan, kakek dan neneknya) serta ikut dalam lamaran. Dalam lamaran itu mereka membawa seperangkat alat untuk calon pengantin perempuan seperti kain bayak, jarit, slendang, sandal sepatu jinjit, pakaian dalam, dan kue bolu, buah-buahan.

Dalam lamaran percakapannya tentang perkenalan antar keluarga, tujuan dating untuk meminang anak, dan penentuan hari ketika calon pengantin perempuan datang ke calon pengantin laki-laki.

Prosesi Sebelum Perkawinan

Ke duanya calon laki-laki maupun calon perempuan dilarang bepergian jauh. Mempersiapkan untuk pernikahan dari gedung hingga pakaian adat pengantin.

Saat Perkawinan

Kedua pengantin bertemu untuk melaksanakan ijab Kabul dengan pakaian pengantin yang telah ditentukan yaitu pakaian pengantin adat Jawa. Laki-laki memakai jarit, jas pengantin, blangkon, dan sandal slop, sedangkan perempuan memakai konde, kebaya, jarit, dan sandal slop. Dengan pakain warna senada jika putih perempuan putih yang menandakan masih suci. Setelah ijab qobul selesai dilanjutkan acara menyambut tamu yang ada di depan. Kalo dalam Islam yaitu pesta pengantin untuk menyambut tamu artinya pengumuman bahwa mereka sudah menjadi pasangan yang syah setelah ijab qobul. Pengantin dengan memakai baju senada pula untuk ganti pakaian tentunya tidak warna putih lagi yaitu warna merah, kuning. Sebelum keduanya duduk di mimbar perkawinan ada adat upacara cucuk lampah yaitu pertemuan pengantin laki-laki dan perempuan yang masing-masing diantar kelurganya untuk dipertemukan di mimbar. Ada proses injak telur yaitu laki-laki menginjak telur kemdian perempuan membersihkan kakinya

laki-laki setelah injak telur dengan air yang dicampur bunga, siram beras kuning, kemudian keduanya di tarik dengan slendang dengan bapak pengantin perempuan kemudian didudukkan di mimbar. Setelah masing-masing duduk kedua dengan di dampingi kedua orang tuanya masing-masing mereka duduk bersama di mimbar dengan disaksikan banyak tamu undangan. Dilanjutkan pengantin untuk saling mendulang dan meminumkan satu sama lain. Setelahnya kedua pengantin untuk saling menyembah meminta doa restu pada kedua orang tuanya masing-masing secara bergantian. Ada adat memangku seorang bapak dari pengantin memangku ke dua pengantin. Kemudian dilanjutkan pertanyaan ibunya 'abot endi pak?'(berat mana pak), jawab seorang bapak "podo abote bu.." (sama beratnya bu). Terakhir dilanjutkan sesi foto-foto bersama keluarga dan para tamu.

Konstruksi Perkawinan Beda Etnis

Adaptasi dan Tumbuh di Lingkungan Baru

Lingkungan yang baru di antara ke dua pengantin merupakan tantangan baru karena ada keluarga baru yang membutuhkan penyesuain dari kebiasaan lingkungan itu, jangan sampai tidak mengetahui kebiasaan, adat istiadat, bahasa, budaya yang ada di lingkungan baru.

Lingkungan yang baru ini merupakan tantangan bagi pengantin laki-laki maupun pengantin perempuan yang sudah disatukan ijab qobul. Tantangan yang paling berat adalah harus bisa bahasa Madura mau atau tidak mau karena itu merupakan bahasa keseharian mereka walaupun sekali-kali mereka memekai bahasa Madura. Sebaliknya juga bahasa Jawa mereka harus belajar bahasa Jawa juga karena ketika berbicara dengan orang tua harus memakai Jawa terkesan lebih sopan santun dari pada memakai bahasa Indonesia.

Kebiasaan yang lain bisa disesuaikan dengan mengenal keluarga pengantin satu dengan pengantin yang lainnya, menjadi

imam yang taat. Memahami jika setiap malam Jumat orang Madura membakar menyan sebenarnya merasa terganggu dengan baunya menyan tapi mau gak mau tidak bisa dihindari karena hal itu sudah menjadi kebiasaan orang Madura dalam keluarganya.

Adaptasi Lingkungan Masyarakat dengan Berkomunikasi

Penyesuain dengan lingkunagan baru di masyarakat, kendalanya adalah memang bahasa ketika harus berbaur dengan masyarakat yang ada dilingkungan sekitar. Kebiasaan orang Madura setiap malam Jumat mereka mengadakan pengajian dengan anjang sana secara bergantian, di situlah tempat bercengkerama dengan masyarakat sekitar. Pada awal tetap memakai bahasa Indonesia lama kelamaan harus menyesuaikan dengan berkomunikasi memaki bahasa Madura. Proses yang lama untuk dilalui. Sebaliknya bahasa Jawapun demikian.

Selain pengajian, juga ada aktivitas kerja bakti bersama masyarakat setempat bagaimana kita berintaraksi satu dengan yang lainnya selain memakai bahasa non verbal, juga memakai bahasa verbal yaitu memakai bahasa Madura dan bahasa Jawa. Tujuannya adalah lebih bisa menyatu dan bisa menghargai bahasa terkesan lebih akrab dan dekat dengan masyarakat sekitar.

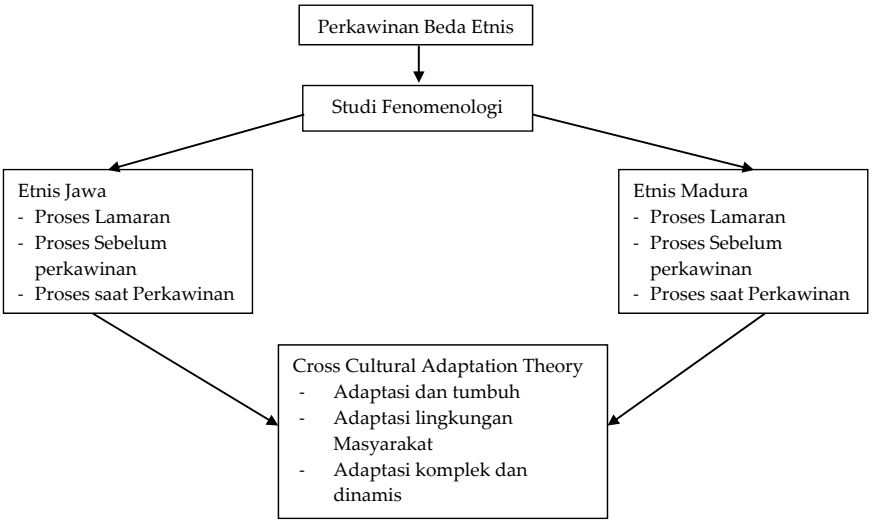
Selain aktivitas kerja bakti demikian juga aktivitas berjamaah di masjid sebenarnya minim adanya komunikasi tetapi non verbal di sini yang lebih berperan. Dan tentunya aktivitas lain yang saling bertemu dan bersapa dijalanan ketika mereka saling bertemu sama lain di lingkungannya.

Adaptasi Komplek dan Dinamis

Mengetahui keluarga baru dan lingkungan masyarakat baru memang membutuhkan penyesuain yang komplek dan proses yang dinamis, untuk pencapain hasil yang maksimal. Agar keluarga satu sama lain juga saling dekat begitu pula dengan masyarakat yang ada dilingkungan tersebut. Memahami adat istiadat, bahasa,

budaya, orang Madura maupun orang Jawa agar bisa beradaptasi secara baik. Dan yang jelas tidak menciptakan suatu konflik. Jika berkawin dengan orang Madura jangan pernah selingkuh atau naksir dengan orang Madura karena Carok yang akan terjadi bukan sekali itu saja tetapi sampai tujuh turunan hal itu harus diketahui oleh Laki-laki Jawa maupun perempuan yang berkawin dengan orang Madura. Karena perempuan Madura sangat di junjung tinggi berangkat dari kisah Joko Tole dan Dempo Awang. Yaitu Dempo Awang berusaha menakhlukan Madura dan berusaha menggauli perempuan Madura. Tindakan itu berarti perempuan Madura akan kehilangan keperawanannya sehingga Joko Tole membela mereka. Idiologi yang berakar pada budaya malu (*todus*) pada akhirnya memunculkan konsep "carok", karena bagi masyarakat Madura '*e tembeng pote mata a ngo'an poteya olang*' (daripada hidup menanggung malu lebih baik mati berkalang tanah). Pada pertempuran itu Joko Tole pada akhirnya menang dan keperawanan perempuan Madura bisa diselamatkan.

Model perkawinan beda Etnis



Penutup

Simpulan

Bahwa perkawinan beda etnis dengan kajian komunikasi antar budaya dengan *pendekatan cross cultural adaptation theory* akan berjalan langgeng dengan beradaptasi dan tumbuh dikeluarga baru, bisa beradapatasi dilingkungan masyarakat dengan jalan berkomunikasi, melalui adaptasi yang komplek dan dinamis terhadap lingkungan baru yaitu dengan mengenal satu sama lain adalah bahasa, adat istiadat, budaya setempat. Dan yang paling penting menerima perbedaan yang ada sebelumnya seperti harus mempelajari bahasa, menghindari konflik dengan tidak berselingkuh atau tidak menyakiti perempuan karena perempuan di Madura maupun Jawa juga di junjung tinggi tetapi cara menghormatinya berbeda. Dan menghormati kebiasaan-kebiasaan lain seperti kebiasaan.

Saran

Sebenarnya penelitian ini perlu kajian lebih dalam karena terkendala waktu yang tidak memungkinkan hanya satu minggu. Dan masih perlu banyak pendekatan teori yang seharusnya dipaparkan tetapi di sini peneliti mencari pendekatan teori yang lebih relevan dengan pembahahasan tentang perkawinan beda etnis yaitu cross cultural adaptation theory. Tetapi peneliti berharap hal ini perlu dihargai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Prenada Media Group.

Griffin EM. First Look At Communication Theory. Bandung.

Koentjaraningrat. 1981. *Manusia Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Jambatan

Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi (Metodologi Penelitian Komunikasi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian)*. Bandung, Widya Padjadjaran.

Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Poerwandari, E.K. 1998. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. LPSP3: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Prawironoto, H. Dkk. 1994. *Pembinaan Budaya Dalam Lingkungan Keluarga di Daerah Jawa Tengah*. Semarang : Depdikbud.

Wahyuningsih, S. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Bangkalan, UTM Press.

Wiseman, Richard L. 1995. *Intercultural Communication Theory*, United States of America. Sage Publication. 1 UU No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan

Yusuf, Eka, dkk. 2015. *Tugas Landasan Ilmiah dan Perspektif Komunikasi* Resume Buku A

Sumber lain:

Kurniawa, Faisal Rendy. 2012. Pernikahan Pasangan Beda Etnis Antara Etnis Jawa Dengan Etnis Tionghoa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pernikahan Beda Etnis Antara Etnis Jawa

Dengan Etnis Tionghoa Di Kampung Balong, Kelurahan Sudiroprajan, Kecamatan Jebres) UNS FISIP

Probowo, Mia Retno. 2013. Penyesuaian Perkawinan Pada Pasangan Yang Berlatar Belakang Etnis Batak dan Etnis Jawa Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma

Manalu, Erna, Ferina. 2014. Pernikahan Sebagai Identitas Diri (Studi Fenomenologi Pernikahan Campur Suku Banjar dan Lainnya di Banjarmasin, Kalimantan Selatan) di jenjang pendidikan Magister Ilmu Komunikasi Unpad.

AUTOPOIESIS MASYARAKAT KEPULAUAN TIMUR MADURA

Tatag Handaka

Sore itu, langit di pulau Sapeken berselimut mendung, terdengar ombak bergemuruh di pantainya. Suasana ini menemani penulis yang baru saja menyelesaikan penelitian di pulau padat penduduk itu. Setelah menyelesaikan penelitian di Sapeken, penulis bermaksud melanjutkan perjalanan dengan kapal motor ke pulau Kangean. Kedua pulau ini terletak di timur Madura, tepatnya di Kabupaten Sumenep. Sore itu hujan deras baru saja reda, angin masih bertiup kencang, ombak di pantai Sapeken cukup tinggi. Gulungan ombak silih berganti membentur dinding dermaga. Cipratan air laut berlompatan ke udara dan jatuh menggenangi lantai beton dermaga.

Kapal motor yang bersandar disingkirkan agar tidak membentur dinding dermaga. Pengemudi kapal pun memutuskan untuk menunda keberangkatan, belum berani menjalankan kapal dari dermaga Sapeken ke pulau Kangean. Penulis berteduh di depan kios pasar, bersama dengan penumpang lain. Pasar Sapeken memang berdekatan dengan dermaga, beberapa kiosnya menghadap ke laut. Rintik hujan turun mengiringi rasa dingin yang makin terasa menembus kulit.

Beberapa saat kemudian, akhirnya pengemudi kapal memutuskan untuk berangkat menuju Kangean. Semua penumpang berjalan menuju kapal, satu per satu naik kapal melalui jembatan kayu yang menghubungkan bebatuan pantai dengan dinding kapal. Kapal kayu yang hanya beratap di bagian belakang ini terbuka di semua

sisinya. Angin berembus semakin kencang ketika kapal berada di tengah laut. Beberapa penumpang duduk di depan dan beberapa di tengah. Pengemudi duduk di bagian belakang mengatur kecepatan mesin dan arah kapal.

Penulis *ngobrol* dengan salah seorang penumpang, yang ternyata asli penduduk Kangean. Ia masih nampak muda dan berpenampilan seperti remaja pada umumnya, bercelana jeans dan T-shirt. Kami akhirnya *ngobrol* tentang banyak hal, namun ada satu hal yang membuat penulis kaget sekaligus penasaran. Ia bercerita kalau banyak warga Kangean yang bila ditanya dari mana asal/tempat tinggalnya. Maka mereka tidak menjawab dari Sumenep atau Madura, tapi mereka lebih senang menyebut dari Kangean. Mereka lebih senang menyebut dirinya sebagai orang Kangean.

Fenomena ini sepintas tidak berarti apa-apa, seperti penggalan kecil dalam sebuah percakapan panjang. Namun fenomena ini menjadi penting bila kita kaitkan dengan perspektif tertentu, identitas misalnya, atau bisa juga perspektif lain. Percakapan yang hanya dengan seorang remaja mungkin tidak cukup mewakili masyarakat pulau Kangean secara keseluruhan. Selain itu, hanya pulau Kangean dan Sapeken mungkin juga tidak mewakili pulau-pulau timur Madura yang berjumlah kurang lebih 126 pulau. Tapi setidaknya fenomena ini menjadi sinyal bagi kita untuk menyoal kembali identitas sosial budaya kita sebagai masyarakat. Mari kita lihat fenomena tersebut dari berbagai macam perspektif di bawah ini.

Pemerintah vs Politik Identitas

Masyarakat pulau Kangean dan Sapeken adalah masyarakat multikultural. Mereka berasal selain dari suku Madura, juga dari Bugis, Mandar, dan Bajo. Sejarah panjang telah menyatukan mereka dalam sebuah masyarakat yang mengkristal menjadi seperti sekarang ini. Pelayaran dan perdagangan menjadikan mereka berkumpul dalam satu identitas multikultur, identitas masyarakat kepulauan, masyarakat maritim.

Jejak identitas itu bisa terlihat dalam dialek, kosa kata, dan ritual. Masyarakat di kedua pulau ini memiliki bahasa yang berbeda dengan bahasa Madura pada umumnya, baik dialek maupun kosa katanya. Ada beberapa kosa kata di kedua pulau ini yang tidak ada dalam bahasa Madura. Masyarakat kepulauan adalah masyarakat yang terlahir dari akulturasi panjang antar etnis diatas. Masyarakat yang benar-benar dibentuk oleh atmosfer sosial budaya maritim.

Dalam proses akulturasi panjang tersebut, Pemerintah Daerah (Pemda) sepertinya tidak "hadir" dalam pusarannnya. Masyarakat berproses secara alamiah dengan caranya sendiri. Motif perdagangan hasil laut mendorong kohesivitas kelompok nelayan antar etnis ini. Lama-kelamaan identitas kelompok ini mulai terbentuk dalam corak kekinian, kontemporer, dan mungkin juga kosmopolit. Artinya ada sisi-sisi dalam kehidupan sosial budaya masyarakat kepulauan yang bisa dikatakan "kosmopolit" dalam cara pandang mereka. Penandanya bisa dilihat dari *smartphone* yang dimiliki warga misalnya.

Pemerintah bukannya tidak "hadir" sama sekali dalam denyut nadi kehidupan masyarakat kepulauan. Penanda Pemerintah ada dalam penyediaan transportasi laut melalui kapal PELNI, listrik yang hanya nyala di malam hari, pencatatan sipil, dan tentu saja perhelatan demokrasi dalam pemilihan Bupati (Pilbup) dan anggota legislatif (Pileg). Masyarakat barangkali merindukan "kehadiran" Pemerintah bukan sekedar dalam "ritual" atau seremoni janji dalam Pilkada. Tapi komitmen serius ketika mereka sudah terpilih dan duduk "disana".

Ke-"tidakhadir"-an Pemerintah ini yang menjadi salah satu sebab mengapa mereka lebih memilih untuk menyebut dirinya sebagai orang "Kangean" (baca:kepulauan). Mengaku diri sebagai orang kepulauan bisa jadi bentuk "perlawanan" atas ke-"tidakhadir"-an Pemerintah dalam proses meng-"ada" masyarakat yang sudah berjalan puluhan tahun. Pengakuan ini tentu bukan basa-basi atau canda ria. Pengabaian tentu bukan pengalaman yang menyenangkan, pengabaian mengakibatkan sakit, dan "sakitnya *tuh* disini", bukan "disana".

Gejala ini yang oleh para teorisi disinyalir sebagai bentuk politik identitas. Teori politik identitas menawarkan bentuk partisipasi politik dari pihak-pihak yang dikeluarkan dari representasi tradisional (Hartley, 2002: 101-102). Masyarakat, yang oleh karena konstruksi sosial tertentu "dikeluarkan" atau lebih tepatnya "dibiarkan" tumbuh sendiri mencari identitasnya. Ia menjadi absen dari representasi formal tentang identitas tertentu, tidak dimasukkan dalam representasi sosial budaya masyarakat dominan. Identitas pinggiran ini tidak dianggap "ada" oleh identitas resmi.

Masyarakat yang "dikeluarkan" dari konsensus budaya resmi, cenderung menjadi resisten. Ia akan meneguhkan kembali identitas dirinya yang tidak bisa "hadir" dalam ritual dan seremoni budaya dominan. Identitas "pinggiran" ini dijaga dan dipelihara sebagai bentuk eksistensi. Ungkapan diri sebagai orang "Kangean", bisa dibaca sebagai bentuk resistensi atas identitas yang telah mapan.

Kondisi ini sangat mungkin akan menciptakan ketegangan antara pusat dan pinggiran, antara identitas pusat dan identitas pinggiran. Gejala ini biasanya disadari belakangan, ketika resistensi sudah nampak dalam wacana dan praksis. Ketegangan seperti ini akan jamak dialami oleh identitas yang berbenturan atau beroposisi. Sangat mungkin bahwa kedua identitas tersebut sebenarnya tidak dilahirkan atau diskenariokan untuk beroposisi. Namun konstruksi sosial budaya yang berjalan menjadikan oposisi biner ini meniscaya.

Media: Ruang Simbolik Masyarakat

Cultivation Theory dari George Gerbner sudah sejak awal mengingatkan pada kita, bahwa media turut membentuk warna kultural masyarakat. Menurut teori ini, media/televisi adalah tempat sentral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, ia mendominasi lingkungan simbolik kita, menggantikan pesan tentang realitas untuk pengalaman personal dan makna lain tentang dunia (McQuails, 2000: 283). Televisi/media sebagai lingkungan simbolik tempat dimana kita tinggal, sebuah lingkungan yang mengultivasi cara pandang secara spesifik (McQuails, 2002: 251).

Perspektif kultivasi setidaknya menyadarkan kita, bahwa dalam ruang media ada representasi simbolik tentang dunia yang dialami, dipikirkan, dan didiami masyarakat. Ia menjadi tempat dimana sebagian pemahaman dan pengalaman masyarakat berada. Media menjadi "anggota keluarga" yang paling banyak memberikan informasi tentang realitas dan dunia.

Masyarakat kepulauan mungkin merasa "asing" dengan Pemda, karena mereka tidak menyaksikan dan merasakan simbol-simbol Pemerintah dalam kehidupan mereka sehari-hari. Kehadiran simbolik ini kadang penting untuk mengikat kesadaran masyarakat tentang kesatuan primordialnya. Realitas simbolik juga akan meneguhkan kesadaran masyarakat tentang sejarah geopolitisnya.

Menghadapi penilaian masyarakat yang menganggap Pemerintah abai dan absen tersebut, Pemda bisa menginisiasi media untuk mengurangi keterasingan masyarakat kepulauan. Salah satu media tersebut misalnya radio komunitas. Media ini selain mudah infrastrukturnya juga relatif murah pembiayaan operasionalnya. Pemda bisa membantu masyarakat membangun infrastruktur radio komunitas di tiap pulau yang berpenghuni cukup padat. Pemda juga bisa mendirikan stasiun radio di kepulauan yang bisa me-*relay* isi *(content)* siaran Radio Republik Indonesia (RRI) Kabupaten Sumenep ke pulau-pulau sekitarnya. Selain itu Pemda juga bisa memulai untuk membangun stasiun Radio Khusus Pemerintah Daerah (RKPD).

Media tersebut setidaknya akan menjadi ruang-ruang simbolik bagi masyarakat kepulauan. Ruang simbolik yang menyadarkan masyarakat tentang arti penting Pemerintah dalam eksistensinya. Mereka merasakan "kehadiran" Pemerintah dalam bilik-bilik kehidupan sehari-harinya. Ada sebuah proses komunikasi melalui ruang media ini, ada pesan yang disampaiakan, akan lahir intersubyektifitas. Sapaan simbolik yang mengawali kesadaran masyarakat bahwa Pemerintah mengantarkan mereka dalam rutinitas melaut, berdagang, maupun aktifitas-aktifitas kreatif lainnya. Bahwa Pemerintah peduli dan tidak lagi abai dengan persoalan riil mereka.

Media adalah anggota "keluarga" yang paling banyak memberikan informasi. Bila Pemerintah masuk dalam ruang media, maka pesan yang disampaikannya akan menjadi bagian penting masyarakat. Representasi Pemerintah akan hadir dalam rumah-rumah penduduk, ada di ruang tamu, muncul di warung-warung, *mejeng* di rumah ustadz/kyai, dan bercakap di kios-kios pasar. Pemerintah kembali menjadi "informasi" yang ada di tengah-tengah masyarakat, bukan "informasi" yang diluar dan asing bagi masyarakat. Pemerintah tidak lagi menjadi realitas yang kehilangan makna dalam benak masyarakat.

Masyarakat kepulauan memang mendapat informasi dari media televisi swasta. Namun persoalannya bukan sekedar informasi umum yang ada dalam media ini. Pemerintah perlu menginisiasi media lokal yang lebih "dekat" dengan kehidupan masyarakat. RRI dan RKPD bisa menjadi pilihan untuk merepresentasikan simbol-simbol Pemerintah sekaligus masyarakat. Melalui ruang simbolik inilah, masyarakat akan merefleksikan realitas geopolitik-nya. Sebuah ruang simbolik yang akan menjadikan masyarakat terlibat dalam dialektika.

Autopoiesis: Merayakan Komunikasi

Sebagai sistem *autopoiesis*, masyarakat membentuk diri mereka sendiri dengan komunikasi. Sistem komunikasi memiliki batas-batas, dan masalah referensi pertamanya adalah reduksi kompleksitas (King dan Thornhill, 2006: 200).*Autopoiesis* adalah mekanisme sistem untuk memproduksi elemen-elemen yang dibutuhkannya. Sistem yang menghadapi tantangan dan tuntutan dari lingkungan, akan mengambil informasi di luar dirinya untuk diproduksi sebagai strategi mengatasi persoalan.

Kehidupan sehari-hari masyarakat di kedua pulau ini lebih banyak terhubung dengan daerah lain dibanding dengan Sumenep atau Madura. Masyarakat menjual hasil tangkapan ikan ke Bali atau Probolinggo. Mereka sangat jarang menjual hasil tangkapan ikan ke pelabuhan Sumenep atau Kabupaten lain di Madura.

Masyarakat juga membeli bahan makanan (sembako) dari pedagang Probolinggo dan Banyuwangi. Bahan makanan beras, minyak, telor, tepung dan lain-lain dibeli dari pedagang Probolinggo. Juga kebutuhan utama nelayan yaitu bahan bakar solar untuk kapal. Masyarakat lebih sering berhubungan dagang dengan nelayan/pedagang dari Bali dan Probolinggo dibanding dengan nelayan Sumenep.

Masyarakat kepulauan adalah sebuah sistem, sebagaimana layaknya sebuah sistem, ia bersifat tertutup (Luhmann, 2002: 160-161), dan sekaligus terbuka (Luhmann, 1992: 251-259). Tertutup dalam pengertian bahwa masyarakat kepulauan membatasi diri sekaligus membedakan dirinya dengan lingkungan. Bersifat terbuka artinya bahwa masyarakat kepulauan membuka diri dengan informasi yang ada di lingkungannya. Sistem ini akan mengambil informasi dari lingkungan dan akan diproduksi sebagai strategi untuk menghadapi persoalan yang dihadapinya.

Masyarakat kepulauan secara geopolitis memang terpisah dengan wilayah lain yang menjadi pusatnya. Kondisi geopolitis ini turut mendorong sifat tertutupnya tadi, tertutup disini mungkin lebih tetap dimaknai sebagai kohesivitas sosial. Ia memang memerlukan ketertutupan ini untuk membedakan diri dengan kompleksitas lingkungan. Masyarakat harus sejak dini mendeteksi darimana saja ia akan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (sembako). Bagaimana ia harus membina hubungan dagang, terutama hasil tangkapan nelayan.

Dalam konteks semacam ini, tertutup bisa juga dimaknai sebagai bentuk diferensiasi sistem terhadap kompleksitas lingkungan. Sistem tentu tidak bisa menyelesaikan seluruh persoalan yang dihadapi. Tantangan dan tuntutan lingkungan datang silih berganti. Ia harus menyeleksi informasi yang ber-*seliwer*-an di luar dirinya. Sistem juga sekaligus dituntut mereduksi kompleksitas lingkungannya.

Sistem harus menentukan dan membedakan diri dengan lingkungan. Lingkungan selalu lebih kompleks dari sistem itu sendiri

(Luhmann, 1995: 182). Dan sistem tidak boleh lebih kompleks dari lingkungan. *Autopoiesis* bukan hanya dilakukan oleh masyarakat maritim, tapi juga dilakukan secara kreatif oleh masyarakat agraris. Misalnya masyarakat peternak kambing Peranakan Etawa di Purworejo (Handaka, 2014: 243; 2015: 280).

Bila masyarakat kepulauan tidak bisa mendiferensiasi dirinya, dan larut dalam kompleksitas lingkungan. Maka sistem itu akan luruh dalam "hiruk-pikuk" lingkungan. Artinya sudah tidak bisa lagi dibedakan antara sistem dan lingkungan. Sistem akan sama dengan "kebisingan" dalam lingkungan. Sudah tidak ada lagi batas dan garis demarkasi antara sistem dengan lingkungan.

Padahal persoalan riil masyarakat benar-benar terasa dan hadir dalam kehidupan sehari-hari. Entah itu sembako, arus perdagangan, bahan bakar solar, kondisi geopolitik, maupun komunikasi. Tantangan masyarakat ini demikian riil dan menuntut solusi segera. Sistem tidak bisa terlalu lama membiarkan persoalan ini menghantui anggota masyarakat. Pun juga tidak bisa menunggu dan hanya berharap uluran tangan dan belas kasihan "pusat".

Sistem dituntut cepat menyeleksi berbagai informasi lingkungan, lalu lintas informasi lingkungan yang melimpah. Menyeleksi dalam konteks ini, berarti sistem tidak akan menerima semua informasi lingkungan, tidak mengambil semua lalu lintas informasi. Ia hanya akan mengambil informasi yang dianggap penting. Sistem akan memproduksi informasi untuk dijadikan sebagai dasar menyelesaikan persoalan riil tersebut.

Relasi sistem dan lingkungan ini akan menempa sistem dalam dua titik ekstrim, menjadi tangguh atau rapuh. Demikian juga dengan masyarakat kepulauan yang sudah membenamkan diri dalam relasi sistem dan lingkungan yang prosesnya telah menyejarah. Diferensiasi sistem menjadi jalan satu-satunya bagi masyarakat kepulauan untuk bertahan. Ia membuat dirinya tertutup juga sekaligus terbuka. Titik strategis ini yang membuat sistem tetap bertahan dan menyelesaikan persoalan.

Kita bisa menyaksikan *autopoiesis* terus berlangsung hingga detik ini di masyarakat Kangean dan Sapeken. Nelayan masih tegap menantang terpaan ombak di lautan, pedagang masih menjual sembako melalui perairannya, pasar-pasar masih berdenyut, tempat penjualan ikan selalu ramai sebelum matahari muncul di pantainya, dan petani juga rajin ke sawah dan kebun. Ritme ini bukan hanya ada di kedua pulau itu, namun juga ada di pulau-pulau lain di Madura dan Nusantara.

Saat penulis sampai di tepian pulau Kangean, setelah terhuyung diterpa ombak sepanjang perjalanan dari Sapeken. Percakapan di kapal kecil itu meninggalkan setitik kesadaran, bahwa masyarakat kepualauan ini telah mendiferensiasi dirinya hingga menjadi seperti sekarang ini. Kapal motor itu tidak bisa merapat ke pantai Kangean, karena air laut surut, kapal terhenti di tengah pantai. Penulis akhirnya turun dari kapal kayu dan sambil menggulung celana sebatas lutut, berjalan dari kapal menuju daratan pulau Kangean.

Esok paginya, matahari bersinar terang, kapal ekspress yang akan membawa penumpang dari Kangean menuju pelabuhan Kalianget (Sumenep) sudah bersandar di pelabuhan. Ikan-ikan kecil berenang beriringan di tepian jembatan pelabuhan kecil itu. Airnya bening hijau kebiruan. Saat kapal ekspress meninggalkan Kangean, ujung pulau itu lama kelamaan hilang ditelan cakrawala. Kapal ini sepertinya bukan milik Pemerintah, tapi diusahakan oleh masyarakat sendiri. Bila hal ini benar, semakin menegaskan bahwa sistem ini efektif dalam memproduksi informasi untuk menjawab persoalan riil mereka. Perjalanan pulang itu semakin menyadarkan penulis tentang satu hal, bahwa mereka telah berproses dan bertahan menghadapi kompleksitas lingkungan dengan caranya sendiri yang khas kepulauan. Hmm…, *autopoiesis*.

DAFTAR PUSTAKA

Handaka, Tatag, 2014, *Struktur Adaptif (Adaptive Structure) dalam Sistem Komunikasi Budidaya Kambing Peranakan Etawa (PE) di Kabupaten Purworejo*, Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Peternakan Indonesia Berbasis Riset Inovatif, Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, UNS.

Handaka, Tatag, 2015, *Relasi Kuasa dan Sistem Komunikasi Pemerintah dalam Budidaya Kambing Peranakan Etawa (PE) Kaligesing di Kabupaten Purworejo*, Prosiding Komunikasi Politik di Era Digital, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara (UMN).

Hartley, John, 2002, *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*, 3rd edition, London: Routledge.

King, Michael and Thornhill, Chris (ed), 2006, *Luhmann onLaw and Politics: Critical Appraisals and Applications*, Oxford: Hart Publishing.

Luhmann, Niklas,"What is Communication". *Journal of the International Comminication Association*, Volume 2, Issue 3, ISSN: 1050-3293, 1992, pp. 251-259.

Luhmann, Niklas, 1995, *Social Systems*, Translated by John Bednarz Jr. with Dirk Baecker, Stanford: Stanford University Press.

Luhmann, Niklas, 2002, *Theories of Distinction: Redescribing the Description of Modernity*, Translated by Joseph O'Neil [et al.], California: Stanford University.

McQuail, Denis, 2000, *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th Edition, California, USA: SAGE Publications.

McQuail, Denis, 2002, *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, California, USA: SAGE Publications.

PEREMPUAN MADURA DAN MEDIA MASSA

Netty Dyah Kurniasari

Pendahuluan

Kajian terhadap gambaran perempuan di media massa sudah banyak yang melakukan. Mayoritas temuan data menunjukkan bahwa media massa menampilkan sosok perempuan dalam peran domestik. Misal dalam iklan perempuan ditampilkan sebagai seorang ibu-ibu yang harus memperhatikan menu yang sehat untuk keluarga, memastikan bahwa baju (pakaian) anggota keluarga bersih, harum dan sehat sampai anggota keluarga tidur nyenyak tidak terganggu oleh nyamuk. Temuan data lain menunjukkan bahwa seorang perempuan harus berperan dalam dunia publik (baca: bekerja). Namun, dengan perannya di dunia publik, perempuan tidak boleh meninggalkan peran domestiknya.

Dari mayoritas hasil penelitian, belum ada (jarang) kajian yang melihat bagaimana media massa menggambarkan perempuan Madura. Mitos dan kepercayaan yang selama ini beredar mengatakan bahwa perempuan Madura adalah sosok yang tangguh, mandiri dan kuat dalam seksualitas. Ada sebuah cerita (anekdot) kalau menikah dengan perempuan Madura cukup memberi modal sebuah mesin jahit saja, maka perempuan itu sudah bisa menafkahi dirinya sendiri. Dari anekdot ini bisa disimpulkan bahwa perempuan Madura adalah sosok yang mandiri dan tangguh.

Media massa adalah alat propaganda yang sangat kuat sekali .Apa yang dikatakan media massa itulah yang dianggap benar oleh publik. Apa yang diberitakan media,itu pulalah yang dipersepsikan publik, termasuk mitos perempuan Madura beserta stereotipnya. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui bagaimana media massa menggambarkan perempuan Madura.

Konsep representasi merujuk pada bagaimana seseorang, sebuah kelompok, atau gagasan ditampilkan dalam media media massa (Eriyanto, 2001:113). Apakah seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan seperti apa adanya, ataukah justru representasi yang dilakukan justru mengaburkan kebenaran yang ada dan menyudutkan pihak yang direpresentasikan. Representasi ditampilkan melalui penggunaan bahasa yang mencakup penggunaan kata, kalimat, grafik dan foto.

Metode yang digunakan adalah analisis tekstual yang bersifat independen dalam bidang terapannya,yang berisi seperangkat *framework* bagaimana seharusnya sebuah teks dianalisis. *Framework* tersebut meliputi dimensi penggunaan bahasa , dimensi interpretasi berdasarkan kepercayaan, kognisi, psikologis dan dimensi konteks sosial. Dimensi ini menginterpretasikan teks berdasarkan makna-makna yang beredar di masyarakat.(Kurniasari, 2010) .

Hasil dan Pembahasan

Perempuan Madura Tangguh dan Pekerja Keras

Kompas edisi 20 Oktober 2015 memberitakan tentang penyanyi Andien yang tampil dalam perhelatan mode batik. Andien diajak bekerja sama dengan pencinta batik Iwet Ramadhan untuk menampilkan batik Madura. Gagasan visual batik Madura dibuat oleh Andien.Andien terinsprirasi oleh ketangguhan perempuan Madura.

> "……Andien terinspirasi oleh ketangguhan perempuan Madura, termasuk para istri nelayan yang sering ditinggal suami untuk berlayar berhari-hari.Istri nelayan Madura disebut Andien sebagai tulang punggung keluarga."Dari ide itu, aku menggunakan tulang punggung sebagai motif," ('Andien: Batik dan Inspirasi Perempuan Madura', 20 Oktober 2015, Kompas Online)

Dari kutipan di atas terlihat Kompas (walaupun tidak eksplisit) mengatakan perempuan Madura tangguh, namun secara implisit pemberitaannya mengandung stereotipe positif bahwa perempuan Madura itu tangguh. Hal tersebut dipertegas lagi dengan menampilkan pernyataan Andien bahwa Andien adalah orang Madura. Ayahnya dari Madura, Ibunya dari Kebumen.

Dalam judul di atas, media (baca Kompas Online) seolah memberikan kesan bahwa perempuan Madura adalah sosok yang tangguh, namun jika ditelusuri dalam kutipan tersebut, terlihat bahwa 'ketangguhan' perempuan Madura karena dia menunggu suami untuk berlayar. Masih ada pemisahan, bahwa ketangguhan perempuan Madura bukan karena dia mencari nafkah, namun karena jenuh menunggu suaminya, maka dia membatik. Ada kesan bahwa membuat batik bagi perempuan Madura hanya pekerjaan sambilan, bukan pekerjaan utama.

Seksualitas Perempuan Madura

Sudah bukan rahasia lagi dan menjadi persepsi umum, jika perempuan Madura jago dalam hal seksualitas.Maksudnya adalah perempuan Madura pintar untuk menjaga organ reproduksi demi memuliakan suaminya.Bahkan sejak gadis, perempuan Madura sudah mengenalistilah 'basah' dan 'kering'.

Kompas online edisi hari Rabu, 10 Oktober 2012 menurunkan pemberitaan yang secara eksplisit mendukung bahwa perempuan Madura jago dalam hal seksualitas. Hal ini bisa dilihat dari kutipan di bawah ini:

> "Ramuan dan jamu Madura yang paling menyedot perhatian pria dan perempuan dewasa biasanya yang menyangkut seputar organ intim dan keperkasaan. Seperti jamu herbal Tongkat Madura. Ramuan ini, menjadi syarat utama di dalam keluarga Madura." ('Tongkat Madura Azimat Perempuan Madura', Rabu, 10 Oktober 2012, Kompas online).

Untuk lebih mempertegas opini, Kompas mencantumkan pendapat dari Bu Syarifah selaku pengkonsumsi tongkat Madura tentang khasiat tongkat Madura.Manfaat tongkat Madura ini sangat banyak, diantaranya menghilangkan keputihan, menghilangkan lendir-lendir dalam organ kewanitaan, membuat harum dan mengencangkan otot-otot organ kewanitaan.Dengan menggunakan tongkat Madura, perempuan yang sudah melahirkan satu anak ini, mengaku merasa selalu tampil bugar saat berhubungan bersama suaminya. "Lima menit sebelum berhubungan intim sangat bagus dan terasa segar,"('Tongkat Madura Azimat Perempuan Madura', Rabu, 10 Oktober 2012, Kompas online).

Ramuan tongkat Madura berbentuk oval, berdiameter 1,5 sentimeter dengan panjang 10 centimeter. Ramuan luar ini, digunakan dengan cara yang sederhana, hanya dengan memasukkannya ke dalam organ vital perempuan. Setelah dimasukkan, tongkat dibiarkan selama 3 menit di dalam, lalu dikeluarkan lagi. Praktik itu cukup dilakukan sampai tiga kali dalam satu kali penggunaan.

Perempuan Madura meski tidak pandai bersolek, tapi punya kemampuan merawat kesehatan tubuh secara alami. Turun-temurun mereka dididik cara perawatan tubuh dengan menggunakan ramuan herbal yang dibuat sendiri. Meski mungkin sangat sederhana dengan meminum rebusan kunyit dan daun "pacar" (daun yang biasanya untuk memerahkan kuku) (http://www.kompasiana.com/.)

Dari beberapa uraian dan kutipan di atas, Kompas memperlihatkan bahwa perempuan Madura sebagai sosok yang pintar merawat alat reproduksinya. Tidak ada yang salah dengan pandangan ini. Namun, alasan perempuan tersebut merawat organ reproduksinya adalah untuk melayani suami (menyenangkan suami). Hampir semua ramuan Madura ditunjukan untuk dikonsumsi oleh perempuan, dan tujuan akhirnya adalah untuk menyenangkan suaminya. Tidak ada penjelasan (ulasan) lebih lanjut, bagaimana dengan peran laki-laki Madura? Apakah mereka juga melakukan hal yang sama (mengkonsumsi jamu Madura) untuk menyenangkan istrinya?

Dari kutipan dan uraian di atas, memperlihatkan bahwa perempuanlah yang bertanggung jawab untuk menyenangkan pasangannya dalam hal hubungan seksual. Perempuan dituntut untuk merawat dan menjaga organ reproduksinya oleh suatu budaya dalam masyarakat, budaya minum jamu. Tidak adanya keharusan bagi laki-laki untuk minum jamu demi menyenangkan istrinya, Hal ini memberikan kesimpulan bahwa seksualitas perempuan Madura berada dalam kungkungan nilai patriarki dan masih sangat bias gender.

Pernikahan Dini Perempuan Madura

Pernikahan dini di Madura merupakan fenomena umum. Seorang gadis Madura umumnya akan menikah di usia 16 tahun. Usia yang sebenarnya belum cukup matang baik dari psikologis atau alat reproduksi untuk menikah. Namun, karena alasan takut anak gadisnya tidak laku, maka kebanyakan orang tua menikahkan anak gadisnya sekitar umur 16 tahun (di bawah umur 21 tahun).Dengan adanya pemberitaan ini, citra dan gambaran banyaknya menikah dini di Madura semakin dikuatkan oleh media. Fakta pernikahan dini ini diliput media Oke zone.com edisi 1 November 2014 dengan menurunkan berita 'Miris Gadis Madura Banyak Menikah di Bawah Umur'.

> "Pernikahan gadis yang ada di Pulau Madura, Jawa Timur, masih terbilang dibawah umur.Tidak jarang mereka yang menikah pada usia muda dan hamil, lalu mengalami keguguran."Berdasarkan hasil pendataan kita, rata-rata perempuan disini menikah pada usia 18 tahun. Bahkan, ada juga yang menikah masih berumur 16 tahun," terang Kepala BKKBN Kabupaten Bangkalan, Lily S Mukti," ('Miris Gadis Madura Banyak Menikah di Bawah Umur, 01 November 2014, Oke Zone.Com).

Fenomena pernikahan dini di Madura sudah menjadi fenomena yang sangat umum. Beberapa penyebab terjadinya pernikahan dini karena faktor budaya dan sosial. Faktor budaya karena ada

anggapan dari orang tua, bahwa jika anaknya sudah umur 16 tahun belum menikah, maka ada stereotipe tidak laku. Alasan lain adalah untuk menghindari perzinahan. Merupakan suatu aib besar bagi orang Madura jika ketahuan bahwa anaknya melakukan perzinahan. *Zinah* bagi perempuan Madura sebagai perbuatan nista, pantangan karena menyangkut harga diri orang Madura.Faktor sosial penyebab nikah dini lebih mengarah pada faktor malu. Jika ada anak gadisnya sudah hamil duluan sebelum menikah, maka tidak ada solusi lain bagi orang tua harus menikahkan anaknya tersebut.

Subordinasi kepada gadis perempuan Madura sungguh besar. Jika melewati umur 16 tahun belum menikah, akan di cap sebagai perempuan yang tidak laku. Mereka seringkali tidak mempunyai hak untuk menentukan dengan siapa mereka menikah. Hak mereka untuk menuntut pendidikan dan karir juga telah terampas dengan adat pernikahan dini tersebut. Ditambah lagi, jika pernikahan mereka gagal (karena faktor umur yang belum matang dan alat reproduksi belum matang), para perempuan itu juga disalahkan dan dicap gagal dalam menjaga keharmonisan keluarga.

Perempuan Madura dan Susuk Kecantikan

Surya online edisi Selasa 9 Juni 2015 menurunkan pemberitaan dengan judul 'Pasang Susuk Kecantikan di Madura Sebelum Jadi PSK di Batam'. Pemberitaan tersebut intinya tentang seorang mucikari yang tertangkap menjual anak gadis Surabaya untuk dijadikan PSK di Batam. Dalam pengakuannya di persidangan, mucikari mengaku,sebelum pada gadis tersebut dibawa Batam , mereka dipasang susuk kecantikan di Madura untuk membuat pelanggan tertarik.

Dari judul yang dipilih, Surya seolah menggiring opini pembaca bahwa perempuan Maduralah yang menjadi PSK di Batam tersebut. Pemilihan kata 'pasang susuk kecantikan di Madura' menimbulkan persepsi bahwa kecantikan perempuan Madura yang alami karena ramuan Madura seolah hilang dan tenggelam

dengan kata susuk kecantikan.Hal ini menimbulkan kesan, bahwa kecantikan perempuan Madura tidak alami, namun ada unsur *magic* didalamnya. Setelah membaca hal ini, pembaca mengambil kesimpulan hati-hati dengan perempuan Madura, jangan sampai berjodoh dengan perempuan Madura, karena di Madura banyak tukang pasang susuk kecantikan.Bagi pembaca yang kebetulan perempuan Madura, hal ini akan memperburuk stereotipe perempuan Madura. Image bahwa perempuan Madura tangguh, mandiri seolah hilang dengan adanya pemberitaan ini.

Dengan adanya pemberitaan ini pembaca digiring ke dalam sebuah citra bahwa perempuan selalu menonjolkan penampilannya. Salah satu butir stereotipe feminin adalah perempuan selalu menjaga penampilannya. Konstruksi media memberikan citra pigura. Pigura adalah pajangan yang indah untuk dilihat. Perempuan dalam media dituntut untuk menjaga penampilannya. Semua tubuh perempuan perlu dan harus dirawat, mulai dari rambut, kuku, tangan, kulit, wajah, alis, bentuk tubuh ideal, dll.Semua tubuh perempuan tersebut menjadi komoditi yang dijual oleh media. Perempuan, dalam hal ini, selain menjadi sasaran obyek komodifikasi, sekaligus menjadi model iklan dari produk tersebut. Dalam hal ini, perempuan secara tidak langsung dimanfaatkan oleh media dan pemilik modal untuk menjadi obyek sasaran iklan.

Perempuan Madura Mandiri dan Berani

Radar Madura edisi 21 September 2015 menurunkan sebuah pemberitaan dengan judul 'Perempuan Harus Mandiri'. Dalam pemberitaan tersebut dituliskan bahwa menjadi seorang perempuan tidak harus tergantung pada orang lain, tapi harus mandiri. Untuk memperkuat pendapat ini, Radar menambahkan kutipan dari seorang perempuan Madura yang bernama Yunita, berikut kutipannya:

> 'Hanya perempuan yang memiliki kelebihan yang bisa hidup mandiri."Kebanyakan, perempuan biasa dimanja. Makanya, sulit menemukan perempuan mandiri,"

> ungkap Yunita Kusumaningrum. Perempuan berparas keibuan itu ingin hidup mandiri.Menurut dia, dalam persoalan pribadi, perlu adanya komitmen. "Selama saya bisa mengerjakan dan menyelesaikan sendiri, tidak perlu merepotkan orang lain," katanya." ('Perempuan Harus Mandiri', 21 September 2015, Radar Madura)

Dengan pemberitaan tersebut, Radar ingin menegaskan bahwa perempuan Madura tidak selamanya terbelakang dan bodoh. Pemberitaan tersebut memberikan citra yang positif tentang perempuan Madura kepada pembaca bahwa perempuan Madura sebagai sosok yang mandiri, dan ulet.

Keberanian perempuan Madura linier dengan keberanian perempuan Madura. Keberanian perempuan Madura sudah dikenal dan menjadi salah satu sterotipe positif yang melekat kuat. Salah satu jiwa keberanian perempuan Madura adalah dalam hal berwirausaha. Image tersebut digambarkan dengan jelas oleh Radar Madura edisi 17 September 2015 yang menurunkan pemberitaan dengan judul 'Perempuan Harus Berani'. Radar mewawancarai seorang gadis Madura dan memuat pernyataan gadis tersebut. Berikut kutipannya:

> "..... kita memutuskan berwirausaha.Tentu, mau tidak mau harus menjalani usaha tersebut hingga sukses. Namun, jika kita masih ragu dan takut, kapan lagi kita akan berani," ucap gadis kelahiran 19 September 1993 itu" (Radar Madura, 'Perempuan Harus Berani', 17 September 2015)

Dari beberapa media massa yang menjadi subyek penelitian, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa image perempuan Madura di media massa beragam. Media massa lokal (Radar Madura) cenderung menggambarkan perempuan Madura dalam hal positif, sedangkan media massa di luar Madura lebib banyak yang memberikan image negatif.

Penampilan Perempuan Madura, Apa adanya, 'Norak'???

Salah satu image perempuan Madura yang ditampilkan media adalah citra bahwa penampilan perempuan Madura 'norak'. Hal ini bisa dilihat dari kutipan Kompasiana di bawah ini:

> "..... dalam realitasnya saya menyaksikan perempuan Madura sangat praktis. Soal pakaian sering apa adanya. Bahkan bagi sebagian orang luar kadang dibilang "norak" hanya karena pilihan warna yang "ngejreng". Seringkali yang paling kentara di lengan, gelantungan emas bertengger.Tentu ini khusus perempuan Madura yang *the have*.....(http://www.kompasiana.com/, 21 Maret 2012)"

Dalam kutipan di atas, bisa kita lihat bahwa perempuan Madura hanya dilihat dari 'penampilan' luar saja, itupun dengan citra yang negatif yaitu norak, dengan penampilan 'ngejreng'. Dalam hal ini kepandaian dan kompetensi perempuan Madura tidak terlihat. Yang terlihat adalah citra perempuan Madura yang jelek, buruk, bodoh dan terbelakang.

Selain keterbelakangan, perempuan Madura juga digambarkan terbagi-bagi dalam beberapa kelas. Ada kelas menengah ke atas (the have) dan perempuan Madura biasa (desa). Tidak jatuh berbeda dengan kelas menengah, gambaran perempuan Madura kelas desa adalah sosok yang sederhana dan tidak *fashionable*, karena kesehariannya memakai sarung. Kutipan lengkapnya bisa dilihat di bawah ini:

> ".....Perempuan biasa dan perempuan desa?Sangat sederhana. Seringkali hanya menggunakan bedak biasa sekedar penanda bahwa ia perempuan. Pakaiannya juga sederhana yang penting menutupi aurat. Kadang bawahnya cukup menggunakan sarung.Ia pandai melekatkan sarung itu di pinggang, agar tidak melorot. Singkatnya, perempuan Madura itu bukan pesolek" (http://www.kompasiana.com/)

Kesimpulan

Dari beberapa media massa yang menjadi subyek penelitian, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa image perempuan Madura di media massa beragam. Media massa lokal (Radar Madura) cenderung menggambarkan perempuan Madura dalam hal positif, sedangkan media massa di luar Madura lebib banyak yang memberikan image negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Eriyanto. *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS, 2001.*Airlangga*

http://www.kompasiana.com/www.kompasiana.com-dardiri/rahasia-perempuan-madura_550e91c0813311b62dbc63a8, 21 Maret 2012

Kompas edisi 20 Oktober 2015 dalam http://entertainment.kompas.com/read/2014/10/27/182156910/Andien.Batik.dan.Inspirasi.Perempuan.Madura

Kompas online 10 Oktober 2012 dalam http://regional.kompas.com/read/2012/10/10/09324265/Tongkat.Madura.Azimat.Perempuan.Madura

Kurniasari, Netty Dyah, 2010, Gambaran Politisi Perempuan di Media. Surabaya: Universitas Airlangga

Oke Zone.Com 01 November 2014 dalam http://lifestyle.okezone.com/read/2014/11/01/481/1059756/miris-gadis-madura-banyak-menikah-di-bawah-umur

Radar Madura 17 September 2015 dalam http://radarmadura.co.id/2015/09/perempuan-harus-berani/

Radar Madura 21 September 2015 dalam http://radarmadura.co.id/2015/09/perempuan-harus-mandiri-2/

Surya online 9 Juni 2015 dalam http://surabaya.tribunnews.com/2015/06/09/pasang-susuk-kecantikan-di-madura-sebelum-jadi-psk-di-batam (surya online)

DIASPORA FILANTROPI TUKANG CUKUR MADURA

Yuliana Rakhmawati

Merantau pada sebagian komunitas merupakan bagian dari tradisi. Beberapa etnis di Indonesia menjadikan merantau bukan hanya sebagai bentuk mobilitas demografi, melainkan konsekuensi dari pemenuhan peran sosial (*social role*). Minangkabau, Bugis, Madura dan Jawa adalah gambaran dari etnis-etnis di Indonesia yang terbukti memiliki *statement of passion* dalam hal merantau. Tema perantauan dari etnisitas tersebut direproduksi oleh budaya populer melalui tayangan-tayangan film diantaranya "Merantau" (2009), "Semesta Mendukung" (2011), "Tabula Rasa" (2014).

Kisah rantau yang divisualisasikan dalam film-film tersebut menggambarkan bahwa migrasi seseorang ke luar daerahnya bukan hanya dilihat sebagai perpindahan geografis melainkan melahirkan potensi persinggungan dengan kondisi sosial, budaya, ekonomi dan politik yang lebih beragam. Persinggungan (*intersection*) tersebut dapat berakhir dengan akulturasi yang "lembut" akan tetapi dalam konteks tertentu dapat terjadi potensi konflik. Wertheim (1959) memotret secara empiris perpindahan (migrasi) di Indonesia dari perspektif ekonomi, sosial dan budaya. Migrasi tersebut secara sosiologis dianggap sebagai pola perpindahan masyarakat Jawa (*Java*) sebagai pulau yang dianggap overpopulasi ke daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang lebih rendah.

Etnis Madura adalah salah satu dari sekian suku di Indoenesia yang terkenal dengan solidaritas rantaunya. Riset Majalah Tempo pada tahun 1980-an pernah menempatkan Suku Madura dalam lima

besar suku yang paling sukses di Indonesia. Meretas keberadaan Etnis Madura tidak bisa dilepaskan dari sejarah Pulau Madura. Perkembangan pulau yang terletak di timur laut Pulau Jawa ini mengalami pasang surut baik dari sisi populasi maupun kondisi sosialnya.

Di sepanjang masa telah terjadi migrasi penduduk dalam jumlah yang besar, baik untuk selama-lamanya ataupun untuk waktu yang singkat. Untuk masa yang panjang ke Jawa dan pulau-pulau lain di nusantara. Sudah sejak pertengahan abad yang lampau terdapat 833.000 orang Madura yang bertempat tinggal di Jawa Timur, dua kali lipat lebih banyak daripada jumlah orang yang bertempat tinggal di pulau itu sendiri.

Sumber: wikipedia.org

Gambar 1. Pasar Madura tempo dulu

Paroh abad ke-19 jumlah orang yang bermigrasi semakin banyak. Pembukaan perkebunan teh, gula dan tembakau mampu menarik minat orang Madura untuk bekerja di sektor ini walaupun mayoritas bekerja sebagai pekerja kasar. Meskipun Jawa Timur sudah menjadi daerah pemukiman terpenting dari para migran itu, banyak juga orang-orang Madura yang merantau ke Jawa Tengah dan Jawa Barat serta daerah-daerah di luar Jawa. Sampai awal

abad 21 jumlah populasi Etnis Madura mencapai 13.5 juta, tetapi ironisnya hanya sekitar 3 juta yang tinggal di pulau Madura.

Masyarakat Madura mempunyai kekhasan kultural dan karakteristik manusia. Etnis Madura termasuk suku bangsa yang tahan banting. Mereka mampu beradaptasi dan memiliki toleransi tinggi terhadap perubahan. Bagi etnis Madura perantauan, terutama yang mengambil tempat pada lembaga informal merupakan tuntutan akan penyesuaian kepada kondisi sosial dan budaya relatif lebih kuat dibandingkan dengan perantau yang berada di sektor formal.

Akulturasi: Konsiderasi Budaya

Manusia mengembangkan konsep tentang dunia dengan membangun pemahaman dan berbagi pengalaman (melalui pertukaran bahasa dan simbol). Dengan mengadopsi cara pandang komunitas lain, individu mulai membedakan diri dengan lingkungannya, citra diri. Dalam proses menjadi objek dari komunitas lain, individu mendapatkan kapasitas melalui pemikiran dan perilaku dengan individual dan independen. Dalam wilayah keilmuwan, dalam kerangka fikir tentang interaksi dengan individu lain, manusia memformulasikan fikiran, mendapatkan pengalaman yang unik, baru dan mendorong kreativitas. Proses itu terjadi dalam dua tahap, identifikasi (melihat, memberikan perhatian atau menandai sesuatu) dan representasi (menggambarkan, mendeskripsikan dalam bahasa tubuh, menuliskannya, membuat dokumentasi foto atau merekamya).

Mead (1934) dalam Prus (2000) mengobservasi tentang konsep dan manfaat simbol. Kemampuan individu menamakan sensasi pengalaman pada benak individu lainya. Pertukaran pengalaman adalah sesuatu yang saling bergantung. Bukan saja karena keinginan pengirim, tetapi juga keinginan penerima untuk mendapatkannya. Sebagai proses interaksi, keberadaan refleksi diri manusia tidak hanya tentang cara memandang dan berperilaku terhadap objek lainya termasuk manusia lain dan diri sendiri, tetapi juga bisa

mengarahkan, memonitor, menyerap dan beradaptasi dengan perilaku mereka dari waktu ke waktu.

Pada dasarnya manusia dan perilakunya tidak bisa dipisahkan dari konteks dimana individu tersebut hidup. Manusia mendapatkan warna sosial dari komunitas dimana individu hidup, dan konteks tersebut bergantung terhadap pertukaran simbol dan bahasa. Ini menunjukkan bahwa tidak akan ada individu (*self*) tanpa komunitas lainnya. Manusia dilahirkan dengan kapasitas psikologi tetapi manusia menghargai dunia (cara belajar, berfikir, berkreasi) didasarkan pada komunitas terutama bahasa.

White (1959a: 8) dalam Moore (2009) mendeskripsikan bahwa budaya hadir secara manasuka dan terpisah dari tempat individu-individu dilahirkan dalam masyarakat tertentu. Budaya adalah pengetahuan yang dengan sengaja dipelajari. Bahkan seorang bayipun belajar budaya dari orang lain. Budaya tidak menular secara genetik, namun ini tidak berarti budaya yang tidak memiliki fungsi biologis yaitu sebagai media untuk menjamin keberlangsungan kenyamanan dan keamanan yang terus menerus untuk spesies manusia.

Budaya terbentuk karena ada dua orientasi yang berbeda dalam diri individu yaitu orientasi individu (kekuasaan, ambisi, hedonisme, dan stimulasi) melawan nilai-nilai kolektifitas (kebahagiaan, tradisi dan kerjasama). Tendensi seseorang melakukan orientasi bisa terjadi secara simultan atau dominasi. Dalam budaya yag berorientasi pada individu, anggota bertanggung jawab terhadap diri sendiri atau pada keluarga inti. Pada budaya kolektif, anggota bertanggung jawab kepada seluruh anggota kelompok.

Konteks budaya dengan komunikasi sebagai media distribusi dan pemahamannya melalui rangkaian proses evolutif. Tomasello (2008) menyebutkan bahwa asalnya komunikasi pada manusia (*human communication*) merupakan proses perkembangan dimulai dari bentuk komunikasi primata yang disengaja (*primate intentional communication*), komunikasi kerja sama manusia (*human cooperative communication*), tahapan pertumbuhan biologis (*ontogenetic origins*),

perkembangan kemampuan komunikasi (*phylogenetic origins*), pemahaman akan dimensi gramatikal (*the grammatical dimension*).

Budaya dan komunikasi adalah satu wilayah yang tidak bisa dipisahkan. Dalam proses terbentuknya budaya, komunikasi merupakan salah satu faktor yang krusial. Terbentuknya budaya karena ada transaksi di antara anggota masyarakat. Setiap transaksi akan melibatkan komunikasi karena setiap ada pertukaran simbol, produksi pesan dan penafsiran pesan maka akan terjadi transmisi informasi.Kotthoff (2007) mendeskripsikan bahwa dalam konteks komunikasi antarbudaya, persinggungan antarbudaya tidak dapat dielakkan. Transaksi komunikasi antarbudaya tersebut dapat berlangsung dalam beberapa domain dimensi, yaitu: ragam perspektif keilmuwan (psikologi, sosiologi), praktik dan proses komunikasi, ragam yang terjadi dalam berbagai sektor kehidupan.

Raymond William dalam karyanya Long Revolution (2001) menulis ada dua konseptualisasi tentang budaya. Pertama, budaya dikaitkan dengan sejumlah gambaran dimana masyarakat membuat suatu pengertian dan merefleksikan pengalamannya. Dalam hal ini penekanan budaya sebagai dimensi pemikiran, sedangkan yang kedua, budaya diartikan sebagai keseluruhan cara hidup (*a whole way of life*). Istilah ini lebih bersifat abstrak. Namun pada dasarnya dimensi pertama telah terintegrasi ke dalam dimensi kedua yaitu *a whole way of life*.

Satu hal terpenting yang perlu dicatat bahwa dalam konteks budaya, terdapat hubungan antara elemen-elemen dalam keseluruhan *way of life* ini. Bahwa budaya bukan sekedar sebuah kebiasaan, adat istiadat ataupun tata cara yang ada dalam masyarakat itu, tetapi lebih merupakan urutan atau kesinambungan dari semua kebiasaan dan sejumlah keterhubungan (sebagaimana sistem). Jadi bagaimana interaksi antara semua kebiasaan dan pola-pola itu hidup dan dialami sebagai suatu keseluruhan, maka inilah yang diistilahkan sebagai "*structure of feeling*". Teori budaya merupakan studi yang mengkaji hubungan antara elemen-elemen dalam keseluruhan cara hidup komunitas tertentu.

Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan keterkaitan yang sangat erat. Masyarakat dan kebudayaan hadir bukan hanya karena transmisi atau dengan komunikasi melainkan terjadi dengan transmisi dalam komunikasi (Dewey, 1916:5) dalam Carey (2009). Dalam setiap proses penciptaan dan transformasi budaya terdapat proses komunikasi. Littlejohn (1999) menuliskan beberapa teori yang dapat menjelaskan tentang relasi kuasa tersebut. Pertama, relativitas pesan *(message relativity*), menekankan kajian pada cara kerja bahasa dalam memengaruhi apa yang dilihat dan bagaimana cara mempersepsi hal tersebut. Individu yang mempunyai kemampuan bahasa yang relatif luas, maka individu tersebut akan mampu mempersepsi dunia diluarnya dengan pandangan yang lebih luas. Kedua. Teori penghindaran ketidakpastian (*uncertainty avoidance theory*), mengemukakan semakin besar derajat ketidakpastian dan ambiguitas, maka semakin sulit derajat komunikasi yang harus dilakukan. Ketiga, hasil maksimal (*maximal outcomes*), menunjukkan bahwa komunikasi antar budaya (atau jenis komunikasi lainnya) akan ditentukn oleh pencapaian hasil maksimal yang positif. Keempat, kekagetan budaya (*cultural shock*) merujuk pada kondisi reaksi psikologis ketika individu harus berada pada budaya yang berbeda, perasaan terasing dan kecurigaan terhadap lawan bicara.

Komunikasi yang terjadi pada individu didominasi sebagai hasil dari budaya tempat individu tersebut berasal. Budaya (dengan proses akulturasi dan enkulturasi) memengaruhi setiap aspek pada pengalaman komunikasi. Ketika pesan diterima, filter yang palig utama adalah dari budaya setempat yag menjadi latar belakang individu tersebut. Konteks akan membawa pengaruh terhadap apa dan bagaimana pesan akan diterima.

Mengenali perbedaan budaya dari kelompok yang berbeda. Pada setiap kelompok budaya terdapat perbedaan yang banyak dan mencolok. Setiap budaya memiliki subbudaya yang mempunyai perbedaan diantaranya dengan budaya yang lebih besar. Mengenali perbedaan pemaknaan. Makna tidak terdapat pada kata-kata, tetapi pada manusianya. Penerimaan dan pemaknaan seseorang terhadap

daerah akan sangat tergantung kepada defiisi budaya individu tersebut.

Perantau harus mengikuti aturan dan kebiasaan budaya setempat. Budaya dalam praktiknya memiliki aturan main tersendiri-terutama dalam konteks komunikasi (Barna 1991, Rube 1985, Spitzberg 1991) dalam De Vito (2000) aturan ini menekankan pada aspek apa yang pantas atau tidak pantas dilakukan. Mekanisme kepatutan dalam komunikasi lintas budaya merupakan kearifan kolektif (*collective wisdom*) yang dikonstruksikan secara bersama oleh peserta didalamnya.

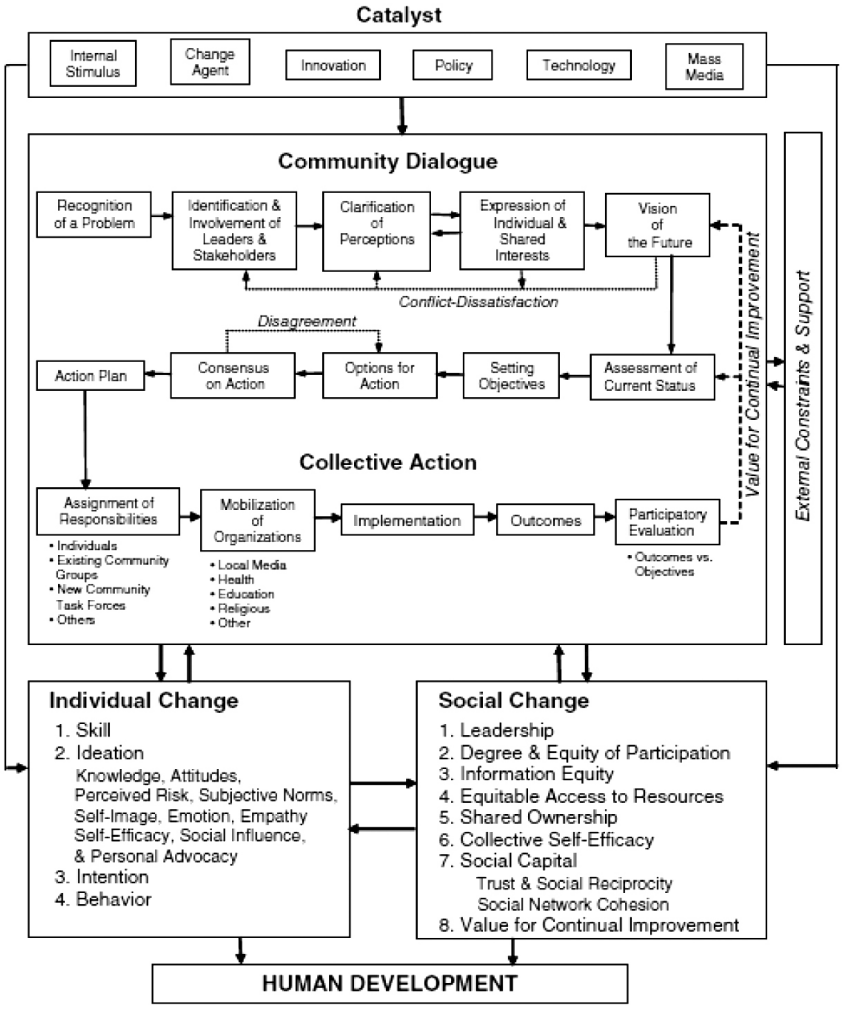
Filantropi Diaspora: Kontribusi Perantau Untuk Pembangunan

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan ragam budaya ibu yang sangat variatif. Malik (1952) menuliskan tentang kondisi geografis, demografis, sosial dan budaya dari keragaman Indonesia. Fakta kondisi masyarakat Indonesia yang tergambarkan sebagai sebuah bangsa yang heterogen dan besar yang didalamnya terdapat sekian banyak komunitas-komunitas yang menjadi subsistem dalam sebuah negara Indonesia.

Kincaid (2009) memetakan model komunikasi parsipatori individu untuk pengembangan manusia (*human development*). Dalam peta yang dibuat oleh Kincaid disebutkan bahwa pembangunan manusia memerlukan kontribusi dari ragam dimensi.

Para perantau Madura dalam konteks pembangunan memberikan kontribusi bukan hanya dalam bentuk *remittance* melainkan juga dalam perspektif penguatan kualitas masyarakatnya. Migrasi fisik yang dilakukan oleh etnis Madura di perantauan dalam konteks sosial dan budaya turut serta dalam menumbuhkembangkan masyarakat etnis Madura dari kelas menengah. Pergaulan dan interaksi dengan budaya baru akan melahirkan kemungkinan terhadap budaya asal bagi etnis Madura perantauan. Pertama, akulturasi dimana etnis Madura secara perlahan akan menerima budaya baru di tempat perantauan tanpa menghilangkan budaya

asalnya. Kedua, asimilasi antara etnis Madura dengan masyarakat heterogen yang menjadikan leburnya semua asal budaya dan menjadi budaya baru.



Sumber: Kincaid, D. Lawrence; María Elena Figueroa et.al (2009) dalam Frey (ed) p. 514

Gambar 2. Model Komunikasi dalam Pembangunan Parsipatoris.

Dalam komunitas masyarakat terjadi dialog dan interaksi. Sebagai anggota dari masyarakat etnisitas "Madura", para perantau membangun identitas dan tindakan kolektif berdasarkan pertimbangan stimulus (rangsangan dari sekitarnya) dan memberi respon dalam perspektif perantau. Masyarakat Madura rantau -dalam konteks ini secara khusus berprofesi sebagai pencukur rambut- berpersepsi bahwa selama rantau ada bagian dari "keberhasilan" mereka untuk ditularkan kepada saudara etnisnya.

Kajian tentang Madura sebagai etnisitas maupun sebagai sebuah gerakan sosial, budaya, ekonomi dan politik telah dilakukan oleh beberapa ahli diantaranya Glenn Smith, Huub De Jonge, Mien A Rifai, Kuntowijoyo (Van Dijk, 1995). Smith (1995) dalam (Van Dijk, 1995) mengkaji Madura dari profil masyarakat petani dengan segala dinamika dan pilihan tradisi. Jonge (1995) dalam (Van Dijk, 1995) menempatkan stereotipe sudut pandang orang luar tentang Madura sebagai kajian dominan. Sedangkan ilmuwan dalam negeri, Rifai (1995) dalam (Van Dijk, 1995) sesuai dengan kepakaran masing-masing menyajikan hasil penelitian tentang pengelolaan sumber daya biologi di Madura Timur. Kuntowijoyo (2000) mengkaji kontribusi ekologi dalam pembentukan dan perubahan pada masyarakat agraris Madura. Kontribusi akademisi dalam kajian kesehatan pada masyarakat Madura salah satunya adalah tentang poliovirus (Estívariz, 2008).

Jonge (2004) menulis dalam sebuah artikel bahwa pada masa kolonialisme di Madura telah didirikan The Madura Welfare Fund (1937-1941). Tujuan dari dibuatnya badan ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pribumi (Madura), sebagai bentuk konsiderasi etis yang akhirnya dikenal dengan politik etis. Termasuk salah satu program dari badan ini adalah melakukan reorganisasi secara radikal pada perusahaan garam (*salt industry*).

Diaspora Filantropi Tukang Cukur Madura: Kajian Empiris

Mulyana (2012) dalam buku "Cultures and Communication" menuliskan dari hasil penelitian empiris tentang motivasi sebagian

diaspora Indonesia di Australia. Potret penyebaran, akulturasi, manajemen identitas, diskriminasi, masalah kependudukan dialami oleh para diaspora ini. Setiap geografi di dunia dengan segala ragam peradaban dan konstruksi budaya berkembang, menerima dan berinteraksi dengan pendatang dengan cara yang *khas*. Ranah Asia, Arabia, Amerika, Eropa menggambarkan pola interaksi antarbudaya yang kompleks (Mulyana, 2010).

Dalam konteks diaspora (perantau) Madura persinggungan dengan budaya lain juga kentara. Pemahaman dan referensi yang beragam diantara pembawa nilai budaya ini mempunyai potensi melahirkan konflik. Eskalasi konflik menurut pandangan sosiologis merupakan sebuah mekanisme untuk mempertahankan struktur dalam masyarakat (Coser, 1995; Dahrendorf, 1958; Lenski, 1975) dalam Poloma (2010).

Migrasi yang dilakukan oleh etnis Madura berlangsung cukup lama. Pada sebagian destinasi perantauan etnis Madura merupakan kontribusi kebijakan pemerintah Indonesia. Pada tahun 1980an pemerintah Indonesia memfasilitasi penduduk desa dari Jawa dan Madura untuk bekerja di luar negeri. Perpindahan drastis dari profesi petani menjadi "pekerja" menjadikan terjadinya efek ruang, waktu dan budaya (Faqih, 2000). Sedangkan pola migrasi di dalam negeri difasilitasi pemerintah dalam program transmigrasi (Hoey, 2003).

Struktur dalam konteks yang positif memerlukan pemahaman tentang akar budaya dari masing-masing peserta pergaulan sosial. Struktur yang dibangun bukan semata-mata hanya ingin menunjukkan bahwa komunitas tertentu "hadir" (*present*) melainkan "ada" (*being*). Pelibatan segenap dimensi dalam menjaga resistensi komunitas dari konflik dengan nuansa suku, agama, ras dan afiliasi golongan adalah suatu keharusan. Isu etnsisitas, keyakinan dan afilisasi merupakan wacana yang sensitif. Diperlukan mekanisme pembangunan "moralitas" budaya dalam konteks komunikasi dan persinggungan lintas budaya.

Sebagaimana bagian dari etnisitas perantau, suku Madura juga rawan mengalami pergesekan dengan budaya lain di rantau. Resolusi dan mekanisme penyelesaian persinggungan budaya yang dialami oleh perantau Madura dilakukan dengan ragam cara (Wiyata, 2013). Proses yang dilakukan oleh peserta komunikasi dengan ragam budaya yang berbeda seperti dalam bentuk komunikasi kolektif lainnya membutuhkan beberapa ketrampilan diantaranya: ketrampilan masuk menjadi anggota kelompok, konsepsi diri, peranan (*role*), kemampuan untuk mengidentifikasi harapan (*expectations*), identifikasi lingkungan fisik dan psikologis, sensifitas lintas budaya serta menjadi "pembaca" stereotip yang cerdas (Gudykunst, 1992); (Lustig, 2003); (Chen, 2000).

Pola filantropi perantau dilakukan oleh beberapa suku bangsa lainnya diantaranya Padang dan Jawa. Komunitas Padang di perantauan memiliki puluhan organisasi baik di dalam negeri (*local diaspora*) maupun tersebar di luar negeri dengan misi untuk penggalangan dan distribusi dana kepada daerah asal (Huri, 2008). Potensi serupa juga dimiliki oleh Paguyuban Tukang Reparasi Se-Jawa, Bali, dan Sumatera (PTR-JBS) yang merupakan wadah organisasi bagi paerantau asal Wonogiri Jawa Tengah. Sedangkan perantau Lamongan, Jawa Timur secara kelembagaan membentuk paguyuban Siman Jaya yang memberikan kontribusi kepada daerah asal (Abidin, 2004).

Komunitas perantau Madura mayoritas didominasi oleh pekerja sektor informal. Profesi yang banyak ditekuni oleh perantau Madura adalah sektor wiraswasta. Pedagang sate dan tukang cukur adalah ikon pekerjaan yang dilekatkan kepada sebagian perantau Madura. Dua tukang cukur asal Madura mengisahkan sebagian dari pengalaman filantropi diaspora yang mereka lakukan. Supardi, perantau asal Blega Bangkalan dan Rony, perantau dari Sampang.

Sumber: dokumen pribadi

Gambar 3. Tukang cukur Madura

Supardi menuturkan bahwa merantau bagi dirinya adalah tuntutan untuk mencari penghidupan yang lebih baik. Pada awal merantau Supardi masih menumpang dan "belajar" dari perantau Madura yang sudah relatif berhasil dan berada di perantauan.

> "aku awal-awal ya ikut saudara. Satu bulan pertama bantu-bantu bersih-bersih sambil diajari cara motong rambut. setelah dirasa mampu diminta untuk motong pelanggan baru"

Sedangkan Rony mengisahkan bahwa perjalannya menjadi tukang cukur pernah dilalui dengan berpindah-pindah tempat rantau. Sebelum menetap di Jalan Dr. Rajiman Solo, Rony pernah megikuti saudaranya menjadi tukang cukur di Kupang Nusa Tenggara Timur.

> "waktu masih bujang saya pernah diajak saudara merantau ke Kupang. Saya tinggalnya di rumah saudara

> saya. Kebutuhan makan dan minum dikasih sama saudara"

Seperti juga Supardi, Rony pada masa awal merantau belum diperbolehkan memotong rambut, tetapi hanya melakukan pekerjaan-pekerjaan sampingan seperti membersihkan peralatan cukur rambut.

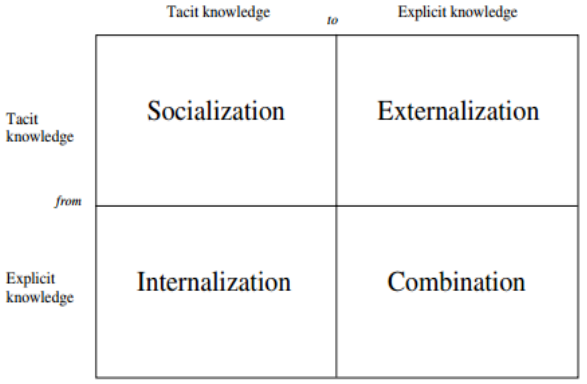
> "waktu pertama di Kupang, saya tidak langsung mencukur rambut kepala. Karena saya belum bisa. Saya diminta membantu membersihkan ruangan dan peralatan cukur (gunting, kuas, silet, ekor dan lain-lain). Sambil membantu di tukang cukur, saya melihat-lihat cara mencukur dan kadang-kadang saya praktik mencukur temen-temen dari Madura".

Dari uraian diatas filantropi atau kerelawanan sosial diantara para perantau Madura dilakukan dalam bentuk *transfer knowledge*. Dalam perspektif manajemen, para tukang cukur Madura ini telah menggunakan prinsip-prinsip strategi manajemen dalam praktik kehidupan ekonomi sehari-hari. Perpindahan pengetahuan ketrampilan dalam bidang penyediaan jasa cukur rambut dilakukan oleh para perantau Madura ini secara turun temurun. Dalam setiap generasi perantau mereka melakukan kaderisasi kepada sanak saudara sebagai bagian dari investasi sosial dan budaya.

Nonana dan Takeuchi (1995) dalam De Michelis (2001) menjelaskan bahwa proses pewarisan pengetahuan (*transfer knowledge*) berlangsung melalui empat tahapan yang disingkat *Socialization, Externalization, Combination* dan *Internalization* (SECI). Dalam proses SECI tersebut, pengetahuan dibedakan menjadi dua yaitu: *tacit knowlegde* dan *explisit knowledge*.

Dalam konteks manajemen perantau Madura, transfer antara pengetahuan ide-ide (*tacit knowledge*) dan pengetahuan yang sudah diketahui dan sebagian terdokumentasikan (*explicit knowledge*) dilakukan dengan sederhana, tetapi mempunyai dampak yang signifikan untuk "organisasi" masyarakat rantau Madura. Von Krogh (2011) menuliskan konsep-konsep pengetahuan dan transfor-

masinya dalam ragam mekanisme. Ranah tersebut dimulai dalam bentuk interaksi individu berkembang dalam ranah kelompok seperti yang dilakukan oleh tukang cukur perantau Madura.



Sumber: De Michelis, Giorgio (2001) dalam Nonaka, Ikujiro; Toshihiro Nishiguchi (ed.s) Hal. 129

Gambar 4. Proses transformasi pengetahuan (*knowledge*)

Supardi dan Rony adalah dua figur perantau yang sudah berproses melewati tahapan-tahapan sampai dimana mereka berdua sekarang berada pada posisi "pembawa". Beberapa saudara dan kerabat sudah mereka ajak merantau. Mekanisme yang mereka lakukan dalam berinteraksi dengan perantau "baru" berdasarkan referensi pengalaman mereka ketika pada awal masa merintis di perantauan dan masih mengikut pada saudara yang sudah dulu merantau. Seperti disampaikan Supardi berikut:

> "kalau pembagian gaji saya pada awal ikut kakak (perantau sebelumnya) termasuk enak. Anggap saja saya hanya modal tenaga. Setiap pelanggan yang cukur rambut saya mendapat enam puluh persennya. Misalkan tarif dua puluh ribu saya dapat dua belas yang delapan ribu buat yang saya tumpangi. Namun kalau untuk cukur jenggot dan kumis ongkosnya semua boleh untuk saya"

Sedangkan Rony menyampaikan bahwa sistem pembagian hasil tersebut dilakukan berdasarkan kesepakatan. Pembagian dapat dilakukan setiap hari atau pada kurun waktu yang disepakati misalnya satu minggu sekali.

> "bayaran ada yang mingguan dan harian tergantung pada pemilik, tapi saya juga boleh minta kalau memang sedang butuh. Karena saya kan dianggap bukan bekerja pada orang yang saya ikuti tapi saudara yang datang dari jauh"

Selain mendapatkan pembagian hasil, perantau pendatang juga mendapatkan fasilitas kebutuhan primer dari "pembawanya". Bagi perantau pendatang mereka mendapatkan dukungan untuk pemenuhan kebutuhan pokok. Khususnya untuk perantau yang masih belum berkeluarga maka semua kebutuhan primer dapat dipenuhi oleh "pembawa". Sedangkan bagi perantau yang akhirnya berkeluarga dengan inisiatif sendiri memisahkan dari "pembawanya", meskipun tidak ada permintaan untuk memisahkan tempat tinggal. Rony mengungkapkan pengalamannya setelah berkeluarga dan memilih untuk menempati rumah kontrakan sendiri:

> "kalau saya sudah berkeluarga ya sudah pisah, meskipun saudara saya yang saya ikuti itu tidak pernah minta saya pindah bahkan pernah meminta saya tetap memakai rumah dia yang lain"

Keinginan berbagi dan mengentaskan sesamanya bagi perantau Madura selain karena tuntutan tradisi juga merupakan intuisi spiritualitas. Kim (2000) menyebutkan bahwa masyarakat tradisional Asia-India, Tibet, Jepang, Cina, Korea dan Asia Tenggara dipengaruhi oleh sistem religi dan filosofi yang kental. Seperti diungkapkan oleh Supardi, yang telah merantau di Semarang (Jalan Tentara Pelajar) sejak tahun 1985 ini bahwa dia merasa punya tanggung jawab moral untuk ikut membantu saudaranya di daerah yang belum bekerja.

> "aku ngajak tretan-saudara- karena disana juga nggak ada pekerjaan. Kalo tak ajak kesini tenaga tukang cukur

dari Madura masih ada saudara daripada nganggur mending diajak kerja di sini"

Bentuk filantropi diaspora secara umum dari perantau Madura seperti yang diuraikan Supardi dan Rony bukan hanya dilakukan oleh komunitas tukang cukur. Secara keterikatan kultural perantau Madura dari berbagai profesi, terutama yang bergerak di sektor informal juga melakukan arisan. Dalam arisan tersebut kesepakatan tentang jumlah iuran arisan, dimana akan dikocok dan ketentuan lainnya. Program arisan yang dilakukan oleh perantau Madura ini dilakukan biasanya bersamaan dengan pengajian bulanan. Untuk tukang cukur iuran arisan berkisar nominal sebesar tiga ratus ribu rupiah. Sedangkan untuk pedagang soto arisan berkisar pada angka satu juta rupiah perbulan.

Geertz (2009) menuliskan bahwa pemahaman akan budaya baru didasarkan pada gagasan dengan melibatkan penafsiran. Penempatan tindakan-ritual budaya, adat istiadat, afiliasi politik dan sebagainya dalam konteks spesifik dan lokal dimana konstruksi budaya dilakukan. Konstruksi budaya "baru" yang dilahirkan oleh komunitas perantau Madura ini merupakan bukti untuk pengelolaan sumber daya (*resources)* dengan cara yang lebih profesional dapat menguatkan profil ekonomi dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Hamid. 2004. *Menjadi Bangsa Pemurah, Wacana dan Praktik Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta. PIRAC.

Carey, James W. 2009. Communication as Culture. Routledge. New York.

Chen, Guo-Mhing; Jensen Churs. 2000. "The Five Asian Dragon": Management Behaviors and Organizational Communication" dalam Samovar, Larry A; Richard E Porter (ed). *Intercultultural Communication: A Reader*. Wadsworth. California.

DeVito, Joseph. 2000. The Interpersonal Communication Book. Pearson

De Jonge, Huub. *State and Welfare in the Late Colonial Period: The Madura Welfare Fund (1937—1941)*. Asian Journal of Social Science, Vol. 32, No. 1 (2004), hal. 91-104.

De Michelis, Giorgio (2001). "Cooperation And Knowledge Creation" dalam Nonaka, Ikujiro; Toshihiro Nishiguchi (ed.s). *Knowledge Emergence Social, Technical, And Evolutionary Dimensions Of Knowledge Creation*. Oxford University Press.

Estívariz, Concepción F; Margaret A. Watkins, Darmawali Handoko; et.al. *A Large Vaccine-Derived Poliovirus Outbreak on Madura Island: Indonesia, 2005*. The Journal of Infectious Diseases, Vol. 197, No. 3 (Feb. 1, 2008), hal. 347-354.

Faqih, Muhammad. *Localizing Global Traditions Or Globalizing Local Traditions? Rural Settlements On Madura Island, Indonesia*. Traditional Dwellings And Settlements Review, Vol. 12, No. 1, The End Of Tradition? Seventh International Conference October 12—15, 2000 Trani, Italy (Fall 2000), hal. 95.

Geertz, Clifford. 2009. "An Interpretive Anthropology" dalam Moore, Jerry D. (ed). Visions Of Culture An Introduction To

Anthropological Theories And Theorists. 3rd ed. Altamira Press.

Gudykunst, William B; Young Yun Kim. 1992. *Communicating With Strangers. An Approach to Intercultural Communcation*. McGraw Hill Inc. New York.

Hoey, Brian A. *Nationalism in Indonesia: Building Imagined and Intentional Communities through Transmigration*. Ethnology, Vol. 42, No. 2 (Spring, 2003), hal. 109-126.

Huri, Idham. 2008. Filantropi Kaum Perantau. Jakarta. Piramedia.

Kim, Yong Yun. 2000. "Intercultural Personhood: An Integration of Eastern and Western Perspectives" dalam Samovar, Larry A; Richard E Porter (ed). *Intercultultural Communication: A Reader*. Wadsworth. California.

Kincaid, D. Lawrence; Maria Elena Figueroa. 2009. "Communication for Parcipatory Development: Dialogue, Action, and Change" dalam Frey, Lawrence R; Kenneth N. Cissna (ed). *Routledge Handbok of Applied Communication Research*. Routledge. London.

Kotthoff, Helga; Helen Spencer-Oatey. 2007. *Handbook of Intercultural Communication*. Walter de Gruyter GmbH & Co. Berlin.

Kuntowijoyo. 2002. *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris: Madura 1850-1940.* Mata Bangsa.

Lustig, Myron W; Jolene Koester. 1999. *Intercultural Communication. Interpersonal Communication across Cultures*. Allyn and Bacon. Boston.

Malik, Omar Hayat. *Impressions Of Indonesia*. Pakistan Horizon, Vol. 5, No. 1 (March, 1952), hal. 25-33.

Mulyana, Deddy. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Rosda. Bandung.

----------. 2012. *Cultures and Communication. An Indonesian Scholar's Perspective.* Rosdakarya. Bandung.

Poloma, Margaret M. 2010. *Sosiologi Kontemporer*. Rajawali Press. Jakarta.

Prus, Robert. 2000. *Symbolic Interaction and Ethnographic Research: Intersubjectivity and the Study of Human Lived Experience*. State University of New York Press.

Raymond, Williams. 2001. *The Long Revolution*. Broadview Press.

Tomasello, Michael. 2008. *Origins of Human Communication*. MIT Press.

Van Dijk, Kees; Houb De Jonge; Elly Touwen-Bousma (ed). *Across Madura Strait: The Dynamics Of An Insular Society*. Leiden: KITLV Press, 1995. Vii, 237 dalam Hicks, David (review). The Journal Of Asian Studies, Vol. 55, No. 3 (Aug., 1996), hal. 795-796.

Von Krogh, Georg. 2011. "Knowledge Sharing In Organizations: The Role Of Communities dalam Smith, Mark Easterby; Marjorie A. Lyles (ed.s). *Handbook Of OrganizationalLearning And Knowledge Management* A John Wiley And Sons.

Wertheim W. F. *Sociological Aspects of Inter-Island Migration in Indonesia* dalam Population Studies, Vol. 12, No. 3 (Mar., 1959), pp. 184-201 Published by: on behalf of the Taylor & Francis, Ltd. Population Investigation Committee.

White, Leslie. 2009. "Evolution Emergent" dalam Jerry D Moore. Visions of Cultures. *An Introduction to Anthropological Theoried Theorists. 3rd ed.* AltaMira Press.

Wiyata, A Latief. 2013. *Mencari Madura*. Bidik Phronesis Publishing.

RE-IMAGING MADURA DENGAN FOTO ARTISTIK (Merubah citra Madura dengan foto artistik)

Fachrur Rozi

Seperti yang kita ketahui selama ini bahwa Madura merupakan salah satu pulau di sebelah timur laut Pulau Jawa yang memiliki geografis gersang dan tandus. Inilah salah satu menyebabkan dan mampu membentuk karakter masyarakat Madura. Meski tandus sebagian masyarakat Madura memiliki mata pencaharian dengan bercocok tanam. Banyak orang mempersepsi Madura terbagi menjadi dua sektoral, dimana pembagian tersebut terbagi berdasarkan perbedaan dialek, kondisi alam, dan karakter masyarakat disana. Pembagian tersebut sering disebut Madura timur yang terdiri dari Kab. Sumenep dan Pamekasan; dan Madura barat yang terdiri dari kab. Sampang dan Bangkalan. Madura timur dikenal sebagai daerah asri, bersih, subur dan karakter masyarakat yang berkepribadian lemah lembut. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah keberadaan keraton Sumenep dan pondok pesantren

Orang Madura dikenal sebagai sosok yang pemberani, berwatak keras, suka tantangan, dan merantau. Inilah yang menyebabkan keberadaan orang Madura tersebar hampir di seluruh daerah, dan Negara-negara di dunia. Keberadaan orang Madura di perantauan seringkali mendapatkan kesan yang kurang baik, sehingga kesan tersebut seakan menjadi representasi bahkan stereotipme terhadap orang Madura secara umum. Banyak orang yang merasa khawatir dan takut jika mendengan nama "Madura". Kesan negatif seperti

istilah "carok" menjadi *image* atau citra bahwa lingkungan dan masyarakat di Madura adalah daerah yang rawan kriminal, begal, dan kekerasan lainnya. Hal ini akan membentuk stereotipme terhadap Madura itu sendiri.

Stereotipe secara sederhana dapat dikatakan sebagai pencitraan atau pelabelan secara diskriminatif dengan hanya menampilkan salah satu sisi atau sebagian kecil saja dari kebiasaan sebagian entitas dan kemudian digeneralisasikan secara membabi-buta terhadap keseluruhan entitas tersebut. Misalnya saja dalam kasus stereotipe orang Madura yang selama ini terkesan selalu diidentikkan dengan kekasaran. Bahwa sebagian orang Madura kasar dan keras adalah sebuah fakta sosiologis yang memang sulit untuk dipungkiri. Akan tetapi pertanyaannya adalah apakah benar bahwa semua orang Madura itu keras dan kasar? Tidak adakah orang Madura yang lembut dan halus? Sekali lagi fakta sosiologislah yang berbicara bahwa ternyata tidak sedikit orang Madura yang berperangai halus dan berpembawaan lembut.

Namun sayangnya fakta sosiologis yang terakhir ini terabaikan karena mungkin efek yang ditimbulkan oleh fakta sosiologis yang pertama jauh lebih besar sehingga mengakibatkan generalisasi yang tidak pada tempatnya. Definisi kekerasan dan kekasaran pun tidak tunggal. Banyak orang Madura yang keras dan kasar hanya dari sisi lahirnya saja. Artinya sebenarnya sisi batinnya baik. Hanya saja faktor geografislah seperti diatas disebutkan yang membuat perangai dan pembawaannya terkesan kasar dan keras. Tapi ada juga yang memang lahir batin keras dan kasar. Tapi sekali lagi yang seperti ini tidak semuanya atau bahkan mungkin juga tidak banyak.

Stereotipelah yang membuat seolah-olah setiap orang madura itu keras dan kasar. Ada juga yang kemudian lebih merupakan korban dari penyikapan yang salah terhadap stereotipe tersebut. Misalnya ada orang Madura yang sebenarnya lemah dan lembut. Tapi setelah ia bersinggungan dengan stereotipe orang Madura yang keras dan kasar, orang tersebut bukannya melawan tapi malah merubah dirinya dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjadi seperti yang distereotipekan.

Kesan-kesan diatas jika terus-menerus dibiarkan bisa menjadi salah satu penghambat perkembangan di Madura sendiri. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan jembatan Suramadu tidaklah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan insdustrialisasi di Madura. Ada beberapa investor yang membatalkan untuk menanamkan modal di pulau Madura tersebut. Berbagai kesan negatif terhadap orang Madura tentunya tidak akan selesan dijelaskan secara rinci dalam penulisan kali ini. Tentunya kita sebagai penulis juga perlu memberikan sebuah informasi yang tidak kalah penting untuk diketahui dari prespetif lain. Meski Madura selama ini dikenal sebagai daerah yang rawan, dan identik dengan kekerasan, namun dibalik itu terdapat potensi besar yang dimiliki oleh pulau garam tersebut. Diantaranya potensi pariwisata, potensi alam, dan sumber daya manusia yang dimilikinya. Potensi-potensi tersebut seharusnya mampu menjadi filter terhadap kesan "stereotipme Madura".

Padahal sebenarnya Madura dan orang Madura tidak sesempit yang dicitrakan selama ini. Masih banyak sesuatu yang unik untuk dipelajari dari prespektif yang berbeda dari masyarakan Madura seperti etos kerja, *andhep asor* orang Madura, dan pesona pariwisata di Madura. Sayang sekali bila potensi yang dimiliki Madura belum tereksplorasi

Pengembangan dunia pariwisata Indonesia perlu kita dukung secara aktif agar dari tahuke tahun terus meningkat. Hal ini sejalan dengan kebijaksanaan pemerintah sebagaimana tertuang dalam GBHN yang menginginkanagar dunia pariwisata Indonesia ditingkatkan, dan diperluas jangkauannya guna meningkatkan penerimaan devisa bagi negara, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan kebudayaan asli Indonesia.

Beberapa tahun terakhir ini pendapatan pemerintah dari sektor pariwisata ini terus bertambah, walaupun masih belum seberapa kalau dibanding dengan negara-negara tetangga kita, seperti Singapura, Muangthai, Hongkong, Jepang dan lain sebagainya. Inilah yang menjadi alasan pemerintah selalu memberikan subsidinya

dalam rangka menunjang perkembangan dunia pariwisata ini. Anggaran untuk sektor pariwisata ini dari tahun ke tahun terus bertambah.Semua tindakannya ini pemerintah berharap agar sektor pariwisata ini dapat mendatangkan devisa lebih besar bagi negara.

Pulau Madura terdapat cukup banyak tempat-tempat wisata, baik wisata yang berlokasi di pedesaan maupun di kawasan pantai. Namun sejauh ini tempat-tempat wisata tersebut belum dikelola dengan baik. Agar di masa-masa mendatang tempat-tempat dan obyek-obyek wisata budaya Madura tetap eksis dan terus digemari oleh orang Madura sendiri serta orang-orang luar (baik domestik maupun manca negara), diperlukan konsep dan perencanaan yang jelas tentang pengembangannya.

Fotografi menurut Ansel Adams merupakan media berekspresi dan komunikasi yang kuat, dalam menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan eksekusi yang tidak terbatas. Selain itu, fotografi juga merupakan salah satu produk karya yang menarik dari sebuah ekspresi seni maupun komersialisasi produk. Tentunya dunia fotografi ke depan terus mengalami kemajuan baik dari segi teknologi maupun konsep artistik-nya. Salah satu bukti bahwa fotografi penting, fotografi telah menjadi salah satu media utama dalam membangun persepsi masyarakat luas terhadap suatu daerah. Dimana dengan foto-foto potensi yang dimiliki suatu daerah bisa dipromosikan menjadi (DTW) daerah tujuan wisata yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan daerah.

Citra Orang Madura dalam Prespektif Teori Frank Jefkin

Penulis kali ini mencoba untuk menciptakan sebuah korelasi antara konsep fotografi dengan teori citra Frank Jefkin. Menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relations,* definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai "kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil-personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusaahaan." Lanjut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114) mengatakan citra diartikan sebagai kesan

seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (image). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

Mirror Image (Citra Bayangan). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi – biasanya adalah pemimpinnya – mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Selama ini jika orang mendengar kata "Madura" seringkali merasa takut, dan aneh hal ini disebabkan oleh beberapa informasi yang mereka dapatkan dari saudara, teman, orang lain, dan media massa dengan sesuatu yang bernuansa keras dan kriminal; Namun juga banyak dari mereka yang melihat Madura sebagai daerah yang agamis, tenang, dan nyaman. Hal ini disebabkan karena Madura memiliki banyak pondok pesantren. Dengan demikian citra bayangan yang muncul dibenak masyarakat diluar Madura adalah Madura merupakan daerah yang memiliki keunikan baik dari potensi daerahnya, maupun sosial masyarakatnya.

Current Image (Citra yang Berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya. Pada konteks ini Citra yang berlaku terhadap orang Madura masih identik dengan sesuatu yang bersifat kekerasan. Ini juga salah satu bentuk dampak sosiologis dari prilaku kasar. Sementara nilai-nilai religi dan sifat-sifat a*ndhep asor* (sopan santun) orang Madura tidak terekpos dengan baik sehingga tidak semua orang yang tahu.

Perlu diketahui Madura memiliki dua daerah yaitu Madura barat yang terdiri dari Bangakalan, Sampang; serta Madura timur yaitu Sumenep, dan Pamekasan kedua sisi ini memiliki keunikan tersendiri baik dari sisi logat daerah mupun sikap masyrakat disana. Jika Madura barat secara geografis merupakan daerah yang gersang dan tandus sehingga selalu identik dengan kekearasan; sementara masyarakat yang berada di daerah timur dikenal sebagai mayarakat yang berkepribadian lemah lembut.

Penulis disini melihat bahwa Madura merupakan darah yang dinilai unik karena memiliki lingungan masyarakat yang berbeda dengan daerah lainnya. Selian faktor geografis yang menjadi penyebabnya, faktor kebiasaan atau adat istiadat masih sangat di junjung tinggi oleh masyarakat Madura. Sebagai contoh Bali, Bali merupakan daerah yang memiliki potensi pariwisata yang besar, kaya akan budaya, pesona alam yang memukau yang membuat semua orang ingin datang ke Bali. Padahal dalam prespektif lain Bali dinilai sebagai daerah yang tidak sesuai dengan kebiasaan orang Indonesia pada umumnya. Dimana kebiasaan masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang agamis, menjaga kesopanan, dan masyarakat madani. Namun pada kenyataannya Bali sering disebut sebagai tempat yang bebas untuk melakukan apapun seperti porstitusi, miras, judi, dan lainnya. Disini penulis tidak menginginkan Madura menjadi daerah yang seperti Bali.

Multiple Image (Citra Majemuk). Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa Madura merupakan daerah yang memiliki keunikan sosial masyarakat, sehingga itu yang memunculkan kesan yang majemuk di masyarakat luar. Dilihat dari segi geografis sudah jelas Madura terbagi menjadi Madura barat dan Madura timur.

Corporate Image (Citra Perusahaan). Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Secara khusus Madura masih dinilai sebagai daerah yang agamis, dimana masyarakat di Madura masih menjunjung tinggi asas *bapha', babhu', ghuru, ratho* (bapak, ibu, guru, ratu). Asas ini menjadi falsafah orang Madura dimana asas ini juga menjadi sebuah bukti bahwa Madura merupakan daerah sangat menghargai nilai-nilai kesopanan. Disamping itu terdapat sosok kyai yang mampu menjadi panutan dari setiap tindak-tanduk orang Madura. Secara pendidikan masyarakat Madura masih lebih mengidolakan

pendidikan di pesantren daripada pendidikan di sekolah umum. Hal ini disebabkan orang Madura masih yakin atas keberkahan dari kyai atau guru mampu memberikan ilmu kehidupan yang lebih baik.

Wish Image (Citra Yang Diharapkan). Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diraharapkan Madura, yaitu menjadi salah satunya daerah tujuan wisata, dan daerah yang memiliki kesan positif sehingga mampu merupa persepsi public tentang stereotipme Madura dan orang Madura.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto2002, terdapat empat komponen pembentukan citra yaitu *Persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.* Keempat komponen ini merupakan serangkaian proses dalam membentuk kesan terhadap suatu pemaknaan. Persepsi merupakan proses pemaknaan terhadap lingkungan sekitar, kemudian kognisi merupakan proses pemahaman dari pemaknaan yang menghasilkan sebuah keyakinan dari suatu objek, selanjutnya motivasi adalah salah satu komponen yang mampu menggerakkan sikap dalam melakukan sesuatu. Tentunya motivasi ini muncul karena terdapat sebuah proses pemaknaan dan pemahaman sehingga muncul sebuah keinginan untuk melakukan sesuatu, dan selanjutnya sikap yang merupakan titik akhir dari sebuah proses munculnya kesan terhadap suatu objek.

Jika selama ini muncul stereotip terhadap Madura, salah satu alasannya adalah individu tersebut termasuk individu yang sering mendapatkan terpaan berupa informasi tulisan atau gambar tentang sesuatu hal yang bernuansa negatif seerti kekerasan, dan kriminalisme di Madura. Inilah yang menghasilkan persepsi hingga sikap apatisme terhadap orang Madura.

Re-Imaging Madura dengan Foto Artistik

Secara garis besar, arti fotografi adalah suatu proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada

media yang peka cahaya. Fotografi juga merupakan gambar, foto merupakan alat visual efektif yang dapat memvisualkan sesuatu lebih konkrit dan akurat, dapat mengatasi ruang dan waktu. Sesuatu yang terjadi di tempat lain dapat dilihat oleh orang jauh melalui foto setelah kejadian itu berlalu.

Dalam dunia fotografi nilai artistik merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menghasilkan karya fotografi yang nyaman dilihat. Seperti yang kita ketahui, bahwa semua orang bisa mendokumentasikan suatu gambar dengan sebuah kamera. Namun tidak semua orang mampu menghasilkan gambar yang menarik dan nyaman dilihat. Tentunya dalam menghasilkan gambar yang bagus perlu teknik khusus dan pemahaman baik dari segi teknis kamera, pencahayaan, komposisi, sudut pandang (anggel) maupun konsep dalam pengambilan gambar tersebut. Teori diatas tidak bisa kita abaikan sebagai fotografer, karena secara teknis proses tersebut harus dilaluinya.

Seperti foto-foto yang penulis kumpulkan melalui media mesin pencari *googling* menemukan banyak foto-foto dengan kata kunci "Madura, orang Madura, karakter orang Madura, pesona wisata madura" menemukan beberapa foto sebagai berikut :

1. Kata kunci Madura

Sumber *google*

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa Madura masih memiliki penilaian negatif atau seringkali dianggap sebagai daerah yang bernuansa kekerasan. Hal ini terbukti dari beberapa gambar yang terdapat diatas masih memunculan unsur kekerasan. Inilah yang menyebabkan stereotipme Madura Keras dan bernuansa kriminal masih melekat pada benak kebanyakan orang. Gambar diatas penulis mengutip dari mesin pencari *google,* dimana *google* merupakan salah satu mesin pencari paling mudah untuk mendapatkan informasi.

2. Kata kunci "orang Madura"

Sumber *google*

Kata kunci diatas penulis ingin mencoba melihat dari prespetif yang berbeda. Jika selama ini banyak orang menganggap orang Madura hanya mampu menciptakan kerusuhan dan tindakan kriminal, namun orang Madura juga memiliki kebiasaaan yang positif. Jika gambar diatas terdapat sosok legenda pak sakera dengan sebuah senjata celurit, namun juga terdapat gambar yang menunjukkan etos kerja orang Madura dengan menanam tembakau, sifat religius orang Madura, dan rasa cinta terhadap seni tradisional.

3. kunci "Karakter orang Madura"

Sumber *google*

Kata kunci "orang Madura" tidak jauh dengan kata kunci "karakter orang Madura" dimana gambar-gambar diatas memberikan sebuah gambaran kehidupan social orang Madura yang memiliki etos kerja yang kuat, masih bernuansa tradisionalisme, dan menjunjung tinggi nilai-nilai religius.Tentunya gambar-bambar diatas mampu memberikan sebuah kesan positif terhadap Madura itu sendiri.

4. Kata kunci "Pesona Wisata Madura"

Sumber ***google***

Dari berbagai kata kunci tentang Madura yang terdapat pada foto-foto memberikan sebuah informasi yang cukup luas terhadap penulis untuk memberikan sebuah analisis tentang kesan yang muncul dari berbagai foto-foto yang ada di mesin pencari *google.* Dari kesan pertama dengan kata kunci Madura langsung muncul beberapa foto yang memunculkan kesan kekerasan, inilah yang menyebabkan publik mampu mengingat kesan pertama mereka saat mendapatkan informasi tentang Madura. Foto-foto yang muncul diatas dari berbagai kata kunci sangat berbeda sehingga dalam prespektif foto artistik pada "Madura, Orang Madura, karakter orang madura" menekankan pada foto jurnalistik dan dokumentatif, sementara foto pada kata kunci "pesona pariwisata" terdapat banyak potensi keindahan alam di bumi Madura. Dengan demikian penulis berharap dengan adanya tulisan ini menjadi proses awal Madura memiliki *image*atau kesan baru dimata khalayak banyak.

Selain itu, penulis mencoba mengorelasikan antara kesan negatif terhadap orang Madura (stereotip) salah satunya dipengaruhi oleh informasi yang berbentuk gambar. Gambar atau foto merupakan media visual yang mampu memberikan sebuah gambaran terhadap sesuatu. Hanya dengan foto setiap orang mampu menciptakan sebuah kesan terhadap suatu objek. Sebagai salah satu langkah untuk membangun persepsi positif atau merubah kesan negatif menjadi kesan positif public terhadap Madura salah satunya menggunakan foto yang memunculkan kesan keindahan, keunikan, dan kenyamanan. Dengan demikian secara perlahan pemahaman publik terhadap Madura akan berubah.

Hal ini terbukti diberbagai kegiatan komunitas fotografi, dan komunitas bloger yang mencoba untuk mengabadikan gambar tentang potensi Madura hanya dengan satu keinginan yaitu mengenalkan Madura agar Madura menjadi daerah tujuan wisata. Hal ini juga terbukti beberapa tahun belakangan ini Madura banyak dikunjungi oleh para komunitas pecinta fotografi, dan bloger. Alhasil mereka mampu menciptakan foto-foto landscape yang sangat artistik dan dengan bantuan media social beberapa tempat

di daratan hingga kepulauan saat ini mulai menjadi daerah tujuan wisata. Tentunya kegiatan ini perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah.

Disini penulis melihat bahwa sebuah foto yang dikemas secara artistik akam mampu menghadirkan sebuah kesan positif terhadap suatu hal. Kami berharap kedua komunitas tersebut terus bekerjasama dalam berkarya terutama didunia fotografi agar mampu mengangkat citra Madura dimasa yang akan datang.

Kesimpulan

Disadari atau tidak Madura masih memiliki stereotipme, tentunya stereotipme tersebut tidak bisa kita biarkan karena sangat berdampat pada banyak hal. Hingga sakarang Madura masih dinilai sebagai daerah yang tidak aman sehingga banyak orang masih merasa enggan atau merasa khawatir jika berunjung ke Madura. Padahal kenyataannya Madura menyimpan sejuta potensi alam, sumber daya manusia, seni dan budaya, dan lainnya yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Menurut teori citra Frank Jefkin diatas Madura masih memiliki citra yang buruk baik dari lingkungan social, maupun karakter masyarakatnya. Namun dengan munculnya foto-foto tentang potensi alam, potensi pariwisata, social masyarakat, yang dikemas dengan nilai artistik akan sangat membantu untuk merubah *image*burut Madura menjadi lebih baik. Peran serta masyarakat mendokumentasikan potensi-potensi yang ada disekitarnya adalah langkah nyata untuk merubah stereotipme Madura itu sendiri. Cara yang selama ini dilakukan oleh para komunitas fotografi dengan sejuta pengalaman dan ilmu dalam menghasilkan foto-foto yang artistik membuat hasil foto tersebut bisa nyaman dilihat, serta dengan bantuan komunitas bloger Madura seperti Plat-M, lontar Madura, dan lainnya berharap mampu mendesain agar foto artistik Madura mampu dengan mudah dilihat oleh publik.

DAFTAR PUSTAKA

Elvinaro. 2002, Dasar-DasarPublic Relations.Jakarta : Danasaputra

Jefkins, Frank dan Yadin. 2003, *Public Relations. -Edisi Revisi kelima-*, Jakarta, Erlangga.

Jefkins, Frank. 2004, *Public Relations (Edisi Kelima)*, Jakarta, Erlangga.

Jefkins, Frank. 2005, *Public Relations*, Jakarta, Erlangga.

StereotipeOrangMadura | LontarMadurahttp://www.lontarmadura.com/analisis-stereotipe-orang-madura/#ixzz3qaMx4UsK

TANTANGAN BUDAYA MADURA DI ERA NEW MEDIA

Teguh Hidayatul Rachmad
Syamsul Arifin

Pendahuluan

Dalam sistem kehidupan bermasyarakat terdapat pola, struktur dan budaya yang berkembang sebagai norma dan aturan yang harus dipatuhi, sehingga menjadi habitus bermasyarakat, seperti; sifat, sikap dan perbuatan. Hal tersebut kemudian menjadi gambaran kehidupan tentang bagaimana komunikasi, tingkah laku, interaksi antar manusia dan menjaga keharmonisan di dalam kehidupan bermasyarkat. Potret kehidupan yang berlaku dalam suatu masyarakat akan cenderung dinamis dan mengalami perubahan seiring kemajuan dan peradaban yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan perkembanganmedia.

Demikian juga dengan peradaban masyarakat Madura yang selama ini dikenal dengan kebudayaannya yang beragam, unik, dan stereotip. Dari seluruh rangkaian kebudayaan yang ada di Madura terdapat sebuah tata nilai dan simbol tertentu yang memberikan kesan dan kekhasan masyarakat Madura, seperti tentang ketaatan, kepatuhan secara hierarki kepada empat figur utama *bhu pa' bha bhu' ghuru rato* (orang madura sangat menghomati ibunya, bapaknya, gurunya kemudian raja atau pemerintahannya).

Pada sisi yang lain pula, masyarakat Madura dikenal sebagai etnis dengan stereotip berpenampilan tegap, pemberani, pekerja yang ulet, nekat, suka merantau. Sikap orang Madura dapat dilihat dari beberapa ungkapan sebagai penggambaran yang mempunyai

makna filosifi seperti *apental ombe' asapok angin* (berbantal ombak, berselimut angin) yang mempunyai arti bahwa masyarakat Madura tidak pernah menyerah untuk mendapat cita-cita yang diimpikannya dengan tekad dan perjuangan besar. Sejarah perkembangan budaya Madura diawali dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kuntowijoyo (1980), Leunissen (1982), De jonge (1984), Jordaan (1985), dan Niehof (1985). Hasil kajian telah menunjukkan bahwa kebudayaan Madura bukanlah pelengkap kebudayaan jawa kerana mempunyai ciri khas yang tersendiri dan melalui proses perkembangan sendiri (Jonge 1989).

Orang Madura dianggap sebagai etnis yang keras dan suka dengan kekerasan, kondisi seperti ini telah banyak dipersepsikan oleh orang diluar pulau Madura tentang karakter masyarakatnya yang kasar. Hal tersebut yang membuat orang luar Madura tidak banyak yang berkunjung ke pulau Madura. Berbeda dengan ilmuwan yang menganggap bahwa fenomena dan keunikan masyarakat pulau Madura itulah yang menjadi alasan untuk dijadikan kajian penelitian (Jonge 1989). Dari penelitian itulah, akan ditemukan hasil yang dapat membawa masyarakat Madura menjadi masyarakat globalisasi yang melek media, namun tidak meninggalkan kearifan lokal budayanya.

Keanekaragaman tersebut membuat beberapa pandangan kepada orang Madura tentang stereotip negatif yang menyatakan bahwa orang Madura bersifat panas, berani dan perasaan cepat marah (Fauzi: 2004). Sifat tersebut dikatakan ada karena kondisi lingkungan yang panas. Bagaimanapun juga pandangan tersebut tidak semuanya tepat, namun juga tidak semuanya salah. Seperti yang dapat dilihat dari pepatah *lebbhi bekus pote tolang katimbang pote mata*, yang berarti dari hidup menanggung perasaan malu, lebih baik mati berkalang tanah, inilah yang menjadi motivasi carok orang Madura (Mien:2007).

Tradisi carok telah menciptakan stereotip negatif yang berkembang diluar pulau Madura. Tradisi carok orang Madura, dikenal dengan berlawan dengan menggunakan senjata khas Madura

(*clurit*). Oleh karena itu, pandangan ini memberi pandangan negatif bahwa orang Madura disamakan dengan sifat kasar dan emosi yang tinggi. Sebenarnya, carok dilakukan untuk membela kehormatan keluarga, dan perasaan *malo* (malu). Istri merupakan manifestasi martabat dan kehormatan suami, karena istri adalah *bhantal lapate* berarti landasan kematian(Latief 2002).

Tradisi carok secara tidak langsung telah mempengaruhi pandangan masyarakat luar Madura negatif. Carok adalah tindakan secara fisik yang dilakukan oleh orang Madura terhadap orang lain yaitu dengan menyerang menggunakan senjata dan biasanya membunuh orang yang menghinanya (Fauzi 2004). Selain carok, Madura juga dikenal dengan tradisi kebudayaan yang lain seperti karapansapi. *kerapan sapi* sebagai salah satu kesenian yang diangkat sebagai budaya Madura, sedangkan bentuk budaya tersebut adalah memperagakan pertandingan pacuan sapi jantan yang memang khusus untuk dipertandingkan(Fuad2012).

Dalam kegiatan budayaKerapan Sapi, selalu muncul sifat kekerasan tertentu karena latar belakang berbagai pertanyaan seperti martabat pemilik sapi kerap. Karapan sapi merupakan pertandingan yang sangat dekat dengan perkelahian karena disebabkan terjadinya kecurangan saat pertandingan. Selain martabat yang dipertaruhkan, keuangan yang dikeluarkan oleh pemilik Kerapan Sapi biasanya sangat besar sehingga mudah bagi pemilik sapi untuk emosi ketika terjadi kecurangan (Fuad 2012).

Pada kenyataannya, orang Madura mayoritas baik dan penuh dengan adat kesopanan. Hal ini tergambar dari beberapa budaya lain yang ada di pulau Madura. Tradisi budaya Madura memiliki budaya yang unik dan bagus serta dilengkapi dengan berbagai pesan kehidupan yang baik kepada masyarakatnya. Budaya yang lembut serta jauh dari kekerasan, budaya yang dapat dilakukan oleh berbagai tingkat kehidupan masyarakat serta dapat menjadi satu identitas kehidupan seperti budaya sapi sonok.

Budaya *sape sonok* adalah budaya yang terdiri dari dua sapi betina yang disatukan dengan *pangonong* (perangkai) serta dihias

cantik. Ketentuan sapi maupun sapi sonok berasal dari bahasa Madura yang berarti sapi mengangkat kakinya dan memasukkannya ke atas *paddhokan* (papan kayu) yang berada dibawah gapura yang telah disediakannya. sapi sonok memiliki cara khusus dan unikya itu keseragaman langkah kaki sapi tersebut serta keelokan hiasan yang digunakan menjadi perhatian khusus dalam setiap pelaksanaannya. Sapi sonok dipertandingkan kecantikan dan keanggunannya serta diiringi dengan musik dan tarian saronenya itu sebuah musik khusus yang biasa digunakan untuk mengiring sapi sonok (Pusaka Jawa timuran edisi 3 Oktober 2012).

Menurut Bupati Sumenep (KH. A. Busyro Karim, dalam Tabloid Info 2013), mengatakan bahwa sapi sonok menjadi wadah untuk mempereratkan hubungan silaturrahim masyarakat Madura. Hal ini menjadi gambaran bahwa masyarakat Madura cinta kedamaian. Seni tradisi budaya sapi sonok, memiliki peran penting dalam menciptakan kondisi yang nyaman. Ini karena ada unsur filosofi dalam budaya sapi sonok yaitu sebagai salah satu wadah untuk mendekatkan hubungan silaturrahim dalam kalangan masyarakat Madura. Kemudian ia menjadi suatu gambaran kepada masyarakat umum bahwa masyarakat Madura mampu untuk menciptakan budaya hubungan yang baik antara masyarakat Madura.

Keanekaragaman sifat budaya yang ada di pulau Madura menjadi khazanah keilmuan dan pengetahuan untuk disebarluaskan ke masyaarakat Indonesia dan internasional. Budaya carok Madura yang terbilang keras dan negatif, tidak selamanya seperti itu. Masyarakat Madura pun tidak semuanya melakukan budaya carok dan pasti ada alasan tertentu, salah satunya adalah karena faktor kedekatan yang tinggi sehingga orang Madura melakukan carok. Ada banyak budaya Madura yang lebih eksotis untuk disebarluaskan informasinya ke masayarakat. Beberapa ccontoh diantaranya adalah bahasa yang dipakai oleh orang Madura yang memiliki tiga tingkat bahasa yaitu *Ja'-Iya* (bahasa kasar), *Engghi-Enthen* (bahasa sederhana) *Engghi-Bunthen* (bahasa halus). Dalam prakteknya, pada masa sekarang penggunaan bahasa Madura mengalami pergeseran

terutama dikalangan remaja Madura. Banyak orang Madura yang tidak dapat menggunakan bahasa halus Madura dengan baik dan benar (Lontar Madura edisi 05 Nopember 2013).

Yang kedua macapat. Macapat adalah tembang atau puisi tradisional yang berisi pujian kepada Tuhan Pencipta alam semesta, menyampaikan ajaran, menyampaikan anjuran, berisi tentang ajakan mencintai ilmu pengetahuan, ajakan untuk memperbaiki kerusakan moral dan ahlak. Namun pada kenyataannya, Seni tembang atau puisi tradisional macapat di Pamekasan Madura kini ditantang kepunahan karena tidak ada generasi yang meneruskannya(Kompas.com edisi 13 Maret2011).

Dahulu seni topeng dikatakan sebagai kesenian yang paling tua. Adapun bentuk topeng yang dikembangkan di Madura berbeda dengan topeng yang ada di Jawa, Sunda dan Bali. Topeng Madura pada umumny abentuknya lebih kecil dan hampir semua topeng diukir pada bagian atas kepala dengan berbagai ragam hias. Seni tari topeng dalang ini pun sudah langka di pulau Madura bahkan ketika ini mulai pudar karena dianggap tertinggal oleh perkembangan zaman (Lontar Madura edisi 19 Nopember 2011).

Kekayaan budaya Madura yang masih tersimpan di dalam kearifan lokal masyarakatnya masih belum ter-*publish* di media, sehingga stereotype tentang orang Madura yang keras masih tersimpan dalam benak masyarakat luas. Solusi yang tepat untuk menghadapi permasalahan tersebut adalah dengan cara mem-*citra* kemudian mem-*publish* budaya masyarakat Madura ke media. Kendalanya adalah pengetahuan tentang pemilihan konten dan konteks media untuk penyebarluasan informasi budaya Madura yang tepat di era globalisasi saat ini. Masyarakat Madura dalam menghadapi arus globalisasi harus menggunakan media yang sudah berkembang, yaitu new media untuk men-*citra* budaya Madura di empat kabupaten di pulau Madura. Pembuatan *citra* empat kabupaten di pulau Madura harus sesuai dengan karakteristik kondisi alam, budaya, dan keunikan masyarakat tersebut. Pulau Madura yang kaya akan pesona alam dan budaya akan terlihat

eksotis dan berani mengahadapi budaya modernitas dalam terpaan arus globalisasi budaya.

Pembahasan

Perkembangan masyarakat berbanding lurus dengan perkembangan teknologi, tidak terkecuali teknologi di bidang komunikasi dan informasi yang biasa disebut dengan istilah New Media. New media sendiri mengandung pengertian sebuah istilah yang digunakan di abad 21 dan terhubung dengan jaringan internet. Hal-hal yang berkaitan dengan new media selalu dihubungkan dengan digital. New media bergerak dengan begitu cepat dan sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Tidak ada aktivitas manusia yang tak bersentuhan dengan teknologi new media. Seperti apa yang McLuhan sebut dengan teori perpanjangan alat indera (*sense extension theory*), yang menyatakan bahwa media merupakan perpanjangan atau perluasan dari alat indera manusia.

> "Secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media karena perpanjangan diri kita, timbul karena skala baru yang dimasukkan pada kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru. Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia". (McLuhan, 1964: 23-24)

Dari teori McLuhan diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya media sosial (facebook, twiiter, path, line, kakao talk, bloger, skype, yahoo messenger, email, instagram, etc) sebagai perwujudan dari new media telah membawa pengaruh bagi keberlangsungan hidup manusia. Segala sesuatunya berubah mengikuti zaman dan apa yang tengah menjadi *trending topic*. Budaya yang mulai masuk ke media menjadi sorotan masyarakat dan dapat merubah dan mengkosntruksi *image* budaya tersebut. Pada kesempatan inilah new media menjadi *point of view* budaya Madura menerima tantangan arus globalisasi dengan menggunakan *new media*.

Budaya Madura mulai dari Bangkalan, Sampang, Pamekasan, Sumenep bahkan hingga kepulauan yang ada di Madura, akan dapat di-*publish* melalui media sosial sebagai bentuk perwujudan new media. Dampak new media terdapat pada tingkat efisiensi dan efektivitas arus informasi yang sedang berkembang di ruang public. Percepaatan arus informasi ditandai dengan masuknya globalisasi dan informasi yang tanpa batas dan waktu. Perkembangan budaya Madura yang terinternalisasi di habitus orang Madura membuat daya tarik dan pesona bagi turis domestik dan luar negeri.

Globalisasi sebagai saluran hubungan sosial diseluruh dunia yang menghubungkan antar daerah meskipun letaknya berjauhan. Penyebaraninformasimelaluimedia sosial mengurangi kendala ruang dan waktu. Peristiwa, berita bahkan informasi yang terbaru pun tentang sebuah budaya dapat disiarkan secara langsung melalui media sosial dan akan mempengaruhi citra budaya tersebut. Ini berkaitan dengan fungsi media sosial yang dapat menonjolkan individu maupun memberikan status (*status conferral*) (Merton, 1948). Ini karena namanya, gambarnya atau kegiatan yang diunduhnya dimuat dan di-*share* oleh jejaring sosial. Dalam ilmu jurnalistik, hal ini dikenal dengan pemeo "*names make news*"[20]. Sehubungan dengan pembentukan citra, maka juga dapat dikatakan "*news make names*"[21].

Koneksi global dimediasi oleh teknologi informasi (terhi, 2001). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berada dekat dengan kehidupan sesuatu masyarakat itu mempermudah masuknya budaya dalam kehidupan suatu masyarakat, karena globalisasi dapat menjangkau segala aspek kehidupannya. Globalisasi media yang berkembang telah membawa berbagai kebudayaan dari luar sehingga dapat terintegrasikan dalam kebudayaan lokal.

Transformasi budaya barat melalui globalisasi media dalam bentuk teknologi komunikasi, telah banyak tumbuh dalam kehidupan masyarakat sehingga ia dapat mempengaruhi aktivi-

[20] Orang yang awalnya tidak dikenal, mendadak menjadi bahan perbincangan karena berita-berita yang ia buat

[21] Orang yang terkenal, sebaliknya, perlahan-lahan akan dilupakan apabila ia tak mempunyai berita

tas kebudayaan lokal. Budaya madura dalam gelombang teknologi melahirkan permasalahan yang besar dan mengancam eksistensi budaya masyarakat Madura. Oleh karena itu, dalam proses perkembangan tersebut akan melahirkan pergesaran dan perubahan baik dalam berpikir, bersikap, dan berperilaku sebagai bagian dari nilai budaya masyarakat madura. Kondisi ini kemudian memandang perlu untuk melihat bagaimana kesiapan masyarakat madura sehingga bisa memanfaatkan teknologi media sebagai konstruksi positif terhadap budaya.

Perlunya integerasi budaya dalam bangunan globalisasi media memunculkan kecerdasan lokal untuk bisa bersaing dalam dunia global dengan membuat budaya madura sebagai modal budaya. Modal budaya (*culture capital*) merupakan strategi yang paling tepat dalam menghadapi globalisasi dengan memasukkan seluruh atau sebagain budaya madura dalam dunia virtual seperti internet. Praktek modernisasi yang melahirkan pengetahuan telah ditafsirkan oleh Giddens (1991) bahwa pengetahuan baru dan pengetahuan seseorang akan terus mempertimbangkan dan pembangunan kembali diri mereka.

Dalam buku *cultural antropology,* Kottak (2004), menerangkan budaya dapat dilihat dalam tiga bentuk *Culture is learned*, *Culture is shared*, *Culture is symbol*, bahwa budaya dipelajari, di sebar luaskan dan budaya sebagai suatu simbol. Untuk mempertahankan eksistensi sebuah kebudayaan, kiranya perlu utuk melihat budaya-budaya lokal dibeberapa negara yang sampai saat ini masih menjadi kebanggaan masyarakatnya. Di spanyol, memiliki kebudayaan yang sudah mendunia yang kenal sebagai *Bullfights* yaitu sebagai pertarungan antara banteng dengan manusia yang disebut matador. Terlepas dari adanya unsur kekerasan dalam kebudayaan tersebut bahwa ketika ini telah menjadi ikon kota madrid dipsanyol.

Di negara Turki tepatnya di daerah *Selçuk,* terdapat sebuah kebudayaan lokal yang mendunia yaitu pertarungan antar unta (*Camel Wrestling).* Awal mulanya, kegiatan kebudayaan ini hanya sebagai aktivitas tradisional yang dilakukan oleh masyarakat

disana. Dalam perkembangannya warisan budaya *Camel Wrestling* kemudian dikemas dengan sebaik-baiknya dengan tujuan untuk bisa menarik wisatawan dari manca negara datang berkunjung kepada negara tersebut. Yang juga menarik dalam kegiatan kebudayaan ini bahwa hingga kini tidak dokomirsial sehingga kebudayaan ini dapat terjaga keasliannya.

Di India, terdapat upacara dan tradisi kuno masih dijalankan oleh masyarakatnya yang disebut *gajah jaipur*. Gajah di Jaipur merupakan festival kebudayaan dengan berbagai kegiatan seperti parade hias gajah, melukis gajah, dan beberapa geiatan lainnya. menghias gajah-gajah yang dipercantik lengkap dengan pakaian khusus merupakan kegiatan tradisional yang hingga kini masih dilestarikan. Kebudayaan ini kemudian menjadi destinasi wisata ketika berkunjung ke negara India.

Dalam konteks Madura, beberapa kebudayaan sangat berpotensi dijadikan sebagai ikon dan disebarkan dalam kepada seluruh dunia. Hal ini mengingat budaya madura pada dasarnya belum tereksplorasi dan belum terfalitasi dengan baik, sehingga keadaan ini dapat menjadi titik awal proses tranfomasi budaya dalam dunia internasional. Seperti dijelaskan diatas bahwa adanya budaya *kerapan sapi* dan *sapi sonok* sebagai salah satu modal budaya menuju kebagkitan dan eksistensi budaya lokal ditengah hegemoni budaya global.

Citra Madura harus sesuai dengan potensi masyarakat di empat kabupaten yang berbeda. Setiap kabupaten mempunyai ciri khas dan keunikan yang berbeda, sehingga citra Madura adalah representasi dari potensi budaya di setiap kabupaen di Madura. Citra menurut Kotler salah seorang yang ahli dalam bidang marketing menjelaskan bahwa seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek (1997: 208). Keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh setiap orang dalam melihat satu obyek berbeda-beda. Hal ini dipertegas dengan pendapat Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto yang mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap

perusahaan. Kesan ini diciptakan secara sengaja dari suatu obyek, positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatuperusahaan atau organisasi, atau dalam istilah lain disebut *favourable Opinion*(Soleh S & Ardianto. E, 2003: 111-112). Perusahaan dalam konteks ini dikorelasikan dengan kabupaten, sehingga citra kabupaten akan mempengaruhi masyarakat yang ada di dalamnya.

Adapun macam-macam *citra* atau *image* terbagi dalam lima citra, antara lain :

1. Citra Bayangan

   Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini cenderung positif, bahkan terlalu positif membayangkan hal yang serba hebat mengenai diri sendiri sehingga kitapun percaya bahwa orang-orang lain juga memiliki pandangan yang tidak kalah hebatnya atas diri kita. Sama halnya dengan citra Madura yang diaangap oleh masyarakat Madura yang islami, penuh dengan toleransi, tata karma yang tinggi dan bersahabat. Citra bayangan yang positif di pulau Madura dapat menjadi *blunder* bagi masyarakat Madura itu sendiri. Nilai yang terlalu positif akhirnya dapat menjadikan wilayah tersebut tidak mau menerima saran dan kritik dari orang luar di Madura.

2. Citra yang Berlaku

   Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini cenderung negatif bagi masyarakat yang tidak mau menerima saran dan kritik untuk lebih berkembang, tetapi bagi masyarakat yang terbuka citra yang berlaku cenderung positif untuk perkembangan daerah atau kabupaten.Orang Madura yang dipersepsikan oleh masyarakat luar Madura yang keras, suka carok, rawan kriminal, dan menang sendiri adalah citra yang berlaku di masyarakat. Persepsi masyarakat di luar orang Madura itulah yang menjadi point central untuk berbenah diri dan menerima masukan untuk menjadi

Madura yang lebih eksotis dan popular di tingkat nasional dan internasional.

3. Citra Harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang terlalu baik juga merepotkan. Namun secara umum, yang disebut sebagai citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik. Adanya keinginan untuk menjadi Madura yang lebih baik membawa citra Madura ke tingkat global. Tidak hanya dikenal dengan Madura yang keras, namun Madura yang mempunyai banyak budaya yang tidak kalah eksotisnya dengan Negara lainnya. Citra harapan masyarakat Madura menjadikan Madura *go public*.

4. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihnya, sukses ekspor, hubunganindustri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggungjawab sosial.

Perusahaan dalam hal ini adalah daerah atau kabupaten, tepatnya di pulau Madura dengan empat kabupaten yang ada di dalamnya. Citra Madura tidak hanya tergantung dari pemerintah kabupaten saja, namun yang lebih penting juga ada di masyarakat atau orang Madura. Keramah-tamahan orang Madura dalam menerima tamu atau turis dari luar Madura adalah salah satu hal yang oenting dalam membuat kemudian meningkatkan citra harapan Madura. Pelayanan yang baik, ramah, dan kenyamanan yang itnggi bagi tamu dan

wisatawan asing akan berdampak kepada stabilitas ekonomi di Madura.

5. Citra Majemuk

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai. Masing- masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri, sehingga secara sengaja atau tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra itu harus ditekan seminim mungkin dan citraperusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan, dengan cara mewajibkan semua karyawan mengenakan pakaian seragam, menyamakan jenis dan warna mobil dinas, bentuk tagline yang khas, symbol-simbol tertentu, dan sebagainya.

Madura harus mempunyai citra majemuk yang berbeda namun ada satu kesamaan atau cirri khas dalam meningkatkan citra Madura. Empat kabupaten yang berbeda citranya, mulai dari Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep harus menyatu citranya dengan citra Madura yang *go public*. Bangkalan dengan tagline kota salak, Sampang dengan kota bahari, Pamekasan dengan gerbang salam, dan Sumenep dengan kota budaya. keempat tagline yang berbeda-beda di empat kabupaten yang ada di Madura, namun harus sesuai dengan visi dan misi Madura secara keseluruhan, yaitu Madura *go public*.

Analisis ke lima citra yang ada di atas merupakan langkah strategis untuk membuat dan memperlihatkan kelebihan dan keunggulan Madura di tingkat nasional dan internasional. New media merupakan medium yang tepat untuk menyebarluaskan informasi tentnag Madura dengan citra yang *go public*. Pemilihan new media dengan program dan apliaksi yang sudah modern di

dunia, seperti media sosial merupakan salah satu bentuk promosi yang tepat bagi orang Madura yang akan memperkenalkan dirinya ke public. Pariwisata, budaya, keunikan dan kekahsan oreng Madura, sumber daya alamnya dapat di ekspose di media sosial dengan tamilan desain yang menarik, sehingga para investor dan wisatawan asing dan dalam negeri mempunyai minat yang tinggi untuk datang dan melihat pulau Madura yang tidak kalah eksotisnya dengan pulau-pulau yang ada di Indonesia.

Simpulan

Pulau Madura yang terkenal dengan kearifan lokal budaya islami yang kuat merupakan salah satu nilai lebih yang tidak dimiliki oleh pulau-pulau yang ada di Indonesia. Empat kabupaten yang ada di Madura, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep merupakan potensi Madura untuk meningkatkan citra di tingkat nasional dan internasional. Era globalisasi yang sudah masuk di Indonesia membawa dampak terhadap perkembangan media ke arah new media.

Media sosial yang merupakan bagian dari new media harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat untuk meningkatkan citra di empat kabupaten yang disesuaikan dengan citra Madura yang *go public*. Citra yang terbagi menjadi lima bagian yang saling berhubungan merupakan bentuk analisis eksistensi pulau Madura di masyarakat tingkat nasional dan internasional.

Kelima citra tersebut diantaranya adalah, citra bayangan, citra yang berlaku, citra harapan, citra perusahaan, dan citra majemuk. Semua citra tersebut berbeda definisi dan karakteristik objek kajiannya. Empat kabupaten yang mempunyai ciri khas dan keunikan yang berbeda adalah salah satu keunggulan untuk ditingkatkan dan dikorelasikan dengan kelima citra, agar sesuai dengan citra Madura yang go public.

Kabupaten Bangkalan yang terkenal dengan kota salaknya, Sampang dengan letak strategisnya yang dekat dengan pantai, sehingga dikenal dengan kota baharinya. Pamekasan dengan gerbang

salamnya, yang merupakan kabupaten dengan jumlah pondok pesantren yang tinggi dibandingkan dengan tiga kabupaten lainnya. Sumenep denga kota budaya karena banyak artefak budaya yang masih terjaga kelestariannya, misalnya; terdapat keraton dan asta tinggi (kuburan para raja). Keempat kabupaten dengan keunggulan yang berbeda dapat menunjang dan meningkatkan citra Madura untuk go public di kancah nasional dan internasional melalui new media, terutama media sosial. Keunggulan media sosial yang bersifat personal dapat membuat dampak positif bagi citra Madura yang positif juga, melalui *word of mouth* dan *suggest* dari satu orang ke orang lain dan kemudian menyebar menjadi *trendsetter* di dunia maya.

DAFTAR PUSTAKA

Barbara J. Walkosz, Tessa Jolls& Mary Ann Sund. 2008. *Global/ Local: Media Literacy for the Global Village*. Paper Submitted for International Media Literacy Research Forum Inaugural Meeting Ofcom. London

Fauzi Mohamad B sukimi. 2004. *Identiti orang madura di malaysia*. Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan UKM.

Giddens, Anthoni. 1991.*Modernity and self-identity.self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Huub De Jonge. 1989. *Madura dalam empat zaman: prdagang, perkembangan ekonomi dan islam*. Gramedia Jakarta.

Jette, R. 2003. *Youth culture, media and globalization processes in greenland*. Journal young. Sage.

Kotler. P. 1997. *Manajemen Pemasaran. : Analisa, Perencanaan, Implikasi dan Kontrol, Jilid I*. Jakarta : PT Prenhallindo.

Kottak Conrad Philip. 2004. *Culture anthropology*. Tenth edition, published by McGraw Hill. New York. America.

McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The Extensive of Man*. New York:McGraw-Hill.

Mien Ahmad Rifai. 2007. *Manusia Madura*.Pilar Media, Yogyakarta.

Soleh Soemirat & Elvinardo Ardianto. 2003**.** *Dasar-Dasar Public Relations,* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Terhi, R. 2001. *The old and the new: communications technology and globalization in Russia.* New Media & Society. Sage

Wiyata, A. Latief. 2002. *Carok; Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. Yogyakarta: LKiS.

Internet :

Pusaka Jawatimuran. 2012. *Sapi Sonok', Aset Wisata Madura*.Pustaka Jawatimuran dari koleksi Deposit – Badan Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur: Prasetya, Volume II , No. 22, 3 Oktober 2010, hlm 30 http://jawatimuran.wordpress.com/2012/06/16/sapi-sonok-aset-wisata-madura/

Tabloid Info. *Media komunikasi dan inspirasi*. Edisi 186-187. II September & I Oktober 2013. www.sumenep.go.id

Media Madura.Edisi 3 januari.2013. *100 Seniman deklarasikan kebangkitan seni Madura.* http://mediamadura.blogspot.com/2012/07/100-seniman-deklarasikan-kebangkitan.html

Lontar Madura. *Topeng dalang madura, teater rakyat paling populer*. Edisi 19 Nopember 2011. http://www.lontarmadura.com/?s=topeng+dalang&x=28&y=10

Ikmawati al-Rahma. *Merawat dan melestarikan bahasa madura.* Lontar madura. Edisi 5 Nopember 2013.http://www.lontarmadura.com/?s=bahasa+madura+&x=14&y=15

Kompas.com edisi 13 Mac 2011.*Macapat Madura terancam punah*. http://oase.kompas.com/read/2011/03/13/0126417/Macapat.di.Madura.Terancam.Punah

PERILAKU DISFUNGSIONAL DALAM TRADISI BUDAYA MADURA

Dessy Trisiloway

Pendahuluan

Lauren Sandler, penulis buku "One and Only: The freedom of Having an Only Child, and The Joy of Being One" mengatakan, memiliki satu anak bahkan tidak memiliki anak sama sekali akan menjadi tren di masa depan. Sulitnya membesarkan anak ditengah ekonomi yang terpuruk dan kesibukan orang tua bekerja menjadi dua alasan tertinggi.

Hal tersebut sepertinya masih sangat sulit terwujud di negara kita karena dari tahun ke tahun ternyata angka kelahiran bayi terus meningkat 1,49 persen menurut data dari BPS.go.id. Angka tersebut tentu menunjukkan bahwa kita bangsa yang sangat ingin berkembang. Dengan terus melestarikan budaya kepada keturunan kita. Masyarakat kita masih memegang teguh keyakinan bahwa banyak anak itu adalah banyak rezeki.

Sehingga mungkin bisa menjadi sebuah ironi saat penduduk kita yang begitu memiliki kesibukan dan memutuskan untuk tidak memiliki keturunan. Tentunya mereka sudah merasa cukup hidup sendiri tanpa ada tanggung jawab untuk membesarkan keturunan. Padahal maksud utama untuk melegalkan hubungan lawan jenis adalah tentu meneruskan generasi.

Sehingga gugatan menaikkan batas usia minimal untuk menikah bagi perempuan di Indonesia ditolak Mahkamah Konstitusi dalam sidang putusan uji materi Undang-Undang Nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan. Gugatan tersebut diajukan oleh Yayasan

Kesehatan Perempuan dan Yayasan Pemantauan Hak Anak. Kedua lembaga itu menghendaki batas usia minimal untuk menikah bagi perempuan ditingkatkan dari 16 tahun menjadi 18 tahun. Saat ini, berdasarkan Pasal 7 ayat 1 Undang-Undang Nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan, batas usia menikah bagi perempuan ialah 16 tahun dan pria 19 tahun.

Hal ini terkait dengan banyaknya kasus tentang kekerasan perempuan dan anak yang terjadi di negara kita. Kasus kekerasan yang terjadi di dalam pernikahan maupun diluar lembaga resmi seperti pasangan yang belum menikah. Selain itu kasus kekerasan terhadap anak di bawah umur termasuk balita juga meningkat dari tahun ke tahun.

Perempuan merupakan pihak yang paling besar presentasinya menjadi korban kekerasan. Itulah sebabnya pemerintah bekerja sama dengan organisasi perempuan terus bergerak untuk menyadarkan masyarakat bahwa kedudukan perempuan dan pria adalah sejajar. Sosiolog UI, Ida Ruwaida juga seiring dengan pendapat pemerintah karena selama ini survey yang dilakukannya menunjukkan bahwa perempuan masih dianggap sebagai pihak yang 'melayani'. Sehingga saat perempuan menjadi pihak yang 'agresif' memiliki inisiatif yang berbeda dari perempuan biasanya maka akan dianggap tabu.

Data lainnya juga menunjukkan bahwa tahun 2012, 66% dari 12.649 kasus yang masuk ke Komnas Perempuan merupakan Kekerasan Dalam Rumah Tangga. Termasuk didalamnya adalah kekerasan yang disebut dengan *reproductive abuse*. Perempuan yang berada dalam tekanan suami untuk terus memiliki keturunan. Padahal pihak perempuan tidak mempunyai keinginan mengandung lagi.

Arist Merdeka Sirait, Ketua Komnas Perlindungan Anak menyatakan tingkat kekerasan kepada anak setiap tahun semakin meningkat. Hal ini terjadi karena runtuhnya nilai nilai yang menopang nilai nilai moral, ketahanan keluarga yang lemah, dan ketidak-pahaman orang tua akan hak hak anak.

Anak masih dianggap individu yang belum merdeka dan tidak memiliki pilihan kecuali yang dianggap benar oleh orang tua. Pendapat bahwa orang tua selalu memberikan sesuatu yang terbaik adalah tentu saja benar, tetapi dari sudut pandang mereka sendiri. Belum tentu anak merasa setuju dan mampu menjalani keputusan yang diberikan orang tua. Disinilah posisi dimana seharusnya pihak orang tua mampu memahami faktor pertumbuhan anak. Yakni memberikan kebebasan perpendapat kepada anak karena termasuk salah satu yang melatih bertahan hidup dengan kemampuan sendiri.

Salah satu contohnya adalah kasus pernikahan anak di bawah umur yang terjadi di daerah Sumenep Madura. Usia belia bukanlah halangan bagi penduduk asli sumenep yaitu salah satu kota di ujung pulau Madura untuk menikahkan anak mereka. Ada yang dijodohkan, ada pula karena keinginan anak sendiri. Lulus dari menempuh sekolah dasar anak anak tersebut tidak melanjutkan sekolah.

Fakta lain menunjukkan, mereka yang sudah menikah dengan status sekolah masih bisa melanjutkan pendidikannya. Biasanya ini terjadi di sebuah sekolah yang berbentuk yayasan memperbolehkan anak didiknya untuk terus menuntut ilmu. Namun mereka yang dinikahkan ataupun menikah dengan keinginan sendiri tetapi masih ikut dengan orang tua karena kurangnya kemampuan untuk bertahan hidup.

Beberapa penduduk ada yang menyampaikan bahwa perjodohan juga bisa dimulai sejak didalam kandungan dan itu dianggap biasa oleh penduduk setempat. Perjodohan yang dilakukan kebanyakan oleh kerabat dekat ini seringkali terjadi lebih karena hutang budi diantara keduanya. Selain itu mereka memandang bahwa pernikahan dengan kerabat dekat lebih disukai karena sudah mengetahui bibit, bebet dan bobot nya.

Ringkasnya, peraturan dikonkretkan dalam interaksi komunikasi rutin. Jadi, peraturan membantu merangsang pola interaksi sosial tertentu, yang pada gilirannya memperkuat peraturan pera-

turan itu (sebagai norma), dengan menggandakan dan mengulangi siklus pengaruh.(Lull, 1997:63)

Keluarga yang menjodohkan anak mereka terutama yang di bawah usia batas normal tentu berada dalam lingkungan yang sudah memiliki tradisi untuk berkomunikasi tentang kebiasaan menikahkan anak mereka secepat mungkin. Selain lingkungan telah mendukung, mereka cenderung akan meneruskan kesepakatan yang lebih bersifat 'memaksa' itu kepada generasi berikutnya. Sehingga terciptalah siklus yang kian waktu akan memperkuat 'kebiasaan' menikahkan anak di bawah usia normal.

Perempuan dan menikah muda

Seorang mahasiswi di salah satu universitas negeri di Madura sempat menyatakan kekhawatirannya tentang menikah muda yang sudah berlangsung lama di desanya Longos, Sumenep. Ia justru heran dengan kawan kawan seusianya yang meninggalkan sekolah demi menikah dengan pilihannya dan rela melepaskan kebebasan intelektual serta kebebasan berkarya.

Fenomena ini seperti bola salju yang semakin lama semakin membesar. Remaja disana merasa lebih baik menikah dengan pilihannya sendiri karena memiliki cinta daripada di jodohkan dengan orang yang tidak dikenal. Tidak jarang dari mereka saat menerima telpon yang berisi perkenalan dan berujung jatuh hati maka langsung mantap menikah. Meski tidak jarang peran orang tua tentu saja sangat memiliki andil dalam peristiwa ini.

Pada kasus menikah muda ini tidak menutup kemungkinan mereka dinikahkan karena dijodohkan. Perceraian justru terjadi saat mereka tidak mengenal satu sama lain tetapi dipaksa menikah. Biasanya pihak perempuan menerima saja pinangan dari pihak laki laki namun tidak dapat menyatakan ketidak setujuannya karena 'peraturan' yang selama ini ada adalah mereka harus mematuhi orang tua. Sehingga pihak perempuan hanya diam. Namun pada akhirnya perceraianlah yang diambil.

Seperti pendapat Lull sebelumnya sebuah aturan yang dilakukan secara berulang dan membentuk pola maka akan menjadi norma dan dengan sendirinya akan terulang di lingkungan yang sama. Hal tersebut hanya akan menjadi sebuah peraturan yang tidak tertulis, lebih kepada kesepakatan yang mengikat orang di sekitarnya dan menekan siapa pun yang tidak sejalan pemikirannya. Sehingga mereka bersedia menaati namun berada dalam bom waktu yang suatu saat bisa meledak begitu saja dengan membawa rentetan resikonya.

Menariknya, perempuan yang sebetulnya menolak menikah namun ketaatan kepada orang tuanya melebihi keinginannya untuk menolak biasanya dipinang oleh orang yang dianggap penting. Bisa tokoh masyarakat seperti kyai, guru mengaji, orang terdekat yang memiliki kewenangan di daerah tempat si perempuan tinggal. Mereka (perempuan) yang tidak dapat menolak tersebut lebih takut pada resiko penolakan oleh masyarakat, seperti stigma perempuan yang tidak laku ataupun hukuman secara tidak tertulis telah tidak menghargai tokoh yang membantu meminang.

Dilain pihak terdapat fakta jika perempuan yang menjadi anak pemilik pesantren akan jarang menikah di usia di bawah usia normal. Inipun juga terjadi aturan tidak tertulis seperti alasan bahwa mereka adalah generasi penerus pesantren dan harus melanjutkan berdirinya pesantren. Maka dituntut untuk bersekolah lebih tinggi dengan terbebas dari pola interaksi yang terjadi di lingkungan yang bukan pesantren.

Pernikahan muda juga bisa di pengaruhi oleh faktor, pendidikan, ekonomi, kebiasaan, adat istiadat jadi pernikahan muda yang ada di madura tidak semata-mata ingin menikah namun mempunyai faktor-faktor seperti diatas, perilaku manusia atau masyarakat bisa di pengaruhi oleh faktor tingkat pendidikan, keluarga, kebiasaan dan adat istiadat. Jadi tidak serta merta pernikahan di usia muda itu adalah pola interaksi yang tidak tepat. Namun pernikahan bawah usia normal ini banyak resiko-resiko yang mungkin sangat merugikan pada pernikahan mereka, berikut adalah beberapa kemungkinan yang bisa terjadi yaitu:

a. Kematian ibu yang melahirkan. Kematian karena melahirkan banyak dialami oleh ibu muda di bawah umur 20 tahun. Penyebab utama karena kondisi fisik ibu yang belum atau kurang mampu dalam menghadapi melahirkan bayi dan tentunya membutuhkan persiapan.

b. Kematian bayi. Bayi yang dilahirkan oleh ibu yang berusia muda, banyak yang mengalami nasib yang tidak menguntungkan. Ada yang lahir sebelum waktunya (prematur), ada yang berat badannya kurang dan ada pula yang langsung meninggal.

c. Hambatan terhadap kehamilan dan persalinan. Selain kematian ibu dan bayi, ibu yang kawin pada usia muda dapat pula mengalami perdarahan, kurang darah, persalinan yang lama dan sulit, bahkan kemungkinan menderita kanker pada mulut rahim di kemudian hari.

d. Persoalan ekonomi. Pasangan-pasangan yang menikah pada usia muda umumnya belum cukup memiliki pengetahuan dan keterampilan, sehingga sukar mendapatkan pekerjaan dengan penghasilan yang memadai, penghasilan yang rendah dapat meretakkan keutuhan dan keharmonisan keluarga. Hal ini terkait dengan kemampuan mereka yang menikah muda belum bisa sepenuhnya mengendalikan emosi, justru masih explosive dan agresif.

e. Persoalan kedewasaan. Kedewasaan seseorang sangat berhubungan erat dengan usianya, usia muda (12-19 tahun) memperlihatkan keadaan jiwa yang selalu berubah (BKKBN, 2003).

Dari sekian resiko yang diterima perempuan itu seharusnya pola interaksi yang terbentuk bisa lebih mempertimbangkan sisi baik dan tidaknya. Beberapa pihak yang terkait harus mampu meluruskan kembali interaksi yang dapat membentuk siklus yang menjadi aturan tidak tertulis. Dikarenakan resiko yang datang sebagian besar adalah menimpa pihak perempuan tetapi sesungguhnya akan berakibat kepada pelaku komunikasi yang ikut serta melancarkan penikahan di bawah usia normal.

Keluarga dan menikah muda

Support keluarga dalam fenomena menikah di bawah usia yang ditentukan pemerintah sungguh besar kontribusinya. Mereka (orang tua) justru ikut menjodohkan anak mereka saat masih berada dalam kandungan. Kebiasaan ini sudah dilakukan turun temurun. Masyarakat juga mengakui terkadang mereka menjalani karena orang tua sudah memberi contoh sejak mereka tumbuh di dalam keluarga.

Fakta lain yang menjelaskan fenomena ini adalah orang tua terkadang tidak dapat menahan keinginan untuk menimang cucu. Anak biasanya di persuasi untuk lebih cepat mengambil keputusan untuk menikah. Meskipun bersebrangan dengan keinginan si Anak, orang tua juga tidak menutup kemungkinan melakukan pengulangan secara berkala bahwa jika anaknya perempuan, maka 'engkau paling banyak akan pergi ke dapur'. urusan domestik inilah kadang yang membuat masyarakat kita khususnya perempuan yang kurang memiliki akses akan melakukan apa yang diminta orang tua. Tanpa berpikir panjang pesan yang terus berulang itu akan membentuk cara berpikir yang sempit kepada pihak yang menjadi sasaran. Jika akses keluar terbatas maka pesan tersebut akan mudah untuk mempersuasi.

Sesungguhnya pengalaman komunikasi berkembang dengan bersandarkan pada medan "pengharapan-pengharapan sebagai latar belakang orang-orang... saling berpegangan pada kesepakatan yang ketentuannya tak pernah benar benar mereka tetapkan" (Lull,1997:53).

Perjodohan sejak masa di kandungan tersebut tidak pernah tertulis dan ditetapkan oleh orang tua di masa lalu. Namun keturunan mereka melihat tidak ada yang salah dan justru baik untuk dilakukan. Tidak pernah ditulis secara resmi tapi dilakukan berulang ulang. Terlebih lagi diperbolehkan.

Sebagian dari mereka merasa sah sah saja karena hanya berstatus menjodohkan. Orang tua merasa telah memberikan 'masa

depan' aman karena pilihan mereka tentu baik untuk anak anak mereka. Si Anak hanya berkewajiban melanjutkan apa yang sudah dipersiapkan orang tua karena pasti takut di sebut membantah apalagi keluar dari sistem yang sudah lama terbentuk yakni aturan yang tidak tertulis dan telah menjadi kesepakatan.

Daerah Sumenep merupakan bagian dari Madura yang memiliki pendirian bahwa lebih baik mati daripada menanggung malu. Sehingga mereka percaya bahwa siapa pun yang pertama kali datang meminang anak perempuan mereka tentu langsung diterima. Pihak keluarga takut menolak peraturan yang ada. Selama ini sudah disepakati bahwa pinangan pertama tidak boleh ditolak jika tidak ingin putrinya menjadi perawan tua kelak. Hingga saat ini anggapan itu masih menjadi sebuah pesan yang seolah sekaligus aturan tidak tertulis. Sehingga yang melanggar sudha ketakutan dengan resikonya. Meski beberapa masyarakat sudah mulai terbuka pengetahuannya karena akses yang dimiliki. Namun pertanyaan besarnya adalah bagaimana dengan masyarakat yang aksesnya terbatas.

Kesadaran praktis yang menjadi intinya "meliputi pengetahuan tentang peraturan-peraturan dan taktik-taktik, dengan itu kehidupan sosial sehari-hari dibentuk dan dibentuk kembali" (Giddens, 1984:90)

Penolakan yang terjadi saat ada yang meminang, konsekuensinya sebetulnya sudah menjadi kesepakatan masyarakat. Peraturan tidak tertulis itulah yang membuat masyarakat desa ini menjadi enggan menolak pinangan lelaki pertama yang datang ke rumah. Khawatir menerima konsekuensi akan penolakan. Tidak memiliki cukup pengetahuan untuk memahami bahwa jodoh tentu sudah ada takdirnya.

Relatif terprediksinya kebiasaan dan rutinitas pribadi yang berbasiskan pola –pola sosial yang diatur oleh peraturan membantu orang-orang untuk merasa tenteram (Giddens, 1984).

Tujuan menjodohkan pada saat mereka masih di dalam kandungan sering kali berdalih untuk memiliki keturunan yang sudah

diketahui bibit, bobot, dan bebet nya. Ketiga hal inilah yang sering menjadi dasar mereka menjodohkan. Anak tidak perlu susah mencari tapi justru sudah diberikan 'masa depan' yang bagus. Namun alih alih menjodohkan dengan keluarga yang sudah diketahui asal usulnya, apakah mereka sudah memberikan kebebasan dalam berpendapat kepada anaknya sendiri?

Bagaimanapun juga hidup adalah proses yang harus dilewati oleh manusia manapun. Setiap dari kita manusia akan menjalani garis hidup masing masing. Begitu juga anak anak yang nantinya akan tumbuh dewasa. Maka pengalaman dan pengetahuanlah yang akan menjadi bekal tumbuh dan berkembang menjadi manusia yang lebih dewasa. Saat manusia tersebut tidak berpikir dan terbiasa untuk diperintah dan dituntun maka akan terbentuk *mind-set* yang kurang berkembang. Meski kedepannya akan selalu mentaati perintah, namun cara berfikir tidak dapat memiliki inisiatif dan memecahkan masalah sendiri. Selalu tergantung kepada orang lain karena terbiasa tidak berkembang memiliki pemikiran sendiri.

Kita sering cepat menemukan siapa yang berkuasa untuk menetapkan dan menjalankan peraturan-peraturan lokal. Penguasa yang lebih jauh sering kurang dapat diidentifikasi.(Lull,1997:65).

Perjodohan sedari dalam kandungan dan pernikahan di bawah usia normal yang ditetapkan oleh pemerintah sesungguhnya sangat sulit untuk menentukan siapa sesungguhnya yang mengawali tradisi. Hanya saja pelaku komunikasi yang mengikuti pola tersebut seringkali teridentifikasi merupakan orang sekeliling kita. Masyarakat mengetahui peraturan tidak tertulis itu sudah dilakukan sejak jaman dahulu. Generasi selanjutnya adalah yang melestarikan. Namun siklus ini tidak terjadi merata, karena beberapa tingkatan masyarakat ternyata tidak melakukannya.

Tingkatan masyarakat dimaksud tentu saja berhubungan dengan akses yang dimiliki. Akses ini terkait dengan pengetahuan yang dapat membuka cara berpikir diluar pola komunikasi yang dilakukan selama ini. Pola komunikasi yang terbentuk sudah sangat disepakati namun hanya orang tertentulah yang berani mendobrak

pola tersebut sehingga peraturan tidak tertulis yang ada bisa dirubah perlahan.

Akses yang terkait dengan pengetahuan ini bisa pengetahuan tentang apapun. Budaya, masalah sosial, hukum, ekonomi dan lainnya. Masyarakat akan perlahan memiliki pendapat baru dengan adanya pengetahuan yang mereka miliki. Sehingga aturan yang selama ini menganggap pernikahan di bawah usia normal itu harus dilakukan oleh sesama orang terdekat atau kerabat sedikit demi sedikit dapat dikomunikasikan kembali. Tentu dengan pertimbangan lain karena telah memiliki wawasan yang lebih lebih luas.

Lingkungan dan menikah muda

Berdasarkan data dari BKKBN Kabupaten Bangkalan, Lily S Mukti kepada Okezone.com, rata rata perempuan di daerah tersebut menikah di usia 18 tahun bahkan ada yang 16 tahun. Tidak jarang dari mereka menikah muda kemudian hamil dan keguguran. Ini disebabkan kondisi jasmani dan rohaninya kurang matang. Pihaknya ingin lebih menggiatkan program generasi berencana, bina keluarga balita, bina keluarga lansia, dan bina keluarga remaja.

Menurut penelitian yang dilakukan seorang mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Helliyah. Pernikahan usia muda di daerah Sumenep yakni kecamatan Bluto justru didukung oleh orang tua yang sengaja memanipulasi usia si anak demi lancarnya pernikahan. Perjodohan orang tua, ekonomi, kemauan si anak, rendahnya tingkat pendidikan, adaptasi budaya dan faktor agama adalah beberapa hal yang menjadi dasar dilakukannya pernikahan di bawah usia yang diijinkan oleh negara (Hidayah).

Penelitian ini juga menyebutkan bahwa pernikahan tersebut dapat memicu terjadinya dampak negative, seperti pertengkaran, egoisme pribadi, saling melalaikan tanggung jawab, sehingga berujung pada ketidakharmonisan, rumah tangganya terombang ambing dan berakhir dengan perceraian.

Masyarakat disana meyakini bahwa pelajaran bermuatan agama islam sangat penting. Tidak jarang ditemui anak Madura bersekolah di dua tempat sekaligus. Satu sekolah pelajaran nasional dan satu lagi adalah sekolah di yayasan islam seperti MI, MTS, dan MA swasta yang bisa dilakukan di sore hari sepulang mereka sekolah negeri. Oleh sebab itu, saat mereka memutuskan menikah dan harus keluar dari status sekolah negeri mereka masih dapat melanjutkan sekolah di swasta untuk mendapatkan pendidikan agama islam.

Maka istilah kyai dan guru mengaji di daerah ini sangatlah populer. Bahkan tidak jarang ditemui bahwa orang dengan sebutan tersebut maka sudah otomatis menjadi tokoh masyarakat di daerah sekitar dia tinggal. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya tokoh masyarakat ini memiliki perandalam perjodohan pernikahan anak di bawah usia normal. Meski tidak semua tokoh masyarakat namun gelar tersebut mau tidak mau membawa mereka dalam siklus pernikahan di bawah usia normal. Mereka dianggap memiliki kemampuan mempersuasi orang lain dalam menyampaikan pendapat.

Para tokoh di masyarakat biasanya merupakan orang dari kalangan pesantren. Meski tidak jarang yang disebut tokoh masyarakat juga mereka yang menjabat kepala desa, camat dan posisi struktural lainnya di desa. Maka pada saat tokoh masyarakat ikut memiliki peran dalam perjodohan yang di bawah usia normal dan berujung perceraian, sesungguhnya terlihat kekuasaan yang sedang berlaku.

Ketakutan masyarakat sesungguhnya bukan pada potensi menolak perjodohan namun sosok 'penguasa' telah melakukan komunikasi berulang bahwa peraturan telah disepakati dan ia adalah orang terhormat yang di 'tokoh' kan lingkungan sekitar. Alasan menolak terlebih hanya melukai penghargaan yang diberikan masyarakat dan dipercayakan untuk menjadi sosok yang dihargai serta dihormati. Sebagai lingkungan yang sangat menjunjung tinggi nilai agama dan penokohan tadi, meminjam istilah Robert K Merton

(1997) masyarakat tidak ingin dianggap memiliki 'perilaku yang disfungsional', yang patologis.

Masyarakat kita memiliki sebuah kebiasaan untuk mematuhi peraturan-peraturan sosial, tidak peduli berapa banyak dan berapa kali bentuk pengulangannya. Peraturan sosial tersebut lebih merupakan hal yang tidak tertulis tapi mereka mampu mengingatnya. Karena terus menerus terjadi duplikasi dan di adopsi. Melanggarnya hanya membuat mereka merasa tidak tenang karena masyarakat menganggap fungsi utama adalah menghindari kekacauan. Padahal kekacauan ataupun stabilnya suatu keadaan masyarakat tersebut hanya dianggap oleh individu individu atau kelompok sesuai dengan dunia dan motivasi mereka sendiri.

Sebetulnya perilaku disfungsional maupun patologis masih mengandung bias. Hal ini lebih karena siapa yang berhak menentukan label tersebut jika aturan yang dilanggar saja tidak tertulis jelas. Sehingga 'penguasa' terkadang memberikan ide yang sesuai dengan pemikirannya dan memaksakan berlaku di masyarakat tingkat bawah. Pelaksana aturan tidak mengetahui bahwa ide tersebut sesungguhnya berkaitan dengan kepentingan salah satu penguasa.

Sikap masyarakat terhadap mereka yang menikah muda sungguh sangat dibutuhkan ketegasannya. Mereka yang mendukung sebagian besar merupakan orang yang sudah mapan secara *financial* dan berada di dalam keluarga yang taat kepada agama. Seringkali alasan untuk menjauhi fitnah menjadi lebih kuat daripada mempertimbangkan psikis dan fisik pasangan yang menikah muda.

Kyai sebagai pemuka agama juga mendukung berlangsungnya fenomena ini. Dengan tujuan menjauhkan dari hal hal yang dilarang agama. Melihat pergaulan anak muda jaman sekarang terlebih dimudahkan menggunakan teknologi. Termasuk dikonsumsinya budaya populer secara besar besaran.

Media salah satu yang memberikan jalan kepada terdistribusinya budaya populer. Dimana Bungin menyebutkan dalam buku Komunikasi massa bahwa salah satu karakternya adalah budaya

massa juga memproduksi produk-produk massa seperti acara-acara *infotainment* adalah produk pemberitaan yang diperuntukkan kepada masyarakat luas. Seringnya tayangan *infotainment* menayangkan kehidupan bebas para selebritis membuat orang tua sekarang menjadi ketakutan anak anaknya akan menirukan kelak. Karena pergaulan anak masa kini mulai menunjukkan bahwa yang dicontohkan di media adalah boleh dilakukan dan sah saja memiliki hubungan dengan lawan jenis tanpa ada ikatan resmi.

Kita bisa melihat salah satunya adalah band terkenal yang vokalisnya sempat dipenjara karena kasus video porno. Namun hingga saat ini band tersebut sekaligus vokalisnya tetap menjadi idola masyarakat. Kasusnya seolah menguap begitu saja seiring dengan *booming* nya karya lagu terbarunya. Yang melekat di masyarakat adalah karya seni mereka yang laris di pasaran. Inilah salah satu peran media yang disebut sebagai produk budaya massa. Media ikut memberikan kontribusi terekspos nya kehidupan orang lain dalam hal ini gaya hidup yang tidak sesuai dengan budaya kita. Namun terus menerus ditayangkan seolah diperbolehhkan dan sah saja.

Disinilah aturan yang tidak tertulis dan berlaku di masyarakat kebanyakan ditaati namun tidak di kalangan tertentu. Hal ini semakin terlihat jelas siapa yang menetapkan aturan dan memiliki ide bahwa aturan tersebut harus tetap dijalankan. Tapi beberapa masyarakat dapat menjadi 'bayangan patologis' yang bebas dari anggapan sebagai pembuat kekacauan.

Regulasi menikah muda

Hukum yang mengatur pernikahan dibawah usia normal sebetulnya sudah sangat jelas dan ditetapkan di Undang Undang perkawinan. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa menikah batas minimal usia perempuan adalah 16 tahun dan laki laki 19 tahun.

Aturan hanya tinggal aturan meski peraturan tersebut tertulis. Prakteknya di lapangan, justru masyarakat yang masih

mengikuti kebiasaan menikahkan anak mereka di bawah batas usia normal maka akan melakukan berbagai cara untuk mencatatkan pernikahan secara resmi. Manipulasi usia adalah 'jalan' yang cukup berani diambil para orang tua tersebut. Namun tetap saja hal seperti ini terjadi di masyarakat. Pencatatan identitas seharusnya dapat terdokumentasi dengan rapi. Ide ide manipulasi tentu harus melewati beberapa proses.

Proses yang dimaksud tersebut tentu melibatkan penguasa. Penguasa disini sebetulnya ikut berperan dalam melancarkan manipulasi data. Sehingga perilaku disfungsional sebetulnya bukan hanya mereka yang tidak mematuhi peraturan tidak tertulis tetapi justru penguasa yang sudah menetapkan aturan juga ikut melanggar aturan yang sudah ditetapkan. Mereka pula yang memiliki ide namun tidak ada yang memberikan label 'yang patologis'.

DAFTAR PUSTAKA

Burhan Bungin, 2007. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat. Jakarta: Prenada Media Group

Lull, James. 1997. Media Komunikasi dan Kebudayaan suatu Pendekatan Global. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia - Hasil Sensus Penduduk 2010. Badan Pusat Statistik. 2011. ISBN 9789790644175

Sumber lain :

http://digilib.uin-suka.ac.id/5016/&sa=U&rct=j&ved=0CbcQFjAA tgl 14 nov 2015

FENOMENA MASYARAKAT DAN BUDAYA URBAN PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI MADURA

Dinara Maya Julijanti

Latar Belakang

Dinamika masyarakat dan perubahan sosial yang terjadi kerap menimbulkan keterkejutan dan melahirkan fenomena yang pada mulanya tidak terbayangkan. Pergeseran nilai dan perubahan sosial dalam kenyataannya memang tidak mesti berjalan linear, bergerak lurus. Adakalanya, dan bahkan seringkali terjadi, pergeseran dan perubahan tersebut bergerak naik turun atau mengikuti pola berputar, siklus. Namun, dalam bentuk dan pola apa pun pergeseran dan perubahan itu terjadi, biasanya suka muncul perbedaan dan lahir sesuatu yang bisa dianggap baru.

Di antara fenomena yang terkait dengan pernyataan di atas adalah apa yang terjadi dengan kehidupan masyarakat urban atau kelas menengah ke atas di perkotaan. Secara sosiologis, masyarakat urban sering diberi atribut modern, rasional, individualis, dan sekuler; sedangkan masyarakat rural dikategorikan tradisional, irasional, egaliter, dan religius. Kategorisasi demikian pada kenyataannya tidak bersifat mutlak dan berlaku permanen. Bisa terjadi semua atribut dan predikat tadi hadir, atau mengalami pertukaran, baik di masyarakat urban maupun di masyarakat rural.

Pariwisata merupakan salah satu komoditas yang saat ini sedang ramai dibicarakan. Mendengar karapan sapi, nama Madura menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Bagi masyarakat Madura,

pemasarn wisata telah menjadi bagian dalam pengembangan pariwisata, bahkan telah dapat menambah pendapatan daerah serta pendapatan keluarga masyarakat Madura. Pada kenyataannya pariwisata di Madura sangat kaya, diantaranya terdapat wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan manusia yang berada di kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep.

Pasca Suramadu, Madura menjadi salah satu tujuan wisata masyarakat luar dimana akses Suramadu telah membawa dampak positif terhadap perkembangan perekonomian masyarakat Madura. Jembatan Suramadu menjadi media trans komunikasi terhadap perubahan pendidikan, ekonomi, sosial dan budaya pada masyarakat Madura. Adanya masyarakat urban di Madura membawa pengaruh sosial dan budaya baik positif maupun negatif. Saat ini mobilisasi masyarakat semakin tinggi sehingga hal ini membawa dampak pada pengembangan pariwisata di Madura khususnya kunjungan wisatawan Nusantara/domistik.

Menurut L Dison, 2010. Bagaimana situasi masyarakat Madura masa kini setelah dibangunnya jembatan Suramadu, tentunya masyarakat Madura lah yang lebih mengetahuinya. Terutama mencari atau mencocokkan hal-hal sebagaimana yang dipaparkan oleh GM Foster tersebut. Apa yang menjadi hambatan dan apa saja yang mendukung perubahan dalam masyarakat, khususnya dengan semakin mudahnya jalur transportasi dan komunikasi dengan pulau Jawa.

Masyarakat Madura yang dikenal sangat ulet, pasti mampu merespons perubahan yang terjadi di pulau ini dan menciptakan daya tarik masuknya wisatawan (baik nusantara maupun asing) serta investor untuk membangun pusat industry maju. Melalui analisis SWOT penulis mengetahui banyak pengaruh internal dan eksternal pada pengembangan pariwisata di Madura. Dimana timbul fenomena masyarakat dan budaya urban pada masyarakat Madura khususnya di sisi akses jembatan Suramadu Bangkalan. Perubahan sosial terlihat dengan banyaknya masyarakat membuka usaha baru baik itu jasa dan kuliner sehingga dapat merubah status

sosial masyarakat sedangkan perubahan budaya seperti perubahan gaya hidup yang menyebabkan budaya tradisional Madura mulai terkikis.

Pembahasan

II.1. Masyarakat Urban

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lain dalam kehidupannya, sekelompok manusia yang saling membutuhkan tersebut akan membentuk suatu kehidupan bersama yang disebut dengan masyarakat. Masyarakat itu sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama.

Dalam hidup bermasyarakat, manusia senantiasa menyerasikan diri dengan lingkungan sekitarnya dalam usahanya menyesuaikan diri untuk meningkatkan kualitas hidup, karena itu suatu masyarakat sebenarnya merupakan sistem adaptif karena masyarakat merupakan wadah untuk memenuhi pelbagai kepentingan dan tentunya untuk dapat bertahan namun disamping itu masyarakat sendiri juga mempunyai pelbagai kebutuhan yang harus dipenuhi agar masyarakat tersebut dapat hidup terus (Koentjaraningrat, 2005: 122).

Dalam kehidupan masyarakat modern sekarang ini sering dibedakan antara mayarakat urban atau yang sering disebut dengan masyarakat kota dengan masyarakat desa. Pembedaan antara masyarakat kota dengan masyarakat desa pada hakikatnya bersifat gradual, agak sulit memberikan batasan apa yang dimaksud dengan perkotaan karena adanya hubungan antara konsetrasi penduduk dengan gejala-gejala sosial yang dinamakan urbanisme. (Soerjono Soekanto, 2006:23).

Urbanisme, urbanisasi yaitu proses berpindahnya penduduk dari desa ke kota/ proses terjadinya masyarakat perkotaan. Pada masyarakat kota ada beberapa ciri-ciri yang menonjol, pada

umumnya masyarakat kota dapat mengurus dirinya sendiri tanpa harus bergantung pada orang lain; masyarakat kota mempunyai jalan pikiran rasional yang meenyebabkan interaksi-interaksi yang terjadi lebih didasarkan pada faktor kepentingan daripada faktor pribadi; jalan kehidupan yang cepat di kota mengakibatkan pentingnya faktor waktu sehingga pembagian waktu yang teliti sangat penting untuk dapat mengejar kebutuhan-kebutuhan seorang individu; dan perubahan-perubahan sosial tampak dengan nyata di kota-kota karena kota biasanya terbuka dalam menerima pengaruh luar. (Soerjono Soekanto, 2006:140)

Beberapa ciri-ciri masyarakat kota yang selalu berusaha meningkatkan kualitas hidupnya dan terbuka dalam menerima pengaruh luar tersebut menyebabkan teknologi terutama teknologi informasi berkembang dengan pesat dalam masyarakat kota karena bagi masyarakat kota penggunaan teknologi informasi di segala bidang telah sangat signifikan meningkatkan kualitas kehidupan mereka. (Soerjono Soekanto, 2006: 139-140).

II. 2. Pengaruh bidang social masyarakat

a. Dalam lalu lintas wisatawan ke Madura pasca adanya jembatan Suramadu menyebabkan pengaruh social positif dan pengaruh negative terjadi. Ada pengaruh bagi masyarakat akibat dari interaksi antara pemilik, penduduk, dan tamu yang merupakan suatu iritasi wisatawan ada. Madura sebagai salah satu tempat tujuan wisata akan terpengaruh dampak social dari pariwisata. Jika proses dari kepariwisataan hilang dampak sosialnyapun hilang. Menurut Marpaung, 2000 dalam *Pengetahuan Kepariwisataan* (hal; 35-36) ukuran dampak sosial terdiri d*Euphoria;* Dalam bagian ini masyarakat setempat terkena imbas pembangunan kepariwisataan yakni melalui wisatawan yang datang. Dari sini dampak adanya Suramadu menyebabkan masyarakat setempat mempunyai kesempatan yang menguntungkan bagi masyarakat.

b. *Aphaty;* Pariwisata yang berkembang di Madura sesuai pengunjung yang datang menyebabkan tekanan yang dapat menghasilkan banyak uang. Tuan rumah dan tamu saling berhubungan dimana pembelian dan transaksi terjadi.dengan demikian saat ini di kaki jembatan Suramadu tepatnya di kecamatan Labang banyak toko cindera mata maupun warung kuliner yang dibangun baik permanen maupun tidak.

c. *Iritasi;* pada beberapa tujuan wisata berkembang dimanapun, tempat tujuan wisata mengalami perubahan, seperti yamg terjadi di Bangkalan. Jalan-jalan menjadi sepi tetapi wisata kuliner dan toko-toko cindera mata menjadi ramai.

d. *Antagonis;* Sebagai dampak dari kepadatan para wisatawan maka dirasakan masalah masyarakat muncul, seperti: kejahatan, polusi, akibatnya masyarakat kadang tertipu dengan kondisi yang ada. Saat ini sudah beberapa kali terjadi kejahatan kriminal dan kecelakaan lalulintas pada akses Suramadu

e. *Tingkat Akhir;* pada tingkat akhir ini masyarakat melupakan bahwa wisatawan tertarik karena alasan budaya. Perkembangan mobilisasi masyarakat urban akan mengubah selamanya kondisi kepariwisatan di setiap tempat tujuan wisata karena jenis wisatawan yang datang berbeda-beda.

II.3. Pengaruh terhadap budaya Madura

Urbanitas sendiri dalam konteks sosial ekonomi dan budaya tidak hanya merefleksikan sebuah formasi diskursif tatanan dunia kehidupan sosial politis, tapi juga perubahan paradigmatik di dalamnya, di mana nilai-nilai mengalami universalisasi di satu pihak, dan fragmentasi di pihak lain. Itu ditandai oleh capaian teknik, industri, gaya hidup, dan pertukaran budaya di dalamnya bahkan, secara sistematik industri kebudayaan yang menandai kultur urban masyarakat itu telah melahirkan marginalisasi, kapitalisasi, dan eksploitasi.

Dalam konteks itulah proses urbanisasi yang meniscayakan pertukaran budaya *(cultural share),* persilangan, dan persenyawaan budaya selalu menarik untuk dilihat terkait dengan bergesernya modus individu dan masyarakat yang ingar-bingar tampil dalam kota-kota besar sebagai hasil dari proyeksi modernitas. (Ismail, miming, 2011)

Menurut Marpaung Happy, 2000. Kebudayaan manusia terdiri dari kepercayaan, nilai, sikap, dan kelakuan, semua ini bagian dari masyrakat yang dilewati dari satu generasi ke generasi lainnya. Kebudayaan mempunyai cara pengungkapan yang berbeda seperti; pekerjaan, pakaian, arsitektur, kerajinan, sejarah, budaya, bahasa, pendidikan, tradisi, mengisi waktu luang, kesenian, musik, dan kesukaan lainnya.

Mengembangkan kebudayaan dan mengganti kebudayaan asli akan membuat kebudayaan asli beradaptasi dengan perubahan jaman. Proses kepariwisataan dipercepat karena dapat memperkenalkan kontak antara dua masyarakat yang mempunyai kebudayaan yang berbeda. Dalam proses ini masyarakat akan berubah. Oleh karena itu fenomena masyarakat urban di Madura khususnya di sekitar Suramadu mengalami perubahan budaya yang sangat cepat terlebih pada pola tatanan social kehidupan dan mata pencaharian.

Dampak dari masyarakat urban pada perkembangan pariwisata khususnya kebudayaan adalah seni dan kerajinan. Proses perubahan yang muncul ada tiga; ***Pertama,*** desain artistic tradisional dan bentuk kesenian khususnya menjamurnya toko cindera mata di kaki jembatan Suramadu, ***kedua;*** yaitu produksi yang diimpor dalam arti kesenian tradisional, ***ketiga;*** gaya dan keahlian bekerja. (Marpaung, 2000. hal: 37).

Sebelumnya pekerja seni yang ada di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan sangat sulit untuk memasarkan hasil produksinya namun adanya Suramadu memberikan dampak dan nilai tambah dengan banyaknya pengunjung yang datang ke Madura sehingga

produksi kerajinan bertambah dan pendapatan keluarga juga bertambah.

George M.Foster (1973) dalam bukunya *Traiditional Societies and Technological Change,* mengungkapkan dalam mengkaji perubahan perlu memperhatikan apa yang disebutnya sebagai hambatan-hambatan *(barries)* dan pendorong *(stimulants)* untuk mengubah perilaku dalam konteks menghadapi hal-hal baru dalam hidup manusia. Hambatan itu dapat dijumpai dalam bidang budaya, social, dan psikologi.

Hambatan dalam bidang budaya antara lain: nilai yang dianut serta sikap hidup sehari-hari. Nilai fatalistik misalnya, semangat kerja yang kurang dan mudah menyerah pada tantangan dan kesulitan yang dihadapi. (1). Budaya *etnosentris*, menilai baik buruk kebudayaan lain hanya berdasarkan ukuran yang ada dalam budaya sendiri. Kebanggaan dan kehormatan yang dimiliki oleh kelompok masyarakat. Norma-norma yang terkait dengan rasa kerendahan hati, kesopanan, dan kesederhanaan. (2). Budaya *relative,* menilai budaya yang berbeda berdasarkan konteks masyarakat yang memiliki budaya tersebut. Struktur kebudayaan masyarakat, pelapisan social. Biaya social yang tidak tampak sebagai akibat proses perubahan yang terjadi terutama program- program terencana yang dilakukan oleh badan atau yayasan tertentu. (3). *Dialect*, kesulitan meniru cara berbicara orang asing serta bahasa tubuh. Kepercayaan terhadap hal-hal yang bersifat supranatural, roh halus, jin, dsb.(Dyson, 2011. *Makalah Revitalisasi Kebudayaan Madura dan Pembangunan Karakter dan Pekerti Bangsa,* Bangkalan).

Hambatan social: solidaritas kelompok bisa berlebihan atau sangat longgar, konsep keluarga, kerabat hubungan darah atau kerabat yang diciptakan dalam konteks tertentu, pola pertemanan. Dinamika kehidupan kelompok kecil yang ada dalam masyarakat (militasi atau kurang militant). Opini public, konflik yang terjadi, perpecahan/pengelompokan anggota masyarakat, kepentingan *(vested interest),* kewenangan dalam keluarga, kewenangan dalam kehidupan berpolitik, pengaruh/kewibawaan orang-orang yang

bersifat khusus, kelas sosial/pelapisan sosial, serta struktur dasar yang mengatur interaksi dalam masyarakat.

Hambatan psikologis: perbedaan persepsi lintas budaya, persepsi terhadap pemerintah, persepsi terhadap pemberian (gift), perbedaan persepsi peran yang dimainkan dalam masyarakat, perbedaan persepsi tentang tujuan yang ingin dicapai, kesulitan dalam berkomunikasi, misalnya dalam hal bahasa, bahaya pengaruh dari contoh-contoh yang diberikan (meniru tapi salah/keliru), kesulitan dalam yang timbul dalam proses mempelajari hal-hal yang baru.

II.4. Pengaruh religiuitas

Religiusitas masyarakat urban telah muncul dan menjadi sebuah fenomena. Kalau ditilik agak lebih jauh, ada banyak faktor penyebab yang mendorong mencuatnya religiositas masyarakat urban tersebut, sekaligus bisa menjadi *entry point* untuk mengapresiasinya dari berbagai perspektif. Jadi, fenomena religiositas masyarakat urban tersebut masih menyisakan pertanyaan dan persoalan. Fenomena tersebut bukan semata-mata masalah agama, tetapi juga problem sosial budaya. Kendati yang namanya acara keagamaan dan pengajian di berbagai stasiun televisi dan radio sudah semarak di mana-mana, tetapi apa itu sudah cukup? (Bahtiar, Asep Purnama, *Suara Muhammadiyah*, edisi 20-02).

Fenomena sosial-keagamaan yang marak di kelas menegah ke atas tersebut jelas membutuhkan semacam bimbingan emansipatoris dan tuntunan dialogis yang diharapkan bisa memberikan pencerahan spiritual dan sekaligus pengayaan wawasan keagamaan. Sehingga, kemudian kesadaran beragama yang sudah tumbuh itu bisa berjalan secara wajar dan sehat, yang pada akhirnya akan lebih memungkinkan religiositas masyarakat urban itu bisa terwujud sambil menebar berkah dan rahmat bagi lingkungan sosial di sekitarnya.

Madura yang lebih dikenal dengan masyarakat yang religious, sampai saat ini masih mempertahankannya. Hal ini dibuktikan

dengan banyaknya pondok pesantren yang didirikan oleh para kiai dan tokoh agama di Madura. Maka dari itu pengembangan pariwisata di Madura masih terkendala oleh persepsi negative, dari masyarakat Madura itu sendiri. Dari hasil wawancara dengan dinas-dinas pariwisata yang terkait penulis menganalisis data wawancara yang diperoleh. Melalui analisi SWOT penulis menjelaskan beberapa permasalahn pengembangan kepariwisataan di Madura;

Tabel 1
Analisis SWOT
Kepariwisataan di Madura

KEKUATAN	KELEMAHAN	PELUANG	TANTANGAN
Dukungan dari pemda setempat	Fasilitas belum memadai	Penawaran dari investor	Persepsi dari masyarakat luar Madura tentang citra pulau Madura
Menjadi destinasi/ tujuan wisata	Pendapatan daerah masih kecil	Peranan BPWS (Badan Pengembangan Wilayah Suramadu)	Pengembangan Pariwisata di Indonesia
Daya tarik Suramadu	Asesibilitas (kemudahan traspotasi) masih kurang	Pengembangan Pariwisata akan mendorong APBD daerah setempat	Memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN
Daya tarik wisata Budaya lokal	MAN, MONEY, MATERIAL	Citra daerah akan semakin dikenal masyarakat luas	Pekerja Madura lebih memilih bekerja di Luar Negeri
Daya tarik wisata kepulauan	Sadar Wisata Masyarakat Madura masih kurang		

sumber: Hasil analisa penulis

Simpulan

Dari latar belakang dan pembahasan yang diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Suramadu sebagai

jembatan dan media trans komunikasi membawa dampak sosial, budaya dan agama pada masyarakat urban di Madura. Fenomena masyarakat dan budaya urban yang terjadi pada masyarakat Madura khususnya sisi akses Suramadu di Kabupaten Bangkalan berpengaruh pada pengembangan kepariwisataan di Madura.

Oleh karena itu perlu dikembangkan:

1. Media Promosi kepariwisataan di Madura perlu ditingkatkan baik cetak dan visual;
2. Perlu dibuat Pusat Informasi Pariwisata *(Toursm Information Center);*
3. Perlu dibentuk pusat home industry pariwisata di masing-masing kabupaten khususnya di sisi akses jembatan Suramadu;
4. Pemberdayaan masyarakat setempat untuk meningkatkan pendapatan daerah;
5. Peran PEMDA dan lembaga pendidikan formal maupun informal untuk memberikan pelatihan pada masyarakat urban setempat.

Fenomena masyarakat dan budaya urban pasca Suramadu yang terjadi pada masyarakat Madura khususnya masyarakat Bangkalan membawa dampak positif khususnya wisata kuliner. Banyak masyarakat luar Bangkalan yang datang walaupun hanya sekedar makan siang, dimana kali ini tidak hanya mencari menu soto dan sate tetapi lebih terkenal dengan " Nasi Bebek Sinjay", " Bebek Songkem", "bebek Bengal", dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Moleong, Lexy, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* PT. Remaja Rosda Karya, Bandung

Marpaung, Happy, 2000. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Alfabeta, Bandung

Koentjaraningrat, 2005, hal: 122. *Pengantar Antropologi 1*, Rineka Cipta, Cetakan Ketiga, Jakarta.

Soerjono Soekanto, 2006, hal: 23. *Sosiologi Suatu Pengantar*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

_____, Urbanisme, urbanisasi yaitu proses berpindahnya penduduk dari desa ke kota/ proses terjadinya masyarakat perkotaan. *Ibid.*, hal. 140.

*Asep Purnama Bahtiar, *Suara Muhammadiyah (edisi 20-02),* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Makalah :

Dyson, 2011, Seminar Nasional *Revitalisasi Kebudayaan Madura dan Pembangunan Karakter dan Pekerti Bangsa,* Bangkalan, Sabtu 22 Januari 2011.

Mimang Ismail, Penekun Budaya pada Pusat Studi Islam dan Kenegaraan (PSIK) Paramadina, Jakarta.

MENUJU MADURA SEBAGAI SERAMBI MADINAH: KONSEP, STRATEGI, DAN DESAIN AKSI PEMASARAN DAERAH (*MARKETING PLACES*) UNTUK PULAU MADURA

Surokim

Pendahuluan

Globalisasi perdagangan dunia membawa tekanan yang ketat dalam persaingan antar negara, khususnya negara berkembang seperti Indonesia. Globalisasi yang membawa iklim persaingan bebas menyaratkan semua pihak untuk semakin kreatif dan agresif di dalam membuka pangsa pasar yang lebih luas dengan meningkatkan keunggulan baik kualitas maupun kuantitas. Selain itu, dalam era global semua pihak dituntut untuk dapat mengembangkan potensi yang dimiliki secara maksimal sehingga dapat menjadi daya tarik bagi pasar dunia. Salah satu cara untuk menghadapi hal tersebut adalah dengan mengembangkan tempat atau kawasan yang memiliki potensi untuk dipasarkan ditingkat global. Tempat atau kawasan yang akan dipasarkan tersebut harus dapat didesain dan dikelola sehingga dapat menjadi daya tarik bagi para penanam modal atau investor dan para pelancong (turis). Sistem pemasaran tempat atau kawasan yang berkempeten pada suatu kawasan baik daerah dan negara kini lebih dikenal dengan sebutan *Marketing Places.*

Marketing Places pada dasarnya adalah strategi pemasaran dalam usaha menarik para investor atau penanam modal, industri, perdagangan, dan turis di sebuah kawasan. (Junaidi, 2002). Hal ini didasarkan kepada asumsi bahwa setiap kawasan selalu memiliki keunggulan yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik bagi

investor dan pelancong untuk datang ke tempat tersebut. Memang, tidak dipungkiri selama ini seolah hanya beberapa kawasan saja yang potensial menjadi daerah tujuan utama bagi para investor dan para pelancong. Hal ini tidak saja disebabkan oleh pesona budaya, ekonomi, dan kondisi geografis sebuah kawasan tetapi juga dipengaruhi oleh agresivitas pemasaran dan informasi yang disampaikan kepada investor dan para pelancong. Pemasaran, kini menjadi garda depan bagi pengembangan sebuah kawasan. Berbagai bukti kini sudah dapat kita lihat bagaimana sebuah kawasan seperti Batam, Singapura, dan Hongkong yang merupakan sebuah kawasan yang relatif baru dikembangkan kini telah menjadi kawasan yang sangat prospektif dan mampu menarik investor dan para pelancong.

1. Jika dilihat perkonsep, kegiatan *Marketing Places* tidak hanya terbatas pemasaran kawasan dalam lingkup tertentu. Namun, *Marketing Places* menyakup kegiatan yang luas tidak sekadar terbatas wilayah geografis tertentu. Kawasan (tempat) yang dipasarkan dapat berupa: (Junaidi, 200Negara (Indonesia) atau daerah propinsi (Jawa Tengah, Jawa Timur, dll)
2. Budaya, sejarah atau etnik dari suatu daerah (Yogya, Bali, Cirebon)
3. Kota metropolis/Pusat kota yang padat jumlah penduduknya (Jakarta, Surabaya)
4. Daerah yang mempunyai ciri khas tertentu/atribut khusus (toba, bunaken, NTB, NTT)
5. Daerah yang dijadikan sebagai pusat industri/rumah industri (pekanbaru, Jogja, Bandung).

Melihat deskripsi di atas maka terbuka peluang bagi sebuah kawasan untuk dikembangkan melalui program *Marketing Places.* Sebagai sebuah produk yang akan dipasarkan tentu saja terdapat beberapa prasyarat yang harus dipenuhi dari sebuah kawasan sebelum menerapkan strategi *Marketing Places* adalah untuk menarik pada investor dan para pelancong sehingga dalam tahap awal harus dipahami terlebih dahulu berbagai kebutuhan dan kondisi

yang diharapkan oleh para investor dan pelancong. Dalam tahap ini dapat didesain sebagai kawasan perdagangan, pariwisata, atau tempat tinggal. Kedua, pengambil kebijakan, khususnya pemeritnah harus memiliki kemauan yang kuat untuk menciptakan kondisi bagi pemenuhan berbagai prasarat pemasaran sebuah kawasan.

Hingga kini banyak negara dan berbagai kota besar di Asia telah memulai untuk memasarkan kawasannya ke berbagai negara dengan tujuan agar lebih dikenal dan menjadi daya tarik bagi investor dan junjungan ke kawasan itu. Dari kegiatan ini banyak negara dan kota kota-besar telah merasakan dampak berupa keuntungan dengan meningkatnya investasi dan kunjungan ke kawasan tersebut. Mengingat kegiatan pemasaran kawasan itu adalah konsep yang berkelanjutan dan berdimensi masa depan maka strategi *Marketing Places* seyogyanya dapat melibatkan berbagai unsur, terutama potensi masyarakat setempat. Dengan demikian, diharapkan sebuah kawasan yang dipasarkan dapat senantiasa berkembang dengan dukungan masyarakat lokal sehingga dapat bersaing dengan kawasan lain dan dapat menyumbang bagi pendapatan kawasan/negara.

Salah satu daerah di Indonesia yang sudah mulai dipasarkan di level Asia adalah Jogjakarta. Pemerintah Kota Jogjakarta memiliki kemauan yang kuat dan serius untuk *go International* dalam memasarkan Jogjakarta. Mereka mengandeng *Indonesia Marketing Association* (IMA) untuk mendesain strategi pemasaran Kota Jogjakarta secara terpadu. IMA menyambut baik tawaran itu mengingat Jogjakarta memiliki potensi khas yang memiliki peluang untuk bersaing ke tingkat global. Beberapa potensi yang menurut penilaian IMA layak jual itu meliputi tempat-tempat bersejarah (warisan dan budaya dari Keraton Jogjakarta), Candi Borobudur, makanan khas, kerajinan khas Jogja (Batik tulis), dari segi pendidikan (banyaknya Universitas di Jogja). Selain itu, yang menjadi daya tarik bagi para pengunjung adalah masyarakat asli Jogja yang ramah tamah dan terbuka mau menerima budaya dan hasil karya (kerajinan) dari daerah lain.

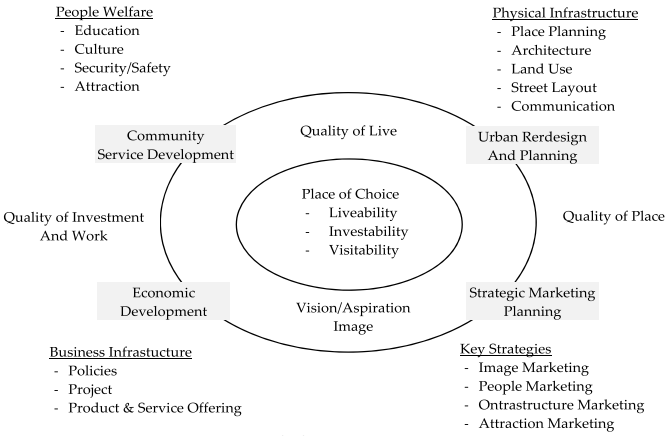
Dalam upaya untuk memasarkan *Jogja go International* ini, ada beberapa program yang dilaksanakan antara lain:

1. Menjual *Branding*/Logo yaitu *Jogja Never Ending Asia*
2. Sosialisasi lewat media musik (*Jogja Never Ending Music*)
3. Mempublikasikan Jogja lewat media cetak yaitu dengan membuat buku tentang warisan sejarah dan budaya leluhur.
4. Menggalakkan pelatihan-pelatihan bagi para pejabat Pemerintah dan
5. Mengadakan seminar (*Jogja International Dialogue*)

Upaya yang dilakukan oleh IMA ini terbukti dapat mengangkat citra Jogja di Level Asia dengan menjadi salah satu pesaing kunjungan wisata di Indonesia selain Bali. Melihat apa yang dilakukan oleh Jogjakarta ini maka tidak menutup kemungkinan bagi Bangkalan untuk menerapkan konsep dan strategi *Marketing Places* sehingga dapat bersaing dalam kancah perdagangan dunia, khususnya untuk meningkatkan daya atraktif bagi kawasan ini di mata investor dan pelancong.

Kerangka Dasar Pemikiran

Marketing Places Strategic Marketing efforts to attract and compete for inverstment, industry and tourism for place's long term sustainable grawth.



Model: IMA, 2005

Masyarakat dan Dinamika Politik Madura

Secara ekologis Madura adalah kelanjutan dari Jawa (Kuntowijoyo, 1998). Namun, ciri khas madura yang menonjol adalah banyaknya daerah tegalan dibandingkan dengan persawahan. Hal inilah yang membuat struktur sosial ekonomi Madura menjadi tidak sama dengan Jawa. Secara geografis, Madura dikelilingi oleh wilayah pesisir sehingga masyarakat Madura relatif banyak yang berkumpul diwilayah pesisir dan banyak yang bekerja sebagai nelayan.

Selain itu, Madura adalah kawasan yang berada di wilayah Provinsi Jawa Timur dan memiliki topografi dan kultur masyarakat yang khas. Kondisi geografis yang sebagian besar berupa wilayah kapur membuat gerak aktivitas masyarakat untuk migrasi keluar daerah relatif tinggi. Migrasi itu juga membuat sebaran warga madura hampir merata berada di sepanjang perairan utara Jawa Timur, khususnya wilayah tapal kuda pandalungan mulai dari Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Jember, Lumajang hingga Banyuwangi. Dalam beberapa studi seperti dilakukan Kuntowijoyo (2002), Jonge (2011) dan Wiyata (2013) kondisi geografis ini juga memberi kontribusi dalam membentuk watak tegas dan keras masyarakat Madura. Hal ini bisa jadi menjadi akar munculnya konflik manifest dalam politik kemasyarakatan di masyarakat madura.

Masyarakat Madura adalah masyarakat yang relegius, dan memiliki patron yang kuat terhadap tokoh agama, khususnya kiai. Patron tokoh agama yang kuat membuat dinamika masyarakat menjadi dependen, fanatik, dan amat tergantung pada para tokoh agama dan pemimpin lokal. Apalagi masyarakat Madura sebagian besar adalah nahdliyin menganut ahli sunnah dalam jamaah Nahdlatul Ulama sehingga tawadhu dan taat kepada pemimpin (kiai) itu dilakukan tanpa reserve. Titah kiai lebih taati daripada pada pemimpin formal. "*Mon tak norok perintane kiai cangkolang*", kalau tidak ikut perintah kiai dianggap lancang, masih dipegang teguh sebagian masyarakat, khususnya kelas bawah.

Dalam struktur masyarakat, relasi antarmasyarakat juga sangat kuat sehingga warga Madura dikenal memiliki ikatan persaudaraan yang kuat. Solidaritas, empati, kesetiakawanan, religiusitas, pekerja keras, keuletan, ketangguhan adalah etos Madura. Bahkan soal solidaritas warga Madura sangat kental baik di Madura maupun perantauan yang menjadi basis pengikat social mereka. Solidaritas ini membuat jejaring masyarakat Madura diberbagai tempat selalu eksis dan berkembang. Madura, sebagaimana etnis yang lain di Indonesia adalah masyarakat relegius yang memegang budaya islam tradisional yang kental. Hampir sama dengan kelompok masyarakat muslim tradisional yang lain di Nusantara, konstruksi budaya lebih banyak dikembangkan melalui nilai nilai islam dengan basis kepatuhan kepada orang tua, kiai dan guru serta penghargaan terhadap adat dan budaya local. Kekerabatan ini sungguh khas dan dalam konteks tertentu kepatuhan itu bisa menjadi perekat dan resolusi konflik yang efektif.

Seiring dengan meningkatnya pendidikan formal di madura, struktur masyarakat mulai berubah. Kalangan terpelajar, khususnya mahasiswa mulai berani berhadapan dengan elit dan turut menyuarakan aspirasi masyarakat kelas bawah untuk menuntut berbagai kebijakan pemerintah yang terkait dengan kepentingan masyarakat. Disaping itu, mereka juga mulai kritis ke bawah. Mereka juga menjadi barisan terdepan yang berani mengkritisi adat dan tradisi yang berlaku di masyarakat. Kalangan mahasiswa mulai kritis terhadap adat perjodohan dan pertunangan dini yang berlaku dihampir sebagian desa rural-periferi. Kondisi ini berlangsung hingga kini, sehingga keberadaan perguruan tinggi menjadi salah satu tonggak kebangkitan perlawanan kelas menengah di madura.

Masyarakat Madura hingga kini adalah entitas masyarakat yang taat mengamalkan nilai-nilai dan ajaran keagamaan/Islam dan menstuktur kebudayaan berbasis agama islam tradisonal (Kuntowijoyo dalam Haliq, 2014). Meskipun mereka relatif dependen terhadap kiai, tetapi dalam praktik ekonomi masyarakat Madura memiliki dependensi dan etos kerja yang tinggi. Kecerdasan

sosial masyarakat madura juga sering membuat urusan yang serius menjadi cepat cair. Masyarakat madura memiliki selera humor dan sensifitas kelucuan. (Mahfud, 2015) Mereka memiliki kelincahan dalam berkelit dengan logika-logika polos. Mahfud MD mengemukakan bahwa orang madura cukup pandai berkelit dan cerdik, tetapi tidak licik sehingga setiap kelincahan berdebat sering dikaitkan dengan kelincahan. Orang madura tambah Mahfud (2015) pada umumnya memiliki etos dan semangat kerja yang tinggi. Mereka bukan tipe orang pemalas dan cerdik Mereka orang yang agamis, egaliter, pemberani dan sportif.

Low context communication dalam urusan ekonomi dan *high context communication* dalam bidang agama ini kadang membuat tradisi sosial politik madura menjadi sulit ditebak dan sering berubah-ubah. Semua bisa berubah dalam waktu yang relatif singkat dan tergantung kepada arahan dan petunjuk para kiai. Partai politik bagi masyarakat madura tidak lagi menjadi penting atau menjadi basis ideologi. Bagi mereka partai politik hanya aksesori dan yang paling penting adalah tokoh. Afiliasi politik mereka sangat bergantung kemana para kiai berafiliasi politik.

Pemasaran Madura

Dalam kegiatan pemasaran kawasan ada beberapa prasyarat yang harus ditempuh oleh suatu daerah sehingga daerah/wilayah yang akan dipasarkan memiliki daya pikat. Pada tahap awal, pihak yang berkompeten sebagai pelopor untuk mengubah diri adalah pemerintah daerah. Dalam melakukan perubahan ini pemerintah daerah harus mengubah cara kerja/sistim kerja Pemerintah Pusat/ Daerah. Beberapa perubahan yang harus dilakukan tersebut antara lain (Junardi, 2002): mengubah cara kerja Pemerintah :

1. Sistem sentralisasi diubah menjadi desentralisasi
2. Sistem birokrasi menjadi sistem pelayanan umum (*Public service*)
3. Sistem Pemerintahan yang otoriter diubah menjadi demokratis

4. Sistem Pemerintahan yang selalu bergantung/dependent diubah menjadi independen.
5. Sistem Pemerintahan yang tertutup diubah mejadi lebih terbuka/transparan

Dalam konteks negara berkembang, pada tahap awal untuk menuju kondisi ini selalu menghadapi tantangan yang berat. Hal ini bisa dipahami mengingat perubahan ini tidak bisa menyangkut aspek instrumental dan struktural tetapi juga membutuhkan waktu adaptasi yang tidak singkat kerena menyangkut tata nilai yang telah tumbuh-kembang di masyarakat dan telah hadir cukup lama. Tentu saja kebijakan otonomi titik balik bagi upaya menuju kondisi di atas secara cepat. Melalui kebijakan daerah diharapkan dapat mendorong daerah untuk menuju kondisi di atas dengan baik.

Jika prasyarat ini sudah mampu dilakukan maka dalam tahap berikutnya pemerintah daerah dapat menerapkan strategi dengan membuat desain aksi yang meliputi:

1. Memilih tempat-tempat yang nyaman, indah, menarik dan strategis bagi para wisatawan, dan investor.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat baik dari segi pendidikan, kesehatan, keamanan, dan kebudayaan.
3. Mengelola tempat-tempat yang tidak menarik menjadi lebih menarik dan bermanfaat.
4. Pemakaian tanah sebagai lahan yang berpotensi untuk tempat industri (kawasan Sier).
5. Memberikan pelatihan dan sistem komunikasi yang lebih maju bai para usaha kecil (*home industry*). Sebagai contoh para usaha kecil batik tulis di Jogja pemasarannya mulai lewat internet sehingga dapat dikenal diseluruh dunia.

Selain itu, perlu diperhatikan dua komponen yang berperan penting dalam *Marketing Places* selain pemerintah adalah:

1. Pelaku bisnis (*Enterpreneur*) contoh: di Jogjakarta, banyak pedagang kecil batik tulis yang tetap usaha sendiri dan tidak mau bergabung (*marger*) dengan perusahaan.

2. Komunitas/masyarakat harus lebih berisifat terbuka terhadap budaya atau etnis lain yang masuk. Contoh: di Jogjakarta, masyarakatnya mau membuka diri untuk etnis lain sehingga banyak pengunjung yang tertarik dan merasa senang (betah) tinggal di Jogja.

Tidak hanya berhenti disitu, masyarakat juga harus senantiasa terbuka terhadap berbagai perkembangan teknologi dan inovasi. Cara mudah menjelaskan masalah iini adalah dengan mencontoh Cina yang berani membuka diri dari negara lain, khususnya dalam pengembangan teknologi dari negara barat. Hal ini juga harus diikuti dengan peningkatan sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan.

Setelah prasyarat tersebut terpenuhi maka kepentingan publik harus senantiasa menjadi acuan utama, khususnya bidang pelayanan publik. (Surochiem, 2003). Pada tahap awal masyarakat harus diberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi dan proses komunikasi ke dua belah pihak dapat berlangsung secara transparan dan akuntabel. Terjalinnya komunikasi yang udah diantara kedua belah pihak akan turut membentuk *sense of belonging* pada sebuah kawasan. Untuk itu, pemerintah kota harus mampu mendesain informasi mengenai pelayanan publik dan potensi kota yang dapat diakses secara mudah, cepat, dan murah. Media informasi ini harus senatiasa di *update* oleh pemerintah kota sehingga informasi selau up to date dan valid. Selain itu, pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pamasaran lokal tidak bisa ditinggalkan bahkan harus dipadukan dalam konsep *Marketing Places.* Di era etonomi daerah ini sebenarnya peluang pemerintah daerah untuk membuka diri cukup terbuka lebar. Bahkan tidak menutup kemungkinan untuk memasarkan diri tidak hanya dalam skala domestik dan regional tetapi meningkat di level Asia bahakn global. Melalui beberapa persiapan ini maka dapat disusun sebuah visi dan misi yang sejalan dengan strategi pemasaran global.

Kawasan Madura memiliki peluang dalam menerapkan strategi *Marketing Places.* Hal ini disebabkan Madura merupakan tempat

yang strategis dan berpotensi bagi para investor untuk menjadikan madura sebagai destinasi wisata budaya dan alam.

Desain aksi yang dapat ditempuh sebagai langkah awal bagi Pemerintah Daerah di Madura dalam rangka pemasaran kawasan madura, seraya mengadopsi konsep IMA yang diterapkan di Jogjakarta, diantaranya:

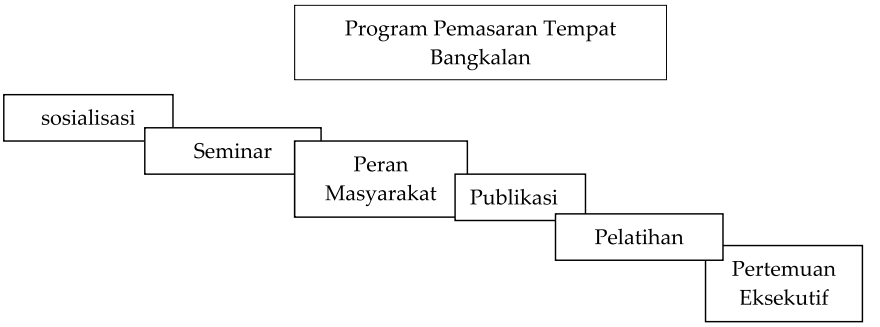
1. Memberikan pelatihan-pelatihan bagi para Pejabat Pemerintah daerah tentang sistem *Marketing Places.*
2. Menjual Madura melalui pembuatan Branding/logo supaya Madura lebih mudah dikenal di level International.
3. Mengelola berbagai tempat bersejarah seperti makam kiai, keraton, masjid Supaya menjadi daya tarik pengunjung
4. Memberi kesempatan bagi para Talenta dari daerah lain dengan jalan diberi fasilitas supaya betah tinggal untuk mengembangkan Madura, baik dari segi pendidikan, budaya dan perdagangan.

Melalui seperangkat kebijakan dan perencanaan terpadu pemerintah dapat menyusun kebijakan berjangka yang dapat dievaluasi secara transparan dan melibatkan semua komponen. Setelah terwujud transparansi maka pemerintah dapat membuat berbagai terobosan menarik dalam menggelar konferensi pasar dalam negeri dan internasional sebagai ajang promosi pasar. Dalam merumuskan strategi *go international* pemerintah dapat menyusun strategi aksi dengan membangun jaringan melalui dukungan kebijakan pembangunan dan dukungan dari para *stakeholders*. Strategi aksi dapat disusun dalam menciptakan kekuatan melalui ibrand image,membangun jaringan kerja ke dalam maupun keluar dan mendefinisikan langkah-langkah pendukung.

Beberapa aspek lain yang juga harus mendapat perhatian adalah pengembangan budaya lokal, peningkatan pendidikan warga, aneka ragam cinderamata dan keterbukaan masyarakat. Ketika hal ini sudah mampu dilaksanakan dengan baik maka langkah selanjutnya tinggal membangun citra yang positif dengan

memperlakukan tamu dengan baik dan menjadi tuan rumah yang baik.

Desain Aksi Program Pemasaran (Madura)



The Architecture Positioning

- *Madinatul Places of Indonesia*
- *The gate of Madinah*
- *Harmony Places*

Melalui serangkaian upaya pembenahan destinasi baik budaya maupun alam, dengan mengadopsi prinsip pemasaran destinasi wisata modern yang bertumpu pada savety, security, sanitasi, dan hygenis, pelaku industri wisata Madura dapat menyiapkan diri membangun kawasan Madura yang menarik minat pengunjung. Tentu saja diperlukan banyak prasyarat. Pada tahap awal masyarakat Madura yang relegius harus bisa membuka diri. Salah satu cara untuk mempercepat respons itu adalah dengan menguatkan peran kelas menengah di Madura. Disamping itu juga menyiapkan kesiapan infrastruktur Madura. Kawasan kepulauan timur dengan ciri khas pantai yang masih alami dan kandungan oksigen yang tinggi akan menjadi destinasi wisata yang menarik bagi Madura. Mengembangkan Madura, jika dilihat dari akses dan keterbukaan informasi, bisa dimulai dari timur menuju ke barat kawasan Madura. Dengan demikian Sumenep harus menjadi pintu masuk bagi pengembangan kawasan Madura.

Madura akan banyak menghadapi tantangan untuk mengembangkan diri menjadi kawasan destinasi. Salah satu yang penting adalah factor keamanan dan kenyamanan. Selama ini stereotip dan prasangsa masyarakat luar terhadap Madura termasuk media masih negative dan tidak ramah. Peran media perlu didorong untuk mengomunikasikan hal positif. Banyak hal indah dan adiluhung bisa ditemukan di Madura. Solidaritas, empati, kesetiakawanan, religiusitas, pekerja keras, keuletan, ketangguhan adalah etos madura yang kerapkali tertutup oleh prasangka negatif. Madura ke depan bisa mengadopsi konsep dan pengembangan kota Madinah yang relegius dan harmoni. Madura harus menjadi serambi Madinah yang relegius dan selalu *welcome* dengan pendatang. Konsep ini dapat dikembangkan untuk pemasaran kawasan Madura.

Secara khusus, penulis merekomendasi gagasan *"The gate of Madinah Island"* sebagai branding dalam melakukan promosi wilayah (marketing places) Pulau Madura. Selanjutnya melalui kerja terpadu pengembangan konsep ini dengan para pemangku kepentingan di Madura dan bertekad untuk mendapat follow up dari berbagai kalangan termasuk dinas atau lembaga terkait, khususnya Badan Pengembangan Wilayah Suramadu (BPWS) untuk bersama-sama menyamakan misi membentuk branding Pulau Madura Baru.

Akhirnya, semua usaha dikerjakan dalam pemasaran kawasan adalah untuk menaikkan strandar hidup masyarakat dan menjadikan sebuah kawasan sebagai idaman tidak hanya bagi penduduk yang tinggal di kawasan tersebut tetapi juga bagi para pelancong yang mengunjungi kawasan tersebut.

Simpulan

1. *Marketing Places* merupakan strategi dalam memasarkan sebuah kawasan sehingga memiliki daya tarik bagi investor dan pelancong yang dapat membuka pasar tidak hanya pada tingkat lokal, regional tetapi juga pada tingkat global. Penerapan strategi *Marketing Places* pada akhirnya dapat

mempercepat pembangunan sebuah kawasan dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. Madura memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi salah satu kawasan yang menarik sebagai pintu gerbang pulau Madura. Melalui penerapan strategi *Marketing Places* dapat dirumuskan berbagai langkah taktis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dengan pemerintah daerah sebagai motor penggerak utama.
3. Madura dapat dikembangkan sebagai *"The gate of Madinah Island"* sebagai branding dalam melakukan promosi wilayah *(marketing places)* Pulau Madura. Selanjutnya melalui kerja terpadu, konsep ini dapat dikembangkan oleh stakeholders dan pemangku kepentingan di Madura sebagai daerah terbuka yang relegius dan memegang teguh budaya lokal.

BIODATA PENULIS

SUROKIM, S.Sos, SH, M.Si.

Adalah dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB), Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Mengajar mata kuliah ekonomi politik media dan komunikasi politik di konsentrasi komunikasi politik. Aktif menulis tentang media penyiaran sejak 2008 dan aktif di Pusat Kajian Komunikasi Publik (PUSKAKOM-PUBLIK) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang mengembangkan riset media dan *training* bidang komunikasi publik. Artikel opininya tentang Media Penyiaran sering muncul di Harian Jawa Pos, Koran Tempo, Harian Surya, dan Radar Surabaya. Penulis dapat dihubungi melalui email: surochiem@gmail.com, blog: http://surochiem.blogspot.com

MUHTAR WAHYUDI, S.Sos., MA

Muhtar Wahyudi atau di dunia publikasi lebih dikenal dengan Mochtar W Oetomo adalah Dosen Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, Direktur Surabaya Survey Center SSC). Saat ini juga menjadi Ketua Puskakom Publik UTM yang konsen dalam kajian media dan komunikasi politik. Alumni Universiti Saint Malaysia ini juga menjadi koordinator Asosiasi Riset Opini Publik (AROPI) wilayah Jawa Timur dan Bali. Aktif menulis soal kajian media dan komunikasi

politik di Koran nasional seperti Kompas, Jawa pos, Koran Tempo, dan Suara Pembaharuan. Saat ini sedang menjalankan program pendampingan Kinerja-USAID program Keterbukaan Informasi Publik di Jawa Timur dan aktif melakukan riset dan konsultasi bidang komunikasi politik. Penulis dapat ditelisik lebih jauh melalui http://mochtarwoetomo.blogspot.com, email : mochtarkom@yahoo.com

YULIANA RAKHMAWATI

Lahir di Solo, Jawa Tengah, 15 Juli 1979. Pendidikan SD Djama'atul Ichwan Surakarta, SMP N 5 Surakarta, SMA Negeri 7 Surakarta. Menyelesaikan program Sarjana (S-1) di Jurusan Komunikasi Massa Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta pada tahun 2001. Menempuh program S-2 Teori dan Penelitian Komunikasi UNS. Sedangkan S-3 diselesaikan dari Program Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (Unpad) pada tahun 2012. Sebagai anggota Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi Indonesia (ISKI) sejak Tahun 2014. Sejak tahun 2005 hingga kini, sebagai dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura dan staf peneliti pada Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojo Madura. Pernah menjabat sebagai Pemimpin Redaksi Jurnal Komunikasi UTM (2005-2007). Menjadi Ketua Jaminan Mutu FISIB (2012-sekarang). Beberapa artikel yang telah dimuat dalam jurnal antara lain: Fenomenologi : Membaca Kesadaran dan Pengalaman, Jarik dan Identitas Diri Penjual Jamu Gendong, Bahasa Alay: Hipotesa Saphir Worf, The Muslim Show: Soft Contra labelling Media Sosial, Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer. Dapat berkoresponden melalui: yuliana.rakhmawati@outlook.com.

TATAG HANDAKA

Adalah staf pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) – Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Menyelesaikan pendidikan S2 di Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) – Universitas Indonesia (UI). Sekarang tengah menyelesaikan pendidikan S3 di Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan (PKP), Sekolah Pascasarjana (SPs.) – Universitas Gadjah Mada. Penulis telah memublikasikan beberapa penelitiannya di jurnal nasional terakreditasi dan prosiding. Tulisannya yang berjudul "Konstruksi Tanda dalam Health Branding Indonesia" menjadi salah satu bagian dari buku "Inisiasi Merk Indonesia" yang diterbitkan Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi (FE) – Universitas Indonesia. Ia juga pernah menulis di "The Indonesian Quarterly" yang diterbitkan Centre for Strategic and International Studies (CSIS).

NIKMAH SURYANDARI

Adalah staf pengajar pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) UTM Bangkalan. Alumnus S1 Komunikasi Massa UNS Solo, S2 Ilmu Komunikasi Konsentrasi Riset dan Pengembangan Teori di UNS Solo. Minat keilmuan pada bidang teori komunikasi, terutama komunikasi lintas budaya, dan komunikasi massa. Aktif melakukan penelitian di wilayah Madura, terutama tema komunikasi lintas budaya. Kegiatan Pengabdian pada masyarakat juga aktif dilakukan di wilayah Madura, seperti kegiatan pemberdayaan perempuan di pedesaan, peningkatan kesadaran gender, dan pengabdian lainnya yang didanai oleh Dikti, LPPM UTM, maupun mandiri. Aktif dalam seminar nasional maupun internasional, workshop, dan diskusi ilmiah lainnya

DINARA MAYA JULIJANTI, S.Sos., M.Si. (penulis) adalah dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) sejak tahun 2005 sebagai pengajar mata kuliah al: Pengantar Ilmu Komunikasi, Komunikasi Lintas budaya, MICE, dan **Komunikasi Masyarakat Madura** yang merupakan kompetensi penulis. Beberapa kali penulis mengikuti seminar sebagai pemakalah diantaranya, thn 2010 sebagai pemakalah Seminar Hubungan Indonesia-Malaysia di Universitas Andalas Padang, tahun 2012 dan 2013 sebagai pemakalah Seminar Internasional di sekolah pasca UGM Yogyakarta, tahun 2015 sebagai pemakalh Seminar Nasional di Universitas Multimedia Tangerang dengan judul " Identitas Budaya Madura dalam Kajian Komunikasi." Buku Ajar yang pernah ditulis adalah pengantar Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Masyarakat Madura.

BANI EKA DARTININGSIH lahir di Sampang Madura pada 7 Januari 1978. Pendidika formal, Starata Satu (S1) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" jawa Timur, Strata dua (S2) Universitas Airlangga (Unair) Surabaya, dan Saat ini sedang tahap penyelesaian program Doktor di Universitas Padjajaran, Bandung. Sekarang bekerja sebagai pengajar di Universitas Trunojoyo Madura, dan menjadi presenter di berbagai seminar nasional dan internasional, antara lain berjudul Kesetaraan gender Dalam Program KB di sampang serta serta seminar nasional dengan tulisan Kepemimpinan Perempuan dalam Birokrasi Pemerintahan Di Kabupaten Bangkalan.

FARIDA NURUL RAHMAWATI

Lahir di Surabaya pada tanggal 7 juli 1974. Di program studi ilmu komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, Farida mengampu mata kuliah studi komunikasi gender, ekonomi politik media, dan komunikasi masyarakat madura sejak tahun 2005. Beberapa penelitian yang telah dilakukan seperti creative industri berbasis kearifan lokal Madura; strategi komunikasi pemberdayaan ekonomi perempuan madura berbasis kearifan lokal; model pemberdayaan karangtaruna berbasis sumber daya lokal sebagai upaya meminimalisasi pengangguran di madura; local wisdom in life cycle of madurese women become the basic of the arrangement of self empowerment communication strategy; maduranese culture in local massmedia; community empowerment berbasis lokal wisdom, dan lain lain.

NETTY DYAH KURNIASARI

Adalah Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Trunojoyo Madura. Ketertarikannya dalam isu-isu perempuan dan gender sudah dimulai sejak mengenyam pendidikan S1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP UNAIR Surabaya. Banyaknya fenomena ketidakdilan yang dihadapi perempuan khususnya di Madura membuatnya bergabung di Puslit Gender dan Kependudukan LPPM Universitas Trunojoyo Madura. Beberapa karya penelitiannya tentang perempuan dan gender antara lain Relasi Gender dalam Lirik Lagu; Gambaran Politisi Perempuan di Media Massa; Fenomena Poligami, Seks dan Kekuasaan; Perempuan, Politik dan Media Massa. Saat ini selain aktif di Puslit Gender dan Kependudukan juga tergabung dalam jejaring ASWGI.

DEWI QURAISYIN

Penulis adalah dosen di prodi ilmu komunikasi universitas trunojoyo madura. lahir di pamekasan 10 Oktober 1979. Menghabiskan masa kecil di tempat kelahirannya dan melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo untuk tingkat SLTP dan SLTA. Tahun 2003 menamatkan pendidikan S1 di UINSA Surabaya dan menyelesaikan pendidikan S2 pada tahun 2008 di Universitas DR. Soetomo di kota yang sama. Perempuan Madura yang pernah bekerja di Indosat Surabaya dari tahun 2001 hingga 2006 ini sekarang berdomisili di Sepanjang Sidoarjo.

SRI WAHYUNINGSIH

Dilahirkan di Desa Remen Jenu Tuban. Memulai karirnya sejak Desember Tahun 2003 sampai sekarang sebagai dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura. Ia menyelesaikan pendidikan SI di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Malang (Maret 2001) dengan gelar S.Sos. Tahun 2009 Juli, ia menyelesaikan S2 di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung dengan gelar M.Si. Tahun 2015, ia sedang menjalankan program Doktoral di Jurusan Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran Bandung dengan Beasiswa DIKTI. Minat yang didalami pada kajian Psikologi Komunikasi dan Komunikasi Kesehatan. Karya-Karyanya: Tahun 2013, meneliti "Motif Aborsi di Kalangan Remaja Kampus" penelitian dibiayai DIKTI. Tahun 2010, Menulis "Kegagalan Komunikasi dan Solusinya Dalam Meningkatkan Organisasi Secara Efektif" terbit di Jurnal Observasi Akreditasi LIPI. Tahun 2013, menulis "Representasi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Ayat-Ayat Cinta" terbit di Jurnal

Karsa Akreditasi DIKTI. Tahun 2015, menulis "On Intrapersonal Communication Based On Green Living Building Coastal and Rural Environment" publish on Journal: Australian Journal of Basic and Applied Sciences Indeks Thomson Reuters/ISI. Karya Buku: Tahun 2013, Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, teori Pendekatan Psikologi komunikasi dan Contoh Penelitiannya), DKV terbit di UTM Press. Tahun 2014, MICE terbit di UTM Press.

DESSY TRISILOWATI

Penulis adalah lulusan S1 di Univ. Merdeka Malang dan S2 di Univ. Airlangga Surabaya. Riset yang dilakukan lebih sering ke arah perkembangan teknologi komunikasi karena peneliti menganggap pertekkom adalah sesuatu yang menarik terkait dengan kehidupan manusia di masa kini. Riset tersebut telah menjadi artikel di jurnal nasional maupun Internasional Thomson Reuter.

TEGUH HIDAYATUL RACHMAD, S.I.Kom., M.Si., M.A.

Staf Pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Aktif dalam pusat kajian komunikasi (Puskakom) UTM. Tepat 07 juli 1986 saya dilahirkan di kota udang Sidoarjo Jawa Timur yang beralamat di Jalan Bali, Klurak, Candi-Sidoarjo. Saya dibesarkan di keluarga yang sederhana, namun dengan semangat pendidikan yang tinggi. Anak kedua dari tiga bersaudara yang mempunyai moto "aku hidup untuk membaca". dari situlah saya mendapatkan passion untuk menuntut ilmu setinggi cita-cita saya. pendidikan dasar dimulai dari SDN PUCANG IV Sidoarjo, SLTPN IV Sidoarjo, SMUN IV Sidoarjo.

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi saya dapatkan di Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2009, dan di tahun yang sama mendaftar ke Universitas Dr. Soetomo Surabaya pada program studi ilmu komunikasi dengan konsentrasi public relations. Lulus tahun 2011 dengan gelar M.Si dan di tahun yang sama pula berkesempatan mendapatkan Beasiswa Unggulan DIKTI dan memilih Universitas Gadjah Mada Yogyakarta program studi kajian budaya dan media. Tepat awal tahun 2014 lulus dengan gelar Master of Art dan ditempatkan di Universitas Trunojoyo Madura. Pengalaman organisasi di Perhumas Muda Jawa Timur, Anggota Bakohumas dan Surabaya Survey Center.

SYAMSUL ARIFIN

Lahir pada 23 juni 1985 di Desa Dempo Barat Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan Madura. Gelar Strata 1 di peroleh dari Universitas Muhamadiyah Jember dalam program Ilmu Komunikasi, dan Gelar Strata 2 di dapat dari Universiti Kebangsaan Malaysia dengan program kajian Komunikasi media. Penulis sekarang menjadi Staf pengajar di Universitas Trunojoyo Madura dengan fokus kajian Komunikasi Antar **Budaya.**

H. FACHRUR ROZI, S.ikom., M.Med.kom

Salah satu mahasiswa kelahiran 03 Juni 1989 alumni Universitas Trunojoyo Madura di prodi ilmu komunikasi tahun 2011 dan alumni prodi media komunikasi Universitas Airlangga tahun 2013 yang saat ini menjadi staff pengajar di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Kecintaannya pada dunia fotografi dan pariwisata membuat dirinya terus belajar mengembangkan hobinya

menjadi salah satu media untuk memperkenalkan potensi Madura, dan mengajak seluruh wisatawan untuk berkunjung ke Madura. Menurut-nya, Madura itu masih asri dan alami, memiliki sosial masyarakat yang unik, sangat menjunjung tinggi nilai religius, dan memiliki pesona wisata alam yang indah. Harapan besar hidupnya menjadi sosok putra daerah yang mampu memberikan sumbangsi pemiirannya untuk kemajuan Madura di masa yang akan datang.

PUSKAKOM PUBLIK
PRODI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Sekilas Puskakom Publik

Seiring dengan dinamika pembangunan daerah dan perkembangan masyarakat, khususnya di lingkungan Madura, Universitas Trunojoyo Madura sebagai lembaga pendidkan tinggi berkewajiban mengambil peran sebagai *agent of change* (pelopor pembaruan) bidang komunikasi dan pelayanan publik.

Visi

Menjadi pusat kajian komunikasi yang berperan dalam pengembangan komunikasi publik berlandasan pada penghormatan atas profesionalisme, pluralisme, dan nialai-nilai perikehidupan publik sesuai perkembangan pengetahuan dan teknologi komunikasi mutakhir.

Misi

- Menyelenggarakan kajian, pelatihan, penelitian dan pengembangan bidang komunikasi publik.
- Mengembangakan kerja sama kelembagaan dan pengembangan SDM di bidang komunikasi dan pelayanan publik di lingkunagn pemerintahan, swasta dan masyarakat.
- Menciptakan karya-karya komunikasi guna mendukung profesionalisme komunikasi publik.
- Menerapkan teori dan praktik komunikasi berbasis ke-indonesiaan guna membangun keunggulan masyarakat lokal

TUJUAN

Puskakom PUBLIK didirikan sebagai wadah komunikasi dan fasilitas, pendidikan dan pelatihan pengembangan sistem komunikasi publik dan SDM unggul menuju terciptanya tata kelola *Good Governance* dan *Civil Society*, dengan tujuan:

1. Menyelenggarakan kajian, pendidikan dan penelitian bidang komunikasi publik.
2. Menjadi mitra strategis bagi lembaga pemerintahan, swasta dan masyarakat dalam bidang komunikasi publik sesuai cita-cita, visi dan misi Universitas Trunojoyo
3. Menghadirkan produk-produk komunikasi dalam mendukung profesionalisme dan keunggulan masyarakat lokal.

STATUS HUKUM

Pusat kajian ini didirikan dibawah naungan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

Diterbitkan atas kerjasama:

Puskakom Publik
dan Penerbit Elmatera

2015