**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Pesugihan, semua orang tidak asing lagi dengan kata pesugihan, terutama bagi mayarakat Jawa yang masih kental dan lekat dengan budaya Jawa. Pesugihan berasal dari bahasa Jawa “sugih” yang berarti kaya. Pesugihan ini identik dengan hal mistis dan jauh dari koridor syariat agama karena menyembah dan mengagungkan selain Tuhan.

Pesugihan dalam kebudayaan masyarakat Jawa sudah memiliki sejarah panjang, bahkan sejak zaman Kerajaan Mataram (Kartasura) sampai zaman kemerdekaan. Pesugihan tetap menjadi salah satu fenomesna sosial. Menurut konsep spiritual Ilmu Kejawen, tirakat pesugihan tergolong jalur *pangiwa* (kiwa = kiri) sebagaimana ilmu santet dan pengasihan atau pelet.

Pesugihan adalah suatu cara untuk memperoleh kekayaan secara instan tanpa harus bekerja keras layaknya orang bekerja pada umumnya. Dalam prosesnya pesugihan adalah bentuk kerjasama perjanjian antara manusia sebagai pelaku pesugihan dengan makhluk gaib/jin/siluman. Sebenarnya pesugihan ini tidaklah gratis melainkan memerlukan tumbal atau korban kepada pihak makhluk gaib sebagai pengganti atau barter untuk kekayaan. Korban tumbal pesugihan berdasarkan permintaan sang makhluk gaib dan pihak manusia harus bisa memenuhinya. Biasanya para pelaku pesugihan adalah orang-orang yang telah putus asa dalam kehidupannya mencari uang secara halal, dan sudah tertutup hatinya sehingga bahkan harus tega mengorbankan orang lain untuk di jadikan korban tumbal pesugihannya.

Cara mendapatkan pesugihan masih kental dengan hal-hal ritual dengan cara bermeditasi, bertapa, lalu dapat wangsit dan tiba-tiba kaya raya seakan mendapatkan bisikan dalam hatinya. Lantas melakukan apa yang dijadikan wangsit tersebut. Dalam melakukan pesugihan tidak hanya untuk mencari kekayaan harta, tetapi pesugihan juga dilakukan untuk mendapatkan jabatan dalam pekerjaan apapun.

Pada dasarnya dalam pesugihan pihak manusialah yang akan selalu dirugikan, apalagi kekayaan yang didapatkannya tidak akan berlangsung lama jika tidak bisa memenuhi tumbal korban setiap tahunnya. Apabila sang pelaku [pesugihan](http://www.expobia.id/search/label/PESUGIHAN) telah meninggal dunia hasil kekayaan dari hasil pesugihan juga akan lenyap jika tidak ada yang meneruskan atau mewarisi pesugihan tersebut.

Pesugihan yang dilakukan tidak lepas dari suatu hal yang di agungkan misalnya benda atau tempat, tempat yang didatangi seseorang untuk melakukan pesugihan salah satunya adalah Gunung Hejo. Gunung ini berada di wilayah Purwakarta tepatnya Kecamatan Darangdan. Keangkeran tempat yang juga dikelilingi hutan karet ini memang sudah terkenal sejak puluhan tahun yang lalu. Bahkan dari waktu ke waktu peziarah yang datang ke tempat ini selalu saja ada tiap-tiap harinya.

Gunung Hejo dianggap sebagai tempat keramat karena banyak peziarah yang sering datang ketempat ini. Peziarah yang datang tidak hanya berasal dari pulau Jawa bahkan ada yang datang dari Batam. Sebagian masyarakat meyakini bahwa gunung hejo merupakan salah satu tempat petilasan Prabu Siliwangi. Karena itu pula tak sedikit masyarakat yang datang ke tempat tersebut melakukan ritual tertentu guna mencari pesugihan baik dalam kelancaran usaha, jabatan, maupun mencari wangsit. Banyaknya informasi mengenai Gunung Hejo sebagai tempat pesugihan menimbulkan banyak persepsi dari masyarakat, khususnya masyarakat awam yang tidak percaya akan tahayul seperti itu.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide dan gagasan) dari suatu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Komunikasi juga merupakan bagian dari hidup manusia yang tidak dapat terpisahkan. Karena komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia sehingga membuat pakar ilmu pengetahuan meneliti mengenai komunikasi dan lingkupnya.

Komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Setiap orang tentu pernah melakukannya, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lainnya. Sehingga satu-satunya cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan adalah dengan berkomunikasi satu sama lain. Baik itu melalui komunikasi sederhana maupun komunikasi yang tergolong canggih karena proses penyampaiannya melalui saluran yang disebut media massa.

Komunikasi selalu mempunyai tujuan yang dikehendaki oleh pemberi informasi, ada informasi yang disampaikan kepada penerima harus menimbulkan dampak atau pengaruh tertentu yang dikehendaki, dilakukan melalui media tertentu ataupun secara langsung dan sangat jelas bahwa di dalam komunikasi selalu mengandung informasi. Media massa menjadi kebutuhan masyarakat modern dewasa ini. Bahkan ketergantungan manusia terhadap media massa demikian besar. Tiada hari tanpa informasi dari media massa, baik itu media cetak, elektronik dan internet. Media cetak adalah media yang menyampaikan pesan atau informasi melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan lainnya. Media elektronik adalah media yang menyampaikan isi pesan atau informasi dalam bentuk elektronik seperti televise, radio dan lainnya yang bersifat audio ataupun visual. Sedangkan media massa internet adalah media yang menyampaikan pesannya melalui internet contohnya seperti blog, google dan lainnya baik berbentuk audio, visual ataupun audio visual.

Komunikasi memainkan peranan penting dalam menentukan sebuah persepsi, karena bagaimana metode komunikasi untuk berurusan dengan perilaku adalah untuk mengobsevasi aktivitas dari organisme manusia, menklasifikasi seluas mungkin, dan memberinya nama yakni pendekatan logitudinal dan untuk mempelajari tindakan spesifik dari perilaku (respon) yang berkaitan dengan kondisi yang di diasumsikan untuk mendapatkan stimulus perilaku ini di sebut respons-stimulus psikologis. Kedua metode ini merupakan aktifitas persepsi karena persepsi terjadi pada level bawah sadar, maupu ketidak sadaran level ini kemudian mempengaruhi hasil dari perilaku .

Sebuah studi rinci tentang proses komunikasi dengan jelas menunjukkan bahwa kita berkomunikasi dengan melambangkan reaksi kita terhadap realitas yang rasakan. Akibatnya langkah pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain umumnya adalah untuk membentuk beberapa kesan mereka. Kesan ini kemudian akan langsung bereaksi kepada mereka dan mempengaruhi jalannya komunikasi organisasi atau interpersonal. Sampai batas tertentu orang menciptakan dunia mereka sendiri dengan melihat dari pengalaman mereka obyek yang akan mereka rasakan. Kualitas seperti ukuran, bentuk, posisi dalam ruang, kedekatan pengamat, waktu, dan gerak berhubungan dengan komponen utama dari persepsi dan memiliki bantalan pada cara kita menafsirkan komunikasi.

Masyarakat adalah adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, musyarak. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Persepsi adalah adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindera.

Selain itu juga, persepsi adalah proses aktif pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi objek orang, kejadian, dan kegiatan. Hal pertama yang harus diingat tentang definisi ini bahwa persepsi adalah proses yang aktif. Manusia tidak pasif dalam menerima rangsangan stimuli. Sebaliknya, manusia aktif berinteraksi dan merespon suatu pesan dalam memaknai suatu objek atau fenomena. Dalam prosesnya, ketika orang menerima suatu psan, ia akan menyeleksi (memusatkan perhatian dari apa yang ia anggap penting dalam beberapa hal), kemudian menyusun dan menafsirkannya, yang pada akhirnya ia memberikan makna pada suatu objek atau peristiwa.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai masalah diatas dengan mengambil judul” “**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG GUNUNG HEJO SEBAGAI TEMPAT PESUGIHAN (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Tentang Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan di Kecamatan Darangdan, Purwakarta)”**

* 1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian maka pertanyaan yang menjadi perhatian utama adalah **“Bagaimana Persepsi Masyarakat Tentang Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan di Kecamatan Darangdan, Purwakarta”.**

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, peneliti memperoleh beberapa pertanyaan penelitian yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana sensasi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat pesugihan
2. Bagaimana atensi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat Pesugihan
3. Bagaimana interpretasi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat Pesugihan
   1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui sensasi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat pesugihan
2. Untuk mengetahui atensi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat pesugihan
3. Untuk mengetahui interpretasi masyarakat daerah Darangdan, Purwakarta terhadap Gunung Hejo yang diyakini sebagai tempat pesugihan
   1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunaan Praktis** yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Adapun jenis dari kegunaan penelitian yaitu:

* + 1. **Kegunaan Teoretis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan.
2. Memberikan tambahan wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi, dalam kaitannya dengan Persepsi Masyarakat Terhadap Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan.
3. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan.
   * 1. **Kegunaan Praktis**
4. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi Persepsi Masyarakat Terhadap Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan.
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bagan masukan, pemikiran dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil obyek serupa.
6. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan Kebudayaan.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian.

Gunung Hejo adalah sebuah gunung yang terletak di desa Gunung Hejo, Kecamatan Darangdan, Purwakarta, Jawa Barat. Tol Cipularang melingkari gunung ini yang katanya menyimpan banyak misteri. Hal ini dikarenakan seringnya terjadi kecelakaan di daerah tol Cipularang ini sehingga dianggap daerah ini keramat.

Gunung Hejo dianggap sebagai tempat keramat selain karena seringnya terjadi kecelakaan di daerah tol Cipularang juga karena banyak peziarah yang sering datang ketempat ini. Peziarah yang datang tidak hanya berasal dari pulau Jawa bahkan ada yang datang dari Batam. Sebagian masyarakat meyakini bahwa gunung hejo merupakan salah satu tempat petilasan Prabu Siliwangi. Karena itu pula tak sedikit masyarakat yang datang ke tempat tersebut melakukan ritual tertentu guna mencari pesugihan baik dalam kelancaran usaha, jabatan, maupun mencari wangsit. Banyaknya informasi mengenai Gunung Hejo sebagai tempat pesugihan menimbulkan banyak persepsi dari masyarakat, khususnya masyarakat awam yang tidak percaya akan tahayul seperti itu.

Manusia adalah mahluk sosial serta makhluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang mereka lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat (persepsi). Persepsi merupakan pengamatan yang dilakukan seseorang dimana persepsi tersebut memerlukan suatu rangsangan yang disebut dengan indra (penginderaan) baik apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan.

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari, dalam berkomunikasi kita sering menampilkan persepsi terhadap realitas yang ada disekitar kita.

Persepsi terbentuk karena suatu stimulus di dalam diri individu yang menerima suatu rangsangan sehingga rangsangan tersebut dapat diterima oleh diri individunya itu sendiri. Rangsangan tersebut membentuk suatu aksi yang dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dikehendaki.

Menurut **Deddy Mulyana** dalam buku ***Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar***:

**Persepsi adalah proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. (2007 : 179)**

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang terjadi pada diri kita terhadap suatu lingkungan atau ruang lingkup yang melibatkan panca indra (pengindraan) serta adanya suatu rangsangan dimana alat indra kita bekerja baik itu indra penglihatan, pendengaran dan penciuman terhadap apa yang kita rasakan tergantung pada stimulus fisik dan sosial dalam lingkungan itu sendiri.

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat – alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima kira – kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan mungkin merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti lewat bau parfume yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Persepsi juga dapat dikatagorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indra disertai adanya suatu pengalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan sebuah pesan, seperti pengindraan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan (Fenomena) yang terjadi.

Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut:

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**Gambar 1.1**

Persepsi Masyrakat Terhadap Gunung Hejo Sebagai Tempat Pesugihan

Teori Persepsi (Perception Theory)

(Deddy Mulyana)

Sensasi

Atensi

Interpretasi

Sumber: Deddy Mulyana, Modifikasi penulis & pembimbing 2017