

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keragaman budaya yang dimiliki bangsa Indonesia menjadi sebuah daya tarik tersendiri yang berbeda dengan bangsa lain. Budaya pada umumnya di wariskan secara turun-temurun dari para leluhur ke generasi berikutnya. Budaya ini hadir dari banyaknya etnis yang mendiami wilayah Indonesia.

Budaya merupakan suatu ciri khas yang dapat digunakan sebagai suatu cara untuk membedakan kehidupan antara satu kelompok masyarakat dengan masyarakat lain sebagai jati dirinya. Salah satu faktor yang ikut mempengaruhi ciri khas itu adalah tingkat perubahan. Setidaknya dua komponen yang tidak terlepas dari sasaran perubahan yaitu masyarakat dan kebudayaan, dua hal ini merupakan suatu sifat yang dinamis.

Kebudayaan Melayu merupakan sebuah identitas atau jati diri masyarakat Melayu dalam kehidupan sehari-harinya. Masyarakat Melayu yang ada ditengah air ini ada sejak pengislaman pada abad ke -15. Mereka berdomisili di beberapa wilayah Indonesia yaitu Pesisir Timur Sumatera Utara, Riau, Jambi, Kalimantan Barat, mayoritas masyarakat Melayu beragama Islam, bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-harinya adalah bahasa Melayu dan berpedoman kepada adat istiadat Melayu. Namun karena adanya kehidupan sosial yang saling beragam secara tidak langsung mempengaruhi corak khas dari masing-masing daerah tersebut.

Belakangan ini budaya mempunyai kedudukan yang sangat penting sebagai akibat dari kombinasi beragam fenomena seperti otonomi daerah, modernisasi, globalisasi, serta proses integrasi wilayah. Hal ini terjadi dalam konteks industri budaya yang semakin mengambil alih bentuk-bentuk kreasi dan penyebaran budaya tradisional serta menimbulkan perubahan-perubahan dalam praktek budaya. Pengertian industri budaya umumnya meliputi percetakan, penerbitan, dan produksi multimedia, audio visual, fonografi (rekaman suara), kerajinan dan desain.

Adanya industri budaya, baik barang dan jasa biasanya bertujuan untuk menyampaikan dan membentuk nilai-nilai budaya, menghasilkan dan menggandakan identitas budaya serta memperkuat ikatan sosial. Barang dan jasa budaya merupakan faktor utama dari produksi dalam ekonomi. Tidak ada sebuah industri yang menimbulkan masalah tentang batas-batas politik, ekonomi, dan kelembagaan dari proses integrasi dan globalisasi akan tetapi selalu ingin memberikan yang terbaik bagi masyarakat.

Penelitian ini adalah tentang industri jasa budaya yang tidak untuk dijual atau diperdagangkan. Akan tetapi jasa budaya ini dilakukan untuk menaikkan pamor suatu wilayah atau sebagai kepentingan pihak pemerintah dalam pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Daerah (PEMILUKADA) . Biasanya dalam usaha jasa budaya yang digunakan kearifan lokal yang ada di daerah tersebut. Kearifan lokal ialah suatu tata cara yang berkembang didalam suatu masyarakat lokal secara turun-temurun yang telah menjadi bentuk kebudayaan terdiri dari masyarakat itu sendiri.

Kearifan lokal juga dapat diartikan sebagai pola kehidupan yang ada dalam suatu daerah dan sudah ada sejak dulu dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan lagi dari masyarakat. Salah satu kearifan lokal yang ada di Kabupaten Batubara adalah pesta tapai, pesta tapai ini dijadikan sebagai *local brand* di kabupaten Batubara. Hal tersebut mulai terlihat ketika adanya Otonomi daerah.

Kabupaten Batubara terbentuk dari proses pemekaran wilayah Kabupaten Asahan. Secara hukum kabupaten baru ini disahkan dengan terbitnya Undang-undang Nomor 5 Tahun 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Batubara dan telah dicatat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007, Nomor 7 tambahan lembaran negara Republik Indonesia Nomor 4681.

Selanjutnya setelah kabupaten Batubara terbentuk, pejabat Bupati pertama ialah Drs. H. Sofyan Nasution, M.M, yang dilantik sebagai Gubernur atas nama Menteri Dalam Negeri. Pelantikan ini sekaligus peresmian Kabupaten Batubara dengan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 131.12.225 tahun 2007. Kemudian sejak Juli 2008, Drs. H Sofyan Nasution, M.M, telah masuk dalam masa pensiun kemudian beliau digantikan oleh Drs. Syaiful Syafri, M.M. pada bulan Juli sebagai Pejabat Sementara (Pjs.) Bupati Batubara. Tanggal 23 Desember 2008 ini, tugas dari Bupati Batubara akan segera berakhir. Ia akan digantikan oleh Orang Kaya OK Arya Zulkarnain yang memenangi pilihan raya bupati pada bulan Oktober 2008 dalam masa jabatan 2008-2011.

Dengan terpilihnya OK Arya Zulkarnain, SH, MM sebagai bupati berbagai perubahan dilakukannya. Mulai dari pembangunan jalan, fasilitas sekolah, pelestarian kebudayaan dan lain sebagainya. Salah satu pelestarian kebudayaan

yang dilakukannya ialah melestarikan tradisi masyarakat Melayu pesisir di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi yakni pesta tapai. Tidak tanggung-tanggung untuk melestarikannya bupati ini juga berkeinginan menjadikan pesta tapai sebagai usaha jasa budaya.

Untuk menjadikan sebuah usaha jasa budaya tentunya harus memiliki *brand* atau *merk* yang mana merk yang dibutuhkan ialah *merk* dari kearifan lokal yang ada di daerah kabupaten Batubara. *Brand* atau merk ialah suatu nama, simbol, tanda, desain atau untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. *Local brand* yang dimaksud dalam penelitian ini ialah merek lokal yang ada di daerah kabupaten Batubara yakni pesta tapai.

Selain hal diatas yang melatar belakangi penelitian ini karena penelitian tentang masyarakat Melayu Pesisir Batubara sudah dilakukan, seperti penelitian oleh Nani Rusmini dan kawan-kawan, yang berjudul Upacara Pembantaian dan Pasar Tape Dalam Rangka Menyambut Bulan Suci Ramadhan oleh Masyarakat Melayu di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Asahan pada tahun 1990 pada Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP, namun jumlahnya masih terbatas. Sejauh pengetahuan peneliti dengan pencarian lebih lanjut melalui kepustakaan dan sumber yang berasal dari lembaga – lembaga yang ada di Batubara, tulisan yang mengkaji tentang pesta tapai sebagai *local brand* pada masyarakat melayu pesisir ini, khususnya di Batu Bara belum ada. Namun demikian, penelitian ini bermakna sebagai bentuk kegembiraan dan rasa syukur

kepada sang pemberi keberkahan dalam menyambut bulan suci yakni bulan puasa Ramadhan.

Bertolak dari fenomena-fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut agar mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai **Pesta Tapai sebagai *Local Brand* (Studi Sosiologi terhadap Kearifan Lokal Masyarakat Melayu dalam Otonomi Daerah di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan ketertarikan peneliti, maka beberapa hal yang ingin diketahui dalam penelitian ini yakni:

1. Sejarah pesta tapai di Kabupaten Batubara
2. Cara yang dilakukan untuk menjadikan kearifan lokal sebagai *local brand*
3. Pihak-pihak yang terlibat untuk kearifan lokal sebagai *local brand*
4. Tujuan dijadikannya pesta tapai sebagai *local brand*
5. Persepsi masyarakat terhadap pesta tapai sebagai *local brand*
6. Lembaga yang ikut serta dalam proses pembentukan pesta tapai sebagai *local*

brand

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam dan terarah maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yakni **Pesta Tapai sebagai *Local Brand* (Studi Sosiologi Kearifan Lokal Masyarakat Melayu dalam Otonomi Daerah di Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara)**

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah penelitian ini dirumuskan :

1. Bagaimana sejarah pesta tapai pada masyarakat Melayu di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara ?
2. Bagaimana fungsi pesta tapai sebagai *local brand* di Desa Dahari Selebar?
3. Bagaimana peran masyarakat dan pemerintah untuk menjadikan pesta tapai sebagai *local brand* otonomi daerah Kabupaten Batubara?
4. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap penyelenggaraan pesta tapai sebagai *local brand* Kabupaten Batubara?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejarah pesta tapai pada masyarakat Melayu di Desa Dahari Selebar
2. Untuk mengetahui fungsi pesta tapai sebagai *local brand* di Desa Dahari Selebar
3. Untuk mengetahui peran masyarakat dan pemerintah untuk menjadikan pesta tapai sebagai *local brand* otonomi daerah Kabupaten Batubara
4. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penyelenggaraan pesta tapai sebagai *local brand* Kabupaten Batubara.

1.6 Manfaat Penelitian

Agar tercapai tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

1. Penambahan khasanah keilmuan di bidang Antropologi dan Sosiologi Khususnya yang membahas kelembagaan dan kearifan lokal .
2. Studi perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian pada permasalahan yang sama.
3. Secara praktis juga dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemerintah untuk memahami maupun membuat berbagai kebijakan dalam pelestarian kebudayaan daerah serta kemajuan daerah.