

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Signifikansi Penelitian**

Indonesia sebuah negara yang memiliki berbagai macam suku dan adat, masing-masing dari suku dan adat tersebut memiliki keunikannya sendiri terhadap apa yang mereka percayai dan bagaimana cara mereka berkomunikasi. Setiap suku di Indonesia memiliki berbagai macam adat, tarian, karya, kain dan budayanya masing-masing. Budaya merupakan hasil pola pikir dari seseorang yang memiliki nilai-nilai tersendiri tergantung dari penganutnya. Budaya merupakan hasil pemikiran manusia sebagai makhluk sosial. Bahasa, perilaku, dan pakaian / aksesoris yang digunakan oleh seseorang bisa menjadi refleksi dari budaya yang dimiliki orang tersebut. Secara tata bahasa, pengertian kebudayaan diturunkan dari kata budaya yang cenderung menunjuk pada pola pikir manusia.

Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Namun setiap personal juga memiliki budaya yang berbeda, walaupun mereka berada dalam satu lingkaran adat yang sama atau berasal dari suku yang sama. Setiap individu pada dasarnya memiliki sifat atau karakter yang berbeda, termasuk cara pandang, cara pikirnya terhadap suatu hal dan budaya yang berbeda. Ketika dua orang memiliki perbedaan yang besar terhadap latar belakang budayanya, maka hambatan yang muncul pada saat mereka melakukan kegiatan komunikasi juga akan semakin banyak. Perbedaan kebudayaan dari dua orang atau lebih inilah yang harus dikomunikasikan sehingga dapat dipahami oleh orang lain.

Setiap individu melakukan kegiatan memperkenalkan dirinya, mewakili dirinya, mewakili pribadinya kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mengenal dan mengetahui tentang dirinya. Budaya ini juga kita temukan dalam sebuah keluarga dimana orang tua akan menjadi juru bicara untuk dirinya sendiri dan anak-anaknya sampai mereka mampu melakukan hal tersebut sendiri. Ketika sang anak sudah cukup besar, maka dia akan menjadi 'juru bicara' bagi

keluarganya. Menjadi sosok yang akan mewakili orang tuanya dan keluarganya dalam setiap kegiatan. Sang anak akan menjadi *public relation* bagi keluarga tersebut. Kegiatan yang dilakukan oleh individu ini merupakan sebuah kebutuhan yang harus dilakukan. Setiap orang harus melakukan kegiatan ini untuk memenuhi kebutuhannya untuk dikenal, bersosial, bersahabat, dan diterima di komunitas sosialnya.

Sama halnya dengan analogi seorang anak yang mewakili keluarganya, *Public Relations* mewakili organisasinya untuk berkomunikasi dengan publiknya dengan tujuan memperkenalkan organisasinya, menjaga citra organisasinya, menjaga nama baik organisasinya, dan menciptakan kesepahaman. *British Institute of Public Relations* (IPR) dalam Jefkins(2004) berpendapat bahwa *Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu kelompok dengan segenap khalayaknya. Suka atau tidak, kita tidak dapat mencegah kehadiran dan perkembangan *Public Relations*. *Public Relations* adalah membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik.

Pada perkembangannya, *Public Relations* memiliki berbagai macam definisi dan interpretasi. Selain itu, *Public Relations* juga dapat didefinisikan sebagai usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Dari semua definisi yang ada, dapat dikatakan *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu kelompok dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Menurut peranannya, *Public Relations* melakukan banyak tugas. Seorang praktisi PR akan menjadi perwakilan individu atau kelompok. Ketika ingin melakukan sebuah kegiatan (*event*) yang akan menimbulkan respon positif dari publik eksternalnya, PR harus melakukan beberapa tahapan. Untuk melaksanakan kegiatan PR dengan baik, maka diperlukan proses. Mengingat, kegiatan PR tidak

hanya mementingkan hasil akhir, namun juga cara yang ditempuh untuk memperoleh hasil akhir tersebut.

Tahapan umum yang harus dilakukan adalah penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Praktisi PR akan mendiskusikan dengan beberapa pihak tentang bagaimana acara akan berlangsung, respon seperti apa yang ingin didapatkan dari publiknya. Setelah melakukan perencanaan, PR akan melaksanakan dan menjalankan rencana dengan bantuan dari pihak lain yang menunjang jalannya kegiatan. Kegiatan akan ditutup dengan evaluasi antara pihak internal dan praktisi PR.

Berdasarkan sumber yang didapat, hal yang pertama yang harus dilakukan oleh seorang praktisi PR adalah melakukan penelitian. Seorang PR harus menemukan fakta-fakta yang terjadi di lapangan guna mendukung tujuannya. Selain itu, mereka juga harus jeli dan paham tentang apa yang menjadi *concern* bagi perusahaan dan masyarakat. Pada tahap ini, seorang praktisi PR harus mengolah data faktual yang telah ada, mengadakan perbandingan, melakukan pertimbangan, dan menghasilkan penilaian, sehingga dapat diperoleh kesimpulan dan ketelitian dari data faktual yang telah didapat.

Setelah melakukan penelitian adalah perencanaan. Biasanya praktisi PR berdiskusi dengan klien tentang bagaimana kegiatan ingin dilakukan, berapa *cost* yang harus dikeluarkan masing-masing pihak, tempat pelaksanaan, dan pihak pendukung yang menunjang acara (dalam hal ini bisa saja *brand ambassador*, *influencer*, dan pembicara lainnya). Setelah itu, praktisi PR akan melakukan tugasnya sesuai dengan hasil yang disepakati dalam pertemuan dengan klien. Setiap pihak yang akan terlibat dalam acara akan dihubungi oleh praktisi PR.

Kegiatan PR akan diakhiri dengan mengawasi berita yang diterbitkan oleh media yang diundang atau tidak (dikirimkan *press release*). Setelah itu, praktisi PR bersama klien kembali berdiskusi tentang kegiatan yang sudah terjadi dan mengevaluasi hal yang terjadi selama persiapan sampai kegiatan selesai. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keefektifitasan proses secara keseluruhan.

Setiap fungsi dan peran PR di atas juga bisa kita temukan pada setiap suku yang ada di Indonesia. Setiap suku di Indonesia memiliki budayanya masing-masing yang menjadi sebuah kebiasaan. Salah satu budaya yang menjadi kebiasaan dalam setiap suku dapat dilihat dalam aktivitas mereka, contohnya adalah upacara adat. Upacara adat yang dilakukan di setiap suku di Indonesia memiliki tata cara dan bentuk yang berbeda. Pada upacara adat setiap suku yang ada di Indonesia meliputi pemberian pesan dari tetua kepada masyarakat, tari-tarian, jamuan, dan lainnya. Setiap suku dalam kegiatannya pasti dipimpin oleh seorang kepala suku. Kepala suku atau kepala adat memimpin jalannya upacara adat yang akan dilakukan. Salah satunya ada Datuk di Suku Minang, membimbing dan mengarahkan setiap individu atau kelompok untuk melakukan setiap kegiatan dan upacara yang akan dilakukan. Selain itu, Basir dari Suku Dayak yang juga memiliki fungsi yang sama. Setiap kepala adat itu membimbing dan mengarahkan setiap individu dan kelompok dalam upacara adat.

Kemudian ada *Raja Parhata*, seorang kepala adat yang ada di Suku Batak yang memimpin dan membimbing setiap unsur dalam upacara. Seperti analogi seorang anak yang mewakili keluarganya, begitu juga *Raja Parhata* mewakili kelompoknya. *Raja Parhata* memiliki peranan penting dalam setiap upacara yang dilakukan oleh setiap kelompok marga. Setiap kelompok marga diwakili oleh orang yang dituakan yang disebut sebagai *Raja Parhata*. *Raja Parhata* didefinisikan sebagai pemimpin, pembimbing dan pengajar bagi individu atau kelompok suku Batak dalam setiap hal, terutama upacara adat sebagai produk dari budaya Batak. Sebagai sesuatu yang penting, upacara adat harus selalu dilalui bagi setiap masyarakat Batak. Adat pernikahan, adat ketika ada yang meninggal, adat menerima menantu, dan adat-adat lainnya. Pada upacara adat Batak, *Raja Parhata* akan memimpin jalannya upacara.

Pada adat Batak, *Raja Parhata* akan menjadi juru bicara dan mewakili individu ataupun kelompok. Hal yang menjadi menarik dari *Raja Parhata* adalah mereka menggunakan aspek komunikasi dalam melakukan tugasnya. Setiap kelompok marga ataupun individu wajib diwakili oleh seorang *Raja Parhata* apabila ingin melakukan sebuah kegiatan adat atau biasa disebut upacara adat, mirip

seperti praktisi PR yang mewakili seorang individu atau kelompok ketika ingin melakukan sebuah kegiatan. Setiap individu yang terlahir sebagai masyarakat suku Batak akan melakukan banyak upacara atau acara adat mulai dari lahir sampai menutup usia. Setiap acara adat tersebut membutuhkan seorang yang dituakan dan dihormati untuk memimpin mereka dan biasa disebut sebagai *Raja Parhata*. Setiap upacara adat, *Raja Parhata* akan membimbing kelompok marga atau keluarga atau individu yang akan melakukannya agar dapat berjalan dengan baik. Mulai dari perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi pasca upacara adat.

Sebagai contoh dalam pernikahan suku Batak, setiap mempelai dan keluarga akan melakukan urutan upacara adat yang banyak yaitu *marhusip* (lamaran), *marhata sinamot* (diskusi tentang uang mahar yang akan diberikan oleh keluarga laki-laki kepada keluarga perempuan), *martumpol* (pertunangan), *martonggo raja* (rapat keluarga dengan agenda pembagian tugas pada pesta unjuk), *marsibuhai* (kegiatan berdoa untuk memulai pesta), *pasu-pasu* (pernikahan/pemberkatan), pesta unjuk. Pada setiap tahap, *Raja Parhata* akan berperan dari *marhusip* sampai pesta unjuk. Sebelum melakukan semuanya itu, ada banyak urutan yang harus dilakukan. Pada persiapannya *Raja Parhata* membimbing keluarga yang diwakili agar dapat melakukan adat dengan baik. *Raja Parhata* mulai melakukan perannya ketika *marhusip* berlangsung sampai rangkaian upacara selesai. Acara yang dimana keluarga inti dan kerabat mempelai laki-laki mengunjungi kediaman mempelai wanita. Pada bagian ini masing-masing mempelai didampingi oleh *Raja Parhata* dan membicarakan tentang penetapan tanggal, bagaimana pesta akan dilakukan, dimana pesta unjuk diadakan, mahar bagi mempelai wanita, dan lainnya. Selanjutnya *Raja Parhata* akan selalu mendampingi keluarga mempelai sampai pesta unjuk selesai dilaksanakan.

Kalau dilihat dari yang dilakukan praktisi PR dan *Raja Parhata* dalam mempersiapkan dan melaksanakan upacara, masing-masing memiliki kesamaan konsep namun dilakukan dengan caranya masing-masing. Pada penelitian ini penelitimemilih *Raja Parhata*, karena dalam upacara adat Batak setiap individu atau kelompok harus diwakili oleh *Raja Parhata* agar adat dapat berjalan dengan baik. Hal ini sangat penting, karena *Raja Parhata* akan membawa nama keluarga

atau kelompok yang diwakili. Apabila *Raja Parhata* tidak ada atau tidak menjalankan tugasnya dengan baik, maka citra keluarga atau kelompok bisa jadi buruk. Lalu, dari pengertiannya, *Raja Parhata* adalah juru bicara yang harus menjadi jembatan antar keluarga. Bisa dikatakan *Raja Parhata* seperti praktisi komunikasi namun dalam ruang lingkup adat.

*Raja Parhata* memiliki kemampuan menguasai *audience* yang baik. Dapat dikatakan *Raja Parhata* dan *Public Relations* memiliki kemiripan ruang lingkup kerja. *Public Relations* dan *Raja Parhata* sama-sama mewakili individu atau kelompok. Mereka sama-sama menciptakan dan menjaga citra dari individu atau kelompok yang diwakili. Selain itu, *Raja Parhata* juga memiliki peran dan fungsi yang sama dengan *Public Relations*, salah satunya yaitu *communication facilitator*. PR akan menjadi penghubung antara kelompok dengan publiknya dalam aktivitasnya. Di sini PR akan berperan bukan sebagai *sender* tetapi lebih kepada sarana atau 'media' kelompok untuk menyampaikan pesan kepada *receiver*. Apabila kita perhatikan hal tersebut, *Raja Parhata* juga memiliki peran dan fungsi yang sama. Mewakili individu atau kelompok marganya dalam upacara yang dilakukan, *Raja Parhata* juga menjadikan dirinya sebagai fasilitator komunikasi. Mereka akan menjadi penyampai pesan dari pihak keluarga kepada publik yang sedang dihadapi.

Dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Peran dan Fungsi *Raja Parhata* dalam Upacara Adat Batak dilihat dari Perspektif *Public Relations*. Selain itu peneliti ingin mengetahui apakah terdapat kesamaan lain antara *Raja Parhata* dengan *Public Relations*.

## **I.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini fokus pada bagaimana seseorang melakukan peran dan fungsi *Public Relations* dilihat dari kasus *Raja Parhata* yang melakukan perannya kemudian akan disandingkan dengan peran *Public Relations*. Selain itu, penelitian ini juga ingin menjelaskan bahwa sadar atau tidak sadar *Raja Parhata* mengaplikasikan peran *Public Relations* itu sendiri dalam melaksanakan tugasnya.

### **I.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi bahwa yang akan diteliti adalah “

1. Apa peran dan fungsi *Raja Parhata* dalam upacara adat Batak dilihat dari peran dan fungsi *Public Relations*?
2. Bagaimana *Raja Parhata* menjalankan peran dan fungsinya dalam upacara adat Batak dilihat dari peran dan fungsi *Public Relations*

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang yang telah dirumuskan dalam perumusan penelitian diatas, maka tujuan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peran dan fungsi *Public Relations* dari kasus *Raja Parhata* yang melakukan peran dan fungsinya pada upacara adat perkawinan batak.
2. Untuk memperoleh gambaran tentang proses *Raja Parhata* dalam menjalankan peran dan fungsi *Raja Parhata* dalam upacara adat Batak sesuai dengan peran dan fungsi *Public Relations*

### **I.5 Manfaat Penelitian**

a. Manfaat akademis : Manfaat penelitian ini dapat memberikan edukasi bagi masyarakat tentang *Raja Parhata* yang bisa dikaitkan dengan ilmu komunikasi terutama bidang *Public Relations* dan mengembangkan ilmu komunikasi khususnya *Public Relations* serta menambah *literature* ilmiah yang berkaitan dengan ilmu komunikasi.

b. Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan uraian bahwa setiap individu melakukan kegiatan PR untuk mengekspose dirinya kepada orang lain, serta dapat dijadikan referensi dalam pembuatan skripsi lainnya. Dari penelitian ini juga diharapkan menjadi tolak ukur bagi *Raja*

*Parhata* dalam mengkolaborasikan ilmu *Public Relations* dengan ilmu adatnya.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematik dalam penulisan penelitian ini terbagi menjadi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II KAJIAN TEORITIS**

Kajian Teori yang berisi dasar teori, kerangka berpikir, teori-teori yang relevan digunakan sebagai dasar pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, penentuan key informan dan informan, teknik metode analisis data, lokasi penelitian dan focus penelitian.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang penguraian umum secara mendalam, serta sasaran penelitian berupa objek dan lokasi penelitian yang tersangkut dengan masalah yang diteliti. Pembahasan yaitu mengungkap, menjelaskan, membahas, menganalisis hasil penelitian, dan memberikan jawaban serta solusi yang mengacu pada tujuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan yang menyatakan hasil penelitian dan pembahasan. Saran menyatakan masukan alamiah positif tentang masalah yang diteliti dan menjadi acuan bagi kesempurnaan penelitian yang di lakukan

## DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

## LAMPIRAN

