

# REPRESENTASI NEMUI-NYIMAH SEBAGAI NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL: PERSPEKTIF PUBLIC RELATION MULTIKULTUR

Dasrun Hidayat

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) Bandung

e-mail: dasrun.duh@bsi.ac.id

**Abstract:** Nemui-Nyimah Representation Values and Local Wisdom Imagery as Public Relations Multicultural Lampung is the problem being studied. Nemui-Nyimah as the object of study has the meaning that Lampung as citizens of a friendly and open, accepting with open hearts to the presence of people from outside Lampung or non-indigenous. Nemui-Nyimah become one of the basic concepts of Lampung slogan "Sang Bumi Khua Jukhai." That is, the earth symbolizes that one as indigenous Lampung very concerned to open up, invite other ethnic or non-indigenous to jointly promote Lampung. Lampung be a pluralist approach multiculturalism is reflected on the meaning of "khua jukhai" means two doors that indigenous and non-indigenous. Study focuses on the representation of the value of local knowledge and Imagery as Public Relations Multicultural Lampung. Construct meaning systemically about Lampung cultural diversity that has historically been prepared since the Dutch colonial era as a multicultural region. In conclusion, the concept of values-Nyimah Nemui currently incarnated in the attitudes and behavior of a pluralist society and represent Lampung, Lampung as a Multicultural Public Relations.

**Key words:** nemui nyimah, representation of local values, multicultural public relations.

**Abstrak:** *Nemui-Nyimah* Representasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dan Pencitraan Lampung sebagai Public Relations Multikultur adalah masalah yang dikaji. *Nemui-Nyimah* sebagai objek kajian memiliki makna bahwa Lampung sebagai warga yang ramah dan terbuka, menerima dengan hati terbuka terhadap kehadiran warga dari luar Lampung atau nonpribumi. *Nemui-Nyimah* menjadi salah satu konsep dasar slogan Lampung "Sang Bumi Khua Jukhai." Artinya, satu bumi melambangkan bahwa Lampung satu sebagai pribumi sangat peduli untuk membuka diri, mengajak etnis lain atau nonpribumi untuk bersama-sama memajukan Lampung menjadi Lampung satu dengan pendekatan pluralis multikultur yang tercermin pada makna "khua jukhai" artinya dua pintu yakni pribumi dan nonpribumi. Fokus kajian pada representasi nilai kearifan lokal dan Pencitraan Lampung sebagai Public Relations Multikultur. Membangun makna secara sistemik mengenai keragaman budaya Lampung yang secara historis sudah dipersiapkan sejak zaman kolonial Belanda sebagai wilayah multikultur. Kesimpulannya, nilai-nilai pada konsep Nemui-Nyimah saat ini menjelma pada sikap dan perilaku masyarakat Lampung pluralis dan merepresentasikan Lampung sebagai Public Relations Multikultur.

**Kata Kunci:** nemui nyimah, representasi nilai lokal, public relations multikultur.

## PENDAHULUAN

*"Jak ujung danau ranau , taliyu mit wai  
kanan, sampai pantai lawok jaoh, pusesek  
khek pupadun, jadi sai delom lamban,  
lampung sai kayaraya.....  
lampung sai sang bumi khua jukhai".*

"Dari ujung danau ranau, melewati way  
kanan, hingga pantai laut yang jauh,  
pusesek dan pupadun, menjadi satu rumah,  
yakni lampung satu lampung yang kaya raya,  
lampung satu, satu bumi dua pintu..."

Judul lagu daerah di atas, diambil dari konsep slogan Lampung yakni "Lampung Sai Sang Bumi Khua Jukhai", dilantunkan langsung pada saat wawancara dengan budayawan Lampung Edi Pulampas 11 September 2014.

Syair lagu daerah yang mencoba menyampaikan pesan dan menggambarkan kondisi hubungan internal masyarakat Lampung secara historis terdiri dari dua kelompok adat yakni masyarakat adat Lampung Sai Batin dan masyarakat adat Lampung Pepadun. Namun demikian, konsep slogan juga telah mengkristal dan memiliki makna hubungan secara eksternal, yaitu hubungan yang menggambarkan antara pribumi dengan nonpribumi. Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia memiliki slogan khas yang mengandung makna sangat luhur, bijak dalam penerapannya. Slogan Lampung "Sang Bumi Khua Jukhai" merupakan falsafah hidup masyarakat Lampung telah menjelma pada sikap dan perilaku keseharian mereka. Slogan tersebut mengandung arti "satu bumi atau tempat untuk dua pintu" Sang

Bumi = satu bumi, Khua Jukhai=dua pintu. Maksud dari makna tersebut bahwa Lampung Satu, sangat terbuka bagi para nonpribumi, tercermin pada makna dua pintu, terdiri dari satu pintu untuk pribumi dan satu pintu lainnya untuk nonpribumi. Tentu saja slogan bukan sekedar sebutan, akan tetapi sudah menjadi sebuah ideologi masyarakat Lampung. Berdasarkan hasil pra-penelitian, diperoleh bahwa secara historis slogan Sang Bumi Khua Jukhai dibuat oleh para leluhur sesepuh adat dan para akademisi Lampung, dilatarbelakangi oleh jiwa masyarakat Lampung yang sejak awal telah membuka diri untuk menerima dan berakulturasi dengan budaya di luar Lampung.

“Sesepuh adat kham Lampung je, nanomko kebersamaan jama seunyinne sai haga tinggal di bumi Lampung. Mak milih api pribumi atau pendatangne, sipenting tian haga jejama ngebangun Lampung sai. Slogan kham Lampung, sang bumi khua jukhai, khetini jak awal sebagai pribumi khadu dibentuk nyin dapok hokhek jejama, budampingan jama puakhi-puakhi sai jak luwah Lampung. Konsep hokhek kham Lampung, gegoh nasehat jekhma tumbai, yu kham harus nemui-nyiwah, nengah nyampokh, sakai sambaian, khek lainne”

Sesepuh adat Lampung sejak zaman dahulu telah menanamkan semangat kebersamaan kepada siapapun yang ingin tinggal dan ingin memajukan Lampung, tidak pandang bulu apakah pribumi atau nonpribumi, yang penting ada kemauan untuk bersama memajukan Lampung satu. Slogan Sang Bumi Khua Jukhai, artinya dari awal sebagai orang pribumi telah dibentuk untuk dapat hidup berdampingan dengan saudara-saudara kita dari luar Lampung. Konsep hidup orang Lampung seperti sudah disampaikan oleh sesepuh adat seperti, terbuka, ramah, pandai bergaul dan semangat bergotong-royong.

Pemaparan tentang makna dari konsep slogan, tentu saja diharapkan dapat menjadi jiwa masyarakat Lampung. Jiwa yang mencerminkan masyarakat yang pluralis, terbuka dan menerima sebuah perbedaan secara arif, tidak menilai dan membedakan asal-usul etnis. Semangat kebersamaan seperti yang telah ditegaskan oleh salah seorang tokoh adat Lampung. Sejak awal masyarakat pribumi memang sudah dikondisikan untuk menerima perbedaan dan membuka diri, bahwa Lampung

sebagai kota yang multikultur. Seperti yang diketahui, Lampung hingga saat ini, total pribumi hanya 19 persen, sisanya 81 persen diisi oleh masyarakat nonpribumi yang terdiri dari berbagai daerah seperti, pulau jawa, bali, sumatera dan Indonesia bagian timur. Prosentase yang kecil tersebut, ternyata menggambarkan bahwa Lampung seperti miniatur multikultur Indonesia. Beraneka ragam suku sebagai representasi kekayaan budaya Indonesia dan pencitraan Lampung sebagai masyarakat yang menanamkan semangat kebersamaan seperti yang terkandung dalam konsep “Nemui Nyimah”. Disamping itu pula, secara letak geografis, Lampung terhitung luas dan masih banyak lahan yang belum dikelola sehingga menjadi alasan pemerintah kolonial Belanda ketika itu, memasukkan orang dari luar untuk mengisi dan mengelola lahan kosong tersebut. Pada akhirnya, para pendatang menetap dan berkelanjutan setelah didukung oleh pemerintah Soeharto melalui program transmigrasi.

Konsep *Nemui Nyimah* juga sebagai konsep dasar slogan Lampung yakni “Sang Bumi Khua Jukhai” memiliki kesamaan makna dengan slogan Indonesia yaitu “Bhenika Tunggal Ika” berbeda-beda tapi tetap satu. Slogan yang mencerminkan sebuah pencitraan dan representasi Lampung sebagai kota multikultur. Membangun *brand* atau *city branding* Lampung sebagai kota miniatur multikultur tentu saja tidak sesederhana membangun *brand* produk yang sifatnya konkrit atau nyata, karena *branding city* melalui konsep slogan seperti nilai luhur *Nemui-Nyimah* sifatnya abstrak atau tidak nyata sehingga sangat rumit dan kompleks aspek-aspek yang ada di dalamnya. Berbagai aspek seperti sikap dan perilaku masyarakat Lampung terdiri dari berbagai budaya adalah aspek yang sangat penting diperhatikan. Oleh karena itu, konsep pada slogan harus sungguh-sungguh dipraktekkan pada keseharian masyarakat. Disamping faktor lain yang melekat secara teknis pada slogan seperti slogan atau istilah lainnya motto yang baik tidak melebihi dari 7 (tujuh) kata. Hal ini dipenaruhi oleh kemudahan orang lain untuk mengingatnya, demikian pula slogan Lampung “Sang Bumi Khua Jukhai” hanya empat kata tentu saja mudah untuk diingat dan dipahami khususnya bagi warga Lampung. Slogan yang

simpel tersebut juga mempermudah proses *city branding* atau identitas, slogan, logo yang melekat pada suatu daerah. Suatu daerah dapat mempunyai *brand* yang kuat dengan membentuk item tersebut dengan membaut konsep yang kuat sesuai dengan tujuan awal atau visi dan misi daerah Lampung.

Memahami masyarakat Lampung yang kompleks terdiri dari etnis, bahasa, agama, adat istiadat yang beragam tentu saja secara rasional akan menimbulkan banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan prilaku mereka. Faktor penghambat atau area hitam dalam kehidupan multikultur seperti stereotipe, etnosentrisme, dan prasangka sangat memicu terjadinya gesekan atau konflik antar etnis bahkan konflik SARA. Untuk itu, area hitam ini harus diminimalisir dengan mencoba menanamkan nilai-nilai kearifan lokal yang terkandung pada konsep *Nemui Nyimah*. Penanaman itu dapat dimulai dari hulu yaitu keluarga hingga pada hilir yakni masyarakat secara luas. Nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui slogan, bertujuan untuk memahami prilaku masyarakat Lampung yang beragam, mulai dari pekerjaan, pendidikan, adat istiadat, kepercayaan dan lainnya. Memahami budaya yang multikultur tersebut dapat dipahami mulai dari cara berbicara, berpakaian, menyikapi waktu dan perilaku terhadap waktu, kebiasaan makan, acara pernikahan, pola belajar dan pendidikan hingga pada pola bekerja sebagai sumber mata pencaharian masyarakat Lampung. Sikap dan prilaku sebagai wujud budaya yang abstrak tentu saja membutuhkan waktu untuk memahami sebelum melakukan rekonstruksi terhadap pesan yang diterima dari keseharian masyarakat Lampung. Sedangkan aspek budaya yang sifatnya konkrit seperti pakaian, bangunan rumah, musik daerah dan makanan daerah lebih mudah untuk digambarkan dibandingkan dengan wujud budaya yang abstrak. Namun demikian, kedua aspek budaya tersebut sangat saling berkaitan dan penting untuk ditelaah lebih mendalam sehingga kita dapat memahami pola prilaku yang sesungguhnya dari masyarakat Lampung yang terkandung dalam konsep-konsep luhur sekaligus sebagai falsafah hidup mereka. Hal ini pula yang menjadi alasan penulis tertarik untuk mengkaji melalui studi fenomenologi melalui wa-

wancara, review literatur dan deskripsi pengalaman penulis. Diharapkan metode ini dapat menggambarkan secara holistik tentang representasi nilai multikultur dan pencitraan Lampung sebagai public relations multikultur melalui pendekatan nilai-nilai luhur yang terkandung dalam konsep *Fiiil Pasenggikhi, Nemui-Nyimah, Nengah-Nyampokh* dan *Sakai Sambaian*. Untuk telaah ini peneliti fokus pada konsep dasar *Nemui Nyimah* yang tersirat pula pada konsep slogan Lampung “Sang Bumi Khua Jukhai.”

Penelitian ini berangkat dari sebuah permasalahan yang bertujuan untuk menggambarkan makna dari konsep nilai-nilai luhur multikultur di Lampung. Penggambaran terhadap realitas berdasarkan pengetahuan dan pengalaman peneliti sertadari berbagai referensi. Penulis akan mendeskripsikan ulang, tanpa memberikan penilaian terhadap realitas yang ada melalui konsep-konsep nilai kearifan lokal pada konsep *Nemui Nyimah*. Meski demikian, penulis tidak dapat memungkiri bahwa daerah yang multikultur sangat rentan terjadinya konflik, demikian pula Lampung, terjadi gesekan antar suku pribumi atau antar pribumi dengan nonpribumi. Konflik merupakan bagian dari fakta yang justru bagian dari tujuan kajian ini, yakni untuk menggambarkan prinsip dasar kehidupan sosial masyarakat Lampung, yang ditinjau nilai-nilai pada konsep kehidupan yang tercermin pada pola prilaku masyarakat Lampung yang multikultur.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini penulis menjabarkan aspek-aspek yang terkait dengan masalah penelitian. Aspek-aspek ini sebagai konsep dan teori yang relevan sehingga dapat mempertegas hasil penelitian.

### Nilai Luhur “Nemui-Nyimah

Secara geografis Provinsi Lampung memang sangat luas dan memiliki tanah yang subur sehingga sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani. Mereka secara turun-temurun melestarikan kebiasaan bercocok tanam. Kondisi geografis tersebut yang menjadi salah satu faktor para pendatang yang semula hanya ingin berkunjung saja, namun akhirnya menetap di Lampung.

Sementara itu, dari aspek historis, pada zaman penjajahan Belanda, Lampung sengaja disiapkan sebagai tempat untuk menampung orang-orang dari luar Lampung. Bahkan Belanda dengan semangatnya mengkampanyekan kepada masyarakat bahwa Lampung adalah tempat yang damai karena masyarakatnya ramah dan terbuka. Usaha Belanda ternyata tidak sia-sia. Pada saat itu, masyarakat berduyun-duyun datang ke Lampung. Selain sebagai strategi agar menarik minat masyarakat, kampanye Belanda tentang Lampung juga bertujuan untuk mencegah resistensi antar pribumi dengan nonpribumi.

Kalimat kampanye yang digunakan penjajah Belanda, bahwa Lampung sebagai wilayah yang damai, masyarakatnya ramah dan terbuka, kemudian dialih bahasakan ke istilah Lampung yakni "Nemui-Nyimah". Makna konsep nilai luhur "*Nemui-Nyimah*" yang menggambarkan masyarakat Lampung ramah dan terbuka juga dijadikan sebagai falsafah hidup masyarakat Lampung. Berdasarkan hasil telurusan, penulis menemukan dokumentasi pribadi berjudul "Berkenalan dengan Lampung". Tulisan yang dibuat pada tahun 1975 ini, diantaranya berisikan tentang uraian kelompok pertalian adat (*adatrechts kringen*) atau dalam istilah Lampung disebut "Kebuaian". Lampung memiliki sembilan (9) kebuaian terdiri dari Lampung Abung, Lampung Pubian, Lampung Way Kanan, Lampung Sungkai, Lampung Tulang Bawang, Lampung Masuji, Lampung Keme-kheng dan Lampung Pesisir.

Dokumentasi pribadi yang ditulis oleh Bapak Sofyan Achmad ini, juga menjelaskan tentang struktur organisasi pemerintahan adat Lampung pada mulanya dipengaruhi oleh pemerintahan kesultanan Banten tahun 1600-1800 Masehi. Pada saat itu wilayah Lampung dibagi beberapa distrik seperti yang ditulis dalam buku "Onzi Onutrsevrakingan Met Lampung" atau Kontak Perkenalan Pertama dengan Lampung" karya J.W.S. Willen tahun 1982. Pada saat itu Lampung dibagi menjadi, Lampung Selatan Semangka, Teluk, Kalinda). Lampung Utara (Sekampung, Nibung, Penat, Pubian dan Tulang Bawang). Selain itu, terdapat pula huruf abjad Lampung yang dikenal dengan istilah "Kaganga" menjelaskan tentang huruf bahasa daerah asli Lampung terdiri dari rang-

kaian huruf aksara Lampung yaitu: (Ka, Ga, Nga, Pa, Ba, Ma, Ta, Da, Na, Ca, Ja, Nya, Ya, A, La, Ra, Sa, Wa, Ha, Gha). Urutan abjad tersebut ditulis dengan aksara Lampung yang secara sekilas mirip dengan aksara Jawa dan Sulawesi.

Dokumentasi pribadi yang bersumber dari para sesepuh adat Lampung ini, juga menulis tentang makna atau arti dari beberapa istilah Lampung, sebagai paribahasa "petuah" yang telah menjadi jiwa dalam hidup masyarakat Lampung. Istilah-istilah ini merupakan kerja keras para orangtua untuk menanamkan nilai-nilai luhur kearifan lokal yang dimulai dari sikap, tindak-tanduk masyarakat Lampung yang tercermin pada konsep "Fiil Pasenggikhi" *Fiil* artinya berjiwa besar, *Pasenggikhi* artinya menghargai diri. *Petuah* lainnya adalah "Nemui-Nyimah" *Nemui* artinya terbuka hati untuk menerima tamu atau ramah dan terbuka kepada orang lain. "Nengah Nyampokh" artinya pandai bergaul. "Sakai Sambaian" artinya suka tolong menolong atau bergotong royong.

### Representasi dan Pencitraan

Pencitraan kata yang berasal dari kata *citra* atau *image*, artinya adalah penilaian orang lain terhadap individu atau kelompok individu bahkan suatu perusahaan. *Citra* merupakan tujuan utama sekaligus hasil yang akan dicapai sebagai sebuah reputasi dan presentasi. Orang yang bertanggung jawab dalam hal tersebut adalah *Public Relations* atau PR. *Citra* sebagai penilaian atau tanggapan masyarakat, sifatnya *noemena* atau abstrak, tidak dapat diraba, dilihat oleh indra, akan tetapi dapat dirasakan keberadaannya. Penilaian tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu *citra* perusahaan atau kelompok masyarakat atas kerja keras atau jasa pelayanan yang diwakili oleh pihak *Public Relations*. Biasanya landasan *citra* itu berbakat dari "nilai-nilai kepercayaan" yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi sebagai representasi atau mewakili nilai penilaian seseorang terhadap orang lain.

Proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses

cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, yaitu sering dinamakan citra (*image*). Proses terbentuknya citra tersebut dinamakan pencitraan atau kata kerja dari citra. Usaha atau upaya PR dalam membangun, membentuk dan mempertahankan citra adalah pencitraan yang diharapkan menghasilkan reputasi yang positif. Demikian pula Lampung, melalui nilai-nilai luhur seperti *Nemui-Nyimah*, berusaha untuk mempertahankan citra sebagai masyarakat yang merepresentasikan sebagai masyarakat yang ramah dan terbuka.

Hidayat (2014:5) dalam bukunya *Media Public Relations*, menegaskan bahwa dalam melaksanakan fungsinya, Public Relations memiliki tanggung jawab dalam menjaga hubungan eksternal dan internal. Pada konteks penelitian ini, eksternal berkaitan dengan masyarakat nonpribumi yang tinggal dan menetap di Lampung. Sedangkan internal adalah masyarakat pribumi Lampung. Akan tetapi, saat ini, keduanya sudah melebur menjadi satu atau Lampung Sai, sehingga dapat dikategorikan sebagai bagian internal Lampung. Untuk itu, eksternal yang dimaksud adalah masyarakat yang tidak menetap di Lampung.

### **Public Relations Multikultur**

Artikel bertajuk *The Cultural Tribes of Public Relations*, Leichty (2003:278) menjelaskan bahwa public relations (PR) tidak hanya memberikan kontribusi untuk wacana budaya organisasi akan tetapi juga merupakan bagian dari sebuah kontes budaya yang sedang berlangsung di masyarakat. Public relations adalah bidang multikultural yang memerlukan sebuah kompetisi yang sedang berlangsung dan kerjasama antar jumlah orang berbeda budaya.

Leichty (2003:278) melalui artikel yang dipublikasikan di jurnal *international public relations*, memperkaya teori budaya bahwa budaya sebagai konstruksi sosial dari realitas beroperasi dalam batas ketentuan (Douglas, 1996). Hanya ada lima faktor pendukung terjadi persaingan budaya; hanya fatalisme, egalitarianisme, hirarki, individualisme, dan individualisme kompetitif cukup koheren untuk mencapai kelangsungan hidup jangka panjang (Thompson et al., 1990). Struktur topik adalah tema umum yang dapat digunakan untuk

mengembangkan argumen persuasif dilakukan pada banyak topik. Sebuah topik budaya adalah argumen sistematis yang memperkuat pola hubungan sosial (Leichty & Warner, 2001).

Kent dan Taylor (2003) dalam bukunya *Public Relations in Global Cultural Contexts* tentang "*how intercultural communication theory inform public relations practice in global setting*" menjelaskan bahwa membangun hubungan adalah tujuan utama komunikasi public relations. Membangun hubungan sangat penting memperhatikan faktor budaya karena budaya sifatnya sangat cair sehingga diperlakukan secara dinamis. Kent dan Taylor menyebut Public Relations Budaya sebagai strategi PR dalam membangun hubungan dengan memperhitungkan budaya sehingga PR Budaya disebut pula kegiatan atau aktivitas PR berbasis budaya dengan tujuan yang sama yakni pencitraan dan membangun hubungan internal maupun eksternal. PR Budaya lebih luas dalam kajiannya, mencakup semua tatanan nilai, tidak dibatasi oleh etnis atau ras. Sedangkan PR Multikultur mengkaji citra publik berdasarkan konteks multikultur atau keragaman budaya itu hadir karena adanya perbedaan etnis atau ras.

Pada kajian ilmu komunikasi istilah Public Relations atau PR tidak begitu asing karena bahasan tentang public relations secara umum telah disampaikan pada awal perkuliahan, terkuali yang mengambil peminatan public relations. Keith Butterick dari *Chartered Institute of Public Relations (CIPR)* dalam Hidayat (2014:01) mendefinisikan bahwa public relations berbicara tentang reputasi hasil dari apa yang Anda lakukan, apa yang Anda katakan, dan apa yang orang lain katakan tentang Anda. Praktik PR adalah disiplin ilmu yang bertugas menjaga reputasi dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan, serta memengaruhi opini dan perilaku. Kegiatan ini merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara kelompok, komunitas dengan masyarakat.

Menurut Hidayat (2014:2) bidang kajian public relations disepakati sangat penting karena mati-hidupnya sebuah komunitas karena iklim hubungan yang dibangun. Istilah Ting Toomey dalam teorinya *Face Negotiation Theory*, bahwa manajemen konflik dapat

dimediasi melalui budaya dan muka. Artinya, bahwa pencitraan publik terhadap seseorang atau etnis tertentu sangat diperlukan. Pada teknisnya, Public Relations bertanggung jawab dalam mengatur hubungan internal dan eksternal. Internal terkait dengan sistem yang ada di dalam organisasi masyarakat atau instansi formal maupun nonformal. Salah satu instansi nonformal adalah kelompok atau komunitas sosial. Komunitas dibangun karena adanya kesamaan sehingga membentuk budaya tersendiri.

Ruang lingkup PR tidak hanya dibatasi pada instansi formal seperti perusahaan dan lembaga resmi pemerintahan. Akan tetapi, upaya membangun citra atau pencitraan justru diawali dari lingkungan masyarakat eksternal. Heath (2005:123) menjelaskan hubungan eksternal adalah ikatan public relations dengan masyarakat luas. Untuk itu, memperkenalkan identitas sosial juga merupakan bagian dari kegiatan PR. Apapun yang berkaitan dengan kepentingan umum, tentu saja merupakan wilayah kerja PR dengan tujuan untuk pencitraan. Dengan demikian, setiap individu yang membawa identitas individu ke dalam identitas sosial berarti sedang melakukan fungsi PR budaya yang dimilikinya.

## METODE

Sifat penelitian mengacu pada cara pandang konstruktivis atau paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *social meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka. Denzin (2009:8). Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut.

Pada tahapan mengkonstruksi makna atas realitas yang diperoleh dari hasil penelitian

tentang representasi nilai luhur Nemui-Nyimah, tentu saja realitas tersebut tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya upaya dari peneliti untuk melakukan eksplorasi data-data kemudian diolah hingga pada tahapan deskripsi data. Untuk itu, penelitian ini sesuai dengan paradigmanya adalah konstruktivis maka metode fenomenologi salah satu metode yang tepat digunakan sesuai dengan tujuan penelitian yakni ingin menelaah aspek pengalaman dan realitas yang didasari oleh *because motiv dan in order to motiv* seorang informan. Data digali secara mendalam melalui wawancara.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu atau dalam konteks tertentu, lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik.

Kirk dan Miller (2006:4-6) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Kesimpulan mengenai penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Informan dipilih berdasarkan purposive sampling, dengan menentukan kualitas dari kriteria informan. Informan diambil berdasarkan keinginan dan kesadarannya. Informan terdiri dari 2 orang sebagai warga dan tokoh adat Lampung. Data yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi, kemudian dilakukan analisis data dengan tahapan reduksi, seleksi, display data dan penarikan kesimpulan data. Data kemudian diuji dengan menggunakan uji kredibilitas data yakni triangulasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini penulis memaparkan satu dari sekian nilai luhur budaya Lampung yaitu *Nemui-Nyimah*. Nilai ini ditelaah melalui perspektif Public Relations Multikultur. Di harapkan dari beberapa point penjabaran dari masalah penelitian ini, dapat menjawab tentang representasi nilai-nilai luhur sehingga memperkuat citra Lampung sebagaiminiatur multikultur.

### ***Nemui-Nyimah* Representasi Historis Multikultur Lampung**

Hubungan masyarakat adat asli Lampung terdiri dari dua “kebuwaan” yakni adat Sai Batin dan Pepadun. Sai Batin terdiri dari ragam marga yang tersebar di berbagai wilayah, pada mulanya secara umum tersebar di kawasan pesisir pantai, kemudian pada dekade selanjutnya tersebar juga di daerah pedalaman dan sektor perkotaan. Demikian juga sebaliknya masyarakat adat Lampung Pepadun juga kemudian tersebar dan membaaur (inkulturasi) dengan kelompok masyarakat lainnya, baik dalam lingkungan 2 kelompok budaya secara umum, maupun dalam lingkungan jurai marga atau kebuawaian dari masing-masing kelompok budaya tersebut. Masyarakat adat Sai Batin terbagi dari ragam marga atau teritorial atau kebuwaan istilah lainnya garis keturunan.

Sai Batin Marga 5 (lima) Kalianda dan sekitarnya, yang terdiri dari; Marga Ratu Marga Legun, Marga Rajabasa (2 Kepenyimbangan Adat). Marga dantaran (2 Kepenyimbangan Adat). Marga Katibung (Menyata, Pubian), Sai Batin Marga Lunik, Sai Batin Marga Balak, Sai Batin Marga Bumi Waras Teluk Betung. Sai Batin Punduh (7 epenyimbangan Adat), Sai Batin Pedada (8 Kepenyimbangan Adat). Sai Batin Way Lima 8. Sai Batin Kedundung. Sai Batin Gedung Tataan Sai Batin Ratai (Sanggi Padang cermin). Sai Batin Kelumbayan (dari Paksi Keratuan Semaka). Sai Batin Talang Padang. Sai Batin Marga Pertiwi (dari Paksi Keratuan Semaka). Sai Batin Kuta Agung dan sekitar. Sai Batin Marga Way Sindi. Sai Batin Ngaras dan Bengkunt. Sai Batin Way Suluh. Sai Batin Ngambur. Sai Batin Pugung. Sai Batin Penggawa Lima (Pesisir Tengah). Sai Batin Kuripan (Pesisir Utara). Sai Batin Sukau (Liwa). Sai Batin Buway Nyerupa (Paksi pak Skala Brak). Sai Batin Buway Pernong (Paksi pak Skala Brak). Sai Batin Buway Belunguh (Paksi pak Skala Brak). Sai Batin Buway

Lapah di Way (Paksi pak Skala Brak). Buway Buay Tumi (keterangan pangeran Syafei Kenali, Buway yang terlibat dalam mendirikan Paksi Pak Skala Brak). Buay Sandang (idem). Buay Rawan (idem). Buay Runjung (idem). Buay Nerima (dari istilah Paksi Pak ke Lima, Buay Nerima = keturunan Puteri Indra Bulan di Cinggiring dan Luas/ nama wilayah/riwayat tersendiri). Sai Batin Liwa, Kenali, Belalau dan Tiyuh sekitar. Sai Batin Paksi Keratuan Semaka. Sai Batin Tanjung Bintang, Merbau Mataram dan sekitar. Sai Batin Keratuan Melinting (Maringgai, Wana, Tebing) dan Marga Sai batin lainnya.

Sedangkan kelompok masyarakat adat Pepadun juga terbagi dalam ragam marga atau kebuwaan adat budaya yang berbeda, yaitu diantaranya: Pepadun Abung Siwo Mego (sembilan marga). Pepadun Mego Pak. Pepadun Pubian Telu Suku. Buway Gunung (Kampung Negerisipin, sekitar Way sekampung bagiajn hulu, keturunan dari Pubian Manyarakat). Buway dari suku bangsa bertempat tinggal di sungai Tatang dekat Bukit Siguntang Sumatera Selatan. Kebuwaan yang datang dari Pagaruyung Laras. Buay Balam (Keturunan dari Poyang Sakti, dari persekutuan “Paksi Pak Tukket Pedang” di disekitar tiyuh Batu Brak Skala Brak, yang didirikan oleh Poyang Sakti, Poyang Serata Di Langik, Poyang Pandak Sakti dan Poyang Kuasa). Buay Nuwat (Keturunan dari Poyang Serata Di Langik, dari persekutuan “Paksi Pak Tukket Pedang” di disekitar tiyuh Batu Brak Skala Brak, yang didirikan oleh Poyang Sakti, Poyang Serata Di Langik, Poyang Pandak Sakti dan Poyang Kuasa). Pepadun 5 (lima) marga Way Kanan dan Sungkai.

Menurut Syani (2011), secara historis, Lampung sebagai masyarakat multikultur dengan keragaman etnis sudah ada sejak kolonialisme Belanda. Pada saat itu, pemerintah melalui kebijakannya memasukkan orang dari luar Lampung, sehingga terciptalah lingkungan sosial masyarakat Lampung berada dalam dinamika pluralisme. Tidak berhenti disitu saja, proses pluralisme itu semakin terasa ketika adanya arus perpindahan secara besar-besaran dari berbagai daerah di Indonesia ke Provinsi Lampung. Arus perpindahan tersebut kita kenal saat ini dengan istilah “transmigrasi” perpindahan yang disengaja untuk mencari penghidupan baru setelah pasca kemerdekaan, tepatnya pada pemerintahan orde baru. Adanya perpindahan penduduk luar Lampung masuk ke “tanoh lampung” atau

bumi Lampung, ternyata bukan tanpa disengaja, melainkan sudah direncanakan oleh para kolonial Belanda pada saat itu. Belanda sengaja melakukan hal itu, sebagai pengaruh pencitraan Belanda bahwa pribumi masyarakat Lampung adalah etnis yang ramah dan terbuka. Pencitraan itu dilakukan agar kehadiran orang asing tidak menimbulkan resistensi, baik terkait dengan perbedaan etnis, agama, ras dan budaya maupun terkait dengan hak ulayat atas tanah adat yang menjadi lokasi garapan.

Selain istilah petuah “Nemui-Nyimah”, juga terdapat bahasa petuah yang relevan seperti konsep “Fiil Pasenggikhi” Fill artinya berjiwa besar, Pasenggikhi artinya menghargai diri. “Nengah Nyampokh” artinya pandai bergaul. “Sakai Sambaian” artinya suka tolong menolong atau bergotong royong. Berdasarkan beberapa istilah atau petuah adat Lampung tersebut, membuktikan bahwa secara historis masyarakat Lampung memang sejak awal sudah dikondisikan untuk menjadi masyarakat yang terbuka dan ramah terhadap para pendatang atau nonpribumi. Falsafah hidup tersebut kemudian merasuk ke dalam jiwa-jiwa para pendahulu sehingga pasca kemerdekaan, citra sebagai masyarakat adat yang menerima kehadiran orang lain itu cenderung diterima secara terbuka, sehingga kemudian mengkristal di dalam konsep Sang Bumi Ruwa Jukhai yang saat ini dikenal sebagai slogan Lampung Sai. Tujuan dari slogan tersebut untuk menciptakan kehidupan yang harmoni, serasi, akur dan saling menghargai dan menerima seperti yang tersirat dalam falsafah hidup masyarakat Lampung. Menghilangkan istilah antara penduduk asli dan pendatang, antara Pepadun dan Pusesekh dalam konteks internal adat Lampung. Konsep-konsep nilai luhur tersebut kemudian menjelma pada slogan Lampung “Sang Bumi Khua Jukhai.” Slogan Lampung bahwa mengisyaratkan masyarakat Lampung yang ramah dan terbuka. Slogan tersebut tidak hanya sekedar slogan, melainkan menjelma sebagai falsafah hidup masyarakat Lampung.

Pemahaman “Sang Bumi Khua Jukhai” dapat dilihat dari dua aspek, yaitu internal dan ekstrnal. Internal yakni adat Lampung sebagai simbol kesatuan hidup dua akar budaya yang berbeda dari masyarakat Lampung asli, yaitu masyarakat adat Lampung Sai Batin dan Pe-

padun. Ekstrnal yaitu mencerminkan hubungan antara masyarakat pribumi asli Lampung dengan nonpribumi atau pendatang. Baik aspek hubungan internal dan eksternal tersebut, diharapkan masyarakat Lampung dapat hidup melebur jadi satu sebagai masyarakat Lampung yang bertanggung jawab untuk memajukan dan membesarkan Lampung dan meneruskan citra Lampung sebagai miniatur multikultur Indonesia dengan nilai-nilai kearifan lokal yang mencerminkan keramahan dan keterbukaan masyarakat Lampung.

### **Nemui-Nyimah Representasi Lampung Multikulturalisme**

Masyarakat Lampung dalam kesehariannya menjunjung tinggi falsafah hidup mereka sebagai warga Lampung. Mereka memiliki harga diri sebagai warga Lampung yang menjunjung tinggi nilai-nilai harmoni, menjauhi sikap yang bertentangan dengan nilai-nilai yang sudah ditanamkan oleh para sesepuh adat tentang keramahan dan keterbukaan, bahkan pencitraan sebagai warga yang ramah dan terbuka tersebut sudah dimulai sejak zaman kolonial Belanda. Nilai-nilai tersebut diterapkan dalam keseharian dan telah mengkristal sebagai falsafah hidup mereka. Diantara konsep falsafah hidup ini terkandung dalam istilah “Fiil Pasenggikhi” dan pada penerapannya terkandung dalam konsep “Nemui-Nyimah”, artinya bahwa masyarakat Lampung terbuka hati untuk menerima tamu siapapun. Tamu dalam konteks ini adalah para pendatang atau nonpribumi.

“Lampung memang secara historis sudah dipersiapkan untuk menjadi salah satu wilayah yang multikultur, bukan monokultur. Untuk itu, pada zaman sebelum kemerdekaan, tepatnya zaman Belanda, mereka berusaha membangun citra bahwa Lampung sebagai wilayah multikultur seiring adanya arus besar-besaran pendatang dari luar daerah Lampung yang kemudian menetap di Lampung hingga saat ini. Kondisi itu, membuat Belanda pada saat itu yang sedang menjajah Indonesia, berusaha memperkenalkan Lampung sebagai warga yang ramah dan terbuka, tujuannya ya...agar tidak adanya penolakan atau perlawanan dari suku asli Lampung”.

Representasi nilai-nilai kearifan lokal dan pencitraan Lampung sebagai miniatur multi-

kultur, juga disambut baik oleh para sesepuh adat pada kala itu. Hal ini dibuktikan dengan konsep kehidupan sosial masyarakat Lampung yang berjalan sesuai dengan falsafah hidup mereka, salah satunya adalah menerapkan nilai-nilai dari konsep Lampung “Sang Bumi Khua Jukhai” yakni konsep “Nemui-Nyiwah” Syani (2011) dalam artikel berjudul *Pluralis Budaya di Lampung, Konflik dan Solusinya*, juga memperkuat tentang sejarah pencitraan Lampung sebagai masyarakat yang ramah dan terbuka.

Pada masa pasca kemerdekaan, citra sebagai masyarakat adat yang menerima kehadiran orang lain itu cenderung diterima secara terbuka, sehingga kemudian mengkristal di dalam konsep Sang Bumi Ruwa Jurai. Harapannya adalah agar kehidupan sosial masyarakat Lampung yang terdiri penduduk asli dan pendatang ini menjadi sebuah lingkungan sosial dengan komunitas yang hidup rukun, berdampingan dan bekerjasama. Perbedaan yang ada dapat dijadikan kekuatan baru dalam membangun kehidupan yang harmonis. Setiap komunitas menjaga sikap toleransi, meningkatkan dan bersatu dalam rasa persaudaraan. Pemahaman Sang Bumi Khua Jukhai sendiri sebenarnya merupakan simbol kesatuan hidup dua akar budaya yang berbeda dari masyarakat Lampung Asli, yaitu Masyarakat adat Lampung Sai Batin dan Pepadun. Dengan hadirnya etnis dan budaya luar, diharapkan dapat berdampingan atau bergabung terhadap kedua jurai budaya pribumi yang telah ada, sehingga dapat terhindar dari konflik (Syani, 2011)

Implementasi nilai-nilai yang terkandung dalam konsep “Nemui-Nyimah” juga terdapat pada semangat persatuan dan kesatuan negara seperti yang digariskan dalam falsafah negara kita Pancasila, sila ke-tiga “Persatuan Indonesia”. Disamping terdapat pada penjelasan Pasal 32 UUD 1945, yang mengakui setiap budaya daerah sebagai kunci kebudayaan bangsa “Kebudayaan bangsa (Indonesia) adalah puncak-puncak kebudayaan di daerah”. Konsep “Nemui-Nyimah” juga mengandung nilai “perekat” hubungan internal antar penduduk asli Lampung yakni Pepadun dan Pusesekh, maupun hubungan eksternal antara pribumi asli Lampung dengan nonpribumi atau pendatang. Baik hubungan internal adat Lampung maupun eksternal seringkali menimbulkan konflik, manakala diantara keduanya tidak

saling terbuka dan memperlihatkan sikap yang sopan, santun dan ramah kepada siapapun tanpa tebang pilih. Hal ini yang menjadi jiwa semangat persatuan yang telah ditanamkan oleh para sesepuh adat kepada setiap generasinya. Nilai-nilai yang patut dilestarikan, dan dijunjung tinggi sebagai langkah menciptakan masyarakat Lampung yang multikultur. Sejak dahulu, setiap keluarga ditanamkan sikap menerima perbedaan termasuk perbedaan etnis, budaya dan kepercayaan dalam kesederajatan, baik secara individual maupun secara kultur. Dengan pola pendidikan sikap terhadap nilai-nilai kearifan lokal yang dimulai dari keluarga ini, diharapkan dapat menjaga citra Lampung sebagai masyarakat yang ramah dan terbuka terhadap multikultural. Nilai penting ditanamkan dan dimulai dari keluarga, karena keluarga merupakan garis “hulu” sebelum membentuk masyarakat “hilir” yang pluralis dengan melihat suatu keragaman kebudayaan sebagai khasanah kebudayaan multikultural.

Istilah multikultural akhir-akhir ini memang menjadi salah satu topik yang menarik diperbincangkan, khususnya dikalangan akademisi. Gagasan multikulturalisme ini diantaranya diperkenalkan oleh Bhikhu Parekh dalam bukunya *Re-Thinking Multiculturalism* (2000). Menurut Parekh, multikulturalisme mengacu pada *relationship* antara kelompok-kelompok budaya yang berbeda dan hidup di masyarakat. Oleh karenanya, gagasan ini tidak secara spesifik menawarkan pembelaan terhadap kaum minoritas. Parekh berpendapat bahwa multikulturalisme bukanlah sebuah doktrin politik dengan muatan programatik, tidak pula sebagai aliran falsafah dengan teori yang khas tentang tempat manusia di dunia, melainkan lebih sebagai sebuah perspektif atau cara melihat kehidupan manusia. Meski demikian, bahwa praktik multikulturalisme tersebut akan lebih mudah disimak dan dipahami dalam konteks kebijakan politik suatu negara. Setiawan (2013).

Wiloso dalam Setiawan (2013) memberikan contoh salah satu negara yang memunculkan “sosok” multikulturalisme yaitu Kanada. Kanada adalah negara pertama di antara komunitas internasional yang mengemukakan multikulturalisme sebagai gerakan sosial, bahkan pemerintahnya telah mengangkat dan

menerapkannya sebagai kebijakan publik. Kanada, berusaha menegaskan dan menegakkan nilai dan harkat martabat warga negaranya, tanpa pandang bulu terhadap latar belakang bahasa, asal muasal kesukuan, kedaerahan maupun ikatan keagamaan.

Wajah penerapan multikulturalisme di negara Kanada adalah salah satu potret saja, dan hal ini sudah terjadi pula di negara Indonesia. Misalnya, Indonesia sangat menjunjung tinggi keberagaman dan mengakui keberadaannya melalui semboyan negara kita “Bhenika Tunggal Ika” berbeda-beda tapi tetap satu. Semangat dari semboyan negara ini pula yang diakui dan ditiru oleh para kolonial Belanda ketika itu di wilayah Lampung. Belanda mencoba untuk membangun citra dari multikultur tersebut dengan warga Lampung sebagai representasi warga yang terbuka dan ramah. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya gejolak dan konflik yang disebabkan oleh keberagaman suku dan budaya yang besar-besaran masuk ke wilayah Lampung. Namun, upaya yang diawali oleh para kolonial Belanda tersebut, diakui bagus untuk keberlangsungan hidup sosial masyarakat, sehingga para sepeuh adat meneruskan semangat tersebut dalam nilai-nilai kearifan lokal yang terkandung dalam konsep-konsep luhur *Nemui-Nyimah* seperti yang menjelma pada slogan Lampung “Sang Bumi Khua Jukhai”.

Pengakuan kebersamaan dalam kesederajatan menjadi warna kehidupan sosial masyarakat dalam berbagai lini, mulai dari kegiatan pemerintahan, kepemimpinan, pemberian nama pada setiap daerah, profesi pekerjaan, pendidikan hingga pernikahan. Semua kegiatan tersebut sudah menggambarkan terjadinya masyarakat yang pluralis di tengah masyarakat yang multikultural. Secara garis besar, pemahaman terhadap pluralisme budaya diperlukan sesuai dengan dinamika dan pertumbuhan masyarakat. Diharapkan dengan adanya pluralitas budaya, berbagai kelompok masyarakat adat dapat saling melengkapi, saling menyadari kelebihan dan kekurangan masing-masing, sehingga mereka dapat bersatu dalam kehidupan bersama.



**Gambar 1. Wali Kota Bandarlampung naik Reog Ponorogo pada Karnaval Budaya Gema Nusantara**  
Sumber: (Foto: Tri/Okezone) diakses 03/09/2014

Gambar Walikota Bandar Lampung Herman HN, menunggangi reog ponorogo sebagai pe-lestarian budaya daerah menjadi cermin ke-cintaan terhadap budaya nasional. Menarik untuk dijadikan sebagai bukti, karena reog ponorogo yang aslinya dari pulau Jawa, ditem-patkan oleh warga Lampung sebagai salah satu budaya daerah yang ada di Lampung. Hal ini merujuk pada fenomena bahwa dari sekian penduduk Lampung, kebanyakan berasal dari suku Jawa. Dalam peringatan hari jadi Bandar-lampung, para pejabat daerah mencoba mem-fasilitasi keragaman budaya tersebut. Karnaval Budaya pada Pawai Begawi memperingati HUT Bandarlampung ke-331 tersebut sebagai bentuk kepedulian terhadap pelestarian budaya daerah. Menurut Walikota, Lampung unik, karenabanyak suku yang tinggal di Lampung. Masing-masing tetap mempertahankan adat dan budayanya, tetapi melebur dengan adat dan budaya Lampung. Kegiatan ini juga membuktikan bahwa Lampung dapat hidup berdampingan dalam kondisi multikultural yang sudah diciptakan sejak zaman kolonial Belanda sebagai miniatur multikultur.

Kesehajaan dan kerendahan hati, terbuka menerima keberadaan orang lain “Nemui-Nyiwah” terbukti hingga kini warga asli Lampung secara kuantitatif jumlahnya jauh lebih sedikit dibandingkan dengan nonpribumi. Dominannya warga pendatang di Lampung, terutama dari etnis yang sama. Menurut Syani (2011) untuk kategori ini hanya terjadi di propinsi Lampung, dimana orang Jawa menjadi mayoritas 61,89% diikuti dengan Orang asli Lampung justru menjadi minoritas. Selain itu, karakteristik budaya masyarakat Lampung yang terbuka terhadap etnis pendatang, sangat me-

mungkinkan mudahnya masyarakat pendatang berbaur, sehingga terjadi pluralitas penduduk multikultur. Signifikansi pluralisme baru berarti jika dalam aktualitas kegiatan pergaulan hidup sehari-hari antar warga masyarakat berjalan secara harmonis, yaitu membiasakan kegiatan yang beragam, nilai-nilai berbeda dapat dijalankan tanpa kekhawatiran, struktur sosial atau organisasi yang beraneka macam, sistem ide yang tidak tunggal, dan berbagai institusi hadir di tengah masyarakat dan masing-masing menunjukkan keberadaannya secara bebas. Fenomena ini juga menepis anggapan bahwa Lampung mendominasi untuk segala aspek. Justru sebaliknya, ditinjau dari berbagai aspek, mulai dari pemerintahan, pendidikan, kesenian dan lainnya, terserap secara merata.

Konsep “Nemui Nyimah” juga diimplementasikan pada kesederajatan dalam pengakuan terhadap keberadaan nonpribumi. Misalnya, di beberapa daerah di Lampung, nama daerahnya menggunakan istilah bahasa nonpribumi seperti “Pringsewu” diambil dari bahasa Jawa, artinya bambu seribu. “Ciherang” artinya air jernih diambil dari bahasa Sunda. Kampung Bali, Sinar Semendo dari bahasa Palembang dan lainnya. Kerendahan hati dan kesederajatan ini, sebagai bukti warga pribumi Lampung, sangat menjunjung semangat kerukunan yang berawal dari sikap yang fleksibel dalam bergaul. Sikap yang bijak tersebut diperlihatkan oleh warga suku Lampung, sebagai upaya pengakuan warga nonpribumi agar mereka merasakan sebagai bagian dari keluarga Lampung Sai. Dengan demikian, mereka dapat bergaul, berbaur menjadi satu dengan semangat kebersamaan memajukan kota Lampung.

Kesederajatan tersebut bagian dari nilai-nilai pluralisme yang dapat menjadi modal untuk menumbuhkan kerukunan hidup bersama yang saling menghargai perbedaan dan mendorong kerja sama berdasar kesetaraan. Pluralisme dapat dijadikan wahana produktifitas hubungan sosial antar anggota masyarakat, di mana masing-masing pihak dapat menunjukkan sikap saling menghargai, saling menghormati dan saling hadir bersama dalam setiap kegiatan sosial secara bersahabat, tanpa konflik. Prinsip kebersamaan mengandung arti bahwa setiap golongan masyarakat yang berbeda-beda mampu menjalin kerjasama yang harmonis demi kesejahteraan bersama masyarakat yang bersangkutan. Kesetaraan, kebersamaan, keadilan dan

kesetiakawanan sosial mengacu pada suatu tema dasar yakni humanisme. Humanisme berarti menghormati orang lain dalam identitasnya, dengan kepercayaan-kepercayaan, cita-cita, dan kebutuhan-kebutuhannya yang tidak tergantung dari ukuran status atau keahliannya, melainkan dengan dasar kemanusiaan. Oleh karena itu sikap kemanusiaan dalam nilai budaya ini senantiasa akan menolong siapa saja, dan keturunan manapun; melampaui batas-batas ideologis, agama, etnik, ras dan golongan, kelompok dan berbagai identitas lainnya (Syani, 2011)

Warga pribumi Lampung, dituntut untuk pandai bergaul untuk menghadapi beragam etnis yang sudah masuk, terdiri dari Lampung, Semendo; Sumatera Selatan, Bali, Lombok, Jawa, Minang/Padang; Sumatera Barat, Batak, Sunda, Madura, Bugis, Banten, Palembang, Aceh, Makassar, warga keturunan, dan Warga asing seperti China, Arab, dan lainnya. Sedangkan masyarakat adat Lampung secara garis besar terbagi dalam 2 (dua) kelompok adat, yaitu: masyarakat adat Lampung Sai Batin dan masyarakat adat Lampung Pepadun sebagaimana terkristalisasi dalam kesatuan adat budaya masyarakat Lampung yang disebut “Sang Bumi Khua Jukhai” dan saat ini bisa dikatakan sebagai slogan Lampung.

### **Representasi Nemui-Nyimah: Perspektif Public Relations Multikultur**

Berbagai kegiatan masyarakat pribumi dan nonpribumi saat ini berbaur menjadi satu sehingga terbangun pola komunikasi diantara keduanya. Pola komunikasi ini dapat dijumpai dan dirasakan pada saat berbaur dengan mereka. Situasi yang dibangun seperti situasi komunikasi meliputi peristiwa komunikasi, topik komunikasi, setting komunikasi, varietas bahasa dan isi pesan komunikasi.

### **Representasi Nemui-Nyimah pada Peristiwa Komunikasi**

Banyak peristiwa komunikasi yang dibangun oleh masyarakat Lampung yang di dalamnya sudah berbaur menjadi Lampung satu. Peristiwa mulai dari yang formal dan nonformal. Non-formal meliputi keseharian dan formal biasanya terjadi pada peristiwa-peristiwa tertentu. Peristiwa komunikasi secara formal yang menggambarkan nilai-nilai *Nemui-Nyimah* seperti, pada keterlibatan mereka pada perangkat desa. Semua aparat desa terdiri dari

berbagai suku nonpribumi yang sudah menetap di Lampung. Peristiwa komunikasi tersebut sebagai bukti penerapan nilai *Nemui-Nyimah* sebagai representasi nilai-nilai luhur multi-kultur Lampung.

Nilai-nilai *Nemui-Nyimah* menjelma dalam identitas sosial masyarakat melalui sikap dan perilaku yang ramah dan terbuka dengan siapapun. Setiap individu membangun sebuah identitas sosial atau *social identity*, yakni sebuah identitas diri yang memandu bagaimana kita mengonseptualisasi dan mengevaluasi diri sendiri. Identitas sosial mencakup banyak karakteristik unik, seperti nama seseorang dan konsep diri, selain banyak karakteristik lainnya yang serupa dengan orang lain. Identitas sosial dibangun karena adanya keterlibatan atau interaksi dengan orang lain. Pada mulanya identitas sosial dibentuk dari keluarga yang dimulai sejak lahir atau identitas individu. Misalnya, keluarga Lampung, sejak dini mendidik dan memberikan contoh kepada anggota keluarganya untuk menjadi pribadi yang ramah kepada siapapun dan bersikap terbuka, tidak pandang bulu memperlakukan setiap individu secara adil.

Keluarga Lampung, jak lunik khadu ditawai khepa cakhane bergaul, mak milih sapa khek anjakne jak ipa, tapi si lebih diutamako persaudaraan. Sipenting tian haga jejama ngebabang, ngegabung jama-jama haga ngemajuko Lampung. Jehkma Lampung jak awal nangon sikapne ramah khek terbuka jama siapa gaoh. Tapi selama tian dang ngehakhgae tuan rumah, dang haga nge-lunjuk hane bahasa sanakne (Solhan, 2014) Keluarga Lampung, dari kecil sudah diajarkan tentang bagaimana cara bergaul, tidak memilih berdasarkan status sosial, asal usul, tapi yang penting diutamakan persaudaraan. Selama mereka mau sama-sama ngebimbing, bergabung bersama memajukan Lampung. Orang Lampung dari awal sikapnya sudah ramah dan terbuka dengan siapapun. Selama mereka dapat menghargai pribumi, tidak bertindak semena-mena bahasa anak zaman sekarang.

#### **Representasi *Nemui-Nyimah* pada Varietas Bahasa Komunikasi**

Warga Lampung berhasil mengajak dan menciptakan kebersamaan dengan warga nonpribumi. Hal ini dapat dirasakan ketika acara-acara formal maupun nonformal yang sangat kental dengan kebersamaan tersebut.

Misalnya, pada penggunaan bahasa, tidak sedikit orang asli Lampung pandai berbahasa daerah nonpribumi, seperti bahasa jawa, Palembang, Bali, Sunda dan lainnya. Demikian pula sebaliknya, banyak pula nonpribumi yang mempelajari dan mempraktekkan penggunaan bahasa daerah Lampung. Bahkan dalam keseharian, seringkali terjadinya pencampuran bahasa daerah.

Jekhma Lampung pandai bergaul, buktine tian pandai belajakh bahasa setiap daerah siwat di Lampung. Keseharian tian nyampokh bahasane, mulai bahasa Lampung, Jawa, Palembang, Khek Silainne. (Solhan, 2014)

Orang Lampung sangat pandai dalam bersosialisasi, buktinya mereka pandai dalam menguasai bahasa setiap daerah yang ada di Lampung, dan digunakan dalam keseharian mereka.

#### **Representasi *Nemui-Nyimah* pada Topik Komunikasi**

Selain bahasa, implementasi nilai-nilai *Nemui Nyimah*, juga dirasakan ketika pada acara formal yakni ritual pernikahan. Masyarakat nonpribumi, tidak sungkan untuk menggunakan adat Lampung, mulai dari pernik-pernik seperti atribut pernikahan “Kebung Khek Tikhai” yaitu tirai yang dipasang diseluruh dinding gedung atau rumah tempat resepsi. “Khekhedaian” atau hiasan yang dibuat dari sekumpulan kain khas Lampung berasal dari sukarela, gotong royong warga setempat. Hiasan ini dipasang diruang tengah tempat pusat resepsi. Beberapa atribut pernikahan ini, tidak menjadi hal yang asing dan mudah ditemui tidak hanya pada suku asli Lampung, tapi juga warga nonpribumi. Kondisi ini membuktikan bahwa baik pribumi dan nonpribumi mencoba untuk melebur, berbaur sebagai wujud dari konsep pergaulan yang terdapat pada makna “*Nemui Nyimah*.” Meksi demikian, masing-masing tetap menjaga dan memelihara identitas masing-masing. Artinya, upaya mempelajari budaya antar mereka, tapi tidak berarti menghilangkan identitas etnis masing-masing. Konsep pergaulan ini, hanya sebatas pada akulturasi antar dua budaya atau lebih, tanpa menghilangkan budaya asli mereka.

Konteks pernikahan; resepsi pernikahan, undangan dilibatkan semua. Menikah antar suku; Lampung dengan suku lain. Orang Lampung menikah dengan orang Jawa; menggunakan dua adat, tradisi, secara bergantian (Solhan, 2014)

Kondisi yang dipaparkan oleh para informan tersebut menggambarkan sebuah akulturasi pernikahan, yakni proses pembelajaran dan penggabungan dua budaya, tanpa menghilangkan identitas asli dari masing-masing budaya. Akulturasi, merupakan salah satu cara dalam menciptakan keharmonian pada situasi masyarakat multikultur. Akulturasi sebagai strategi dan pendekatan *public relations* budaya atau penyelesaian masalah masyarakat melalui pendekatan budaya antar masyarakat yang terlibat pada situasi komunikasi.

Kent dan Taylor (2003) menjelaskan bahwa membangun hubungan adalah tujuan utama komunikasi *public relations*. Membangun hubungan sangat penting memperhatikan faktor budaya karena budaya sifatnya sangat cair sehingga diperlakukan secara dinamis. Kent dan Taylor menyebut Public Relations Budaya sebagai strategi PR dalam membangun hubungan dengan memperhitungkan budaya sebagai basis dasar kerja PR atau PR Budaya. Aktivitas PR berbasis budaya dengan tujuan yang sama yakni pencitraan dan membangun hubungan internal maupun eksternal. PR Budaya lebih luas dalam kajiannya, mencakup semua tatanan nilai, tidak dibatasi oleh etnis atau ras. Sedangkan PR Multikultur mengkaji citra publik berdasarkan konteks multikultur atau keragaman budaya itu hadir karena adanya perbedaan etnis atau ras.

Berbagai aktivitas masyarakat Lampung, mengisyaratkan adanya pembauran, mulai dari situasi komunikasi, bahasa yang digunakan hingga topik pembicaraan, mencerminkan bahwa sikap masyarakat Lampung sebagai representasi dari konsep luhur Nemui-Nyimah. Konsep yang mengandung nilai ramah dan terbuka, sepertinya sudah mengkristal pada kehidupan masyarakat Lampung. Hadirnya keragaman budaya atau multikulturisme, justru menjadi salah satu pendekatan harmoni dengan membangun hubungan dan citra berbasis multikulturisme di Lampung.

## SIMPULAN

Konsep nilai luhur *Nemui-Nyimah* sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Lampung. Konsep ini telah menyatakan antra pribumi dengan nonpribumi menjadi Lampung Sai atau Lampung Satu. Hal ini seiring dengan tujuan sesepuh Lampung yakni menciptakan

kehidupan harmoni seperti yang tergambar pada slogan Lampung "Sai bumi khua jukhai".

*Nemui-Nyimah* istilah lain dari ramah dan terbuka. Konsep ini sudah tertanam dan mengkristal sejak zaman kolonial Belanda. Pada zaman itu, Belanda sudah menerapkan ilmu Public Relations berbasis budaya atau PR Budaya, sebagai strategi untuk meredam terjadinya resistensi dari warga pribumi. Keragaman budaya atau multikulturisme di Lampung, diterapkan dalam segala aspek kehidupan. Mereka berbaur tanpa memperlihatkan situasi komunikasi, setting bahasa dan topik komunikasi yang pluralis. Suasana komunikasi yang mengedepankan kebersamaan, saling menghargai karena didasari oleh kesadaran atas keragaman budaya atau multikulturisme Lampung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, Lincoln. 2012. *Hand Book of Qualitative*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Heath, Robert. 2005. *Encyclopedia of Public Relations*. London: A Sage Publication.
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hofstede. 2005. *Cultures and Organizations. Intercultural Cooperations and Its Importance for Survival*. USA; Mc Graw Hill
- Kent, Michel. 2008. *Public Relations in Global Contexts*. USA: Sage
- Parekh, Bhikhu. 2000. *Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory*. London: MacMillan Press Ltd.
- Samovar, Porter, McDaniel. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya; Communication Between Cultures*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Turner, Weset. 2008. *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Journal International:**
- Leichy, Greg. *The Cultural Tribes of Public Relations*. Journal of Public Relations Research. 2003. volume 15:4 hlm 277-304.
- okezone.com/read/2013/06/03/407/816831/karnaval-begawi-lestarikan-multikultur-di-bandarlampung.
- <http://abdulsyani.wordpress.com/2011/11/29/pluralitas-budaya-di-lampung-konflik-dan-solusinya/> November 29, 2011 10:05 am