

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang memiliki adanya keberagaman budaya. Keberagaman tersebut antara lain terlihat dari perbedaan bahasa, suku bangsa (etnis), dan keyakinan agama. Berawal dari keberagaman itu tercipta semua tatanan kehidupan yang unik dari setiap kelompok masyarakat yang seharusnya memperkaya kehidupan berbudaya sehingga dapat menciptakan keharmonisan dalam bernegosiasi identitas di dalam latar belakang yang berbeda.

Salah satu contoh negosiasi identitas etnik yang terjadi di Indonesia adalah seperti di daerah Lasem, Rembang-Jawa Tengah. Di tempat ini banyak etnis Tionghoa yang datang langsung dari Tiongkok ke Indonesia untuk merantau, pekerjaan yang mereka geluti salah satunya adalah membuat batik yang mereka buat sangat berciri khas Tiongkok dan berbeda dengan batik Jogja maupun batik daerah lainnya. Uniknya, di tempat ini etnis Tionghoa sudah berbaur dengan lingkungan sekitarnya. Dalam keseharian etnis ini meskipun mereka tetap merayakan hari besar Tionghoa seperti Tahun Baru China (*Imlek*), *Cap Go Meh* tetapi kebanyakan dari mereka sudah memakai bahasa Jawa dan mengikuti tradisi yang disebut orang Jawa sebagai *slametan*. Hal inilah yang disebut negosiasi identitas etnik dalam interaksi sehari-hari, yang mempunyai keunikan, karena memiliki kebudayaan, kepercayaan dan agama yang berbeda dengan masyarakat pribumi atau Jawa. Namun, mereka dapat hidup berdampingan secara

harmonis tanpa ada perselisihan (<http://www.bbc.com>, diakses 23/11/17 pada pukul 19.00 WIB).

Kesempatan kerjapun terbuka bagi berbagai etnis seperti Arab, Cina, Eropa, Surabaya juga disebut kota multi etnis yang kaya budaya. Beragam etnis ada di Surabaya, seperti etnis Melayu, Cina, India, Arab, dan Eropa. Etnis Nusantara pun dapat dijumpai, seperti Madura, Sunda, Batak, Kalimantan, Bali, Sulawesi yang membaaur dengan penduduk asli Surabaya membentuk *pluralisme* budaya yang selanjutnya menjadi ciri khas kota Surabaya. Inilah yang membedakan kota Surabaya dengan kota-kota di Indonesia. Bahkan ciri khas ini sangat kental mewarnai kehidupan pergaulan sehari-hari. Sikap pergaulan yang sangat tegas, terbuka, berterus terang, kritik dan mengkritik merupakan sikap hidup yang dapat ditemui sehari-hari. Bahkan kesenian tradisonal dan makanan khasnya mencerminkan keberagaman budaya Surabaya. Budaya daerah, tradisi dan gaya hidup yang berbeda di setiap daerah merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung. Budaya daerah ini antara lain, kesenian, pakaian adat, upacara adat, gaya hidup, dan kepercayaan. Budaya Surabaya yang terkenal antara lain Undukan Doro, Musik Patrol dan Manten Pegon (www.surabaya.go.id, diakses tanggal 17/09/17 pada pukul 19.00 WIB).

Kembang Jepun merupakan tempat perbatasan antara Pasar Pabean, Pasar Sunan Ampel dan Pasar Kapasan. Namun, di beberapa kawasan ini ada beragam etnis dan mereka menyebar untuk berdagang demi kehidupan sehari-hari. Seperti, kebanyakan etnis Arab, India dan Banjar lebih banyak berdagang Pasar Sunan Ampel. Etnis Jawa dan Madura lebih

banyak berdagang Pasar Kapasan; Etnis Madura dan Tionghoa lebih banyak berdagang di Kembang Jepun Surabaya.

Ada fenomena komunikasi yang menarik yaitu di kawasan pecinan Kembang Jepun Surabaya berada di Jl. Kembang Jepun berdekatan dengan Jembatan Merah Surabaya yang masih memiliki budaya yang melekat. Orang Cina yang tinggal di Kembang Jepun kebanyakan telah tinggal sendiri setelah mereka dirasa sudah sukses dalam hidupnya. Meski begitu mereka tetap menjaga silaturahmi dengan keluarga utama terutama pada saat perayaan *Imlek* dan *Cap Go Meh*, layaknya orang Jawa pada umumnya. Kunjung-mengunjungi antar rumah saudara juga masih menjadi ciri khas mereka. Begitu pula orang madura yg sudah lama berdagang dan tinggal di Kembang Jepun Surabaya, mereka tetap menggunakan atribut ciri khas mereka dan menetapkan tradisi mudik dan karapan sapi sebagai budayanya. Namun, pedagang Tionghoa dan pedagang Madura di daerah Kembang Jepun sudah berbaur dengan masyarakat etnis lain di Surabaya, serta tidak memandang perbedaan agama maupun suku. Penduduk di kawasan Kembang Jepun sudah berbaur satu sama lain tanpa membedakan. Hal ini dikarenakan mereka sudah lama tinggal dalam satu kawasan yang sama, sehingga lama-kelamaan menimbulkan rasa tenggang rasa dan gotong-royong diantara mereka dengan sendirinya.

Bahasa Indonesia serta bahasa Jawa sebagai bahasa keseharian mereka. Bahkan ada suatu fakta menarik jika masyarakat etnis Cina ini ada yang benar-benar mampu menguasai bahasa Jawa dengan lebih baik ketimbang orang Jawa aslinya Ini merupakan salah satu bentuk negosiasi identitas etnik yg berbaur satu sama lainnya.

Secara geografis kawasan ini adalah kawasan yang letaknya dekat dengan pelabuhan, hal tersebut menyebabkan para etnik pendatang yang kebanyakan berprofesi sebagai pedagang memilih kawasan ini untuk dijadikan tempat tinggal guna mempermudah profesi yang mereka geluti dan tempat ini merupakan perbatasan antara Pasar Pabean, Pasar Kapasan dan Pasar Sunan Ampel. Di kawasan ini etnis-etnis tersebut berperan sebagai pelaku perdagangan dan aktivitas pedagang menjadi penopang utama dari kehidupan sebagai warga dari etnis-etnis tersebut di kawasan itu. Sehingga Kembang Jepun bida disebut sebagai perwakilan kemajemukan etnis di Surabaya (<http://erawisata.com/kya-kya-kembang-jepun/>, diakses tanggal 18/09/17 pada pukul 18.00 WIB).

Hasil wawancara dan observasi, peneliti mewawancarai ada seorang pedagang pernak pernik aksesoris untuk wanita yang merupakan etnis Tionghoa bernama Cik Indah (55);

“iya mbak, memang dulu ramai karna adanya kya-kya, tapi sekarang sudah tidak ada. Saya sudah lama disini mbak, ini toko mama saya yang di wariskan ke saya. Kembang Jepun yo ngene iki mbak wesan, pecinan semakin menipis juga penduduknya kebanyakan di datangi sama penjual lain selain Tionghoa mbak. Pembelinya juga banyak mbak gak dari Surabaya tapi luar Surabaya sampai luar pulau.” (Wawancara, 4 Maret 2017).

Salah satu yang menarik adalah masyarakat etnik Tionghoa yang cukup memiliki peran penting dalam mempengaruhi Surabaya salah satunya yaitu budaya. Meskipun mereka bukan dari Surabaya tetapi etnik ini mampu menjadikan kota Surabaya berkembang menjadi perluasan industri dan perdagangan serta budayanya yang masih melekat di dalam dirinya dalam

bentuk bahasa dan perilaku mereka sehari-hari. Kedatangan etnik Tionghoa yang sudah berlangsung lama tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi berdampak pada bidang lainnya seperti sosial, budaya, politik, dan sebagainya (Noordjanah, 2004:8).

Kemudian etnis baru yang diakui di Surabaya menjadi bertambah, yaitu etnis Madura. Mereka datang ke Surabaya karena jarak yang tidak terlalu jauh dan untuk mencari penghidupan lebih baik. Pendetang dari Madura, terutama dari Bangkalan, jumlahnya sangat banyak (www.surabaya.go.id, diakses tanggal 17/09/17 pada pukul 20.00 WIB). Menurut Latief (2012:15) tradisi merantau orang Madura sudah berlangsung sejak lama. Kondisi pulau Madura yang tandus membuat kehidupan di pulau tersebut cukup sulit, sehingga sebagian besar penduduknya memilih merantau ke tempat lain. Mereka yang memilih merantau ke kota Surabaya, sebagian besar memilih menjadi kuli angkut di pelabuhan atau berdagang.

Penulis mewawancarai seorang pedagang kaki lima yang merupakan etnis Madura yang sudah 12 tahun di Kembang Jepun bernama Ibu Tina (65):

“Saya sudah lama mbak berjualan di tempat ini, memang dulu saya tahu sejak ada program Kya-Kya pada tahun 2003, saiki Kembang Jepun wes mati, gak koyok mbiyen. Rame pas jam kerja dagang tok mbak. Disini memang yang banyak wong meduro karo cino e mbak.” (Wawancara, 4 Maret 2017)

Berbagai macam etnis yang ada di Surabaya pasti mereka bertemu dalam suatu tempat, untuk saling melakukan interaksi dan berkomunikasi. Salah satu keunikan Kembang Jepun adalah tempat ini bisa menjadi simbol keberagaman. Titik tolak terbentuknya watak dengan prinsip teguh yang dipengaruhi oleh karakteristik geografis daerahnya. Satu prinsip yang menjadi fenomena orang Madura, ialah dikenal sebagai orang yang mampu mengambil dan menarik manfaat yang dilakukan dari hasil budi orang lain, tanpa mengorbankan kepribadiannya sendiri. Demikian pula pedagang etnis Tionghoa dan etnis Tionghoa ini pada umumnya menghargai dan menjunjung tinggi rasa solidaritas kepada orang lain. Sikap hidup semacam ini, menjadikan mereka supel serta menunjukkan sikap toleran terhadap sesama dan bernegosiasi diantara kedua latar belakang yang berbeda.

Teori negosiasi identitas, terfokus pada keamanan identitas kerapuhan sebagai dasar yang mempengaruhi pertemuan antarbudaya. Memahami keamanan identitas kerapuhan dalam pertemuan antarbudaya menjadi amat penting karena beberapa sebab: pertama, individu membawa citra diri atau identitas dalam tiap tipe pertemuan komunikatif; kedua, individu mendapatkan identitas mereka melalui interaksi dengan yang lain dalam budaya mereka; ketiga, individu cenderung merasa aman ketika berkomunikasi dengan orang-orang yang mereka anggap mendukung mereka dan memiliki rasa keakraban yang tinggi (Ting-Toomey, 1999:25). Dalam menegosiasikan identitasnya, Menurut Deddy Mulyana dan Rakhmat Jalaluddin dalam bukunya *Komunikasi Antar Budaya*, Identitas Etnik adalah individu-individu mempunyai banyak identitas berkaitan dengan

peranan-peranan khusus. Salah satu identitas ini yang berhubungan dengan latar belakang etnik mereka yang dianggap sebagai inti mereka.

Penelitian sebelumnya yang memiliki topik berbeda berjudul *Negosiasi Identitas Kultural Tionghoa Muslim dan Kelompok Etnisnya Dalam Interaksi Antarbudaya* yang ditulis oleh Isti Murfia tahun 2014 dari Universitas Diponegoro Semarang. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan dan pengalaman Tionghoa muslim terhadap identitas kulturalnya dan bagaimana pengalaman menegosiasikannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses negosiasi identitas kultural yang terjadi dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengungkapkan dirinya. Pengungkapan individu dalam proses menuju negosiasi identitas kultural juga dipengaruhi faktor pengungkapan diri itu. Faktor kondisi dari *intercultural communication* ini, seperti kecenderungan interaksi dan pemahaman (lebih) terhadap suatu hal, ikut serta memengaruhi penunjukkan identitas kultural.

Untuk menambah referensi, penulis telah menambahkan penelitian sebelumnya juga yang berjudul *Strategi Komunikasi Antarbudaya Dalam Meminimalisasikan Konflik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Pasar Pabean Surabaya* yang ditulis oleh Diandra Agin Zelika Putri tahun 2015. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi antarbudaya dalam meminimalkan potensi konflik antara pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa di Pasar Pabean Surabaya. Hasil dari penelitian ini adalah dengan analisis strategi komunikasi antarbudaya yang efektif untuk meminimalisir konflik,

komunikasi antarbudaya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah proses komunikasi antara orang-orang yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda, yang bertujuan untuk mengurangi tingkat ketidakpastian. Dengan menurunnya tingkat ketidakpastian, komunikasi yang efektif akan dapat tercapai.

Menurut Ting-Toomey (1999:12), budaya sebagai komponen dari manusia untuk bertahan hidup (*survive*) dan berkembang dalam lingkungan mereka, memiliki beberapa fungsi, yaitu: *Identity Meaning Function* yaitu budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan paling mendasar dari keberadaan manusia 'siapa saya', *Group Inclusion Function* yaitu budaya menyajikan fungsi inklusi dalam kelompok yang bisa memuaskan kebutuhan seseorang terhadap afiliasi keanggotaan dan rasa ikut memiliki, *Intergroup Boundary Regulation Function* yaitu fungsi budaya sebagai pembentuk sikap seseorang tentang *in-group* dan *out-group* berkaitan dengan orang yang secara cultural tidak sama. *The Ecological Adaption Function* yaitu fungsi budaya dalam memfasilitasi proses -proses adaptasi di antara diri.

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti tertarik untuk memfokuskan penelitian ini pada Negosiasi Identitas Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya pada Identitas Etnik karena memiliki keunikan yaitu kedua etnis yang memiliki kesamaan suka berdagang dan merantau tapi perbedaannya adalah dari latar belakang etnik mereka. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah terletak pada identitas etnik yaitu sebuah kelompok yang sudah memiliki

ikatan yang kuat dalam nilai dapat disebut sebagai kelompok etnik. Etnik berasal dari bahasa Yunani yaitu “*ethnuchos*”. Dalam perkembangannya, istilah etnik mengacu pada kelompok yang diasumsikan sebagai kelompok yang fanatik dengan ideologinya (Liliweri, 2007:334). Ketika dalam berbaur antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya terjadi, suatu komunikasi yang tercipta dapat terjalin demi menimbulkan suasana kekeluargaan dan nyaman antara para pedagang. Identitas etnik berkaitan dengan identitas kultural karena untuk mengkategorikan suatu masyarakat mereka harus mengetahui ciri khas budaya mereka. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Dalam penggunaan penelitian kualitatif, penulis dapat menjelaskan dan menganalisa etnik Madura dan etnik Tionghoa dalam menegosiasikan identitas etnik mereka di kehidupan sehari-hari dan metode studi kasus pada penelitian ini, penulis dapat mendeskripsikan Negosiasi Identitas Etnik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.

Dari penjelasan yang sudah diterangkan di atas, maka peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan informannya. *Purposive sampling* merupakan penentuan informan tidak didasarkan atas strata, kedudukan, pedoman, atau wilayah tetapi didasarkan pada adanya tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian ini bisa ditinjau dari bagaimana model komunikasi antarbudaya, Negosiasi identitas, untuk itu penulis mengambil subyek penelitian dengan 6 informan (3 etnis Madura dan 3 etnis Tionghoa) dengan kriteria (berdagang di atas 5 tahun dan merupakan etnis Tionghoa atau etnis

Madura) karena peneliti memilih informan penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa informan yang dipilih dapat memberikan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2011:85).

I.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Negosiasi Identitas Etnik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui cara Negosiasi Identitas Etnik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya dalam bersosialisasi.

I.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai

1. Partisipan Observasi yang dipilih adalah pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.
2. Penelitian dibatasi pada komunikasi antarbudaya pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa dalam Negosiasi Identitas Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.
3. Subyek penelitian ini adalah Pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.
4. Obyek penelitian ini Negosiasi Identitas Etnik di Kembang Jepun Surabaya.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Hasil studi penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi antarbudaya, khususnya menegosiasikan identitas etnik komunikasi antarbudaya. Hasil dari penelitian ini di harapkan menjadi bahan referensi bagi penelitian sejenis yang menggunakan metode yang sama. Selain itu juga dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti yang ingin mengamati fenomena-fenomena komunikasi Negosiasi Identitas Etnik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.

I.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan penjelasan identitas etnik komunikasi antarbudaya. Sehingga ke depannya bisa menjadi gambaran tentang sebagian masyarakat Surabaya yang bisa harmonis dalam suatu interaksi. Sehingga bisa tetap menjaga Negosiasi Identitas Etnik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Kembang Jepun Surabaya.