

Komunikasi Antar Budaya Etnis Bugis Makassar dengan Etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar

Syahniar Dayyana¹⁾, Ahmad Syarif²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar

*E-mail: dayvanasvahniar@gmail.com

Abstract

*Intercultural communication is communication carried out by people who have different cultures. This is what happened at Makassar Bacan Market. Intercultural communication between the Makassar Bugis ethnic group and the Chinese ethnic group at the Makassar Bacan Market was very smooth and the interaction went well, both of them were able to accept each other. The aim of the research is to determine the intercultural communication implemented by the Makassar Bugis ethnic group with the Chinese ethnic group and to determine the factors that support and hinder the Chinese ethnic group with the Makassar Bugis ethnic group in communicating at Bacan Market. The type of research method used is qualitative. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The results of this study show that the differences in culture and communication between the Bugis Makassar ethnic group and the Chinese ethnic group in terms of language are that both ethnic groups have their own speaking accents. The belief of the Chinese ethnic group is Christianity and Confucianism, the majority of the Makassar Bugis ethnic group is Muslim. The cultural values of the Chinese ethnic group are seek and you will find, and seek it from within, which means not giving up easily. The cultural values of the Makassar Bugis ethnic group are *abbulo sibatang* and *sipakatu* which means work together and work together to help each other. The perception that emerged at Bacan Market was that the Bugis Makassar ethnic group was known for its mutual cooperation attitude and high sense of empathy, while the Chinese ethnic group was known as hardworking and tenacious. Supporting factors include a good environment, mutual acceptance of differences, ability to adapt. Meanwhile, inhibiting factors include stereotypes, ethnocentrism, homophily and heterophily which arise due to differences in interpretation in intercultural communication and equality of degree, status and education must be considered.*

Keywords: Communication, Culture, Chinese Ethnicity, Bugis Ethnicity

Abstrak

Petunjuk Komunikasi antar budaya merupakan komunikasi yang di lakukan oleh orang-orang yang memiliki kebudayaan berbeda. Hal ini yang terjadi di Pasar Bacan Makassar. Komunikasi antar budaya etnis bugis Makassar dengan Etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar begitu lancar dan interaksi dapat berjalan dengan baik keduanya mampu untuk saling menerima. Tujuan Penelitian untuk mengetahui komunikasi antar budaya yang diterapkan oleh etnis Bugis Makassar dengan etnis Tionghoa dan untuk mengetahui faktor yang menjadi pendukung dan penghambat etnis Tionghoa dengan etnis Bugis Makassar dalam berkomunikasi di Pasar Bacan. Jenis metode penelitian yang digunakan yaitu jenis Kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan terhadap budaya dan komunikasi antara etnis Bugis Makassar dengan etnis Tionghoa dari segi bahasa yaitu kedua etnis memiliki logat berbicara tersendiri. Kepercayaan pada etnis Tionghoa menganut kristen dan konghucu etnis Bugis Makassar mayoritas islam, Nilai kebudayaan etnis Tionghoa yaitu carilah dan engkau akan mendapatkan, dan carilah itu dari dalam diri yang berarti tidak mudah putus asa, nilai kebudayaan etnis Bugis Makassar yaitu *abbulo sibatang* dan *sipakatu* yang berarti bekerja bersama dan bahu membahu untuk saling membantu. persepsi yang muncul di Pasar Bacan bahwa etnis Bugis Makassar di kenal dengan sikap gotong royong dan rasa empati yang tinggi sedangkan etnis Tionghoa di kenal dengan pekerja keras dan ulet. Faktor pendukung antara lain lingkungan yang baik, sikap saling menerima perbedaan, kemampuan beradaptasi. Sedangkan faktor penghambat antara lain stereotipe, etnosentrisme, homofili dan heterofili yang muncul akibat perbedaan interpretasi dalam komunikasi antar budaya serta persamaan derajat, status dan pendidikan harus dipertimbangkan.

Kata kunci: Komunikasi, Budaya, Etnis Tionghoa, Etnis Bugis

1. Pendahuluan

Komunikasi antarbudaya (intercultural communication) adalah proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang berbeda (Heryadi, 2013). Komunikasi antarbudaya merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam masyarakat multikultural. Dengan adanya globalisasi dan meningkatnya mobilitas, interaksi antar kelompok dengan latar belakang budaya yang berbeda semakin meningkat. Pertukaran kebudayaan adalah hal yang sangat mungkin terjadi, karena siapapun yang datang dari suatu negara atau daerah sudah pasti tidak akan terlepas dari budaya di mana ia lahir dan dibesarkan (Wahidah Suryani, 2013). Komunikasi antarbudaya melibatkan pertukaran informasi antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda, seperti suku, bahasa, agama, dan nilai-nilai sosial. Proses ini tidak hanya melibatkan penyampaian pesan, namun juga pemahaman dan adaptasi terhadap perbedaan budaya.

Di Indonesia yang terkenal dengan keberagaman suku dan budayanya, fenomena komunikasi antar budaya mempunyai arti yang sangat penting. Misalnya saja di Sulawesi Selatan, interaksi antara suku Bugis dan Tionghoa mencerminkan bagaimana dua kelompok budaya yang berbeda dapat berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam konteks perdagangan. Masyarakat Bugis dengan tradisi sebagai nelayan, petani, dan pedagang mempunyai profil budaya yang unik, sedangkan masyarakat Tionghoa dengan tradisi berdagang juga membawa budaya dan praktik bisnis yang berbeda. Pasar Bacan di Makassar merupakan salah satu tempat terjadinya interaksi langsung antara kedua etnis tersebut.

Pasar yang dikenal juga dengan nama Pasar Cina ini merupakan salah satu pasar tradisional tertua di Makassar dan menggambarkan dinamika perdagangan antara kedua kelompok tersebut. Pasar seperti Pasar Bacan seringkali menghadirkan tantangan dalam komunikasi dan interaksi karena berbagai perbedaan budaya. Perbedaan

bahasa, adat istiadat, norma sosial, dan etika kerja dapat menimbulkan potensi konflik, namun juga dapat memberikan peluang bagi inovasi dan integrasi budaya. Melalui komunikasi yang efektif, orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda dapat membangun hubungan yang harmonis, menyelesaikan konflik, dan memanfaatkan keragaman budaya untuk saling menguntungkan.

Penelitian tentang komunikasi antarbudaya telah dilakukan oleh berbagai sarjana, dengan fokus pada bagaimana interaksi antarbudaya mempengaruhi hubungan sosial dan ekonomi. Kajian penting (Efendy, 2004) menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya mencerminkan aspek verbal dan nonverbal, tetapi juga identitas sosial seperti asal suku, tingkat pendidikan, dan agama. Effendi menekankan bahwa komunikasi antarbudaya merupakan proses kompleks yang melibatkan pemahaman dan adaptasi terhadap perbedaan budaya.

Dalam konteks pasar dan perdagangan, penelitian (Samovar, 2007) menemukan bahwa pasar sering kali berfungsi sebagai arena utama pertukaran budaya yang intens. Mereka menunjukkan bahwa pasar bukan hanya tempat transaksi ekonomi, namun juga tempat perjumpaan budaya di mana orang-orang dari berbagai asal berinteraksi satu sama lain dan berbagi nilai-nilai budaya. Studi ini menunjukkan bahwa komunikasi antar budaya di pasar dapat melibatkan proses adaptasi dan negosiasi yang mempengaruhi cara orang-orang dari budaya berbeda berinteraksi dan berbisnis. Selain itu, penelitian teori komunikasi antarbudaya oleh (Gudykunst, 2012) menekankan pentingnya empati dan pemahaman dalam interaksi antarbudaya. Mereka berpendapat bahwa komunikasi antar budaya yang sukses bergantung pada kemampuan memahami dan menghargai perspektif budaya orang lain. Dalam konteks perdagangan, hal ini berarti pedagang dari latar belakang budaya yang berbeda harus mampu beradaptasi dan menemukan cara berkomunikasi secara efektif guna mencapai kesepakatan dan menghindari konflik.

Penelitian terbaru yang dilakukan (Hampden, Turner & rompenaars, 2020) menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya seringkali dipengaruhi oleh perbedaan nilai-nilai budaya, seperti hierarki, waktu, dan sikap terhadap individu dan kelompok. Mereka berpendapat bahwa pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai budaya tersebut dapat membantu mengelola perbedaan dan membangun hubungan yang harmonis. Dalam konteks pasar Bacan, memahami perbedaan nilai antara suku Bugis dan Tionghoa dapat memberikan wawasan penting tentang bagaimana kedua kelompok ini dapat berkolaborasi secara efektif. Penelitian ini memberikan kebaruan ilmiah dengan berfokus pada interaksi spesifik antara suku Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di pasar Makassar-Bacan. Meskipun banyak penelitian telah membahas komunikasi antarbudaya dalam konteks yang lebih umum, penelitian ini mengkaji bagaimana komunikasi antarbudaya terjadi dalam konteks spesifik pasar tradisional dan bagaimana faktor budaya mempengaruhi hubungan sosial dan ekonomi antara kelompok etnis yang berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis rinci dinamika komunikasi di pasar tradisional, yang memadukan faktor budaya, sosial, dan ekonomi dalam konteks yang relevan. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka, penelitian ini menjawab dua pertanyaan utama “Bagaimana komunikasi lintas budaya antara pedagang etnis Bugis dan Tionghoa di pasar Bakan?”. Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis metode komunikasi antar budaya yang digunakan oleh pedagang bietnis di pasar Bacan. Hal ini mencakup penerapan metode komunikasi, saluran informasi dan mekanisme adaptasi budaya. “Apa saja faktor pendukung dan penghambat hubungan harmonis antara Tionghoa dan Bugis Makassar di pasar Bakan?”. Penelitian ini mengkaji perbedaan lintas budaya seperti perbedaan bahasa, adat istiadat, norma sosial, dan etos kerja yang mempengaruhi komunikasi dan bagaimana faktor-faktor ini mendukung atau menghambat hubungan harmonis di pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana etnis Bugis di Makassar melakukan komunikasi antar budaya dengan etnis Tionghoa di pasar Bacan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana komunikasi antar budaya terjadi dalam konteks pasar tradisional dan bagaimana dua kelompok etnis berinteraksi secara efektif. Untuk mengetahui faktor-faktor yang membantu dan menghambat komunikasi antara orang Tionghoa dan Bugis Makassar di pasar Bacan. Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan praktis dan teoritis tentang bagaimana meningkatkan hubungan antar budaya dalam lingkungan pasar.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif agar mendapatkan informasi mendalam dan lebih luas tentang topik-topik yang di bahas mengenai penelitian ini. Penelitian ini berupaya untuk memperoleh gambaran yang rinci mengenai informasi dan data yang di perlukan sehingga sebenarnya menurut fakta tidak hanya fiksi dan pengumpulan datanya sedalam mungkin. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi dalam penelitian ini yaitu saat peneliti terlibat secara langsung dalam objek penelitian. Di sini peneliti bukan hanya melihat seberapa jauh komunikasi antara Etnis Bugis Makassar dengan Etnis Tionghoa. Namun peneliti terlibat langsung. Pada proses mengumpulkan data yaitu interaksi, asosiasi, pendekatan maupun percakapan langsung antara subjek di teliti. Teknik wawancara adalah proses pengambilan data melalui keterangan langsung oleh informan. Pada penelitian ini proses wawancara dilakukan oleh peneliti kepada pen jual dan pembeli di setaiap Etnis yang berbeda mulai dari etnis Tionghoa dan juga Etnis Bugis Makassar. Tujuan dilakukan wawancara ini agar dapat mengetahui keteraangan mengenai komunikasi antar budaya yang terjadi di Pasar Bacan. Dokumentasi berperan penting dalam pengumpulan data (dokumen dan arsip) dan

berkaitan dengan topik penelitian. Saat peneliti berada langsung di Pasar Bacan Kota Makassar maka mengumpulkan data peneliti mempunyai item berupa buku, majalah, foto dan internet. Karena dokumentasi di gunakan untuk menguji dan menginterpretasikan.

Pada teknik dokumentasi yang dilakukan mulai dari berfoto bersama narasumber atau informan dan melakukan rekaman audio suara agar dapat membantu proses pengumpul data sambil mencatat poin penting yang telah ditemukan dilapangan.

Langkah yang akan di lakukan dalam teknik penelitian ini yaitu menggunakan model analisis interaktif Milles dan Huberman terdapat 4 proses secara interaktif, yaitu pengumpulan data, reduksi data (Data Reduction), data display, dan concluding drawing / penarikan kesimpulan berlandaskan narasi yang telah di susun sebelumnya yang bertujuan untuk memahami interpretasi dalam konteks beserta masalah keseluruhan untuk menyerahkan jawaban yang di teliti. Kesimpulan akhir yang akan di capai tidak hanya pada akhir pendataan saja, tetapi juga membutuhkan verifikasi berupa pengulangan pada saat investigasi dengan cara mereview data mentahnya agar kesimpulan yang di dapat lebih kuat dan terpercaya, bisa membenarkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antar budaya antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar berjalan dengan baik. Kedua etnis mampu saling memahami dan menerima perbedaan budaya masing-masing. Hal ini dapat dilihat dari interaksi yang lancar dan kerja sama yang terjalin dengan baik dalam aktivitas jual beli di pasar. Perbedaan budaya yang ditemukan antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar meliputi:

1. Perbedaan bahasa dan logat
Etnis Bugis Makassar menggunakan bahasa Bugis dan Makassar dengan logat khas, sementara etnis Tionghoa menggunakan bahasa Mandarin dan Hokkien. Meski demikian, keduanya

dapat saling memahami dengan menggunakan bahasa Indonesia.

2. Perbedaan agama dan kepercayaan
Etnis Tionghoa mayoritas menganut agama Kristen dan Konghucu, sedangkan etnis Bugis Makassar mayoritas beragama Islam.
3. Perbedaan nilai budaya
Etnis Tionghoa memiliki nilai budaya "carilah dan engkau akan mendapatkan" yang mengajarkan untuk tidak mudah putus asa. Sementara etnis Bugis Makassar memiliki nilai budaya "abbulo sibatang" dan "sipakatu" yang berarti bekerja bersama dan saling membantu.

Faktor pendukung komunikasi antar budaya etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar antara lain:

1. Saling memahami dan menghargai perbedaan budaya
2. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung
3. Intensitas interaksi yang tinggi dalam aktivitas jual beli

Adapun faktor penghambat komunikasi antar budaya yang ditemukan:

1. Perbedaan logat bahasa yang sulit dipahami
2. Adanya stereotip negatif terhadap etnis Tionghoa

Komunikasi antar budaya yang terjadi antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar berjalan dengan baik. Kedua etnis mampu saling memahami dan menerima perbedaan budaya masing-masing. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa komunikasi antar budaya terjadi ketika anggota dari satu kebudayaan memberikan pesan kepada anggota dari kebudayaan yang lain.

Perbedaan budaya yang ditemukan antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar meliputi perbedaan bahasa dan logat, perbedaan agama dan kepercayaan, serta perbedaan nilai budaya. Perbedaan-perbedaan ini sejalan dengan pendapat Mulyana dan Rakhmat

(2006) yang menyatakan bahwa kebudayaan mencakup cara hidup, kepercayaan, nilai, norma, dan adat istiadat yang dianut oleh suatu masyarakat.

Faktor pendukung komunikasi antar budaya antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar adalah saling memahami dan menghargai perbedaan budaya, penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung, serta intensitas interaksi yang tinggi dalam aktivitas jual beli. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rakhmat, 2006) yang menyatakan bahwa komunikasi antarbudaya dapat berjalan efektif jika ada saling pengertian dan penerimaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Adapun faktor penghambat komunikasi antar budaya yang ditemukan adalah perbedaan logat bahasa yang sulit dipahami dan adanya stereotip negatif terhadap etnis Tionghoa. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rakhmat, 2006) yang menyatakan bahwa salah satu faktor penghambat komunikasi antarbudaya adalah adanya stereotip atau prasangka.

Komunikasi antar budaya antara etnis Bugis Makassar dan etnis Tionghoa di Pasar Bacan Makassar berjalan dengan baik. Meskipun terdapat perbedaan budaya, kedua etnis mampu saling memahami dan menerima perbedaan tersebut. Faktor pendukung komunikasi adalah saling memahami dan menghargai perbedaan budaya, penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung, serta intensitas interaksi yang tinggi. Sementara faktor penghambatnya adalah perbedaan logat bahasa yang sulit dipahami dan adanya stereotip negatif terhadap etnis Tionghoa.

4. Kesimpulan

Proses komunikasi antar budaya yang terjadi di Pasar Bacan berdasarkan dengan unsur-unsur kebudayaan. Proses komunikasi terpengaruhi dari bahasa dan logat berbicara Etnis Bugis memiliki logat yang kental dan bersuara lantang sedangkan Etnis Tionghoa memiliki gaya berbicara sendiri khas Tionghoa yaitu lebih halus pengucapannya dan baku serta di padukan dengan logat lokal. Warga

Tionghoa kebanyakan menganut kepercayaan Kristen dan Konghucu, Etnis Bugis Makassar mayoritas beragama Islam. Dari etnis Tionghoa terdapat nilai carilah dan engkau akan mendapatkan, dan carilah itu dari dalam diri yang berarti etnis Tionghoa menyiratkan bahwa nasib bisa di rubah oleh orang itu sendiri, melalui usaha dan jerih payah tanpa putus asa orang akan mampu mencapai kesuksesan seperti yang berlangsung di pasar bacan mereka berdagang untuk mengubah nasib dan maka dari itu muncul persepsi bahwa etnis Tionghoa di kenal memiliki karakter kerja keras, dan ulet. Nilai dari etnis Bugis Makassar yaitu abbulo sibatang dan sipakatau yaitu tidak hanya sekedar bekerja bersama tetapi mereka bahu membahu untuk saling membantu dan saling merasakan penderitaan serta merasakan kebahagiaan bersama seperti yang terjadi di pasar Bacan rasa kekeluargaan mereka sangat erat mereka sudah menganggap para pedagang di pasar Bacan adalah keluarga. Maka muncullah persepsi yang menganggap etnis Bugis Makassar di kenal sebagai orang yang mudah bergaul, sikap gotong royong dan rasa empati yang tinggi

Faktor pendukung seperti kemampuan beradaptasi membentuk sikap para etnis Tionghoa dengan etnis Bugis Makassar agar semakin baik dan dapat beradaptasi bahasa, adat istiadat, norma, kepercayaan bahkan adaptasi makanan. Lingkungan yang baik di Pasar Bacan Makassar dapat diartikan sebagai keseluruhan dari factor-faktor ekstern yang mempengaruhi proses jual beli antar kedua etnis baik etnis Tionghoa maupun etnis Bugis Makassar. Dari faktor pendukung pasti ada faktor penghambat yaitu minimnya pengetahuan tentang budaya keduanya sehingga menimbulkan kesalahpahaman makna budaya dari etnik tersebut. Kesalahpahaman tersebut juga dapat menghambat proses komunikasi antara kedua etnik tersebut. Stereotipe orang Tionghoa yang menganggap Orang Makassar adalah orang yang kasar dalam berkomunikasi dapat dipatahkan dengan seiring waktu. Etnosintresme yang terjadi pada etnis Tionghoa merasa diri mereka merupakan kelompok yang eksklusif atau istimewa dibandingkan dengan etnis lain

sehingga etnis Tionghoa cenderung untuk tidak membaaur dengan masyarakat setempat yang berbeda etnis dengan mereka. Ketika menjalin hubungan serta saling berinteraksi antara kedua etnis ini maka keeratan dan kedekatan juga akan tercipta hubungan yang harmonis.

Daftar Pustaka

- Abdul majjid, 2014. Pasar Sebagai Sarana Komunikasi Antar Budaya (Studi Deskriptif Pedagang Pasar Segiri Samarinda)
- Efendy, onong uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. PT Rosda Karya.
- Gudykunst, W. B. dan Y. Y. K. (2012). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. McGraw-Hill.
- Hampden, Turner, C., & rompenaars, F. (2020). *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business*. Hachette UK.
- Heryadi, H. (2013). Komunikasi Antarbudaya Dalam Masyarakat Multikultur. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(1), 95-108. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n1.9>
- Koentjaningrat, 2004. Manusia dan Kebudayaan di Indonesia. Jakarta: djambatan
- Liliwari, Alo, 2013. Dasar-Dasar Komunikas Antarbudaya. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Mulyana, Deddy, 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, 2016. Komunikasi Lintas Budaya. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, D. M. (2006). *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Remaja Rosdakarya.
- Samovar. (2007). *Communication Between Cultures*. Thomson Higher Education.
- Sihabudin, Ahmad, 2011. Komunikasi Antarbudaya. Komunikasi Antarbudaya Suatu Perspektif Multidimensi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryadinata, Leo, 2002. Negara dan Etnis Tionghoa (Kasus Indonesia). Jakarta :pustaka LP3ES
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, 2016. Teori Komunikasi. Jakarta ; Kenacana Prenada Media Group
- Taylor, Shelley E., Letitia Anne Peplau & David O. Sears, 2009. Psikologi sosial edisi kedua belas. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tubbs, Stewart dan Sylvia Moss, 2009. Human Communication Konteks-Konteks Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wahidah Suryani. (2013). Komunikasi Antarbudaya yang Efektif". pada Jurnal Dakwah Tabligh. Vol. 14, No. 1 Juni 2013 :91-100. *Dakwah Tabligh*, 14, 91-100. <file:///C:/Users/User/Downloads/316-608-1-SM.pdf>