

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti mencari bahan kajian atau referensi yang sejenis dari penelitian sebelumnya. Review penelitian sejenis ini bertujuan untuk dijadikan suatu bahan acuan bagi peneliti sebagai penunjang pengembangan penyusunan penelitian. Berikut ada beberapa penyusunan sejenis yang bisa di jadikan sebagai tinjauan penelitian ini :

1. “DINAMIKA TRADISI LEGU GAM DARI PRESPEKTIF MASYARAKAT TIDORE” skripsi ini di tulis oleh Jainab Said, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo 2012.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika tradisi *Legu Gam* dari perspektif masyarakat kota Tidore dan faktor yang mempengaruhi dinamika *Legu Gam* dalam masyarakat Tidore. Untuk mengetahui tujuannya maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiologi.

Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa Tradisi *Legu Gam* yang dilaksanakan oleh masyarakat Tidore yang merupakan puncak acara adat kesultanan Tidore yang ditandai dengan pembakaran kemenyan (*Uku*) dan membaca doa serta mantra menurut caranya sampai kepada meriwayatkan sejarah kejadian terbentuknya kesultanan Tidore (*Kie Raha*) dengan daerah taklukannya sampai pada pengambilan berkat oleh Sultan

Tidore. Tradisi *Legu Gam* yang di laksanakan berdasarkan adat kesultanan ini merupakan sisa-sisa kepercayaan *Animisme* pada zaman dahulu.

Dinamika tradisi *Legu Gam* yang dilaksanakan oleh masyarakat Tidore merupakan tradisi yang di lakukan atas dasar najar atau niat sultan dan masyarakat yang mempunyai makna dan masih dilestarikan dari dulu sampai sekarang.

Dalam hasil penelitian juga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi tradisi *Legu Gam* di lakukan yang dilihat dari prespektif masyarakat Tidore, yaitu : (1) Kesanggupan bagi rakyat yang bersangkutan dari kemurahan (hasil-hasil kebun dan lain-lain cukup lebih dari biasa), (2) Atas dasar niat dan najar dari rakyat dan pemerintah (pemerintah di sini adalah seri sultan Tidore), (3) Niat dan najar masyarakat dan pemerintah (Kesultanan Tidore) agar selamat dari bencana dan bahaya yang di hadapi oleh masyarakat.

1. “MAKNA PESAN NON VERBAL DALAM UPACARA ADAT KOLILI KIE KESULTANAN TERNATE” skripsi ini ditulis oleh Lilis Hardiyanti Rukmana, Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan 2017.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara mendalam, observasi, studi kepustakaan dan internet searching dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif Kualitatif yang dimana peneliti menggambarkan, mendeskripsikan, dan memaparkan makna dari pesan-pesan nonverbal pada suatu kebudayaan upacara adat *kolili kie* kesultanan Ternate.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa makna pesan non verbal yang ada pada adat upacara adat *kolili kie* antara lain terdapat makna nonverbal pada ekspresi wajah dari para perangkat adat yang mengandung makna rasa penghormatan, waktu upacara adat *kolili kie* dilaksanakan sesuai dengan agenda tahunan festival *legu gam*, dengan

memegang tradisi leluhurnya, kololi kie hanya dilaksanakan pada beberapa tempat tertentu yaitu dilaut dengan mengililingi pulau ternate, karena tempat ini memiliki makna sebagai tempat yang sakral dan keramat, dalam melaksanakannya terdapat prosesi gerakan yang terlihat pada saat penghormatan kepada sultan hingga pembacaan doa dan tabur bunga yang memiliki arti menghormati raja sebagai pemimpin dan menghormati leluhur yang makam-makamnya diyakini bersemayam dilaut. Para sultan dan perangkat adat menggunakan pakaian yang dipakai pada saat pelaksanaan upacara adat dan masing-masing pakaian tersebut juga memiliki makna dan tugasnya tertentu.

Kesimpulan penelitian, makna pesan non verbal dalam upacara adat kololi kie merupakan suatu pesan yang disampaikan lewat tradisi kebudayaan yang dilakukan oleh pihak kesultanan ternate, semua prosesi dijalankan sesuai dengan budaya adat masyarakat ternate.

2. “KOMUNIKASI PEMASARAN FESTIVAL LEGU GAM MOLOKU KIE RAHA” Tesis ini ditulis oleh Lisda Ariani Simabur, Mahasiswi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Bisnis Universitas Islam Bandung 2014.

Penelitian ini membahas tentang pelestarian budaya dan bagian aset dalam sektor wisata yang menjadi modal untuk memperkenalkan kepada masyarakat domestik maupun masyarakat mancanegara. Festival Legu Gam Moloku Kie Raha yang merupakan festival budaya dari kerajaan Ternate sudah menjadi festival tahunan. Peneliti mengkaji bagaimana komunikasi pemasaran Festival Legu Gam Moloku Kie Raha yang dilakukan oleh Kesultanan Ternate dalam menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan paradigma konstruktivisme dalam teknik analisisnya menggunakan studi kasus. Sedangkan teori

pendukung yang digunakan adalah teori Interaksi Simbolik dan konsep-konsep dari komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan komponen promosi komunikasi pemasaran Festival Legu Gam oleh Kesultanan Ternate dalam menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara yaitu terdapat lima komponen promosi komunikasi pemasaran yaitu, Iklan, Humas dan Publisitas, *personal selling*, Pemasaran Langsung dan Interaktif, Pemasaran dari Mulut ke Mulut. (2) Alasan Kesultanan Ternate memilih kelima komponen promosi komunikasi pemasaran dalam menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara, karena 1. Iklan bersifat universal dan dapat dijangkau oleh siapapun dan dimanapun. 2. Humas dan Publisitas bersifat membangun pencitraan Kesultanan Ternate. 3. *personal selling* dapat mempromosikan secara langsung *face to face*. 4. Pemasaran Langsung dan Interaktif karena perkembangan internet yang aktual dan update informasinya. 5. secara tidak langsung membentuk image Festival Legu Gam berdasarkan pengalaman para wisatawan. (3) Stratgi komunikasi yang diterapkan oleh Kesultanan Ternate yaitu dengan perencanaan dan manajemen komunikasi yang efektif.

Tabel 2. 1 review penelitian sejenis

No	Judul	Peneliti dan Sumber	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	perbedaan
1.	Dinamika Tradisi Festival Legu Gam dalam Prespektif MasyarakatT idore	Jainab Said, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo 2012.	Metode Kualitatif	Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Dinamika tradisi Legu Gam yang di laksanakan oleh masyarakat Tidore merupakan tradisi yang di lakukan atas dasar najar	sama-sama membahas tentang Festival Legu Gam dan menggunakan teknik pengumpulan data yang sama beserta metode	penelitian ini berfokus pada prespektif masyarakat tidore sedangkan penelitian penulis berfokus pada strategi

				atau niat sultan dan masyarakat yang mempunyai makna dan masih dilestarikan dari dulu sampai sekarang.	penelitian kualitatif	komunikasi yang dilakukan oleh kesultanan Ternate dalam mengomunikasikan budaya lokal kepada masyarakat melalui Festival Legu Gam
2.	Makna Pesan Nonverbal Dalam Upacara Adat Kolili Kie Kesultanan Ternate	Lilis Hardiyanti Rukmani, Mahasiswa i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan 2017	Metode Kualitatif	Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kolili kie hanya dilaksanakan pada saat upacara adat yaitu pada saat agenda tahunan Festival Legu Gam dengan memegang tradisi leluhurnya. makna pesan non verbal dalam upacara adat kolili kie merupakan suatu pesan yang disampaikan lewat tradisi kebudayaan yang dilakukan oleh pihak kesultanan ternate, semua prosesi dijalankan sesuai dengan budaya adat masyarakat ternate.	Penelitian ini membahas tentang ritual budaya yang ada dalam Festival Legu Gam yang dimana ritual budaya ini juga di bahas dalam penelitian peneliti dengan menggunakan metode kualitatif.	Dalam penelitian ini hanya berfokus pada salah satu ritual budaya yang ada pada Festival Legu Gam.

3.	Komunikasi Pemasaran Festival Legu Gam Moloku Kie Raha	Lisda Ariani Simabur, Mahasiswa i Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung 2014.	Metode Kualitatif	Dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini Kesultanan Ternate dalam komunikasi pemasarannya menggunakan lima komponen untuk mempromosikan Festival Legu Gam yaitu, Iklan, Humas&Publisitas, <i>personal selling</i> , Pemasaran Langsung & Interaktif, Pemasaran dari Mulut ke Mulut, dan kelima komponen ini mampu mencapai target sasaran wisatawan yaitu wisatawan domestik maupun mancanegara.	Peneliti menggunakan metode kualitatif dan teori Interaksi Simbolik dengan objek yang sama	Penelitian ini memfokuskan pada promosi atau komunikasi pemasaran yang dilakukan pihak Kesultanan Ternate dalam Festival Legu Gam.
----	---	---	-------------------	---	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah kaitan atau hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya untuk dapat memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi terkait dengan variable-variable yang akan diteliti. Berikut adalah kerangka konseptual pada penelitian ini :

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*Communis*“ atau “*commo*” dalam Bahasa Inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita berusaha untuk mencapai kesamaan makna, “*Commonness*“. Artinya komunikasi harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain

Menurut Effendy (2000) dalam bukunya “Dinamika Komunikasi” mengatakan bahwa, Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat perilaku, baik langsung secara lisan , maupun tak langsung melalui media.

Menurut Ross (2005) dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Komunikasi” Rakmat mendefinisikan komunikasi sebagai, Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambing secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalaman sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud. Intinya didalam komunikasi diperlukan kesamaan makna pesan diantara komunikator dan komunikan. Sehingga akan menghasilkan situasi komunikatif dengan kata lain akan menghasilkan komunikasi yang efektif.

Menurut Moor dalam Syaiful Rohim (2009:8), adalah penyampaian pengertian antar individu yang dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang lain. Pada pokoknya komunikasi adalah pusat minat dan situasi perilaku dimana suatu sumber menyampaikan pesan kepada seorang penerima dengan berupaya mempengaruhi penerima tersebut

Dari penjelasan diatas, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, dengan bentuk pesan yang bervariasi dan menggunakan pola

penyampain pesan yang sesuai dengan kondisi atau daya tangkap komunikan dalam menerima pesan, dari hal tersebut maka akan timbul efek. Efek ini bisa dilihat dengan cara memperhatikan *feedback* yang disampaikan oleh komunikasi.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

1. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*) Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Komunikasi diharapkan dapat merubah sikap seseorang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikannya.
2. Mengubah Opini / Pendapat / Pandangan (*To Change The Opinion*) Komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan supaya masyarakat mau merubah pendapat dan presepsinya terhadap tujuan informasi yang di sampaikan.
3. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*) Komunikasi bertujuan untuk mengubah seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi.
4. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*) Pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya. Sehingga perubahan yang terjadi sifatnya secara masal.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi-fungsi Komunikasi menurut Effendy (2006) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, yaitu :

1. Menginformasikan (*to inform*), menyampaikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, hasil pemikiran dan tingkah laku orang lain, ataupun segala sesuatu kepada orang lain.
2. Mendidik (*to educated*), komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan ide, gagasan, dan pemikirannya kepada orang lain.
3. Menghibur (*to entertaint*), hal ini berarti bahwa komunikasi dapat berfungsi untuk menyampaikan hiburan ataupun menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*), yaitu komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi orang lain yang diajak berkomunikasi, hal ini tentunya ditujukan untuk menggiring pemikiran lawan bicara terhadap apa yang dipikirkan oleh komunikan. Hal ini di harapkan mampu mempengaruhi serta mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang dikkehendaki oleh sender sebagai komunikannya.

2.2.1.4 Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Hasibuan (2006: 84) dalam bukunya “Manajemen Dasar”, pengertian dan masalah unsur-unsur komunikasi diantaranya:

1. Komunikator atau pemberi (*Giver*) adalah orang yang menyampaikan pesan komunikator itu.
2. Pesan yaitu, informasi, perintah, laporan, berita dan lain-lainnya yang disampaikan itu.
3. Saluran atau simbolis (*Channel*) adalah alat (*symbol*) yang dipergunakan untuk berkomunikasi.

4. Komunikasikan atau penerima (*Receiver*) yaitu orang yang menerima pesan komunikasi tersebut.

5. *Feedback* atau *Action* adalah reaksi yang ditimbulkan oleh komunikasi itu.

(1996:196)

Dalam kegiatan komunikasi perlu dipahami agar proses komunikasi berjalan dengan apa yang diharapkan, komunikasi akan berjalan atraktif bilamana dalam proses komunikasi mempunyai pandangan atau persepsi yang sama akan menyikapi satu permasalahan.

2.2.2 Komunikasi Budaya

Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan yang sangat erat dan berperan penting dalam kelangsungan hidup manusia. Orang berkomunikasi sesuai dengan budaya yang dimilikinya. Kapan, dengan siapa, berapa banyak hal yang dikomunikasikan sangat bergantung pada budaya dari orang-orang yang berinteraksi. Hubungan timbal balik antara budaya dan komunikasi seperti simbiosis yang saling mempengaruhi. Seperti budaya mempengaruhi komunikasi dan sebaliknya komunikasi mempengaruhi budaya.

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul pada proses interaksi antar individu. Julia T. Wood (2013: 132) mendefinisikan budaya adalah salah satu sistem terpenting tempat munculnya komunikasi. Ketika kita lahir kondisi saat itu belum mengetahui bagaimana, kapan, dan kepada siapa kita berbicara, sama seperti kita tidak terlahir dengan sikap mengenai ras, agama, orientasi seksual, dan aspek identitas lain yang berbeda

Dapat dikatakan bahwa definisi komunikasi budaya adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mendapatkan sebuah

pemahaman yang sama melalui lambang atau tingkah laku dari aktifitas manusia yang berbeda kebudayaan. Komunikasi budaya mengacu pada aktifitas komunikasi antara orang-orang dari budaya yang sama atau budaya yang berbeda yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural.

Pada dasarnya komunikasi budaya merupakan komunikasi yang biasa, yang membedakannya adalah orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut berbeda dalam hal latar belakangnya. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan budaya itu dipelajari.

Martin dan Nakayama (Judith N. and Thomas K. Nakayama, 2003) mengulas bagaimana komunikasi mempengaruhi budaya. Dijelaskan, bahwa budaya tidak akan bisa terbentuk tanpa komunikasi. Pola-pola komunikasi yang tentunya sesuai dengan latar belakang dan nilai-nilai budaya akan menggambarkan identitas budaya seseorang.

2.2.3 Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Menurut Onong Uchjana Effendi, strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Hafied Cangara, 2013: 64)

Strategi merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam sebuah organisasi/manajemen, menurut Cangara (2013:23) perencanaan dibuat agar dapat berfungsi untuk:

1. Mengidentifikasi dan menetapkan masalah
2. Memberi arahan (fokus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai
3. Meminimalisasi terjadinya pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif.
4. Melakukan perkiraan terhadap kendala yang mungkin terjadi dan hasil yang akan diperoleh.
5. Melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.
6. Memberi kesempatan untuk memilih alternatif terbaik guna mendapatkan hasil yang lebih baik.
7. Mengatasi hal-hal yang rumit dengan mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi.
8. Menetapkan skala prioritas tentang apa yang harus dikerjakan lebih dulu.
9. Penetapan mekanisme pemantauan dan instrumen alat ukur untuk keperluan evaluasi.

Menurut Anwar Arifin (1984) dalam buku “Strategi Komunikasi”, suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. Strategi komunikasi juga harus dapat mencapai efek komunikasi yang di harapkan, berupa menyebarkan informasi, melakukan persuasi, dan melaksanakan intruksi.

Menurut Liliweri (2011: 248) ada beberapa tujuan dari strategi komunikasi tersebut, yaitu:

1. *Announcing*, memberitahu tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu informasi yang akan diberikan sebisa mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi penting yang demikian penting.
2. *Motivating*, terhadap penyebaran informasi, kita dapat mengusahakan agar informasi yang disebarkan harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat.
3. *Educating*, setiap informasi yang disampaikan harus dalam kemasan mendidik, jadi strategi komunikasi yang dibuat oleh komunikato juga harus bermanfaat bagi komunikan.
4. *Informing*, menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran kita. Informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan actual, sehingga mendapatkan target.
5. *Supporting Decision Making*, dalam rangka pembuatan keputusan ini informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama dalam pembuatan keputusan

Strategi komunikasi yang efektif adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana mengubah sikap (how to change the attitude)
- b. Mengubah opini (to change the opinion)
- c. Mengubah Perilaku (to change behaviour)

2.2.4 Festival

Festival berasal dari bahasa Latin abad pertengahan yaitu ‘festivalis’, atau kata lainnya adalah ‘festum’ yang berate ‘pesta’. Festival pertama kali digunakan pada awal abad ke-15 sebagai kata sifat yang berhubungan dengan pesta’ atau ‘pesta besar’, dan mulai digunakan pada akhir abad ke-16.

Festival merupakan perayaan khusus yang diselenggarakan dalam sekali setahun guna untuk mengeksperikan berbagai peristiwa seperti perayaan panen,perayaan peristiwa sejarah,perayaan keagamaan, penghormatan, dan awal suatu musim. Selain itu juga festival berfungsi untuk memenuhi tujuan komunal dalam rangka mengucap rasa syukur terhadap Yang Maha Esa dan dapat memberikan hiburan yang sangat penting bagi komunitas lokal juga dapat menginformasikan tentang kebudayaan dan tradisi yang dimiliki.

Secara umum festival merupakan sebuah acara yang biasanya di pentaskan oleh komunitas lokal pada saat merayakan beberapa aspek unik dari suatu komunitas, sehingga disimpulkan bahwa festival merupakan kumpulan rakyat atau orang-orang untuk merayakan sesuatu. Menurut Adrienne L.Kaeppler dalam Falassi (1987:23) Festival merupakan sarana komunikasi verbal guna membangun, memberdayakan, dan pengakuan suatu identitas budaya. Sebagai bentuk sarana komunikasi, yang di rencanakan melalui proses perencanaan strategis komunikasi agar bisa berjalan secara efektif.

Dilihat dari definisi festival diatas festival tentu saja dapat digolongkan, di antaranya :

- 1) Festival Nasional, yang diselenggarakan untuk memperingati momen-momen penting dalam sejarah suatu bangsa. Festival ini dirayakan oleh seluruh negeri dan hari libur bagi semua sekolah, kantor, kolase, dan lain-lain.
- 2) Festival Keagamaan, merupakan festival yang dilakukan dengan tujuan untuk membantu mengajarkan prinsip dan etika kepada generasi berikutnya. Festival ini hanya dirayakan oleh orang yang mempunyai agama yang dianut

- 3) Festival Musiman, festival musiman mencerminkan sikap masyarakat terhadap alam, misalnya diadakan pada awal musim hujan, festival pada masa panen, dan lain sebagainya.
- 4) Festival Budaya, adalah suatu upaya yang dilakukan untuk melestarikan budaya dan menyadarkan generasi muda akan adanya budaya dalam kehidupan bermasyarakat. Tujuan utama dari penyelenggaraan festival budaya ini adalah memperkenalkan budaya daerah masing-masing dan juga untuk pelestarian budaya dengan melakukan revitalisasi budaya. Secara sederhana festival budaya dikatakan sebagai perayaan tradisi masyarakat tertentu atau perayaan budaya daerah.
- 5) Festival Seni, mencakup berbagai macam bentuk seni dan tidak hanya berfokus pada seni visual atau seni budaya saja. Akan tetapi seni dapat menampilkan program campuran yang mencakup music, sastra, komedi, hiburan anak-anak, sains, atau teater jalanan.
- 6) Festival Musik, merupakan event komunitas yang orientasinya pada penampilan bernyanyi dan instrumen yang dapat dibedakan berdasarkan tema seperti jenis musik, kebangsaan penampil, lokasi ataupun waktu tertentu.
- 7) Festival Film, merupakan suatu presentasi film yang dilakukan secara terorganisasi dan diadakan disatu bioskop (tempat pemutaran film). Festival film biasanya merupakan acara multi-hari dimana pilihan film diputar untuk penonton. Festival film juga cenderung berlangsung di satu lokasi yang memiliki beberapa area pemutaran sehingga banyak film dapat diputar sekaligus. Singkatnya festival ini diselenggarakan dengan menayangkan berbagai adegan-adegan yang memiliki nilai-nilai sejarah atau nilai penting lainnya.

2.2.5 Legu Gam

Legu Gam atau Pesta Rakyat merupakan festival yang dimiliki oleh Kesultanan Ternate yang diselenggarakan setiap hari ulang tahun Sultan Ternate Mudaffar Sjah yang jatuh pada setiap bulan April, selain itu Legu Gam ini juga menggambarkan hubungan baik antar kesultanan Ternate dengan Rakyatnya. Tujuan dari Legu Gam selain melestarikan adat istiadat dan budaya, legu gam ini juga bertujuan untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Moloku Kie Raha hingga ke mancanegara.

Festival Legu Gam sudah tercatat menjadi agenda wisata tahunan serta masuk dalam kalender tahunan (*calendar of event*) pariwisata nasional dan menjadi daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun internasional. Festival Legu Gam bukan hanya sekedar festival yang menjadi hiburan bagi Masyarakat akan tetapi juga mempunyai maksud dan tujuan dari segala aspek mulai dari perekonomian, agama, pendidikan, dan pariwisata.

Dalam ekonomi kreatif festival Legu Gam menjadi sarana untuk memasarkan kerajinan tangan berupa benda dan kuliner, dari segi pendidikan festival Legu Gam mengadakan ajang Jojaru Ngongare (putra putri asli Ternate) untuk memberi edukasi terkait daerah Moloku Kie Raha yang nantinya para kontestan ini mempromosikan kembali kota Ternate kepada masyarakat lokal maupun internasional dan melatih skill serta mental kontestan untuk dapat berani tampil berbicara di depan khalayak, dari aspek keagamaan festival Legu Gam memberi ucapan syukur dan doa kepada Tuhan dengan cara Mengelilingi pulau Ternate (*Kolili Kie*) melalui lautan dengan menaiki perahu yang disebut kora-kora, mendaki puncak Gunung Gamalama (*Fere Kie*) dan mendatangi kuburan-kuburan *keramat* para leluhur untuk berdoa (Ziarah Kutub) ,dalam segi kesenian festival Legu Gam selalu menampilkan tarin-tarian tradisional kreasi yang berasal dari berbagai daerah di Maluku utara dan juga pentas musik tradisional,

pembacaan narasi dan kegiatan kesenian lainnya di panggung utama pada setiap harinya selama festival berlangsung.

2.2.5.1 Visi dan Misi Legu Gam

a. Visi Legu Gam

Ada sebuah cita-cita untuk mengembangkan festival Legu Gam ini, sehingga pada tahun 2013 Legu Gam menjadi Festival kebudayaan terkemuka di kawasan Asia Tenggara dalam pengembangan komunitas masyarakat adat sebagai entitas tak terpisahkan dari aset kebudayaan Nusantara yang bersifat universal (humanis, pluralis dan religius) ditengah tantangan global dengan berorientasi pada tuntutan pemberdayaan masyarakat adat menuju masyarakat adil dan demokratis dalam bingkai Negara Republik Indonesia.

b. Misi Legu Gam

- Menyelenggarakan Event Legu Gam sebagai aset Event Nasional yang berkualitas dan professional
- Mengembangkan aset kebudayaan daerah Maluku Utara melalui event Legu Gam untuk memperkaya aset nasional
- Menetapkan konsep-konsep dan pendekatan budaya daerah dalam proses pengembangan masyarakat dan pembangunan bangsa menuju masyarakat adil dan demokratis.

2.2.5.2 Tujuan Legu Gam

1. Pengembangan unsur-unsur kebudayaan daerah melalui event Legu Gam sebagai solusi yang relevan terhadap tuntutan perubahan zaman dan kebutuhan pengembangan masyarakat daerah dalam mensukseskan program pembangunan keparawisataan nasional dan bidang pembangunan lainnya secara menyeluruh.

2. Penerapan konsep-konsep Legu Gam dalam proses pemantauan kritis terhadap proses-proses dan dampak-dampak perubahan sosial yang menyertai pengembangan masyarakat Maluku Utara menuju tatanan kehidupan sosial yang humanis, pluralis, dan demokratis
3. Analisis atas masyarakat adat melalui proses seminar sebagai wadah pengembangan intelektual, yaitu analisis mikro terkait konteks mikro dan makro yang mencakup beragam aspek sosial, ekonomi, budaya, dan politik yang melingkupi dinamika perkembangan masyarakat adat dan perumusan kebijakan negara secara holistic.
4. Sintesis beragam konteks dan pendekatan Legu Gam dalam rangka mendukung proses perumusan kebijakan pengembangan masyarakat yang adil dan demokratis.

2.2.5.3 Sasaran Legu Gam

1. Pengenalan unsur-unsur kebudayaan lokal dan pemahaman yang mendalam tentang adat istiadat serta sistem nilai sebagai bentuk kearifan lokal yang dapat dijadikan sebagai modal sosial membangun Maluku Utara.
2. Penguasaan keahlian dan keterampilan ilmiah di bidang analisis masyarakat secara holistic melalui proses Seminar Nasional sehingga bermanfaat dalam perumusan kebijakan pembangunan daerah dan perumusan kebijakan negara ditingkat nasional.
3. Pemilikan sikap teguh pada Adat se Atorang dalam pilihan-pilihan paradigma berkenaan dengan baik kegiatan pemerintahan setiap bidang pembangunan daerah maupun kegiatan pembangunan dalam tatanan kehidupan masyarakat secara umum.

2.2.6 Budaya

Budaya (culture) adalah produk dari seluruh rangkaian proses sosial yang dijalankan oleh manusia dalam masyarakat dengan segala aktivitasnya, Dengan

demikian, kebudayaan adalah hasil nyata dari sebuah proses yang dijalankan oleh manusia bersama masyarakatnya.

Menurut Geertz (1973: 52), kebudayaan adalah sebuah sistem dari konsep-konsep yang diwariskan dan diungkap dalam bentuk-bentuk simbolik melalui masa manusia berkomunikasi, mengekalkan dan memperkembangkan pengetahuan tentang kehidupan ini dan bersikap terhadap kehidupan ini (Sobur,2006:178).

Titik sentral kebudayaan Geertz terletak pada simbol, bagaimana manusia berkomunikasi lewat simbol, di satu sisi, simbol terbentuk melalui dinamisasi interaksi sosial, maupun realitas empiris, yang kemudian diwariskan secara historis, bermuatan nilai-nilai. Sisi lain simbol merupakan acuan wawasan, memberi “petunjuk” bagaimana warga budaya tertentu menjalani hidup, media sekaligus pesan komunikasi, dan representasi realitas sosial.

Budaya tak bisa lepas dari komunikasi, karena keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Smit (Senjaya, 2007:7.18) membarkan sebagai berikut :

- 1.Kebudayaan merupakan kode atau kumpulan peraturan yang dipelajari dan dimiliki bersama
- 2.Untuk mempelajari dan memiliki bersama diperlukan komunikasi, sedangkan komunikasi memerlukan kode-kode dan lambang-lambang yang harus dipelajari dan dimiliki bersama.

Dalam budaya juga terdapat ritual budaya, yang merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat. Ritual menggambarkan prosedur budaya yang harus dilakukan agar bisa memenuhi tuntutan budayanya.

Mowen (1995) mendefinisikan ritual budaya sebagai urutan-urutan tindakan yang terstandarisasi secara periodik diulang, memberikan arti, dan meliputi simbol-simbol budaya. Budaya juga direpresentasikan melalui simbol-simbol tertentu yang mempunyai

arti tertentu pula. Simbol yang sama mungkin akan mempunyai arti yang berbeda pada suatu budaya dengan budaya lainnya.

Begitu banyak ritual budaya yang dilakukan se kelompok masyarakat, dan ritual itu dilakukan secara periodik, maka hal ini sangat menarik bagi masyarakat yang ingin mengetahui budaya dari masyarakat lainnya. Ritual budaya ini juga masuk kedalam bentuk budaya lokal.

2.2.6.1 Budaya Lokal

Budaya lokal adalah ciri khas sebuah kelompok masyarakat dalam berinteraksi dan berperilaku di lingkungannya. Budaya lokal di Indonesia sendiri terbentuk dari nilai-nilai agama, kebiasaan, warisan nenek moyang atau adat istiadat. Contohnya budaya bagian Indonesia Timur akan sangat berbeda dengan budaya lokal sunda. Hal ini menggambarkan bahwasannya letak geografis juga menjadi landasan untuk merumuskan budaya lokal.

Budaya lokal juga memiliki pandangan definisi yang berbeda dari beberapa para ahli budayawan ,yaitu :

1. Mitchel (2003), budaya yang lokal adalah seperangkat nilai-nilai inti, kepercayaan, standar, pengetahuan, moral hokum dan perilaku yang di sampaikan oleh individu-individu dan masyarakat yang menentukan cara seseorang berperasaan, bertindak dan menilai dirinya maupun orang lain.
2. Nawari Ismail (2011), budaya lokal merupakan semua ide, aktivitas, dan hasil aktivitas manusia dalam suatu kelompok masyarakat di lokasi tertentu.

2.2.6.1.1 Fungsi Budaya Lokal

Fungsi budaya lokal menurut suyanto dalam Ismail (2011) yaitu :

1. Sebagai wadah titik temu anggota masyarakat dari berbagai latar belakang seperti status sosial, suku, agama, ideologi, dan politik. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai upacara slametan yang terus berkembang ditengah deru modernisasi.
2. Budaya lokal seperti lembaga adat, tradisi juga berfungsi sebagai norma-norma sosial yang memiliki pengaruh signifikan dalam mengatur sikap dan perilaku masyarakat.
3. Sebagai pengontrol sosial dari setiap anggota masyarakat. Misalnya tradisi bersih desa bukan sekedar sebagai kegiatan yang bersifat gotong royong dan lingkungan tetapi juga memiliki makna bersih dosa setiap anggota masyarakat.

2.2.6.1.2 Unsur-unsur Budaya Lokal

Menurut Koentjaraningrat (2009) unsur kebudayaan itu ada 7 , yaitu :

1. Bahasa, sarana untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dalam berinteraksi dengan manusia maupun tuhan. Antropologi linguistik juga di pelajari masalah dialek atau logat bahasa yang di gunakan dalam berkomunikasi antara berbagai masyarakat yang tinggal di satu rumpun atau daerah.
2. Sistem Pengetahuan, cukup luas batasannya karena mencakup pengetahuan manusia tentang berbagai unsur kehidupan. Tiap kebudayaan selalu mempunyai suatu himpunan pengetahuan tentang alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, benda, dan manusia yang ada di sekitarnya
3. Organisasi Sosial, unsur budaya berupa organisasi sosial merupakan usaha untuk memahami bagaimana manusia membentuk masyarakat melalui berbagai kelompok sosial.
4. Sistem peralatan hidup dan teknologi, manusia selalu berusaha untuk mempertahankan hidupnya sehingga mereka akan selalu membuat peralatan atau

benda-benda. Unsur kebudayaan dalam sistem peralatan hidup dan teknologi bisa dilihat dari setiap perubahan alat teknologi yang digunakan.

5. Sistem mata pencaharian hidup, merupakan wujud suatu kebudayaan karena masih bersifat tradisional seperti berburu dan meramu, beternak, bercocok tanam di ladang dan menangkap ikan

6. Sistem religi, unsur budaya dalam sistem religi ini adalah keyakinan bagi setiap pemeluknya, yang merupakan jawaban dari panggilan Tuhan bagi manusia. Keyakinan tersebut meliputi iman, sembah, rasa hormat, rasa tobat, dan syukur yang dianugerahkan Tuhan kepada manusia. Secara antropologis mendefinisikan agama sebagai seperangkat upacara yang diberi rasionalisasi mitos, dan menggerakkan kekuatan supranatural dengan maksud mencapai atau menolak suatu perubahan keadaan pada manusia atau alam.

7. Kesenian, unsur budaya dalam kesenian yang dimaksud adalah benda-benda atau artefak yang memuat unsur seni, seperti patung, ukiran, dan hiasan

2.2.6.1.3 Bentuk Budaya Lokal

Menurut J.J. Hoenigman (Musnawati, 2012), wujud kebudayaan dapat dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu gagasan, aktivitas, dan artefak.

1. Gagasan (Wujud Ideal) yaitu kumpulan gagasan, nilai, norma, peraturan, dan sifat-sifat yang bersifat abstrak serta tidak dapat diraba atau disentuh. Bentuk kebudayaan ini terletak pada pemikiran atau gagasan masyarakat.
2. Aktivitas (Tindakan) yaitu bentuk kebudayaan berupa tindakan berpola dari manusia. Bentuk ini bersifat sosial. Sistem sosial terdiri atas aktivitas manusia yang saling berinteraksi, mengadakan kontak, serta bergaul dengan manusia lainnya berdasarkan pada adat dan tata perilaku. Kebudayaan ini bersifat konkret, terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang dapat diamati dan didokumentasikan. Misalnya

Tradisi setiap daerah, upacara adat, festival daerah, kesenian daerah, ritual budaya dll

3. Artefak (Karya) yaitu bentuk kebudayaan yang berupa hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya semua manusia dalam masyarakat berupa benda atau hal-hal yang dapat dilihat, diraba, dan didokumentasikan. Misalnya lukisan, patung, pakaian adat, senjata adat, rumah adat, candi, alat musik tradisional, dll.

2.2.7 Masyarakat

2.2.6.2 Pengertian Masyarakat

Secara etimologis, masyarakat diambil dari kata bahasa Arab, yaitu *musyrak* yang artinya hubungan atau interaksi. Sedangkan dalam istilah bahasa Inggris masyarakat adalah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* yang berarti kawan. Masyarakat juga disebut suatu kesatuan manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Menurut Koentjaraningrat (2009) Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri yaitu :

1. Interaksi antar warga-warganya
2. Adat istiadat
3. Kontinuitas waktu
4. Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga

Menurut Horton dalam M. Zaini Hasan dkk, (1996 : 12-13) mengatakan masyarakat adalah sekumpulan manusia yang relatif mandiri, yang hidup bersama-sama dalam waktu

relatif lama mendiami kawasan tertentu, memiliki kebudayaan relatif lama, serta melakukan aktivitas yang cukup lama pada kelompok tersebut

Menurut Bouman dalam M. Zaini Hasan (1996 : 12) mengatakan bahwa “masyarakat adalah pergaulan hidup yang akrab antara manusia, dipersatukan dengan cara tertentu oleh hasrat-hasrat kemasyarakatan mereka”.

Menurut Koentjaraningrat dalam Usman Pelly (1994 : 29) mengemukakan masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh rasa identitas bersama. Lebih lanjut Koentjaraningrat (2002 : 144) mendefinisikan masyarakat adalah memang sekumpulan manusia yang saling “bergaul”, atau dengan istilah ilmiah, saling “berinteraksi”

Dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas, masyarakat mempunyai unsur-unsur dalam pembentukan masyarakat, yaitu :

1. Beranggotakan dua orang atau lebih
2. Anggotanya sadar sebagai satu kesatuan
3. Berhubungan dengan jangka waktu yang cukup lama sehingga dapat menghasilkan manusia baru yang berkomunikasi, dan membuat aturan-aturan yang mengatur hubungan antar anggota masyarakat
4. Menjadi sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan serta keterkaitan antar masyarakat.

Masyarakat tidak mempunyai kepribadian yang sama dengan kepribadian individu. Karena kepribadian masyarakat terbentuk melalui penggabungan individu-individu dan aksi-reaksi budaya mereka sendiri. masyarakat terbentuk secara alamiah yang mendorong

manusia untuk membentuk kehidupan sosial dan ikatan persahabatan. Selain itu masyarakat juga mempunyai ciri-ciri, sebagai berikut :

1. Melahirkan kebudayaan
2. Hidup secara berkelompok
3. Mengalami perubahan
4. Adanya interaksi sosial
5. Mempunyai seorang pemimpin
6. Memiliki stratifikasi sosial

2.2.6.3 Jenis-jenis Masyarakat

a. Masyarakat Modern

Masyarakat Modern yaitu sekelompok orang yang tidak terikat dengan adat istiadat masyarakat ini lebih cenderung menganut nilai-nilai baru yang lebih rasional dalam membawa era kemajuan. Karena dalam masyarakat modern menganggap adat istiadat dapat menghambat kemajuan atau tidak mengikuti perkembangan jaman. Masyarakat modern sudah mengenal ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru yang menjadikan hal ini sebagai *lifestylenya*, setiap individu di dalam masyarakat modern juga sangat menghargai waktu, lebih mengandalkan logika dan tindakan rasional, serta masyarakatnya sangat terbuka dengan hal-hal yang baru.

b. Masyarakat Tradisional

Berbeda dengan masyarakat modern yang tidak terikat dengan adat istiadat, masyarakat tradisional justru sangat terikat dengan adat istiadat yang telah turun temurun. Kehidupan masyarakat tradisional belum dipengaruhi oleh perkembangan dalam hal ilmu pengetahuan dan juga teknologi. Masyarakat tradisional masih tertutup dan sangat jarang berinteraksi dengan masyarakat lainnya di luar komunitas mereka, selain itu mereka juga masih berpatokan kepada budaya nenek moyang,

menolak budaya asing di dalam komunitasnya, dan pemimpinnya dipilih berdasarkan garis keturunan.

2.2.6.4 Fungsi Masyarakat

Secara umum masyarakat memiliki tiga fungsi, di antaranya :

- a. Fungsi Interaksi, di dalam sekelompok orang di butuhkan interaksi yang sudah menjadi bagian dari sebuah sistem sosial. Dimana sistem sosial tersebut berkaitan dengan orang-orang yang ikut berkontribusi dalam sebuah organisasi yang dapat menjalankan fungsi secara keseluruhan.
- b. Fungsi Pemeliharaan, fungsi ini mempunyai kaitan antara masyarakat dengan subsistem kultural. Sebuah kelompok harus tetap mempertahankan prinsip-prinsip tertinggi yang di buat dalam sebuah kelompok tersebut untuk mempersiapkan dasar dalam bertingkah laku dan menuju ke hal yang baru dan lebih baik
- c. Fungsi Untuk Mencapai Tujuan, yang terakhir fungsi ini bermaksud untuk mengatur hubungan antara masyarakat sebagai sistem sosial dengan substansi kepribadian. Fungsi ini mempunyai penyusunan suatu skala prioritas dari berbagai tujuan yang dibuat untuk dapat dicapai.

2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah konsep-konsep yang sebenarnya merupakan abstraksi dari hasil pemikiran dan acuan yang pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah penulis dalam memahami semua variable yang menjadi cikal bakal dari karya ilmiah yang akan disusun oleh penulis.

Maka dari itu penulis akan menggubakan beberapa konsep teoritis dalam penelitian ini berdasarkan permasalahan yang akan di teliti guna untuk melihat dan menjabarkan relasi antar variabel dalam penelitian ini.

2.3.1 Teori Interaksi Simbolik

Interaksi Simbolik merupakan gerakan pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi simbolik. Interaksi simbolik juga sangat berpengaruh dalam perkembangan ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi. (Puwito dalam Ardianto,2010:68)

Morissan (2013), teori interaksi simbolik mempunyai tiga konsep penting, yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) yang bekerja bersama-sama mempengaruhi bagaimana orang-orang melakukan pemaknaan. Teori ini mengasumsikan komunikasi berlangsung ketika orang-orang berbagai makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar.

Dasar interaksi simbolik diambil dari ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Para Interaksional sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi (Simabur, 2013:59)

Joel M Charron (1979) berpendapat bahwa pentingnya untuk memahami simbol ketika peneliti menggunakan teori interaksi simbolik. Dalam hal ini simbol adalah objek sosial dalam interaksi yang digunaka sebagai perwakilan dari komunikasi yang di tentukan oleh individu yang menggunakannya. Individu inilah yang memberi arti, menciptakan dan mengubah objek di dalam interaksi. Simbol sosial dapat mewujud dalam bentuk objek fisik (benda kasat mata), kata-kata (objek fisik perasaan, ide, dan

nilai), perilaku (individu yang memberi arti dalam berkomunikasi dengan individu lainnya).

Asumsi dasar dari teori ini interaksi simbolik ini ada 3 (Tiga), diantaranya :

1. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan mempergunakannya
2. Manusia menggunakan simbol-simbol tertentu untuk berkomunikasi dengan manusia lain
3. Menginterpretasikan simbol-simbol yang diberikan oleh pihak lain seorang individu akan berperilaku tertentu sebagai tanggapan terhadap adanya simbol-simbol yang diterima.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori interaksi simbolik, dimana setiap individu yang melakukan interaksi tentunya memiliki makna di balik aktivitas tersebut yang bisa dilihat dari interaksi simbol-simbol dalam budaya-budaya yang ditampilkan di Festival Legu Gam. Salah satunya dalam *kolili kie mote ngolo* dan pawai obor *gam ma cahaya* yang dilakukan oleh pihak Kesultanan Ternate untuk mengajak masyarakat lokal, wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara agar ikut serta dalam ritual tersebut. Ritual budaya yang dilakukan pada setiap Festival Legu Gam ini sebagai bentuk cara mengkomunikasikan budaya lokal yang kita punya dilihat dalam pendekatan interaksi simbolik. Berbagai makna dari bahasa dan simbol-simbol yang dipertunjukkan, seperti bahasa dari pawai obor *gam ma cahaya* yang artinya keliling membawa obor negeri cahaya , *kolili kie mote ngolo* yang artinya mengelilingi gunung melalui jalur laut dan simbol simbol yang digunakan yaitu, obor tradisional (menggunakan bahan bambu yang kemudian di beri sumbu untuk menyalakan api), simbol obor adalah penerang yang diberikan oleh Sultan Ternate kepada rakyat Ternate yang diikuti dengan pembacaan doa-doa khusus agar diberi perlindungan dan kekuatan selama melakukan pawai, pakaian adat ternate, simbol mengelilingi gunung agar meminta perlindungan kepada Tuhan dan

leluhur agar selalu melindungi masyarakat dan dijauhkan segala marah bahaya, dan adanya perahu.

Simbol-simbol inilah yang mengkomunikasikan pihak Kesultanan Ternate untuk mengajak masyarakat ikut serta dan terlibat langsung di dalam ritual budaya yang dilaksanakan hanya setahun sekali ini. Dari keterlibatan masyarakat dalam ritual budaya ini maka interaksi simbolik yang disampaikan akhirnya diterima dan dapat dimaknai oleh masyarakat yang mempunyai pengalaman yang bisa dirasakan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Festival Legu Gam merupakan khasanah kebudayaan *Moloku Kie Raha* (Empat kesultanan) yang telah ada sejak waktu lampau dengan nama Legu. Legu ini tidak lain adalah nama dari tarian sakral yang kemudian ditransformasikan dalam konteks perayaan kebudayaan Ternate.

Pelaksanaan festival legu gam yang dipusatkan di lapangan *Sonyie Lamo* dan *Sonyie Ici* ini selalu menarik perhatian masyarakat lokal, nasional, hingga internasional dan menjadi festival tahunan yang selalu dinanti-nantikan. Selama 22 tahun Festival Legu Gam diselenggarakan dengan tema budaya yang berbeda-beda yang diangkat dari situasi yang ada di *Moloku Kie Raha*.

Tentu saja Festival Legu Gam sudah menjadi wadah untuk mengkomunikasikan, memamerkan kekayaan tradisi dan budaya yang dimiliki oleh *Moloku kie raha*. Melihat Festival Legu Gam sebagai festival budaya tahunan yang sudah lama diselenggarakan sejak tahun 2002 hingga sekarang ini menjadi potensi untuk melestarikan dan mengkomunikasikan budaya-budaya dan pariwisata yang dipunya untuk tetap bertahan di era globalisasi yang semakin modern. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak

penyelenggara Kesultanan Ternate dan stakeholder (masyarakat, pemerintah daerah dan kementerian pariwisata) juga harus efektif dan sesuai dengan tujuan pembuatan Festival Legu Gam untuk mampu memperkenalkan budaya Kesultanan Ternate maupun budaya lokal *Moloku Kie Raha* hingga ke seluruh dunia

Strategi komunikasi sangat diperlukan dalam sebuah event festival. Strategi komunikasi yang dilakukan secara matang akan menghasilkan keberhasilan dalam perencanaan komunikasi. Begitupun sebaliknya jika tidak dilakukan strategi komunikasi yang matang maka perencanaan komunikasi dianggap tidak berhasil. Dalam membuat sebuah strategi komunikasi diperlukan beberapa tahapan. Assifi dan French dalam Cangara (2014) mengemukakan bahwa ada 5 (lima) tahapan yang dibutuhkan dalam strategi komunikasi yang harus diperhatikan, yaitu, penetapan komunikator, penetapan target sasaran, menyusun pesan atau strategi pesan, saluran komunikasi, dan efek komunikasi.

2.4.1 Strategi Komunikasi

Strategi adalah perencanaan, untuk membahas perencanaan komunikasi atau strategi komunikasi, maka didapat dua konsep utamanya yaitu strategi dan komunikasi. Perencanaan atau strategi lebih banyak didekati oleh konsep manajemen. Strategi atau perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2013:22).

Middleton dalam Cangara (2013:61) mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh komunikasi (efek). Oleh karena itu strategi

yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah, seperti :

1. Menentukan dan menetapkan komunikator.

Dalam hal ini komunikator berperan penting atau bisa menjadi iconic dalam sebuah festival yang nantinya menjadi sumber dan kendali suatu komunikasi, artinya ketika proses komunikasi itu berjalan dengan baik maka proses komunikasi dianggap berhasil, tetapi jika proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator harus mampu menguasai apa yang dimaksud dan dituju dalam sebuah festival. Seorang komunikator yang ditunjukan harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan , mampu mempunyai pengaruh besar dalam masyarakat, yang dapat di percaya oleh khalayak dan harus memiliki daya tarik serta kredibilitas. Dalam festival Legu Gam ini selama 13 (Tigabelas) Tahun Almarhum Sultan Ternate Mudaffar Sjah yang menjadi komunikator dalam festival ini, setelah beliau meninggal Festival Legu Gam masih terus dilaksanakan hingga sekarang. Dilihat dari hal ini peneliti mencari tahu siapakah komunikator Festival Legu Gam dalam strategi komunikasi.

2. Menetapkan Target Sasaran

Merupakan hal yang penting dalam sebuah strategi komunikasi karena semua aktivitas komunikasi ditujukan kepada mereka dan juga mereka mampu memberikan dampak yang positif maupun negatif dalam berlangsungnya komunikasi. Dalam sebuah festival khalayak menjadi sasaran utama, apalagi dalam Festival Legu Gam yang merupakan festival besar yang mengkomunikasikan budaya yang dimiliki Maluku Utara. Tentu ini bisa menjadi potensi yang luarbiasa

dibidang pariwisata dan kebudayaan sekaligus memperkenalkan Maluku Utara hingga ke seluruh dunia.

3. Menyusun Pesan/ Strategi Pesan.

Hafied Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.

Dalam menyampaikan pesan, dibutuhkan teknik-teknik tertentu. Menurut Cangara (2017), ada tiga sifat pesan dalam teknik penyusunan pesan yaitu :

- a. Informatif. Pesan yang informatif adalah pesan yang ditujukan untuk memperluas wawasan khalayak atau sebagai sesuatu yang diperoleh dari seseorang sebagai sebuah pengetahuan. Informasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang diperoleh oleh seseorang sebagai sebuah pengetahuan.
- b. Persuasif. Pesan yang persuasif adalah setiap pesan yang disampaikan menghasilkan perubahan atau bertujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayaknya.
- c. Edukatif. Pesan yang edukatif adalah pesan yang mempunyai sifat mendidik. Menyusun pesan yang edukatif harus disertai dengan referensi baik dari pengalaman maupun pengetahuan dan harus disampaikan oleh seorang komunikator yang lebih mengetahui pesan atau informasi yang akan disampaikan kepada khalayak

4. Memilih Media atau saluran komunikasi

Dalam memilih media komunikasi harus menyesuaikan sesuai dengan target sasaran dan tujuan dari Festival Legu Gam yang ingin mengkomunikasikan budaya sekaligus promosi pariwisata hingga seluruh dunia, maka saluran komunikasi yang

dipergunakan juga mampu memenuhi kriteria yang ditentukan. saluran komunikasi yang digunakan dalam Festival Legu Gam ada dua jenis yaitu secara verbal, dengan menyampaikan secara langsung, dan secara nonverbal, yang dilakukan secara tidak langsung, bisa menggunakan media massa dan media online.

5. Efek Komunikasi.

Merupakan perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan komunikasi, hal ini bisa dalam bentuk pemikiran, perilaku, dan juga motivasi. Dalam Festival Legu Gam banyak sekali pengalaman dan pengetahuan yang di dapatkan, karena Festival Legu Gam juga menyajikan berbagai macam hiburan dan juga kegiatan-kegiatan yang menarik, yang bisa memengaruhi perubahan para khalayak.

Keanekaragaman budaya yang ada menjadikan ketertarikan yang bisa diperlihatkan kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat nasional dan masyarakat internasional. Ritual-ritual budaya yang ditampilkan dalam Festival Legu Gam menjadi sebuah daya tarik masyarakat untuk sekaligus mengkomunikasikan budaya. Karena ritual budaya ini bukan hanya sekedar menampilkan dan melihat prosesnya saja tapi terdapat banyak simbol-simbol dan makna dari setiap apa yang dilakukan, dan masyarakat diajak untuk ikut serta menyaksikan dan mengetahui ritua-ritual budaya tersebut.

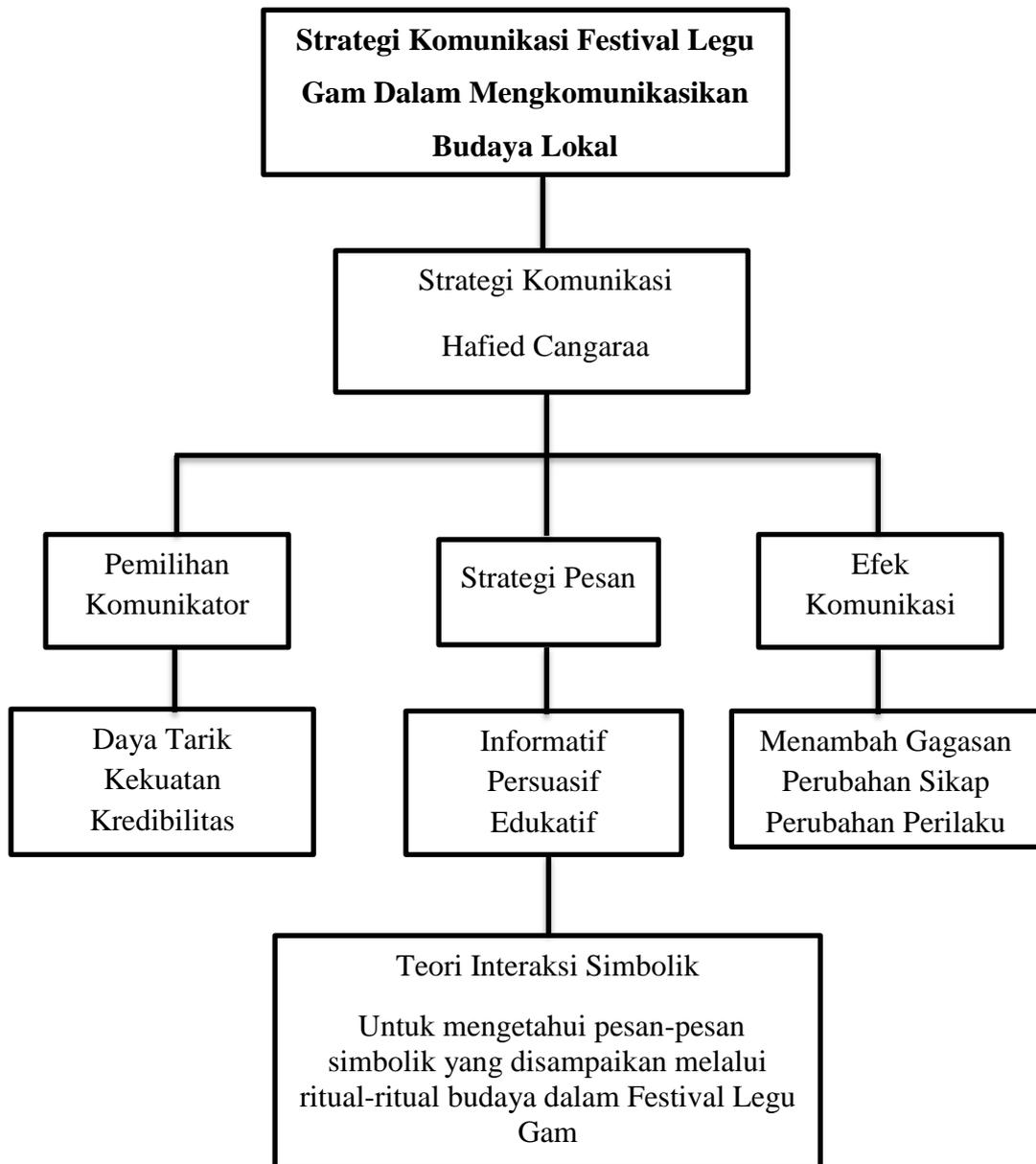
Simbol-simbol, makna, lambang, bagasa, dan lain-lain yang ditampilkan dalam Festival Legu Gam itu menjadikan daya tarik yang kuat untuk mengkomunikasikan budaya kepada masyarakat. Dan hal ini bisa dikaitkan dengan teori interaksi simbolik.

Interaksi simbolik melihat bahwa makna (meaning) diciptakan dan dikaitkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, meneruskan, dan mengubah aneka konvensi, seperti peran, norma, aturan, dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Hubungan simbol-simbol, makna, bahasa

dipandang sebagai pengangkut informasi yang karenanya menduduki posisi sangat penting. (Simabur, 2013:63)

Teori interaksi simbolik dilihat dari ritual-ritual budaya yang ditampilkan oleh Kesultanan Ternate melalui Festival Legu Gam dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat dan ini juga bisa menjadi strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara.

Bagan 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : modifikasi peneliti, 2022.

