

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Apabila kita memperhatikan kota metropolitan Jakarta akhir-akhir ini berkembang sedemikian rupa mengundang minat para investor pengembang. Proyek-proyek perumahan, gedung-gedung bertingkat dan pembenahan infrastruktur yang didirikan oleh pengembang bermunculan di kota metropolitan Jakarta, sehingga kota metropolitan Jakarta menjadi salah satu kota yang terpenting di wilayah Asia.

Dari sekian banyak penduduk kota metropolitan Jakarta terdiri atas berbagai latar belakang etnis, seperti etnis Sunda, Jawa, Arab, Bali, Sumbawa, Ambon, Cina dan Melayu namun yang dipercaya sebagai penduduk asli kota Jakarta adalah etnis Betawi.

Mengutip dari situs <http://betawi.blogsome.com/category/sejarah-betawi/> tentang sejarah etnis Betawi apa yang disebut dengan etnis Betawi sebenarnya terhitung pendatang baru di Jakarta. Kelompok etnis ini lahir dari perpaduan berbagai kelompok etnis lain yang sudah lebih dulu hidup di Jakarta, seperti orang Sunda, Jawa, Arab, Bali, Sumbawa, Ambon, dan Melayu. Antropolog Universitas Indonesia, Dr Yasmine Zaki Shahab MA menaksir, etnis Betawi baru terbentuk sekitar seabad lalu, antara tahun 1815-1893.

Perkiraan ini didasarkan atas studi sejarah demografi penduduk Jakarta yang dirintis sejarawan Australia, Lance Castle. Di zaman kolonial Belanda,

pemerintah selalu melakukan sensus, dimana dikategorisasikan berdasarkan bangsa atau golongan etnisnya. Dalam data sensus penduduk Jakarta tahun 1615 dan 1815, terdapat penduduk dari berbagai golongan etnis, tetapi tidak ada catatan mengenai golongan etnis Betawi.

Hasil sensus tahun 1893 menunjukkan hilangnya sejumlah golongan etnis yang sebelumnya ada. Misalnya saja orang Arab dan Moors, orang Jawa dan Sunda, orang Sulawesi Selatan, orang Sumbawa, orang Ambon dan Banda, dan orang Melayu. Pada sensus ini kategori orang Betawi yang sebelumnya tidak pernah ada justru muncul sebagai kategori baru dalam data sensus tahun tersebut. Jumlah orang Betawi sebanyak 778.953 jiwa dan menjadi mayoritas penduduk Batavia waktu itu.

Antropolog Universitas Indonesia lainnya, Prof. Dr. Parsudi Suparlan menyatakan, kesadaran sebagai orang Betawi pada awal pembentukan kelompok etnis itu juga belum mengakar. Dalam pergaulan sehari-hari, mereka lebih sering menyebut diri berdasarkan lokalitas tempat tinggal mereka, seperti orang Kemayoran, orang Senen, atau orang Rawabelong.

Pengakuan terhadap adanya orang Betawi sebagai sebuah kelompok etnis dan sebagai satuan sosial dan politik dalam lingkup yang lebih luas, yakni Hindia Belanda, baru muncul pada tahun 1923, saat Moh Husni Thamrin, tokoh masyarakat Betawi mendirikan *Perkoempoelan Kaoem Betawi*. Baru pada waktu itu pula segenap orang Betawi sadar mereka merupakan sebuah golongan, yakni golongan orang Betawi.

Kebudayaan suatu daerah berkembang dari adat kebiasaan setempat dan perilaku khusus etnis bersangkutan yang terus menerus dipupuk dan dipelihara dalam jangka panjang sehingga menjadi identitas khas masyarakat setempat demikian juga halnya dengan masyarakat Betawi. Kebudayaan Betawi secara umum merupakan hasil perkawinan berbagai macam kebudayaan, baik yang berasal dari daerah-daerah lain di Nusantara maupun kebudayaan asing.

Salah satu kebudayaan dari Betawi yang sedang mengalami krisis eksistensi yaitu kesenian palang pintu adalah salah satu kesenian yang digunakan pada acara pernikahan. Upacara pernikahan diawali dengan arak-arakan calon pengantin pria menuju ke rumah calon istrinya. Dalam arak-arakan itu, selain iringan rebana ketimpring atau marawis juga diikuti barisan sejumlah kerabat yang membawa sejumlah seserahan mulai dari roti buaya yang melambangkan kesetiaan abadi, kembang kelapa yang melambangkan pohon kelapa yang sangat berguna, sayur-mayur, uang, jajanan khas Betawi, dan pakaian. Kesenian palang pintu ini merupakan pelengkap saat pengantin pria yang disebut "juragan" hendak memasuki rumah pengantin wanita atau "perempuan". Pada saat pengantin pria hendak masuk ke kediaman pengantin putri itulah, para jawara dari pihak pengantin wanita akan menghadang rombongan dari pihak pengantin pria yang juga membawa para jawara.

Awalnya, terjadi dialog yang sopan antara jawara masing-masing pihak dan saling bertukar salam, masing-masing saling mendoakan, berbalas pantun sampai akhirnya pelan-pelan situasi memanas lantaran pihak pengantin perempuan

ingin menguji kepandaian pihak pengantin laki-laki dalam berilmu silat dan mengaji.

Baku hantam pun terjadi. Sudah pasti, akhirnya pihak lelakilah yang menang. Usai memenangi pertarungan, pengantin perempuan pun biasanya meminta pihak lelaki untuk memamerkan kebolehannya dalam membaca Al Quran dan sudah pasti lagi, ujian ini pun mampu dilewatinya.

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan perkotaan, penduduk asli betawi mengalami ketersisihan karena pesatnya urbanisasi penduduk baru ke Ibukota, sehingga eksistensi kebudayaannya juga mengalami krisis. Pada sisi lain masih ada generasi-generasi muda masyarakat Betawi yang masih peduli terhadap eksistensi kebudayaannya salah satunya adalah Sanggar Betawi Gaya Ben's, sanggar ini adalah sebuah tempat perkumpulan kegiatan yang berorientasi untuk mempertahankan dan melestarikan kebudayaan Betawi.

Penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan pelestarian kebudayaan Betawi terutama pada kesenian palang pintu yang pada nantinya hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah bentuk iklan layanan masyarakat televisi sebagai bentuk media informasi kebudayaan betawi untuk melestarikan kesenian palang pintu.

Menurut Suyanto (2005:53), "Televisi merupakan sarana informasi yang paling banyak dinikmati oleh masyarakat. Hal itu dikarenakan televisi menyediakan informasi berupa kombinasi dari gambar bergerak serta suara. Sehingga televisi memiliki daya tarik yang sangat kuat untuk mendukung efektifitas penyebaran informasi sekalipun hal itu berupa iklan."

Oleh karena itu penulis memandang perlu untuk terjun langsung dan tinggal bersama masyarakat betawi khususnya di Sanggar Betawi Gaya Bang

Ben's dalam jangka waktu tertentu untuk dapat berinteraksi secara aktif dalam rangka mengetahui secara mendalam tentang kesenian palang pintu.

Berdasarkan uraian singkat tersebut penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam apa itu kesenian palang pintu. Dengan demikian penulis mengambil judul penelitian :

“Studi Etnografi Kesenian Palang Pintu Di Sanggar Betawi Gaya Bang Ben's Rawa Belong Jakarta Barat Sebagai Proses Kreatif Iklan TV Pelestarian Kebudayaan Betawi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang uraian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Mengapa kesenian palang pintu sebagai salah satu unsur kebudayaan betawi mengalami krisis eksistensi ditengah perkembangan kota metropolitan?
2. Bagaimana proses kreatif dan produksi iklan TV “Cinta Betawi” untuk melestarikan kesenian palang pintu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara mendalam mengenai kesenian palang pintu yang mengalami krisis eksistensi ditengah perkembangan kota metropolitan.

2. Untuk membuat proses kreatif dan memproduksi iklan TV “Cinta Betawi” untuk melestarikan kesenian palang pintu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang penelitian etnografi. Memberi sumbangan informasi atau pengetahuan bagi mahasiswa.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi mereka yang tertarik pada kebudayaan betawi, untuk lebih meningkatkan lagi potensi yang dimiliki oleh Jakarta, khususnya di bidang pariwisata

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan latar belakang yang mengungkapkan fenomena yang terkait dengan topik, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan pengertian tinjauan pustaka mengenai landasan teori dari penelitian ini komunikasi, kebudayaan, kebudayaan betawi,

kesenian, iklan, iklan layanan masyarakat, media, televisi, proses kreatif dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan, mencakup jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, obyek penelitian, teknik pengumpulan data, observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi, teknik pelaksanaan penelitian, alat-alat penelitian, pedoman observasi, pedoman wawancara.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian penulis dan pembahasan dengan menggunakan teori penelitian yang telah dijabarkan pada Bab II

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir yang berupa penutup yang terdiri atas saran dan kesimpulan.