

## KOMUNIKASI BUDAYA MUSIK TANAH LIAT KOMUNITAS JAF

Ade Ahmad Sujai,  
Prodi Ilmu Komunikasi UMC  
*dezaii12@gmail.com<sup>1</sup>,*

Yusuf Safari,  
Prodi Ilmu Komunikasi UMC  
*ysapari73@gmail.com<sup>2</sup>,*

Muhammad Kamaluddin,  
Prodi D3 Hubungan Masyarakat UMC  
*enceque\_kedawang@yahoo.com<sup>3</sup>*

### Abstrak

Penelitian ini menggambarkan komunikasi budaya Komunitas Jatiwangi Art Factory (JAF). Dengan menggunakan alat musik berbasis tanah liat, JAF mengkomunikasikan identitas masyarakat Jatiwangi dalam bentuk genting kepada khalayak yang lebih luas. Tidak hanya bagi masyarakat Sunda dimana budaya Jatiwangi berkembang dan berkembang, tapi juga bagi semua orang dengan berbagai latar belakang budaya di Indonesia dan bahkan dunia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Data tersebut diperoleh dengan keterlibatan penelitian langsung di komunitas JAF yang terletak di Kecamatan Jatiwangi, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi budaya yang dilakukan JAF adalah melalui proses primer dan sekunder. Proses utama yang dimaksud adalah melalui komunikasi langsung berupa tatap muka dan sosialisasi kepada masyarakat umum di luar Jatiwangi. Yang kedua adalah proses sekunder melalui penggunaan media komunikasi dalam bentuk konser dan festival musik. Konser dan festival dilakukan di seluruh wilayah di Indonesia dan bahkan di dunia. Dengan cara itulah apa yang telah dilakukan sebelumnya menegaskan identitas budaya masyarakat Jatiwangi kepada komunitas pemangku kepentingan budaya lainnya. Identitas yang ditunjukkan sebagai komunitas pemangku kepentingan budaya tanah liat dan hal-hal yang menyertainya.

Kata kunci: komunikasi, budaya, identitas, bahasa Sunda, JAF.

### Abstract

*This research describes the cultural communication of Jatiwangi Art Factory (JAF) Community. Through the use of clay-based musical instruments, JAF communicates the identity of the Jatiwangi community in the form of precariousness to the wider audience. Not only to the Sundanese community where Jatiwangi culture grows and develops, but also to all people with various cultural backgrounds in Indonesia and even the world.*

*The method used in this research is qualitative method with ethnography approach. The data were obtained by direct research involvement in JAF community located in Jatiwangi Sub-district, Majalengka Regency, West Java Province.*

*The results showed that cultural communications conducted JAF is through the primary and secondary processes. The primary process in question is through direct communication in the form of face-to-face and socialization to the general public outside Jatiwangi. The second mentioned is a secondary process through the use of communication media in the form of concerts and music festivals. Concerts and festivals are conducted around the region in Indonesia and even the world. In such a way that what was done earlier confirmed the cultural identity of Jatiwangi community to other community of cultural stakeholders. Identity that shows as a community of stakeholders of clay culture (rooftile) and its accompanying matters.*

**Keywords :** *communication, cultural, identity, Sundanese, JAF.*

## **A. PENDAHULUAN**

Sebagaimana diketahui bersama, aktivitas sosial budaya di era modern telah berhasil menciptakan sebuah kemajuan baik dalam ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan informasi, juga tidak lepas dari kemajuan seni dalam aktivitas sosial budaya. Ilmu pengetahuan maupun teknologi sendiri berkembang atas dasar masalah yang ditemukan dalam aktivitas sosial, dengan kata lain ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju di era modern ini hampir selalu berkaitan dengan apa yang menjadi kebutuhan manusia hari ini, begitupun dengan komunikasi dan penyebaran informasi dengan berbagai medium yang digunakan tidak lepas dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin hari semakin berkembang.

Seni dalam aktivitas sosial budaya juga bisa dibilang tidak bisa dipisahkan dari kemajuan yang diciptakan oleh ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan informasi. Musik sebagai seni dalam kajian komunikasi menjadi salah satu medium dalam penyebaran informasi. Pada gilirannya informasi tersebut dapat menciptakan dampak baik secara kognitif, afektif, maupun psikomotorik, yang mampu merubah perilaku pendengarnya.

Di salahsatu Kecamatan yang berada di Kabupaten Majalengka, yaitu Kecamatan Jatiwang terdapat sebuah kebudayaan yang sudah berlangsung selama 112 tahun lamanya yaitu mengolah tanah menjadi genteng. Di wilayah yang sama pada 27 September 2005 berdiri sebuah komunitas *Jatiwangi Art Factory (JAF)*, yaitu komunitas/ organisasi nirlaba yang berpusat pada kajian kehidupan pedesaan melalui kegiatan seni dan budaya seperti festival, pertunjukan, senirupa, musik, video, keramik, pameran, residensi seniman, diskusi bulanan, siaran radio, dan pendidikan.

Berangkat dari tahun 2006 musik keramik mulai dimainkan di Jatiwangi meskipun masih dalam bentuk pertunjukan perkusi. Seiring waktu berjalan akhirnya terbentuk grup musik *Hanyaterra*. Aktifitas *Hanyaterra* ini kemudian menyebar lebih dari sekedar kesadaran lokal terhadap terciptanya sebuah kebanggaan masyarakat tetapi juga sebagai kesadaran terhadap identitas wilayah. Penyadaran yang menciptakan perhatian publik luas yang tidak hanya meliputi wilayah lokal dan nasional, tetapi juga publik internasional. Jatiwangi hari ini menjadi salah satu tempat yang banyak dikunjungi orang luar dari

berbagai negara, dengan berbagai kegiatan yang dilakukan. Mulai dari sekedar berkunjung hingga adanya sebuah kerja sama komunitas dan lebih luas dari itu.

Fenomena yang menjadi ruang wilayah dari penelitian ini adalah proses komunikasi dengan menggunakan media musik kontemporer yang dilakukan oleh grup kolektif *Hanyaterra* dan *JAF*. Fenomena yang menyebarkan kesadaran tentang identitas wilayah melalui musik keramik dan kemudian menjadikan kebanggaan terhadap identitas wilayahnya.

Fenomena komunikasi seperti ini merupakan sesuatu yang menarik untuk diketahui, di sini peneliti akan mencoba menguraikan bagaimana proses komunikasi berlangsung, bagaimana sebuah identitas yang sudah terbentuk sehingga menjadi sebuah kebanggaan, sebab cara kerja *JAF* melakukan aktifitas seni yang berkolaborasi dengan masyarakat, sangat besar kemungkinan bisa menjadi *role model* untuk beberapa komunitas lainnya.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

Teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori proses komunikasi dan komunikasi antarbudaya, konstruksi identitas budaya, dan etnografi komunikasi (selain sebagai metode, teori ini dalam sisi lain turut serta memberi warna pada paradigma penelitian yang dipakai). Semuanya dikombinasikan dalam suatu *konstruk* kerangka pemikiran yang menjadi pra-kognisi dari penelitian ini. Teori proses komunikasi dipakai untuk melihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh *Jatiwangi Art Factory* yang menjadi subjek penelitian ini, sedangkan kedua teori yang terakhir berguna untuk melihat dan memahami konteks ruang sosial budaya dimana sebuah proses komunikasi yang diteliti berlangsung.

### **Etnografi Komunikasi**

Teori etnografi komunikasi merupakan teori utama yang dipakai peneliti dalam proses penelitiannya, pada dasarnya etnografi komunikasi merupakan metode implikasi sederhana di mana di dalamnya terdapat pola komunikasi yang dimiliki oleh sekelompok individu, pada hakikatnya etnografi komunikasi ini melihat dari beberapa hal diantaranya:

1. Pola komunikasi yang digunakan oleh kelompok.
2. Pendefinisian kegiatan komunikasi.
3. Waktu dan tempat kegiatan kelompok.
4. Proses kegiatan komunikasi yang membentuk komunitas.
5. Keragaman kode (Littlejohn dan Foss, 2009: 460).

Hurlock, Elizabeth B, 1994 (dalam Kuswarno, 2008:11) menyebutkan bahwa Studi etnografi komunikasi adalah pengembangan dari antropologi linguistik yang dipahami dalam konteks komunikasi. Studi ini diperkenalkan pertama kali oleh Dell Hymes pada tahun 1962, sebagai kritik terhadap ilmu linguistik yang terlalu memfokuskan diri pada fisik bahasa saja. Definisi etnografi komunikasi sendiri adalah pengkajian peranan bahasa

dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaan

Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*) juga dikenal sebagai salah satu cabang ilmu dari Antropologi, khususnya turunan dari Etnografi Bahasa (*ethnography of speaking*). Disebut etnografi komunikasi karena Hymes beranggapan bahwa yang menjadi kerangka acuan untuk memberikan tempat bahasa dalam suatu kebudayaan haruslah difokuskan pada komunikasi bukan bahasa (dalam Kuswarno, 2008:11). Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan.

Pada hakikatnya, etnografi komunikasi adalah salah satu cabang dari antropologi, khususnya antropologi budaya. Definisi etnografi sendiri adalah uraian terperinci mengenai pola-pola kelakuan suatu suku bangsa dalam etnologi (ilmu tentang bahasa-bahasa). Etnografi komunikasi ini lahir karena karena baik etnografi maupun linguistik sering mengabaikan sebagian besar bidang komunikasi manusia, dan hanya menjadikannya sebagai sarana untuk mencapai topic tertentu saja. Jadi komunikasi sering di pandang sebagai hal yang subsider (Kuswarno, 2008:12).

Hymes (dalam Kuswarno, 2008:12) menyebutkan bahwa linguistik yang memandang bahasa sebagai sistem yang abstrak, telah mengabstraksikan bidang kajiannya dari sisi pertuturan. Sedangkan antropologi mengabstraksikan dirinya dari bentuk tuturan. Jadi sebenarnya, kedua cabang ilmu tersebut telah mengabstraksikan bahasa dari pola penggunaannya. Hal inilah yang tidak di sadari oleh keduanya, dan kemudian di pelajari lebih lanjut oleh etnografi komunikasi, sebagai cabang ilmu yang berdiri sendiri yang mampu menjembatani keduanya, sekaligus membahas pola penggunaan bahasa.

Singkatnya, etnografi komunikasi merupakan pendekatan terhadap sosiolinguistik bahasa, yaitu melihat penggunaan bahasa secara umum dihubungkan dengan nilai-nilai sosial dan kultural. Sehingga tujuan deskripsi etnografi adalah untuk memberikan pemahaman global mengenai pandangan dan nilai-nilai suatu masyarakat sebagai cara untuk menjelaskan sikap dan perilaku anggotanya. Dengan kata lain etnografi komunikasi menggabungkan sosiologi (analisis intraksional dan identitas peran) dengan antropologi (kebiasaan penggunaan bahasa dan filosofis yang melatarbelakanginya) dalam konteks komunikasi, atau ketika bahasa itu di pertukarkan (dalam Kuswarno, 2008:13).

Oleh karena itu, membahas etnografi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari antropologi, sebagai ilmu induk yang membantu dalam proses kelahirannya. Namun demikian, ia juga membutuhkan analisis linguistik, interaksi (sosiologi), dan komunikasi untuk menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi yang di temuinya. Etnografi komunikasi telah menjelma menjadi disiplin ilmu baru yang mencoba untuk merestrukturisasi perilaku komunikasi dan kaidah-kaidah di dalamnya, dalam kehidupan sosial yang sebenarnya (Kuswarno, 2008:13).

*Hymes* (Kuswarno, 2008:14): menjelaskan ruang lingkup dalam kajian etnografi komunikasi sebagai berikut:

- a. Pola dan fungsi komunikasi
- b. Hakikat dan definisi masyarakat tutur

- c. Cara-cara berkomunikasi
- d. Hubungan bahasa dengan pandangan dunia dan organisasi sosial
- e. Semesta dan ketidaksamaan linguistik dan sosial.

### **Objek Studi Etnografi Komunikasi**

Meskipun menggabungkan bahasa, komunikasi, dan kebudayaan dalam kajiannya, istilah-istilah yang digunakan dalam studi atau penelitian etnografi komunikasi tidaklah sama dengan istilah yang digunakan dalam bahasa, komunikasi atau bahkan antropologi. Istilah-istilah ini pada akhirnya akan mengacu pada apa yang menjadi objek penelitian etnografi komunikasi. Berikut ini akan diuraikan beberapa istilah yang menjadi dasar pijakan dalam melakukan penelitian etnografi komunikasi, diantaranya adalah; masyarakat tutur (*speech community*), aktifitas komunikasi, komponen komunikasi, dan varietas bahasa (Kuswarno, 2008:38-42).

#### **1. Masyarakat Tutur (*Speech Community*)**

Seperti halnya etnografi, etnografi komunikasi juga memiliki pengaruh sosiokultural yang sangat besar, sehingga keduanya memiliki batasan yang sama dalam melakukan penelitian, yaitu dalam konteks kebudayaan tertentu.

Kebudayaan merupakan sesuatu yang dimiliki bersama oleh sekelompok orang, sehingga kebudayaan adalah hasil dari interaksi antarindividu. Pakar antropologi Rosaline Wax mendefinisikan kebudayaan sebagai satu kenyataan dari “pengertian yang dialami bersama” (*shared meaning*), jadi bukanlah empati yang misterius. Oleh karena itu, membicarakan kebudayaan berarti membicarakan sekelompok orang.

Masyarakat didalam sosiologi seperti yang dikatakan Peter L. Berger adalah sebagai suatu keseluruhan kompleks hubungan manusia yang sifatnya luas. Creswell menyebut kelompok sosial atau masyarakat ini sebagai *committee*, yaitu sekelompok orang yang membangun dan berbagi kebudayaan, nilai, kepercayaan, dan asumsi-asumsi secara bersama-sama.

Banyak ahli yang mendefinisikan masyarakat tutur ini, yang pertama Hymes, yang menekankan bahwa semua anggota masyarakat tutur tidak saja sama-sama memiliki kaidah untuk berbicara, tetapi juga satu variasi linguistik. Sedangkan Seville-Troike membicarakan level analisis dimana masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara.

#### **2. Aktivitas Komunikasi**

Dalam etnografi komunikasi, menemukan aktivitas komunikasi sama artinya dengan mengidentifikasi peristiwa dan atau proses komunikasi. Bagi Hymes, tindak tutur atau tindak komunikatif mendapat statusnya dari konteks sosial, bentuk gramatika, dan intonasinya.

Peristiwa komunikasi yang dibahas dalam etnografi komunikasi adalah khas yang dapat dibedakan dengan proses komunikasi yang dibahas pada konteks komunikasi yang lain. Apakah itu perspektif interaksi simbolik, mekanisme matematika, komunikasi kelompok, atau komunikasi dalam perspektif psikologi, dan sebagainya. Proses

komunikasi dalam etnografi komunikasi melibatkan aspek-aspek sosial dan kultural dari partisipan komunikasinya.

Hymes mengemukakan unit-unit diskrit aktivitas komunikasi, berikut urainnya:

- a. Situasi komunikatif atau konteks terjadinya komunikasi.
- b. Peristiwa komunikatif atau keseluruhan perangkat komponen yang utuh, dimulai dari tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama, partisipan yang menggunakan varietas bahasa yang sama, mempertahankan *tone* yang sama, kaidah-kaidah yang sama untuk interaksi, dalam *setting* yang sama. Peristiwa komunikasi dinyatakan berakhir, ketika terjadi perubahan partisipan.
- c. Tindak komunikatif, yaitu fungsi interaksi tunggal, seperti pernyataan, permohonan, perintah, ataupun perilaku non verbal.

Jadi aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi tidak bergantung pada adanya pesan, komunikator, komunikan, media, efek, dan sebagainya. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang.

Peristiwa komunikasi itu sendiri pada akhirnya akan membawa penelitian kepada pemolaan komunikasi, karena akan ditemukan hubungan-hubungan antar komponen pembentuk satu peristiwa komunikasi.

### 3. Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi menurut perspektif etnografi komunikasi adalah:

- a. *Genre* atau tipe peristiwa komunikatif.
- b. Topik peristiwa komunikasi.
- c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.
- d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain.
- e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan, dan hubungannya satu sama lain.
- f. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal atau non verbal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas yang sama.
- g. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan.
- h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.
- i. Kaidah interaksi.
- j. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai, norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya.

### 4. Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi menjangkau:

- a. Pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa berbicara dalam *setting* tertentu.
- b. Kapan mengatakannya?
- c. Bilamana harus diam?

- d. Siapa yang bisa diajak bicara
- e. Bagaimana berbicara kepada orang-orang.

#### 5. Varietas Bahasa

Pemolaan komunikasi akan lebih jelas bila diuraikan dalam konteks varietas bahasa. Variasi ini akan mencakup semua varietas dialek atau tipe yang digunakan dalam populasi tertentu, dan faktor-faktor sosiokultural yang mengarahkan pada seleksi dari salah satu variasi bahasa yang ada. Sehingga pilihan varietas yang dipakai akan menggambarkan hubungan yang dinamis antara komponen-komponen komunikatif dari suatu masyarakat tutur, atau yang dikenal sebagai pemolaan komunikasi.

Pemolaan komunikasi dari varietas bahasa inilah yang kemudian akan menjadi tujuan utama penelitian etnografi komunikasi. Mengenai bagaimana untuk komunikatif yang berlaku pada satu masyarakat tutur, dan hubungan yang terjadi diantara komponen-komponen komunikatifnya. Karena penjelasan varietas bahasa dengan sendirinya menjelaskan pola komunikasi yang digunakan.

Yang menjadi fokus kajian dalam etnografi komunikasi menurut Seville-Troike (dalam Kuswarno 2008:15) sebagai berikut:

- a. Cara-cara bagaimana komunikasi itu dipola dan diorganisasikan sebagai sebuah sistem dari peristiwa komunikasi.
- b. Cara-cara bagaimana pola komunikasi itu hidup dalam interaksi dengan komponen sistem kebudayaan orang lain.

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metodologi penelitian kualitatif dengan menggunakan studi analisis etnografi. Proses pengumpulan data di tempuh dengan beberapa tahapan, diantaranya; dengan melakukan observasi partisipan yaitu mengamati secara langsung proses komunikasi yang dilakukan oleh *Jatiwangi Art Factory* yang dilakukan pada saat kegiatan, setelah itu melakukan wawancara mendalam dengan sumber informan yang telah ditentukan. Pada dasarnya dalam melakukan proses wawancara peneliti tidak harus terpaku dengan *interview guide*, dan yang terakhir melakukan analisis dokumen yang meliputi artikel, media massa, dan beberapa dokumentasi foto, video yang berkaitan dengan aktivitas *Jatiwangi Art Factory* (Kuswarno, 2008: 47).

### D. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

*JAF* memulai musik keramik/genteng selang satu tahun setelah *JAF* dibentuk, yaitu sekitar tahun 2006 melalui gagasan yang diperoleh dengan cara melihat wilayah sekitar, yang hari ini hampir semua orang tahu bahwa wilayah Jatiwangi adalah pusat atau sentra dari industri genteng. Menurut *JAF* bahwa inspirasi untuk membuat apapun itu tidak akan pernah lepas dari tolehan kepala, yang artinya di sekitar kita adalah gudang inspirasi, yang memungkinkan kita bisa membuat apapun atas apa yang kita lihat dan kita rasa di sekeliling kita, bahkan sesuatu yang dianggap orang 'aneh' pun bisa kita jadikan 'senjata'.

Pada awal dari musik genteng sendiri dimulai oleh sebuah grup yang bernama *Craftkustik* pada tahun 2006, dimana waktu itu grup ini masih memainkan lagu-lagu orang

lain atau dengan kata lain masih mengcover lagu, belum terlihat adanya fokus pada tujuan yang diinginkan oleh *JAF*, jenis musik yang dimainkan masih beragam dan belum memakai banyak alat musik yang hari sudah dimainkan. Kemudian di tahun 2007 pula berdiri grup yang bernama *The Mystical Earth*, grup ini sudah mendekati fokus dengan memainkan lagu sendiri dengan jenis musik *ensemble*/perkusi, dengan tema yang melihat kehidupan sekitar masyarakat Jatiwangi.

Ditahun yang sama yaitu tahun 2007, *JAF* membuat grup yang di mainkan oleh anak-anak yang masih duduk dibangku SD dan SMP, yang diberi nama *Sadatana Arana*, nama yang diambil dari salah satu alat musik yang dibuat oleh *JAF* yaitu *sadatana*. *Sadatana* sendiri di ambil dari dua kosa kata yaitu *sada* yang berarti *suara* dan *tana* yang diambil dari kata *tanah*, jadi *sadatana* yang berarti *suara tanah*. Alat musik ini memiliki bentuk menyerupai kendi air jaman dulu yang dimainkan dengan cara dipukul, bisa memakai tangan atau stik, jika dipukul memakai tangan suara yang dihasilkan bisa menyerupai kendang. *Sadatana* memainkan jenis musik perkusi yang hanya memainkan alat musik sebagai unsur pokok dari keseluruhan musik yang dibawakannya.

Di tahun ke empat *JAF* berdiri sekitar tahun 2008 berdiri grup yang bernama *Genteng-Genteng Ensemble*, grup ini tidak jauh berbeda dengan *Sadatana Arana*, namun ada beberapa yang membedakannya seperti, orang-orang yang memainkannya dengan usia yang beragam, dan alat musiknya yang dimainkannya pula beragam seperti perkusi genteng dan lain-lain.

Di tahun 2009 fokus *JAF* untuk membuat kepercayaan diri masyarakat Jatiwangi dimulai dengan membuat *The People Clay*, grup ini tidak hanya melibatkan orang-orang yang ada di lingkaran komunitas saja, melainkan *JAF* mengajak warga dari mulai anak sekolah sampai pemerintah Kecamatan, seperti Kepala Desa dan Pak Camat yang saat itu bertugas di Jatiwangi juga untuk bermain musik dan bernyanyi, dan grup ini yang memulai fokus dengan tema yang membahas wilayah yang kaya akan tanah. Tidak hanya bermain musik saja, *The People Clay* juga terlibat dalam proses pembuatan lagu, dengan cara diikutsertakan dalam *workshop* membuat lagu yang dibuat oleh *JAF*. seperti *Workshop* yang diisi oleh musisi folk asal Bandung yaitu Mukti-mukti yang sering mengadakan *workshop* membuat lagu di Jatiwangi.

Setelah *The People Clay* dibentuk, dengan beberapa program festival dan beberapa acara yang dibuat, pada tahun 2010 dibentuk grup kolektif baru yaitu *Hanyaterra*. *Hanyaterra* bisa diartikan secara harfiah yang berarti hanya tanah, yang diambil dari dua suku kata dari dua bahasa yaitu hanya dari bahasa Indonesia, dan *terra* yang diambil dari bahasa Yunani yang berarti tanah. *Hanyaterra* adalah kumpulan anak muda yang berada dalam satu wadah dari salah satu divisi yang dimiliki *JAF*, yaitu KOSMIK (Konsorsium Musik Keramik). KOSMIK sendiri adalah salah satu divisi yang mewadahi seluruh grup musik yang memainkan alat musik keramik yang ada di Jatiwangi, grup yang diwadahi oleh KOSMIK yang sampai hari ini masih aktif hanya ada dua yaitu, *The People Clay* dan *Hanyaterra*.

Musik yang dimainkan *Hanyaterra* adalah pop folk, dengan unsur musik yang di iringi oleh beberapa alat musik, diantaranya adalah gitar dan bass yang memakai bodi yang



terbuat dari genteng, perkusi piring, perkusi mangkok, perkusi genteng, gamelan genteng, suling tanah (Okarina), sadatana dan tambur. Dari beberapa alat musik yang dimainkan oleh *Hanyaterra* tersebut dicampur atau diselaraskan, sehingga mempunyai jenis musik layaknya sebuah grup band pada umumnya, namun memiliki kekhasan tersendiri yang tidak dimiliki oleh grup-grup band lainnya yang lahir dari ranah populer pada umumnya.

*Hanyaterra* telah memproduksi satu mini album yang bertajuk ‘Janji Tanah Berani’, pada album ini *Hanyaterra* mencoba membangun kembali semangat untuk masyarakat Jatiwangi untuk mempertahankan wilayahnya dari berbagai kemungkinan serangan dari luar, seperti pembangunan-pembangunan yang pada saat itu mulai bermunculan di Jatiwangi, seperti pabrik garmen dan lainnya.

*Track List* album Janji Tanah Berani (2015):

1. *Hidden Sound #1*
2. Hulu Hilir
3. Hanya Tanah
4. Hari Berjari
5. *Haleuang Taneuh*
6. *Hidden Sound*

Janji tanah berani adalah album yang merangkum pengalaman-pengalaman dan harapan, baik *Hanyaterra* sendiri atau harapan-harapan yang datang dari luar, seperti pada lagu pertama yang menjadi pembuka pada album tersebut yaitu “*Hidden Sound #1*” yang berisi narasi sejarah alternatif Jatiwangi dan musik keramik itu sendiri, kemudian diikuti oleh lagu “Hulu Hilir” yang menuntun pendengar untuk tetap berani dalam menjalani hidup di lingkungan yang sudah dirasa semakin tidak nyaman, di lagu ketiga dalam album ini adalah lagu “Hanya Tanah” yang mempertegas wacana tentang tanah bukanlah soal kepemilikan tetapi tentang rasa kebersamaan, yang artinya Jatiwangi sebagai wilayah bersama yang harus dibangun dan dimiliki bersama, lagu ini menurut saya jelas tentang bagaimana masyarakat Jatiwangi sendiri yang sudah seharusnya merasa memilikinya. Di lagu ke empat adalah lagu dengan judul “Hari Berjari” adalah harapan dari masyarakat Jatiwangi untuk bisa terus berdaya di tengah deru lajunya pembangun yang semakin hari semakin akan menggerus lahan di wilayah Jatiwangi, untuk dua lagu terakhir sebagai penutup pada album ini adalah “*Haleuang Taneuh*” dan “*Hidden Sound #2*” alunan instrumental dari musik keramik yang menuntun lamunan atas tanah yang kita pijak dan tanah yang menghidupi, juga mengukuhkan janji yang mewakili masyarakat Jatiwangi untuk tetap berani menghadapi ancaman yang bisa merusak ruang hidupnya.

Melalui *Hanyaterra*, *JAF* mulai masuk pada wilayah budaya populer yang memainkan musik dengan unsur pop folk, selain itu juga *Hanyaterra* mengikuti arus dari budaya pop itu sendiri dengan banyak tampil di beberapa stasiun televisi, seperti SCTV, Trans 7, NET TV.

Jatiwangi merupakan wilayah rural urban yang terhimpit oleh ruang-ruang perkotaan, yang menjadikan Jatiwangi sebuah wilayah penghubung antara satu kota dengan kota lain, diantaranya Jatiwangi adalah wilayah jalur utama penghubung jalan Cirebon - Bandung.

Masyarakat Jatiwangi tumbuh menjadi masyarakat industri dimulai sejak tahun 1905, dalam keseharian masyarakatnya yang sebagian besarnya menggantungkan hidup pada pabrik genteng. Sejak tahun 2008, Jatiwangi mulai dihantam oleh beberapa perubahan yang mengakibatkan pada perubahan kondisi sosiokultural dari masyarakatnya, dimulai dari berdirinya pabrik-pabrik garmen, bekas pabrik gula yang berubah menjadi mall, dibuatnya jalan tol, sampai pembangunan bandara internasional Kertajati. Salah satu dampak yang signifikan dari perubahan itu adalah adanya industri besar yang masuk ke wilayah Jatiwangi, yaitu garmen.

Kedatangan industri besar ini berdampak pada kondisi masyarakat yang dulunya bekerja ke pabrik genteng berubah jadi bekerja ke pabrik garmen, ibu-ibu yang dulunya bisa bekerja sambil membawa anaknya ke dalam pabrik sekarang menjadi tidak sama lagi, anak-anak yang ditinggal ibunya bekerja ke garmen kini menjadi tanggung jawab bapaknya yang harus mengasuh anak tersebut. Jelas terlihat disini perubahan yang terjadi pada masyarakat Jatiwangi yang digempur perubahan sangat berdampak pada identitas masyarakat Jatiwangi yang sudah melekat yaitu pada mengolah tanah menjadi genteng.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Kuswarno, bahwa aktivitas komunikasi adalah salah satu objek dalam etnografi komunikasi yang tidak bergantung pada adanya pesan, komunikator, komunikan, media, efek, dan sebagainya. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang.

Pada proses penyampaian pesan dengan medium musik keramik ini *JAF* melakukan penyampaian pesan komunikasi dengan menggunakan dua proses komunikasi. Menurut Sendjaja dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, menjelaskan bahwa proses komunikasi terdiri atas dua cara yaitu:

1. Proses cara primer, adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol sebagai media. Lambang media primer adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses cara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Sendjaja, 2004).

Dimana dalam proses komunikasi terdapat lima komponen penting yaitu:

- a. Pengirim pesan (*sender* atau komunikator).
- b. Pesan yang dikirimkan (*message*)
- c. Bagaimana pesan tersebut disampaikan (*delivery channel* atau media)
- d. Penerima pesan (*receiver* atau komunikan); dan
- e. Umpan balik (*feedback*) atau *effect*

Dalam perjalanan *JAF* melakukan pendekatan dalam setiap program yang dijalankannya, agar mendapat pengertian bersama tentang identitas dan budaya mengolah tanah. Penulis melihat proses komunikasi yang dilakukan oleh *JAF* pada gelaran festival musik keramik yang dimulai pada tahun 2012 dan 2015 ini dengan proses komunikasi cara primer dan sekunder.

Untuk membatasi fokus penelitian, maka penulis hanya fokus dengan melihat bagaimana proses komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan media musik seperti konser dan gelaran festivalnya saja. Berikut adalah hasil dari data yang ditemukan selama penelitian:

**a. Festival**

*JAF* melalui program festival musik keramik ini, dibuat dengan melakukan pendekatan yang dimulai dari proses sosialisasi secara langsung mendatangi warga dari desa ke desa dengan menyentuh bagian inti dari perasaan yang mudah tersentuh yaitu hati, melalui pendekatan kebudayaan yang mereka lakukan.

Berikut proses yang *JAF* lakukan sebagai cara membangkitkan rasa bangga masyarakat terhadap identitasnya:

1. Menyentuh hati
2. Menyentuh pikiran
3. Menyentuh ingatan kolektif

Hati adalah bagian dari diri manusia yang sangat mudah untuk disentuh, dimulai dari sini kiranya pesan dari proses komunikasi akan lebih mudah untuk diserap dan di mengerti oleh pikiran dari komunikannya, sehingga pada kelangsungan komunikasi tidak melalui hambatan.

*JAF* hadir ditengah masyarakat dengan latar belakang kebudayaan yang sama namun dilihat dari kebudayaan mereka bekerja adalah berbeda dengan masyarakatnya, *JAF* dengan kesehariannya yaitu aktivitas seni dan masyarakat dengan bekerja yang berkaitan dengan pabrik genteng, sehingga *JAF* mudah menyentuh hati masyarakatnya tentang pikiran dan ingatan masa kecil yang sama.

Pendekatan yang digunakan oleh *JAF* ini yang membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan identitas asalnya sendiri, dimulai dari yang dilakukan pada tahun 2012 dan gelaran kedua pada tahun 2015 yaitu pada saat program festival musik keramik. Pekerjaan yang memakan waktu sekitar dua bulan ini menempuh beberapa tahapan diantaranya.

Di bulan pertama *JAF* melakukan sosialisasi yang menekankan pada pemaknaan rasa memiliki terhadap apa yang dimiliki masyarakat sebagai pemangku kebudayaan. Kemudian masuk dengan mengenalkan bagaimana cara membuat alat musik yang terbuat dari tanah sebagai bahan dasar pembuatan genteng melalui program workshop, sehingga aktifitas mengolah tanah dapat dirasakan oleh masyarakat meskipun mereka tidak bekerja sebagai pengrajin genteng itu sendiri. Dengan cara itu *JAF* membagi rasa masyarakat tentang bagaimana proses mengolah tanah itu yang biasa dilakukan didalam pabrik, seperti misalnya anak-anak sekolahpun diajak untuk mencoba bermain dan mengolah tanah menjadi bentuk yang bisa dimainkan dan mengasilkan bunyi. Setelah proses workshop membuat alat musik dilalui,

Di bulan kedua kemudian *JAF* mengajak masyarakat untuk berlatih instrumen musik rampak yang sebelumnya sudah disiapkan dan dibuat oleh *JAF*, pada proses ini penulis melihat bahwa ini bagian dari proses komunikasi yang dilakukan oleh *JAF* guna lebih mengikat lagi rasa memiliki terhadap identitasnya. Dengan mengikuti proses latihan

ini masyarakat di ajak untuk lebih mengenal rasa pada suasana dan irama gemuruh genteng ketika dipukul menjadi irama yang khas dari genteng itu sendiri.

Dalam proses komunikasi menggunakan alat atau media yang membentuk kebanggaan identitas *JAF* berperan sebagai pelaku komunikasi atau komunikator yang dipengaruhi oleh gagasan-gagasan kultural sejarah seperti kebudayaan leluhurnya, identitas yang sudah terwujud dalam konteks wilayah geografis wilayahnya yaitu Jatiwangi dan kebudayaan leluhur sebagai sumber atau *source* dalam bahan dari proses komunikasi yang akan berlangsung, kemudian *JAF* mengirim pesan gagasannya kepada (khususnya) masyarakat Jatiwangi melalui tindak proses komunikasi berupa konser musik, festival, pameran seni rupa, hingga diskusi rutin bulanan yang dilakukan oleh *JAF*, sehingga muncul pengertian dari komunikan dalam hal ini yaitu masyarakat Jatiwangi tentang terbentuknya kebanggaan terhadap identitasnya.

#### **b. Konser Musik**

*JAF* melalui *Hanyaterra* dan *The People Clay* adalah grup musik keramik/genteng yang hari ini masih hidup menceritakan kehidupan masyarakat Jatiwangi dan wilayahnya yang dinaungi salah satu divisi yang ada di *JAF* yaitu KOSMIK (Konsorsium Musik Keramik).

*Hanyaterra* dan *The People Clay* melalui program KOSMIK, selalu membuat konser musik yang pasti melibatkan dan berkolaborasi dengan masyarakat Jatiwangi, baik dari anak sekolah sampai Pemerintahan Desa atau Kecamatan, salah satu konser yang peneliti ikuti adalah, Konser Peluncuran album dari *Hanyaterra* yang berjudul 'Janji Tanah Berani' konser ini melibatkan beberapa elemen mulai dari masyarakat umum hingga pegawai pemerintah, seperti aparat desa, kecamatan polisi, hingga tentara yang terangkum dalam pertunjukan tersebut.

Konser ini melalui proses yang dimana pada awalnya *Hanyaterra* mengundang masyarakat tersebut untuk datang ke *JAF* untuk diberi informasi hingga membuat kesepakatan untuk membuat jadwal latihan bersama. Kemudian konser *The People Clay* yang digelar di Taman Budaya Bandung pada tahun 2016. Prosesnya hampir sama dengan konser dengan festival musik keramik, namun yang berbeda adalah jumlah massa yang dilibatkan lebih sedikit, tidak seperti festival musik keramik yang melibatkan ribuan masyarakat Jatiwangi.

Jatiwangi adalah sebuah wilayah rural urban yang dikenal sebagai sentra industri genteng sejak tahun 1905, sudah menjadi budaya yang melekat untuk masyarakat Jatiwangi mengolah tanah menjadi genteng. Hal ini menegaskan bahwa Genteng sudah melekat dengan nama Jatiwangi dan sudah bisa dikatakan bahwa genteng menjadi identitasnya. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa identitas budaya dipengaruhi oleh hubungan dekat yang artinya budaya masyarakat Jatiwangi mengolah tanah liat menjadi genteng itu menjadi identitas dengan sendirinya karena dipengaruhi oleh hubungan-hubungan dekat dengan wilayahnya.

Tahun 2012 diketahui sebagai permulaan diadakannya Festival Musik Keramik di Jatiwangi, yang di gagas *JAF* dan dikerjakan bersama-sama dengan masyarakat Jatiwangi,

juga melibatkan beberapa elemen dari mulai Pemerintah Desa, Pemerintahan Kecamatan, dan elemen-elemen lain seperti seniman residensi yang didatangkan dari dalam dan luar negeri guna membantu efektivitas kerja *JAF* membangun kebanggaan masyarakatnya. Pada tahun 2012 festival musik keramik ini melibatkan sekitar 1500 warga untuk memainkan musik bersama-sama, yang dibuka dengan membaca Ikrar Jatiwangi yang dilanjutkan dengan menyanyikan Mars Jatiwangi. Jatiwangi mungkin satu-satunya daerah kecamatan yang mempunyai ikrar dan lagu marsnya sendiri.

Proses bagaimana masyarakat Jatiwangi bisa terlibat dalam acara bersama ini adalah bukti bahwa masyarakat Jatiwangi bangga dengan identitas yang sudah melekat pada wilayahnya sebagai kawasan besar industri genting. Dilihat dari bagaimana masyarakat Jatiwangi ikut menikmati setiap proses dalam gelaran festival yang digagas oleh *JAF* ini, menggambarkan bahwa dampak dari musik keramik terhadap kebanggaan identitas itu terwujud, karena jika masyarakat Jatiwangi tidak memiliki rasa bangga itu mereka tidak akan mengikuti gelaran festival ini dengan mengikuti setiap prosesnya.

#### **E. SIMPULAN**

Dalam melakukan hubungan komunikasi dengan menggunakan music keramik/genting sebagai mediumnya, *JAF* menggunakan pola komunikasi budaya, karena music adalah bagian dari kebudayaan itu sendiri. Proses komunikasi yang dilakukan *JAF*, lebih kepada menggunakan media konser dan festival music dalam menyebarkan informasi/pesan kepada masyarakat Jatiwangi dan lainnya tentang identitas dan jati diri Jatiwangi.

#### **REFERENSI**

- Kuswarno, Engkus. (2008). *Etnografi Komunikasi Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi (Edisi 9)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sendjaja. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Raja Grafindo.