

PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE OF COMMUNICATION, INDUSTRY
AND COMMUNITY

Cetakan ke-1, Februari 2016
Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
Seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Editor:
Widayatmoko, Septia Winduwati

Desain dan tata letak:
Xenia Angelica

Cetakan ke-1, Jakarta, FIKom UNTAR 2016
ix-385 hlm, ukuran 7,17 x 10,12 inch

ISBN
978-602-74139-1-7

Diterbitkan oleh:
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen S. Parman No. 1
Jakarta Barat 11440

**PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE OF
COMMUNICATION, INDUSTRY AND COMMUNITY 2016**

Reviewer:

Ahmad Djunaidi
Asep
Atwar Bajari
Chairy
Dorien Kartikawangi
Eko Harry Susanto
Endah Murwani
I Nengah Duija
Juliana Abdul Wahab
Kurniawan Hari Siswoko
Nurdin Abd Halim

KATA PENGANTAR

International Conference of Communication, Industry and Community atau ICCIC mengajak untuk melihat fenomena dan realitas sosial. Pertumbuhan pesat di sektor ini telah bersinggungan dengan praktek perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang bersinggungan dengan praktik perkembangan media industri serta komunitas di kehidupan masyarakat yang sangat dinamis. Ilmu komunikasi tidak dapat disangkal memiliki kontribusi besar pada perkembangan bisnis dan usaha bidang industri, baik di segi pemasaran, pengembangan *branding* dan *image* serta pembangunan masyarakat.

Pada kesempatan ini *International Conference Of Communication, Industry And Community* mengundang seluruh akademisi; praktisi baik dari pihak industri komersial, pihak pemerintah dan praktisi media; mahasiswa, dan peneliti, untuk berpartisipasi dalam Call For Paper ICCIC 2016. Penyelenggaraan *International Conference Of Communication, Industry And Community* dapat terselenggara berkat kerjasama antara Fakulras Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara berkolaborasi dengan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri di Bali. Subtema dalam *International Conference Of Communication, Industry And Community* adalah *media industry, Public Relations, communication & community, marketing communication, communication tourism industry and creative economy*.

Setiap paper yang masuk ke dalam prosiding ICCIC telah melalui serangkaian proses review oleh tim reviewer yang berasal dari delapan institusi berbeda. Jumlah paper yang diterima dalam ICCIC 2016 berjumlah 135 paper yang dibagi kedalam empat jilid buku prosiding.

Akhirnya kami mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri, pihak sponsor, media partners, tim reviewer, Pimpinan Universitas, dan panitia yang telah bekerja keras untuk mewujudkan konferensi ini terlaksana.

Ketua Pelaksana ICCIC 2016

Suzy Azeharie

KATA PENGANTAR

Suatu kehormatan bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara untuk dapat menyelenggarakan acara *International Conference Of Communication, Industry And Community* berkolaborasi dengan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri. Konferensi internasional ini diselenggarakan sebagai wahana untuk mengembangkan dan berbagi pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

Dewasa ini, Ilmu Komunikasi menjadi salah satu kajian yang semakin menarik perhatian khalayak terlebih lagi dengan hadirnya media baru sebagai salah satu sarana potensial dalam meningkatkan peradapan manusia di berbagai aspek kehidupan. Tidak dapat dipungkiri bahwa Ilmu Komunikasi telah banyak memberikan kontribusi bagi perkembangan industri dan masyarakat.

Di industri media selain perkembangan media arus utama (*mainstream*) kemunculan portal *media online* menunjukkan pemanfaatan konvergensi media yang banyak diminati khalayak. Media baru serta pengaplikasian Ilmu Marketing Komunikasi juga dimanfaatkan oleh pihak industri, baik industri kecil, menengah maupun besar guna meningkatkan pelayanan dan memaksimalkan eksistensinya di dunia persaingan bisnis sekaligus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di kalangan masyarakat, Ilmu Komunikasi dianggap mampu untuk membedah isu-isu sosial dan budaya yang ada. Ilmu Komunikasi juga dimanfaatkan untuk mengembangkan komunitas yang kuat dan mampu bersaing di dunia internasional.

Pada kesempatan ini, selayaknya saya menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung terlaksananya acara ini – pimpinan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri, pihak sponsor, media partners, tim reviewer, Pimpinan Universitas, dan panitia yang telah bekerja keras untuk mewujudkan konferensi ini terlaksana.

Plh. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR

Widayatmoko

PANITIA ICCIC

Penanggung Jawab : Dr. Eko Harry Susanto, M.Si
Ketua Steering Committee : Drs. Widayatmoko, MM, M.Ikom
Wakil Ketua SC : Dr. Riris Loisa, M.Si

Panitia Pelaksana

Ketua : Dra. Suzy S. Azeharie, M.A., M.Phil
Wakil Ketua : Septia Winduwati, S.Sos., M.Si
Sekretaris : Lusia Savitri Setyo Utami, S.Sos., M.Si
Bendahara : Candra Gustinar
Koordinator Humas : Yugih Setyanto, S.Sos, M.Si
Sponsorship dan LO : Wulan Purnama Sari, S.Ikom., M.Si
Publikasi & Dokumentasi : Xenia Angelica Wijayanto, S.H., M.Si
Koordinator Acara : Sinta Paramita, SIP, MA
Perlengkapan : Ady Sulisty

DAFTAR ISI

REVIEWER.....	i
KATA PENGANTAR Ketua Panitia ICCIC.....	ii
KATA PENGANTAR Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR.....	iii
PANITIA ICCIC.....	iv

Bagian III: Komunikasi, Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya Bujang Dara Sebagai Duta Wisata Kabupaten Siak dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Nova Yohana, Ringgo Eldapi Yozani.....	756–770
Konstruksi Identitas Pariwisata Kota Lhokseumawe (Langkah Awal Identifikasi Persoalan Pengembangan Industri Pariwisata di Aceh) Ade Muana Husniati, Maryam.....	771–781
Adaptasi Budaya Warga Warung Kaleng, Desa Sampay, Cisarua, Bogor terhadap Turis Timur Tengah Sri Mustika, Tellys Corliana.....	782–790
Bangkitnya Industri Pariwisata di Indonesia dan Penghancuran Diri Kearifan Lokal Mediana Handayani, AG. Eka Wenats.....	791–804
Transformasi Etika Komunikasi Masyarakat Bali I Wayan Wastawa.....	805–820
<i>Open Grounded Theory</i> (Ogt) dan Brand Destinasi Negara Terapan Pada Riset Komunikasi Burhan Bungin.....	821–838
Pola Konsumsi Media <i>Online</i> Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Pariwisata Indonesia di Kalangan Pekerja Jakarta Gayatri Atmadi, Nurul Robbi Sepang.....	839–849
Industri Film Indonesia: Membangun Keselarasan Ekonomi Media Film dan Kualitas Konten Euis Komalawati, Ika Yuliasari.....	850–865

Media Sosial dan Perilaku Berbelanja Online Masyarakat Melisa Arisanty, Wiratri Anindhita.....	866–879
Film Malaysia dan Konstruksi Sosial: Implikasi Film Bohsia Terhadap Remaja Hasmira.....	880–890
Bagian IV: Komunikasi dan Komunitas	
Fungsi Komunitas (Kelompok Tani “Ternak Mulia”) Dalam Mengkomunikasikan <i>Zoonosis</i> Kepada Masyarakat Di Kecamatan Minas, Kabupaten Siak, Provinsi Riau Tantri Puspita Yazid, Andri Yosua Kosasih, Fitri Hardianti.....	891–900
Keberadaan Radio Siaran Sebagai Media Edukasi Kesehatan Ibu Dan Anak M. Fauzi Djamal.....	901–911
Konsep Diri Ibu Rumah Tangga Terinfeksi HIV/AIDS Dalam Menghadapi Stigma dan Diskriminasi Sosial Dyah Kusumawati, Prita S. Nurcandrani.....	912–921
Kompetensi Komunikasi Multikultur Tenaga Kesehatan di DIY dan Jawa Tengah Filosa Gita Sukmono, Fajar Junaedi.....	922–929
Strategi Pemasaran Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Lingkungan di Kabupaten Langkat Sumatera Utara Dewi Kurniawati.....	930–940
Hubungan Persepsi Individu Dengan Jaringan Komunikasi Lingkungan Dwi Retno Hapsari.....	941–951
Komunikasi Lingkungan Sebagai Fondasi Dalam Kampanye Penggunaan Tas Belanja Kain Ramah Lingkungan (Green Bag) Di Indonesia Maria Satya Rani.....	952–960

Opini Publik Atas Sepak Terjang Setya Novanto (Sebuah Kajian Teori Spiral of Silence Atas Isu Politik Di Indonesia) Lasmery RM Girsang.....	961–972
Model Komunikasi Persuasif Pondok Pesantren Darush Shalihin dalam Mempertahankan Ideologi Islam pada Masyarakat Desa Giri Sekar, Gunung Kidul, Yogyakarta Suciati, Nur Sofyan.....	973–989
Pasar Murah sebagai Wahana Kampanye Pemilu Sebagai Pendekatan kepada Calon Pemilih Atika Windi Astuti, Christina Sitinjak.....	990–999
Mengusung RUMBISLINE (Rumah Pemilu Berbasis Online) Guna Penerapan E-Voting Sebagai Akses Pilkada Serentak Provinsi Riau di-Era Demokrasi Digital Sebagai Aplikasi Komunikasi Politik Yang Baik Genny Gustina Sari, Prayogi Haro Rajagukguk.....	1000--1009
Review , Kelemahan Teori Ketegangan Hubungan (Relational Dialectics Theory) Dalam Konteks Komunikasi Keluarga Yang Memiliki Anak Autis Andria Saptyasari.....	1010—1021
Media Sosial Dan Konstruksi Identitas Politik Gender Dian Arymami.....	1022—1034
Retorika Politik Jokowi: Kalimat Aktif Untuk Keberhasilan, Kalimat Pasif Untuk Kegagalan D. Jupriono, Edy Sudaryanto, Noorshanti Sumarah.....	1035—1045
Keterwakilan Perempuan Dalam Pemilu Legislatif Pada Pemberitaan Antaranews.Com Periode Februari -Maret 2014 (Sebuah Analisis Wacana Kritis) Merry Fridha Tri Palupi, Rati Prasasti.....	1046—1061
Representasi Sifat Kepemimpinan Tintin Dalam Komik Tintin Dan Picaros, Sebagai Tokoh Yang Dianalogikan Dengan Jokowi, Pada Kampanye Pilpres 2014 Sigit Pamungkas.....	1062—1073

Pengupahan Buruh Dalam Bingkai Media Sri Widowati H.....	1074—1085
Iklan Politik sebagai Media Komunikasi Kandidat Dalam Kontestasi Politik Lokal (Studi Analisis Isi Terhadap Iklan Politik Para Kandidat Calon Bupati & Wakil Bupati Sidoarjo dalam Pilkada Serentak 2015) Agusly Irawan Aritonang.....	1086—1105
Iklan Politik Surat Kabar (Studi Pada Kampanye Politik Pada Pemilukada Kota Pekanbaru) Muhd AR Imam Riauan.....	1106—1116
Opini Pemilih Pemula Terhadap Kampanye Politik Melalui Media Baru (Studi Pada Mahasiswa Marketing Communication Bina Nusantara University Terhadap Berita Online viva.co.id dan mediaindonesia.com Tentang Kampanye Politik Calon Presiden 2014) Vivien Sylvina.....	1117—1126
Ulasan Studi Petunjuk Komunikasi Pengelabuan Bermediasi Komputer Reny Yuliati.....	1127—1140
Pertahanan Identitas Dan Hambatan Komunikasi Etnik Pendatang (Studi Kasus Pada Desa Kampung Bogor Kabupaten Kepahyang Bengkulu) Alfarabi.....	1141—1152
Integrasi Tanggung Jawab Sosial Korporat (CSR) dan Pendidikan Alam Sekitar untuk Kelestarian Karmilah Abdullah, Jamilah Ahmad, Suriati Saad.....	1153—1165

TRANSFORMASI ETIKA KOMUNIKASI MASYARAKAT BALI

I Wayan Wastawa
Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar
balivas65@yahoo.com

Abstract

The people of Bali in a talk based on anggah-ungguh bases Bali, which essentially upholds Tri Kaya Parisudha, three behaviors that must be purified, including: (1) manacika, which means think that is good and holy, (2) wacika, it means saying good and true, and (3) Kayika, means doing good and honest. In connection with the ethics of communication, then wacika a very major behavior to be maintained in daily life so as not to cause disharmony among humans. The process of communication that can be read and heard is through wacika to be used assess the merits of one's actions. In the global era with the development and growth of some mass media communication media and electronic media ethics sometimes disregarded because communication is used to sustain the interest of the market. Lifestyle is dependent upon communication technology is a major cause of cultural change. In this study, focusing on the transformation of communication ethics explores the people of Bali. The purpose of this study to identify that the extent to which communication technologies have an impact on culture change and communication style Balinese society, which has always communicate using sor singgih base or anggah-ungguh bases Bali, but lately anggah-ungguh bases Bali has shifted to the base kesamen meaning the same language used for their status as children and adults, sometimes in association many young people in communicating using alkaline sor. This research analyzed descriptively. Data collected through individual interviews, and in-depth interviews with indigenous community leaders, village officials and the government. The result showed that the technology could lead to behavior and communication as well, so that the Balinese people can learn from the media about what is right and what not to do, like the pronunciation of the word "Om Suastiastu", the word "Astungkara" are no strangers to be heard sebagai regards the recent request for a favor on God's protection. for it is very important for us to see the progress and changes in communication ethics at the Balinese people are driven by the increasing sophistication of technology and the influence of global culture today.

Keywords: Transformation, Communication Ethics

Abstrak

Masyarakat Bali dalam berbicara didasarkan pada anggah-ungguh basa Bali, yang pada dasarnya menjunjung Tri Kaya Parisudha, yakni tiga perilaku yang wajib disucikan, diantaranya (1) manacika, yang artinya berpikir yang baik dan suci, (2) wacika, artinya berkata yang baik dan benar, dan (3) kayika, artinya berbuat yang baik dan jujur. Sehubungan dengan etika komunikasi, maka wacika merupakan perilaku yang sangat utama untuk dijaga dalam pergaulan sehari-hari agar tidak menimbulkan ketidak harmonisan antar sesama manusia. Proses komunikasi yang

dapat dibaca dan didengar adalah melalui *wacika* untuk dapat dipakai menilai baik buruknya perbuatan seseorang. Pada era global dengan berkembangnya dan tumbuhnya beberapa media komunikasi baik media massa maupun media elektronik kadangkala etika dikesampingkan karena komunikasi dipergunakan untuk menopang kepentingan pasar. Gaya hidup yang tergantung kepada teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya. Dalam penelitian ini, fokus mengeksplorasi pada transformasi etika komunikasi masyarakat Bali. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi bahwa sejauh mana teknologi komunikasi berdampak pada perubahan budaya dan gaya berkomunikasi masyarakat Bali yang sebelumnya selalu berkomunikasi dengan menggunakan *sor singgih basa* atau *angguh-ungguh basa Bali*, namun belakangan ini *angguh-ungguh basa Bali* telah bergeser pada *basa kesamen* yang artinya bahasa yang dipergunakan sama bagi mereka berstatus anak-anak maupun orang dewasa, kadangkala dalam pergaulan banyak anak muda mempergunakan *basa sor* dalam berkomunikasi. Penelitian ini dianalisa secara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara perorangan, dan wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat adat, aparat desa dan pihak pemerintah. Hasil analisis data menunjukkan bahwa teknologi bisa mengarahkan pada perilaku dan cara berkomunikasi yang baik, sehingga masyarakat Bali dapat belajar dari media tentang apa yang benar dan apa yang tidak boleh dilakukan, seperti pengucapan kata “*Om Suastiasu*”, kata “*Astungkara*” yang tidak asing didengar belakangan ini sebagai salam permohonan kebaikan atas lindungan Tuhan. Untuk itu sangat penting bagi kita untuk mengetahui perkembangan dan perubahan etika komunikasi pada masyarakat Bali yang didorong oleh semakin canggihnya teknologi serta pengaruh budaya global dewasa ini.

Kata Kunci : *Transformasi, Etika Komunikasi.*

Pendahuluan

Sebuah interaksi sosial dan aktivitas sosial bisa terjadi karena adanya komunikasi yang berujung pada terjadinya proses sosial maupun sampai pada perubahan sosial. Komunikasi atau penyampaian pesan, mengucapkan sesuatu dalam bahasa sansekerta disebut dengan *vadāmi* yang dilandasi dengan kebajikan. Komunikasi merupakan pusat dari seluruh sikap, perilaku, dan tindakan yang terampil dari manusia (*communication involves both attitudes and skills*). Manusia tidak bisa dikatakan berinteraksi sosial kalau dia tidak berkomunikasi dengan cara atau melalui pertukaran informasi, ide-ide, gagasan, maksud serta emosi yang dinyatakan dalam simbol-simbol dengan orang lain (Liliweri, 2007:5).

Masyarakat Bali dalam berkomunikasi didasarkan pada *angguh-ungguh basa Bali*, yang menjunjung falsafah *satyam, siwam, dan sundaram*, yakni berdasarkan sifat kebenaran, kesucian dan keindahan. Berbicara mengutamakan aspek kebenaran dan kejujuran merupakan dasar etika berkomunikasi, pada aspek kesucian manusia Bali mempertanggungjawabkan segala pembicaraannya kepada Tuhan karena beliau sebagai saksi segala yang terjadi, sedangkan berbicara dalam aspek keindahan adalah untuk membangkitkan kehalusan dan kesenangan.

Menurut Franz Magnis Soseno, ada dua kunci yang dipergunakan dalam Etika Jawa untuk mengatur unsur lahir dan batin, yaitu katagori *alus (halus)* dan *kasar*. Kata “halus” sebagai istilah yang mengungkapkan kehalusan suatu permukaan, kehalusan dalam kelakuan, kepekaan, ketampanan, kesopanan, dan sebagainya. “Kasar” adalah segala-galanya yang berlawanan dengan halus. Halus adalah tanda keselarasan yang sempurna (2003:212). Demikian pula, masyarakat Bali mengenal *sor singgih basa*, yakni *basa sor* (bahasa kasar) dan *basa singgih* (bahasa halus) yang dipergunakan sesuai dengan fungsi dan tujuan komunikasi. *Basa sor* biasanya dipergunakan untuk menunjukkan *kekesalan*, ataupun berbicara kepada mereka yang dianggap statusnya lebih rendah atau direndahkan kedudukannya dan perilakunya. *Basa singgih* dipergunakan kepada mereka yang lebih tua, atau yang dituakan maupun mereka yang *disinggihkan* atau mereka yang memiliki kedudukan yang mulia dalam status sosialnya.

Menjaga hubungan baik setiap makhluk sosial sangatlah penting, maka dibutuhkan etika komunikasi. Ajaran Agama Hindu ada disebutkan *Tri Kaya Parisudha*, yakni tiga perilaku yang wajib disucikan, diantaranya; (1) *manacika*, artinya berpikir yang baik dan suci, (2) *wacika*, artinya berkata yang baik dan benar, dan (3) *kayika*, artinya berbuat yang baik dan jujur. Sehubungan dengan etika komunikasi, maka *wacika* merupakan perilaku yang sangat utama untuk dijaga dalam pergaulan sehari-hari agar tidak menimbulkan ketidak harmonisan antar sesama. Proses interaksi dan komunikasi yang dapat dibaca dan didengar adalah melalui *wacika* untuk dapat dipakai menilai baik buruknya perbuatan seseorang. *Wacika* sangat perlu dikendalikan di antaranya; tidak boleh mencaci maki, tidak boleh berkata kasar kepada sesama maupun makhluk lain, tidak boleh memfitnah atau mengadu domba, dan tidak ingkar pada janji serta ucapan. Etika komunikasi dalam ajaran agama Hindu mutlak untuk dilakukan. Untuk itulah Agama Hindu mengajarkan jangan sekali-kali mengeluarkan kata-kata tidak sopan (*wakparusya*) atau kata-kata sambil memaki-maki, dengan sumpah serapah serta kata-kata dusta (*Ujarmadwa*) (Wastawa, 2014:6-7).

Pada dasa warsa belakangan etika komunikasi selalu dihubungkan dengan kebutuhan ekonomi dan efisiensi yang tidak didasarkan pada kualitas komunikasi. Demikian pula pada era global dengan berkembangnya dan tumbuhnya beberapa media komunikasi baik media massa maupun media elektronik kadangkala etika dikesampingkan karena komunikasi dipergunakan untuk menopang kepentingan pasar. Tidak lepas dari logika pasar ini ialah determinisme teknologi. Bukan berkembang-banyaknya sarana komunikasi yang semakin canggih ikut menentukan produksi informasi, tetapi juga kultus teknologi. Yang terakhir ini semakin memacu rasionalitas instrumental di mana sarana lebih prioritas daripada tujuan. Presentasi atau penyutradaraan makna informasi menjadi lebih penting daripada pesan informasi itu sendiri. Kultus teknologi akhirnya mengalahkan tujuan dan idealisme media. Dalam situasi seperti itu yang akan dirugikan adalah masyarakat, meskipun bukan tidak mungkin bahwa ada persetujuan diam-diam dari mereka (Haryatmoko, 2015:11).

Sependapat dengan Haryatmoko, dewasa ini etika komunikasi masyarakat Bali telah mengalami perubahan, baik perubahan etika komunikasi untuk

menopang kepentingan pasar maupun kearah komunikasi yang semakin santun untuk kepentingan sikap dan perilaku pergaulan dengan masyarakat global. Fenomena ini dapat dilihat dari etika komunikasi dalam lingkungan keluarga; etika komunikasi dalam lingkungan masyarakat, lingkungan sekolah, di lingkungan masyarakat pasar, di dalam kegiatan upacara keagamaan, di dalam kegiatan rapat-rapat desa adat, maupun etika komunikasi di lingkungan pemerintah dan di lingkungan masyarakat secara umum. Kehadiran teknologi sangat berdampak pada etika komunikasi masyarakat Bali, karena sebagian masyarakat Bali tidak lagi gagap menggunakan teknologi, dan hampir teknologi dijadikan denyut jantung kehidupannya. Di zaman global ini, manusia baru dikatakan hidup apabila mereka berada dalam lingkaran teknologi komunikasi, sehingga sedetik saja teknologi komunikasi bermasalah, maka masalah pula bagi kehidupannya.

Menurut McLuhan, teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya. Menurutnya setiap penemuan teknologi baru, mulai dari penemuan huruf, penemuan mesin cetak, hingga media elektronik memengaruhi institusi budaya masyarakat. Sebagaimana dikemukakan McLuhan: “*We shape our tools and they in turn shape us*” (Kita membentuk peralatan kita dan mereka pada gilirannya membentuk kita). (E.M., Griffin, dalam Morissan, 2013:486-487).

Seturut dengan pendapat McLuhan, terjadinya perubahan budaya berkomunikasi tidak dipungkiri dari peran teknologi komunikasi yang disampaikan melalui berbagai media. Sehubungan teknologi komunikasi perubahan budaya atau bisa dikatakan sebagai gaya berkomunikasi masyarakat Bali juga berubah, belakangan ini *angghah-ungguh basa Bali* telah bergeser pada *basa kesamen* yaitu bahasa yang dipergunakan sama bagi mereka berstatus anak-anak maupun orang dewasa, kadangkala dalam pergaulan banyak anak muda mempergunakan *basa sor* dalam berkomunikasi.

Di sisi lain idealisme media memberikan informasi yang benar yang berperan sebagai sarana pendidikan sangatlah benar apabila sarana itu dipergunakan dengan positif. Teknologi bisa mengarahkan pada perilaku dan cara berkomunikasi yang baik, sehingga masyarakat Bali dapat belajar dari media tentang apa yang benar dan apa yang tidak boleh dilakukan, seperti pengucapan kata “*Om Suastiastu*”, maka kata ini menyebar luas malahan telah dibiasakan oleh umat Hindu maupun umat beragama lainnya, demikian juga kata “*astungkara*” dan sebagainya. Untuk itu sangat penting bagi kita untuk mengetahui perkembangan dan perubahan etika komunikasi pada masyarakat Bali yang didorong oleh semakin canggihnya teknologi serta pengaruh budaya global dewasa ini.

Hasil Temuan dan Diskusi

Etika Komunikasi dalam *Pegubungan* (pergaulan sehari-hari)

Perspektif sosial-budaya pada abad ke-21 tekanan-tekanan yang mempengaruhi obyek kebudayaan adalah; ekonomi, teknologi dan etika, hakikatnya adalah *Pertama* perkembangan sistem teknologi tampaknya akan terus berlanjut dan akan mempengaruhi keputusan-keputusan estetik, ia akan berkembang ke arah sistem kompleks. *Kedua* tekanan ekonomi pasar bebas telah

mengubah konsep manusia posmodern tentang waktu, diri, individu, keluarga, masyarakat, ruang, bangsa dan negara. *Ketiga* tekanan moral yang menyangkut kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat, termasuk tekanan pada objek kebudayaan (Piliang, 1999:334-335). Suatu peradaban baru sedang tumbuh dalam kehidupan manusia, peradaban ini membawa gaya baru dalam kehidupan keluarga, mengubah cara kerja, cara bercinta dan cara hidup, membawa tatanan ekonomi baru, konflik-konflik baru dan di atas semua itu mengubah kesadaran manusia (Toffler, 1990:23, dalam Duija, 2005:13-14).

Berbicara masalah peradaban baru, maka teknologi dan tekanan ekonomi pasar bebas telah merubah tata cara berkomunikasi masyarakat Bali dalam ruang dan waktu, serta situasi dan kondisi tertentu. Etika komunikasi masyarakat Bali dewasa ini dapat dikatakan berada pada masa transisi komunikasi, karena gaya berbicaranya serba canggung, tidak lugas, ragu-ragu, diantara gaya berbicara *wong deso* atau gaya berbicara masyarakat urban. Hal seperti ini dapat diperhatikan pada perubahan etika berkomunikasi masyarakat Bali diantaranya :

Pertama, Etika Komunikasi di dalam keluarga. Keluarga dalam konteks ini dipahami sebagai wadah bagi anggotanya untuk berkomunikasi, karena keluarga merupakan tempat pertama bagi seseorang untuk belajar tentang sesuatu (yang berhubungan dengan hidup bersama). Melalui komunikasi anggota keluarga dapat saling memahami antara orang tua dengan anak atau sebaliknya antar anak dengan orang tuanya. Etika komunikasi dalam ranah keluarga dapat dilihat dari beberapa pola yaitu: 1) pola komunikasi antara suami dengan istri, 2) pola komunikasi antara istri ke suami, 3) pola komunikasi antara orang tua ke anak, 4) pola komunikasi anak ke orang tua, dan 5) pola komunikasi anak ke anak.

Etika komunikasi antara suami dan istri, terlihat adanya perubahan panggilan di antara mereka, istri memanggil suaminya dengan kata "*bli*" dan suami memanggil istrinya dengan kata "*luh, wayan, made, nyoman* atau *ketut*" apabila sang istri belum memiliki anak. Ketika istri telah memiliki seorang anak, maka ia akan dipanggil sesuai dengan nama anaknya dengan menambahkan kata "*yan men anu.....*" di depan nama anaknya. Etika komunikasi ini terjadi bagi mereka dalam status sosial masyarakat biasa sebagai suatu cara untuk memanggil seseorang yang telah berubah kedudukannya dalam posisi suami istri. Berbeda dengan mereka yang menyandang status sosial lebih tinggi, maka menyebut dan memanggil nama seseorang dengan etika komunikasi sesuai status sosialnya.

Seorang anak memanggil ayah atau ibunya dengan panggilan "*bapak*" kepada ayahnya, dan dengan kata "*ibu*"/*bu* kepada ibunya, padahal kebiasaan memanggil ayah dengan kata "Bapa" dan memanggil ibu kata "*meme*". Sedangkan etika komunikasi antara anak dengan anak dalam keluarga ada yang tidak memperhatikan umur dan kedudukannya. Seorang adik kadang-kadang berbicara dengan kakak laki-laki maupun kakak perempuannya tidak lagi memanggil dengan kata "*bli*" atau "*mbok*" melainkan dengan sebutan namanya.

Perubahan etika komunikasi anggota keluarga bisa dipengaruhi tayangan Televisi atau mendengar dari Radio, atau justru cara berkomunikasi anak-anak di lingkungan daerah urban yang penduduknya heterogen sangat dipengaruhi oleh etika komunikasi dan bahasa yang dibawa oleh masing-masing kelompok

masyarakat, siapa masyarakat yang lebih dominan maka etika berbicaranya mempengaruhi masyarakat yang minoritas.

Kedua, Etika Komunikasi di dalam Masyarakat. Masyarakat Bali sangat menghormati sesamanya dengan etika *anggah ungguh basa*. Tetapi bagi masyarakat kebanyakan etika komunikasinya mempergunakan bahasa *kesamen* atau disebut pula bahasa *kapara* yang tidak halus dan juga tidak kasar. Hal ini bermaksud agar tidak adanya ketersinggungan perasaan malahan dapat menumbuhkan keakraban dalam pergaulan. Di sisi lain tata cara berbicara dalam masyarakat umum (*pagubugan*) juga sering mempergunakan *basa singgih*, yaitu bahasa yang dipergunakan untuk menjunjung, menghormati bagi mereka yang berstatus sosial lebih tinggi (*Tri Wangsa*), dan berbicara kepada mereka yang menjadi pimpinan daerah, maupun kepada para tamu yang belum di kenal.

Basa singgih pada zaman sekarang juga dipergunakan kepada mereka yang status sosialnya sama. Etika komunikasi seperti ini dipergunakan untuk menghormati lawan bicara pada saat rapat, sehingga tidak memperlihatkan adanya sifat-sifat individu, tidak merasakan adanya tekanan kekerasan kata-kata terhadap lawan bicaranya. Tetapi banyak *basa singgih* dipergunakan untuk menghormati teman akrabnya, setelah perubahan status seorang teman, baik karena perubahan status ekonominya, status pekerjaannya, maupun status keluarganya, sehingga suasana keakraban kadang-kadang berubah pula menjadi ketidaknyaman, menunjukkan ada jarak antara mereka. Seperti contoh memanggil ataupun bertanya kepadanya dengan *basa halus/singgih* “*Bapak wayan pidan sampun budal*” artinya Bapak Wayan kapan pulang? yang sebelumnya sering memanggilnya dengan sebutan *wayan, made, nyoman* atau *ketut* saja yang dilanjutkan dengan *basa kesamen* seperti “*wayan pidan mulih? Artinya Wayan kapan pulang?*” yang tidak diawali dengan kata “Bapak”. Atau bisa terjadi teman yang status pekerjaannya sebagai petani supaya dianggap hidup di zaman modern dengan meniru-niru bahasa gaul, maka etika berbicaranyapun berubah, seperti memanggil temannya dengan sebutan “*boss*” atau “*bro*”. Contoh bertanya dengan kalimat “*pidan mulih boss?*” atau “*pidan mulih bro?*” artinya kapan pulang bos/bro?. Kata *bos* dalam kalimat ini bermakna menjunjung temannya yang datang dari kota karena menganggap mereka adalah orang berduit dan mempunyai jabatan tinggi. Suasana komunikasi seperti ini menjadi tidak akrab dan terbatas pada ruang dan waktu. Demikian juga dengan kata “*bro*” sebagai singkatan dari kata *brother* untuk menyebut saudara kakak beradik dalam bahasa Inggris, masyarakat pedesaan dengan lancang menggunakan kata tersebut walaupun tidak mengetahui arti dan maknanya, kasus seperti ini sebagai harapan agar mereka dikatakan *wong deso* berlagak kota.

Ketiga, etika komunikasi di pasar. Pasar adalah suatu tempat untuk bertemunya antara penjual dan pembeli dari berbagai lapisan masyarakat, baik suku, agama dan bahasa maupun status sosialnya. Etika komunikasi masyarakat Bali di pasar sudah pasti lebih banyak mempergunakan *basa singgih*, hal ini dimaksudkan untuk menghormati pembeli, seperti seorang pedagang bertanya kepada pembeli dengan kalimat “*numbas napi bu?*” artinya membeli apa bu? atau “*napi kayunin bu?*” artinya apa yang diinginkan bu?. Masyarakat Bali juga sering

tidak sadar menggunakan kata campuran dalam berkomunikasi yang tidak mengenal tempat, serta dengan siapa mereka berbicara. Seperti contoh, yang merasa dirinya sering bergaul dengan orang Jawa, maka dalam berkomunikasi sering menyebut kata *mas* atau *mbak*, seperti bertanya “*mau beli apa mas? Atau mau beli apa mbak?*” padahal pembeli yang ditanya adalah orang Bali. Pada kasus ini masyarakat Bali telah kehilangan identitas etika komunikasinya yang mana mereka sepatutnya terlebih dahulu mempergunakan bahasa Bali.

Keempat, etika Komunikasi dalam dunia pendidikan. Lembaga pendidikan adalah lembaga formal tempat memberikan pembelajaran yang berfungsi sebagai tempat pengajaran dan pendidikan kepada anak-anak, di samping pendidikan informal maupun non formal. Sekolah adalah salah satu tempat untuk mendapatkan pendidikan baik pendidikan bersifat profan maupun pendidikan yang bersifat sakral (pendidikan keagamaan). Dengan demikian dunia pendidikan juga berperan memberikan transformasi etika komunikasi kepada anak didik.

Etika komunikasi di dunia pendidikan adalah etika saling menghormati satu dengan yang lainnya. Anak didik di daerah Bali wajib hukumnya untuk mengucapkan kata selamat pagi, selamat siang, ataupun selamat sore secara nasional, mereka diajarkan untuk mengucapkan kata “*Om Swastiastu*” kepada teman-temannya atau guru-gurunya yang beragama Hindu. Hal ini dimaksudkan untuk mendidik karakter dan memupuk persaudaraan.

Anak-anak di sekolah belakangan ini dalam berkomunikasi tidak lagi memperhatikan status sosial, karena mereka merasa adalah satu komunitas sekolah yang tidak ada perbedaan tinggi rendah, semuanya sama atau *equal*. Mereka tidak lagi menggunakan *sor singih basa*, walaupun mereka diajarkan *sor singgih basa* pada mata pelajaran bahasa Bali. Mereka anak-anak di lingkungan sekolah lebih banyak berkomunikasi mempergunakan *basa kesamen* artinya mereka berkomunikasi tidak terlalu kasar maupun tidak halus. Seperti, memanggil nama bagi mereka yang berstatus sosial *Ida Bagus* (klan Ida bagus), maka teman-temannya memanggil namanya dengan “*gus*” saja. Padahal kata “*gus*” juga bisa dipergunakan untuk memanggil anak laki-laki, biasanya dipakai oleh guru atau orang tua untuk memanggil seorang anak yang belum dikenal namanya.

Kelima, etika komunikasi dalam pergaulan anak muda. Bali sebagai daerah pertemuan dari berbagai masyarakat di dunia sudah tentu terpengaruh oleh budaya luar. Tidak kalah pentingnya pengaruh bahasa dan etika komunikasinya, pengaruh tidak hanya disebabkan oleh pertemuan secara fisik, mereka dapat bergaul melalui berbagai mass media, baik media elektronik, media massa, maupun media sosial lainnya, sehingga pengaruh etika komunikasi tersebut telah menembus ruang dan waktu yang semakin luas di seluruh wilayah tempat tinggal masyarakat Bali, sampai pada ruang yang paling sakral. Tidak ketinggalan pada pergaulan anak muda Bali yang sebelumnya adalah anak-anak yang sopan dan santun dalam berkomunikasi, berubah menjadi anak gaul..

Untuk itu menurut Ken Gelder, dalam Idi Subandy Idrachim (2007:113) disebutkan bahwa dalam budaya populer, bahasa adalah wahana pementasan gaya hidup dan bahkan gaya hidup itu sendiri. Ekspresi budaya kawula muda dalam bentuk penggunaan corak dan *genre* bahasa tertentu dalam hal ini bisa kita pahami

sebagai teks dan tanda budaya populer. Begitulah kalau kita ingin berbincang tentang salah satu ragam bahasa yang cukup “in” dan “ngetrend” di kalangan kaum urban atau katakanlah genre bahasa yang digunakan anak-anak muda yang berselera kelas menengah urban, atau bergaya gedongan, atau yang lebih dikenal sebagai bahasa “gaul”.

Paling tidak ada beberapa argumen yang dapat diketengahkan merebaknya praktik bahasa gaul disini. *Pertama*, bahasa gaul digunakan untuk membangun keeratan atau keintiman dalam hubungan sosial masyarakat modern. *Kedua*, bahasa gaul adalah perlawanan terhadap formalitas dalam berbahasa “baik dan benar” yang dirancang dan dikampanyekan oleh para rekayasa bahasa sejak era “rezim bahasa” Orde Baru. Ragam bahasa ini dianggap oleh sebagian pengkaji bahasa sebagai bahasa yang anti-*krama*. *Ketiga*, pendapat yang mengatakan bahwa ekspresi bahasa sebagai pementasan gaya hidup dan gaya hidup itu sendiri. (Idi Subandy Ibrahim,2007:114-166).

Etika komunikasi anak muda Bali, juga tidak terlepas dari ketiga ranah di atas, bahwa ia ingin menunjukkan identitasnya sebagai anak muda yang gaul, walaupun mempergunakan bahasa Bali sebagai pengantarnya, ia juga ingin bebas dari kungkungan feodalisme bahasa yang dipergunakan bagi anak-anak yang berstatus *law class* yang telah lama terhegemoni oleh mereka yang berstatus *upper class*. Di samping itu etika komunikasi yang dibangun adalah untuk menciptakan suasana bebas tanpa tekanan dari status manapun. Sehubungan dengan kasus ini maka anak mudapun tidak ambil pusing dengan etika komunikasi yang disebut dengan budaya *mecik manggis* (menggenggamkan kedua buah tangannya seperti membelah buah manggis) yang menunjukkan kerendahan hati dan penghormatan kepada mereka yang berstatus lebih tinggi.

Berbagai kasus penggunaan bahasa gaul anak muda di Bali, mereka lebih banyak menggunakan bahasa *kesamen*, malahan lebih menjolok lagi mereka menggunakan *basa kasar*, seperti menggunakan kata “*ke*” dalam bahasa Indonesia menunjukkan sebutan pada orang lain yang artinya “kamu”, tetapi tidak disadari bahwa kata “*ke*” bisa saja dari kata bahasa Bali yaitu disingkat dari kata “*kae*” atau kata “*oke*” yang menunjukkan sebutan pada diri sendiri pembicara. Dalam bahasa Bali banyak kata-kata panggilan orang menunjuk kepada orang lain disingkat-singkat sehingga menjadi kata gaul, seperti kata “*ci*” yang berasal dari kata “*cai*” untuk menunjukan kata maskulinum, dan kata “*nyi*” berasal dari kata “*nyai*” yang menunjuk pada kata feminim. Apabila kata-kata itu tidak diikuti dengan menyebutkan nama dan diucapkan secara keras bisa saja itu bermakna kemarahan. Sedangkan jika kata *ci* dan *nyi* diikuti dengan nama seseorang dan diucapkan secara datar maka kata itu menunjukkan menghaluskan. Adapula anak-anak muda memanggil nama teman-temannya dengan panggilan nama *alias*, yang dapat menunjukkan karakter, tabiat, atau bentuk tubuh seseorang, seperti panggilan “*I pontag*” bermakna bentuk tubuh pendek dan kekar. Demikian juga banyak kata-kata kasar yang tidak diketahui arti katanya, seperti kata “*keleng*”. Kata *keleng* sering digunakan mengawali kalimat tanya, atau kalimat pernyataan, contohnya

“*keleng ci gus, pidan ci teke?*”. Kata *keleng* disini berfungsi untuk menyatakan keterkejutan karena tidak disangka seseorang mendadak ada dihadapannya yang telah lama tidak bertemu, sedangkan kata *ci* (laki-laki), dan kata *gus* bisa bermakna juga teman laki-laki, seorang *gusti* dan atau seorang *Ida Bagus* dari status sosial yang lebih tinggi dari orang kebanyakan. Ada kata agak kasar yang menunjukkan keakraban, seperti contoh kata “*leak*”. *Leak* bagi orang Bali mempunyai arti seseorang yang memiliki ilmu hitam. Kata *leak* ini juga sama fungsinya dengan kata *keleng* di atas, biasanya dipergunakan oleh masyarakat di daerah Tabanan, seperti contoh kalimat “*leak ci gus, pidan ci teke?*”, atau di daerah Buleleng masyarakat mempergunakan kata “*cicing*” untuk mengawali sebuah kalimat seperti, contohnya “*cicing nani mara teke polone*”. Artinya bahwa kalimat ini menyatakan keterkejutannya atas kedatangan temannya yang telah lama ditunggu-tunggu.

Semua kalimat tersebut di atas, secara psikologis tidak berdampak pada tekanan perasaan bagi mereka yang sudah saling mengenal, tetapi apabila mereka tidak saling mengenal dapat menimbulkan kesalah pahaman, sehingga mereka perlu penyesuaian dan mengenal bahasa sebagai sub kultur di daerah tersebut.

Keenam, etika komunikasi dalam kegiatan sosial keagamaan. Etika pada kegiatan keagamaan terikat dengan yang suci (*siwam*) dan *styam* (kebanaran). Umat Hindu dilarang untuk mengeluarkan kata-kata kasar, kata tidak sopan (*wakparusnya*), tidak berkata-kata sambil memaki-maki dengan sumpah serapah (*ujarmadwa*), maka seseorang harus teguh memegang *satya* yaitu berkata yang benar dan sopan (*tuhwa ring ujar lawan haywa parusya*).

Etika komunikasi bagi masyarakat Bali wajib hukumnya karena berfungsi menghaluskan perasaan baik bagi komunikator maupun komunikan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadinya kegaduhan beragama yang berimplikasi pada konflik sosial. Masyarakat Bali berusaha menggunakan *basa singgih* yakni bahasa halus yang bertujuan untuk menghormati, mengasihi, terhadap orang lain maupun mengganggu yang dipujanya. Seperti contoh kata ganti “*titiang*”, yang mungkin bagi orang berkedudukan sama dalam status sosial sering diucapkan dengan kata “*icang*” dalam berkomunikasi sehari-hari. Kata ganti “*ragane*”, sering diucapkan dengan kata “*awake*”, dalam *basa kasamen*. Dalam menghormati bagi semua orang sering diucapkan kata “*Ratu Ida dane*”. kata *ratu* menunjukan kata ganti bagi mereka yang berkedudukan sosial lebih tinggi dari orang-orang berkedudukan sosial di bawah (*kesamen*), tetapi dalam kalimat ini kata *ratu* adalah untuk menghormati semua orang. Sedangkan kata *Ida dane* menunjuk pada kata ganti bagi masyarakat yang dihormati walaupun dalam status sosial sebagai masyarakat biasa. Padahal kata *ratu* dan *ida* tersebut sering diucapkan untuk sebuah kalimat pujaan kepada Tuhan atau para Dewa, seperti kalimat “*Ratu Ida Bhatara sami suryanin damuh Ida mangda ngamolihang kerahayuan miwah kerahajengan....*”, yang artinya “ya Tuhan sebagai pelindung berikanlah sinar sucimu kepada hambaMU ini agar memperoleh keselamatan dan kesejahteraan”.

Faktor-Faktor Perubahan Etika Komunikasi Masyarakat Bali

(a) Faktor Perencanaan

Suatu perubahan terjadi bisa karena telah direncanakan baik disengaja maupun tidak disengaja untuk mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar kehidupan masyarakat. Perencanaan yang disengaja dimaksudkan untuk memenuhi tuntutan perubahan zaman dan memenuhi tuntutan pasar dalam berinteraksi sosial baik pergaulan secara nasional maupun internasional. Masyarakat Bali telah lama merasakan bahwa berkomunikasi dengan masyarakat global telah dapat mengangkat kehidupan mereka dari masyarakat kelas bawah, kelas menengah, sampai pada masyarakat kelas atas dalam bidang ekonomi. Untuk itu mereka merasakan berkomunikasi dengan dengan masyarakat global akan memperluas pergaulan serta bisa memperoleh teman yang sebanyak-banyaknya. Hal ini sesuai kearifan lokal masyarakat Bali “liunang ngalih timpal anggo kasugihan” artinya cari teman sebanyak-banyaknya sebagai kekayaan”. Dewasa ini tidak sedikit ditemui tempat-tempat yang menjanjikan untuk dapat berkomunikasi dengan bahasa internasional, seperti lembaga kursus bahasa Inggris, kursus bahasa Jepang, kursus bahasa Prancis dan sebagainya, di samping adanya pembelajaran bahasa asing di desa-desa yang telah ditetapkannya sebagai destinasi wisata.

Tidak dipungkiri pada masyarakat Bali hal itu juga terjadi, dengan adanya pembelajaran bahasa asing di wilayah pedesaan melalui belajar bersama di Balai Banjar untuk mengantisipasi agar tidak adanya rasa canggung apabila bertemu dengan masyarakat luar. Apabila masyarakat di luar Bali ada yang sampai membuat kampung internasional dengan mewajibkan masyarakatnya berbahasa Inggris, maka di daerah Bali walaupun masyarakatnya tidak diwajibkan berbahasa Inggris namun mereka telah menyadari karena wilayahnya sebagai destinasi pariwisata, maka mau tidak mau mereka harus bisa berbahasa asing.

(b) Faktor Pendidikan

Pendidikan dikatakan sebagai salah satu agen perubahan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam mencapai standar kehidupan dari beribu-ribu masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan. Di samping pendidikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara materiil, maka pendidikan pula merupakan agen perubahan budhi pakerti, karakter, mental dan moral masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995:232), pendidikan adalah “proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan”.

Tidak jarang kebijakan perencanaan pendidikan dapat mengubah sistem pendidikan yang sedang berlangsung, seperti terjadinya tarik ulur penerapan kurikulum 2013, yang kelihatannya pendidikan sebagai proses percobaan pemegang kebijakan.. Bahasa Bali adalah bahasa pertama bagi sebagian besar masyarakat Bali, dipakai secara luas sebagai alat komunikasi dalam berbagai aktivitas sosial masyarakat Bali. Belakang ini karena terjadinya perubahan kebijakan pendidikan terhadap bahasa Bali, maka bahasa Bali dimasukkan sebagai muatan lokal atau diajarkan melalui ekstrakurikuler di sekolah. Penggunaan bahasa Bali menjadi bahasa yang ketiga dalam berkomunikasi orang Bali, padahal etika,

karakter tumbuh dari penggunaan *sor singgih basa Bali*. Hal ini juga disebabkan oleh pesatnya perkembangan sarana komunikasi seperti radio, televisi, dan media massa, serta anak-anak muda Bali yang banyak bekerja di sejumlah kota di Indonesia sampai ke manca negara. Dengan demikian, pendidikan Bahasa Bali yang memberikan pendidikan etika komunikasi keberadaannya semakin termarginalkan.

(c) Faktor Demografi

Pertumbuhan penduduk Bali sangat pesat jumlahnya, disebabkan oleh adanya penduduk pendatang. Bertemunya masyarakat Bali dengan penduduk pendatang akan merubah etika komunikasinya, seperti mereka memulai percakapannya dengan kata “*hello*”, “*good morning*” dan lain sebagainya setiap bertemu dengan orang asing, padahal lawan bicaranya kemungkinan telah pasih berbahasa Bali. Seperti contoh, seorang karyawan hotel yang selalu bertemu dengan touris asing, maka dia selalu menyapa touris dengan kata “*good morning*” waktu bertemu di pagi hari, namun dengan tertunduk malu mendengar jawaban touris tersebut yang berkata “*Om Suastiastu, sapunapi gatrane*”, yang artinya semoga selalu di bawah lindungan Tuhan, apa kabar. Juga pernah terjadi seorang sopir di terminal Ubung dengan orang asing bersuamikan orang Bali yang tahu bahasa Bali. Orang asing ini baru tiba diterminal dari kampungnya di Mengwi menuju rumahnya di Denpasar. Pada saat itu dia baru turun dari mobil tumpangannya, sopir angkot langsung menyapanya dengan bahasa Inggris pas-pasan “*were are you going mam*”?, karena orang asing itu masih mengambil barang-barangnya dari mobil tidak bisa menyahut, maka sopir itu tidak dengan sabarnya mengira pertanyaannya tidak dihiraukan, sehingga ia berkata “*lubak dauh tukad bakat runguang*” yang artinya musang dari seberang sungai tidak perlu dihiraukan. Yang dianggap musang adalah orang asing tersebut, *dauh tukad* maknanya luar daerah/luar negeri. Namun tidak dinyana orang asing itu berkata “*apa orang cai, nyen kaorahang cai lubak?*” bernada kasar, yang artinya apa yang kamu katakan, siapa yang kamu takatakan musang?”.

Berdasarkan contoh pengalaman di atas dengan tidak disengaja masyarakat Bali telah berubah tata cara berkomunikasi, karena mereka memaksakan diri mempergunakan bahasa asing dalam berkomunikasi apabila bertemu dengan orang asing, padahal mereka belum tentu tidak paham dengan bahasa Bali. Pada situasi seperti itu masyarakat Bali dengan tidak disengaja berusaha untuk tahu bahasa asing walaupun berbahasa pasaran karena memang tuntutan pasar, sehingga tidak lagi memperhatikan etika komunikasi dengan baik dan benar.

(d) Faktor Budaya Populer

Menurut Mursal Esten, ‘di dalam tradisi terdapat sejumlah konvensi. Konvensi inilah yang menjadi pedoman ataupun anutan dari kelompok masyarakat (tradisional) yang bersangkutan. Pelanggaran terhadap konvensi berarti pelanggaran terhadap tradisi. Melanggar tradisi berarti melanggar ketentuan, bahkan melanggar kepercayaan yang berlaku di dalam masyarakat (tradisional) tersebut’ (1999:21).

Tradisi komunikasi orang Bali adalah berdasarkan *anggah-ungguh* sebagai konvensi atau aturan dalam berkomunikasi dengan orang lain, khususnya berbicara dengan orang yang belum dikenal, orang yang lebih tua, orang yang dihormati, dan/atau orang yang memiliki kedudukan penting dalam struktur sosial masyarakat Bali. Sebagai orang Bali yang telah bergaul dengan dunia internasional tidak bisa dipungkiri adanya pengaruh budaya luar khusus budaya populer, malahan bisa lebih kacau dari apa kita bayangkan.

Fenomena ini terjadi disebabkan karena orang Bali *sok gaya* dan *sok gengsi*, yang menganggap bahasa Bali adalah bahasa kuno yang hanya dipergunakan oleh masyarakat kelas bawah (*low class*) di pedesaan, sehingga mereka berlagak sebagai orang *upper class* dan sok maju, sok artis dan ke barat-baratan atau meniru-niru orang barat. Anak muda di Bali tidak dipungkiri juga terpengaruh budaya populer dengan meniru dari berbagai tayangan Televisi swasta, penggunaan media sosial, *facebook*, *handphone*, dan sebagainya yang justru mengacaukan susunan tata bahasa dengan banyak kata yang disingkat, penggunaan ragam kata-kata yang hanya diketahui oleh komunitas mereka. Hal ini sebagai suatu cara untuk menunjukkan identitas kaula muda yang menurut Probottingi (dalam Idi Subandy, 2007:115), dinyatakan sebagai ekspresi yang bebas, seringkali nakal, atau sebagian pengkaji bahasa disebut dengan bahasa yang *anti-krama*, dimana segenap bentuk otoritas yang tidak perlu, apalagi yang mereka pandang korup, disingkirkan.

(e) Faktor Teknologi

Salah satu faktor perubahan etika komunikasi masyarakat Bali adalah melalui perkembangan teknologi komunikasi, karena perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi (O'Brien, 1996, Kadir, 2003 dalam Burhan Bingin, 2014:111). Paling berpengaruh terhadap etika komunikasi masyarakat Bali adalah melalui media telekomunikasi dan media komunikasi interaktif. pada media komunikasi masyarakat dengan bebas berekspresi menggunakan bahasa yang sedang "in" dan "ngetrend", sehingga etika komunikasi dengan siapa mereka berinteraksi tidak mengenal *anggah-ungguh* bahasa, mana pilihan kata yang benar dan salah, baik dan buruk berdasarkan etika kebanyakan masyarakat Bali. Sebagai contoh pada awalnya penggunaan *telephone* atau *mobilephone* sudah pasti berhubungan dengan kata "hello" yang belum sebagai kata serapan dalam bahasa Bali. Selanjutnya kata hello menjadi lumrah digunakan dalam mengawali percakapan oleh masyarakat Bali.

Seiring dengan pemahaman dan makna masyarakat Bali tentang pentingnya etika komunikasi melalui tuntutan ajaran agama Hindu maupun adat-istiadat masyarakat Bali bahwa bahasa yang santun menunjukkan bangsa yang baik, maka Ajaran tentang pentingnya pengendalian kata-kata ini ditemukan dalam Nitiçastra Sargah V,3 sebagai berikut :

Wasita nimittanta manemu laksmi
Wasita nimittanta pati kapangguh
Wasita nimittanta manemu duhka
Wasita nimittanta manemu mitra.

Oleh perkataan engkau akan mendapat bahagia
Oleh perkataan engkau akan menemukan ajal (mati)
Oleh perkataan engkau akan menemukan kesusahan
Oleh perkataan engkau akan mendapatkan sahabat.

Melalui ajaran tersebut masyarakat Bali mulai mempertimbangkan etika komunikasi khususnya pada permulaan dan mengakhiri pembicaraan dengan telephone seperti dengan kata “*Om Suastiastu*” untuk mengawali pembicaraan yang artinya semoga selalu berada dibawah lindungan Tuhan Yang Maha Esa, dan kata “*Om Santih, Santih, Santih Om*” untuk mengakhiri pembicaraan dengan orang lain, yang berarti semoga damai di hati, damai di dunia, dan damai selalu atas tuntunan Tuhan Yang Maha Esa, sehingga kata-kata ini telah lumrah diucapkan oleh masyarakat Bali.

Dampak Perubahan Etika Komunikasi

Menurut Naya Sujana (1994:49) dinyatakan beberapa sifat dan karakter manusia Bali yang dianggap dominan selama ini, dalam perspektif manusia Bali yang bermakna individual atau kolektif, diantaranya : masyarakat Bali adalah masyarakat yang terbuka, ramah dan luwes, Jujur, Kreatif dan estetik, Kolektif, Kosmologis, Religius, dan Moderat. Dalam hubungan perubahan etika komunikasi masyarakat Bali, maka sifat dan karakter yang terbuka serta ramah dan luas, akan mendorong perubahan tata cara berbicara dengan orang lain. *Pertama*, sifat terbuka masyarakat Bali telah berdampak pada meniru-niru sifat dan karakter masyarakat luar baik sifat dan karakter yang baik dan benar maupun yang tidak sesuai dengan budaya masyarakat Bali. *Kedua*, masyarakat Bali yang pada awalnya adalah masyarakat yang ramah dan luwes, berbicara berdasarkan “*sor singgih basa*” atau “*anggah-ungguh basa Bali*” yang menghormati tinggi rendahnya kedudukan seseorang sebagai tata cara menghormati mereka yang tidak dikenal, orang yang lebih dewasa, atau mereka yang patut dihormati.

Sehubungan sifat dan karakter di atas, masyarakat Bali telah banyak mempergunakan bahasa gaul yang sedang “in” atau “ngetren”, atau mempergunakan bahasa Bali yang tidak sesuai dengan “*tata titi basa bali*”. Di sisi lain dampak perubahan juga terjadi pada bahasa yang dipergunakan yang tidak lagi memahami *sor singgih basa*, masyarakat cenderung mempergunakan bahasa Bali “sor” atau yang agak kasar sehingga tidak menunjukkan sifat keramahan dan keluwesan sebagai orang Bali, seperti mempergunakan kata-kata “*ci*”, “*nyi*”, “*kai*”, “*iba*” untuk orang lain dan begitu pula mempergunakan kata-kata kasar untuk dirinya sendiri, seperti kata “*ake*” atau “*kae*”, “*oke*”, “*cang*” dan sebagainya. Perubahan etika ini akan mempengaruhi karakter bagi orang Bali yang tidak lagi berkarakter santun, ramah dan luwes, melainkan bisa mejadi karakter masyarakat Bali yang keras dan kasar.

Di samping dampak sifat dan karakter yang negatif tersebut di atas, di sisi lain juga terjadi dampak positif dari faktor teknologi komunikasi, bahwa masyarakat Bali sedikitnya telah terpengaruh oleh bahasa yang dipergunakan

dalam tayangan-tayangan Televisi yang berbahasa Bali, Radio, ataupun telephone, yang mana masyarakat Bali sangat berhati-hati untuk menjawab setiap pembicaraan melalui telephone karena tidak tahu dengan siapa mereka berbicara, sehingga mereka mempergunakan “*basa halus singgih*” atau bahasa Bali halus pada saat mengawali pembicaraan, seperti kata “*Om Suastiastu*” dan mengakhiri dengan “*Om Santih, Santih, Santih Om*” dan seterusnya. Hal ini adalah untuk menunjukkan kehalusan budhi seseorang kepada orang lain, sehingga tidak menyinggung perasaan orang lain, maka etika komunikasi masyarakat Bali juga akan berubah pada tataran komunikasi individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun komunikasi antara kelompok dengan kelompok lainnya baik di rumah tangga maupun di masyarakat pada umumnya.

Kedua, dampak tumbuhnya Egaliterialisme masyarakat Bali. Para sarjana sebelumnya memahami kehidupan sosial masyarakat Bali, bahwa masyarakat Bali terbagi pada struktur sosial yang disebut dengan kasta yakni terdiri dari kasta *Brahmana*, kasta *ksatria*, kasta *waisya*, dan kasta *sudra* keempat tingkatan ini sebagai wujud stratifikasi sosial masyarakat Bali yang terikat oleh aturan-aturan tertentu dalam pergaulan sehari-hari. Yang sangat menonjol juga pada tata aturan berkomunikasi diantara struktur sosial tersebut, seperti etika komunikasi kaum *sudra* kepada kaum *Tri Wangsa* (*brahmana*, *ksatria*, dan *waisya*) yang pasti mempergunakan etika komunikasi dengan gestur tangan, muka, cara duduk, cara bertanya yang sangat santun serta dengan bahasa yang sangat halus.

Pada masa feodalisme di Bali tata aturan ini dipergunakan untuk menekan yang lemah, maka pada masa penjajahan sampai masa kemerdekaan terjadilah pertentangan antara *jaba wangsa* (*sudra*) dengan *Tri Wangsa* yang dikenal dengan perdebatan pada surat boelanan antara Suryakanta dengan Bali Adnyana di Singaraja, yang menuntut adanya kesetaraan antara *jaba wangsa* dengan *Tri wangsa*. Sastra Wiguna (2009, dalam wastawa, 2014 :443), mengungkapkan sikap egaliter masyarakat Buleleng dengan dominasi kaum *Triwangsa* berdasarkan struktur kasta yang beralih *warna* telah memberi andil besar akan pembentukan watak dasar kebanyakan masyarakat Buleleng yang tidak terlalu peduli dengan *anggah-ungguh*, *masor-singgih*, *ngampurancang*, *berbasa-basi*, *ngempug manggis* (menyatukan kedua tangan bagai sedang membuka buah manggis), dan sejenisnya yang menggambarkan rasa hormat berlebihan yang harus dilakukan oleh kaum *sudra* kepada kaum *Triwangsa* (orang-rang yang berkasta lebih tinggi) yang sangat dituntut oleh feodalisme itu.

Diberbagai daerah juga muncul perlawanan tersebut, seperti di Desa Karangasari, Kecamatan Selat Karangasem, bahwa ada aturan bagi golongan *Triwangsa* yang ingin tinggal di desa tersebut harus mau *matebah* yang artinya golongan *Triwangsa* tidak lagi mempergunakan status sosialnya sebagai keturunan *Brahmana*, *Ksatria*, dan *wesya*, selanjutnya tata cara komunikasi dengan bahasa seperti orang *jaba wangsa* yang tidak mempergunakan *anggah-ungguh basa* (Wastawa, 2012: 442-443).

Praktik egaliterialisme pada etika komunikasi dengan *basa kasamen* atau bahasa yang dipergunakan secara sama yang tidak mengenal tinggi rendahnya kedudukan seseorang, di satu sisi dapat menumbuhkan rasa kedudukan yang sama

di antara masyarakat Bali, sedangkan di sisi lain bagi mereka yang telah biasa mempergunakan *angguh-ungguh basa* dapat memunculkan sifat dan sikap kasar kepada orang lain dalam pergaulannya sehari-hari. Atau sebaliknya pula dapat menumbuhkan egaliterialisme penggunaan bahasa yang sama dengan *angguh-ungguh*, atau *sor-singgih basa* bukan lagi kepada mereka yang memiliki status sosial lebih tinggi dalam stratifikasi sosial (*Triwangsa*), melainkan penghormatan kepada orang lain baik yang tidak memperhatikan status *jabawangsa* maupun *Triwangsa*, sehingga dapat menumbuhkan sikap ramah dan luwes kepada setiap makhluk ciptaan Tuhan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Transformasi etika komunikasi masyarakat Bali Dewasa ini telah terjadi, yang sebagaimana besar telah meninggalkan *sor singgih basa* atau *angguh unguh* yang menunjukkan mana bahasa halus dan kasar sudah tidak jelas fungsi dan tujuannya, karena semuanya menjadi *basa kesamen* atau bahasa yang berfungsi sama dengan tidak mengenal status sosial masyarakat. Hal ini terjadi pada etika komunikasi dalam pergaulan masyarakat bali, baik di dalam keluarga, masyarakat umum, di pasar, di dunia pendidikan, pergaulan anak muda dan di dalam kegiatan keagamaan. Perubahan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor-faktor; perencanaan, pendidikan, teknologi komunikasi, budaya populer, dan persebaran penduduk. Dengan perubahan ini berdampak pada berubahnya etika dan karakter orang Bali serta menumbuhkan paham egaliter di antara semua penduduk.

Saran

Hendaknya pendidikan Bahasa Daerah Bali tetap diajarkan di sekolah-sekolah untuk menumbuhkan etika, moralitas dan karakter bangsa yang santun dan sopan, karena bahasa menunjukkan bangsa, serta budaya bangsa akan dapat dipelajari dari bahasanya. Di samping itu pula untuk menunjukkan identitas bangsa yang besar sebagai bangsa yang berdaulat di bidang budaya di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. (2014). *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, (1995). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Duija. (2009). *Mitos I Ratu Ayu Mas Membah (Pendekatan Theo-Antropologi)*. Denpasar : Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar.
- Franz Magnis Soseno, (2003). *Etika Jawa Sebuah Analisa Filsafi Tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haryatmoko, (2015). *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta : Kanisius.

- Idi Subandy Ibrahim, 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Liliweri, (2007). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Morissan, (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mursal Esten. (1999). *Kajian Transformasi Budaya*. Bandung : Percetakan Angkasa.
- Naya Sujana, Pitana Edit. (1994). *Manusia Bali Di Persimpangan Jalan, dalam Dinamika Masyarakat fdan Kebudayaan Bali*. BP : Denpasar
- Pilliang, Yasraf Amir, (1999). *Sebuah Dunia yang Dilipat Realitas Kebudayaan Menjelang Millenium Ketiga Dan Matinya Posmodernisme*. Bandung : Mizan.
- Sastra Wiguna, Putu. (2009). *Meboya, Kearifan Lokal Buleleng dan Restorasi Nilainya Perspektif Kewaspadaan dan Ketahanan Nasional*. Yogyakarta : Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Wastawa, I Wayan. (2012). *Identitas Tokoh Pan Balang Tamak dalam Teks dan Konteks Masyarakat Bali*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Wastawa, I Wayan. (2014). *Etika Komunikasi Dalam Agama Hindu*. Denpasar : Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.

Biografi Penulis

Dr. Drs. I Wayan Wastawa, lahir di Tabanan 11 Juli 1965. Menamatkan program doktor pada program Kajian Budaya Universitas Udayana. Merupakan dosen pada Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar sejak tahun 1998 hingga sekarang. Sejak tahun 2013 hingga sekarang adalah Dekan Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar.