

**STRATEGI HUMAS
CENTRE CULTUREL ET DE COOPERATION LINGUISTIQUE
(CCCL) MENSOSIALISASIKAN KEBUDAYAAN PERANCIS
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Sosial (S.Sos.I) Bidang Ilmu Komunikasi**

PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K D-2007 050 kom	No. REG : D-2007/kom/050 ASAL BUKU: TANGGAL : Oleh : <u>RINI INDAH PURWANTI</u> NIM. BO 63 03 057



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
2007**

Gajah Belang

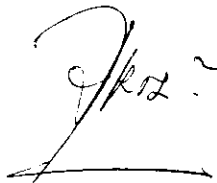
- Jl. Jemur Wonosari Lor No. 74 ☎ 031 - 6439407,
- Gajah Lor No. 5 ☎ 031 - 5951789

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh Rini Indah Purwanti dengan judul
**Strategi Humas *Centre Culturel et de Cooperation Linguistique* (CCCL)
Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya**
telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 24 Juni 2005



Moch. Choirul Arief, S. Ag, M. Fil. I
NIP. 150 285 020

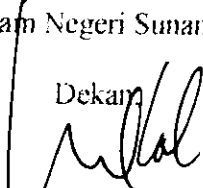
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Rini Indah Purwanti ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 7 Agustus 2007

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan


Prof. Dr. H. Shonhadji Sholeh, Dip. Is.

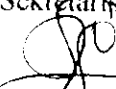
NIP. 150 194 050

Ketua,


Moch. Choirul Arief, S. Ag, M. Fil. I.

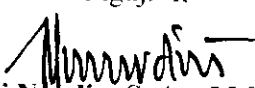
NIP. 150 285 020

Sekretaris,


Survani, S. Ag, M. Si.

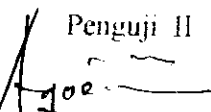
NIP. 150 368 423

Penguji I,


Ali Nurdin, S. Ag, M.Si.

NIP. 150 285 019

Penguji II


Drs. Agoes M. Moefad, SH, M. Si.

NIP. 150 368 419

ABSTRAK

Rini Indah Purwanti, 2007: Strategi Humas *Centre Culturel et de Cooperation Linguistique* (CCCL) Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya.

Kata Kunci : Humas, Strategi

Masalah yang diteliti dalam skripsi adalah :

1. Bagaimana strategi humas CCCL mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya ?
2. Bagaimana humas CCCL membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya?

Dalam menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam melakukan analisis data peneliti menggunakan analisis induktif. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan, dan selanjutnya diklasifikasikan sesuai dengan kerangka penelitian *deskriptif-kualitatif*. Pelaksanaan analisis data sudah mulai dilakukan oleh peneliti ketika mengumpulkan data di lapangan. dengan cara mengelompokkan data. Dalam tahap ini juga dilakukan reduksi (pengurangan) data-data yang tidak diperlukan. selanjutnya peneliti mengkorelasikan antara temuan di lapangan dengan teori, hal ini dilakukan untuk menguatkan teori yang ada berdasarkan data yang ditemukan di lapangan atau menjatuhkan teori yang ada dan melahirkan asumsi-asumsi baru untuk kelahiran suatu teori baru. Kemudian untuk keabsahan data peneliti menggunakan metode ketekunan pengamatan dan metode triangulasi.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah strategi utama yang digunakan oleh humas CCCL dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis adalah dengan pameran. Sedangkan upaya untuk membentuk komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dan seniman Surabaya adalah melalui apresiasi karya. Berdasarkan masalah dan kesimpulan tersebut peneliti masih belum menjawab permasalahan tentang manajemen organisasi lembaga CCCL, proses kerjasama antara CCCL dengan perguruan tinggi yang ada di Surabaya dalam pengembangan ilmu pengetahuan, serta strategi marketing CCCL mencari sponsorship bagi kegiatan CCCL Surabaya. Peneliti berharap bahwa permasalahan-permasalahan tersebut dapat diajukan sebagai bahan penelitian bagi peneliti yang lain.

PERPUSTAKAAN	
IAIN SURABAYA	
No. KLAS	No. REG : D-2007/1com/050
	ASAL BUKU :
	TANGGAL :

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Konsep	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : PERSPEKTIF TEORITIS	
A. Strategi Humas.....	15
B. Kebudayaan Dan Seni Sebagai Media Sosialisasi Budaya	28
C. Komunikasi Lintas Budaya	33
D. Kajian Kepustakaan Penelitian	37
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Obyek Penelitian	42
C. Jenis dan Sumber Data	42
D. Tahap-Tahap Penelitian	44
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	49
G. Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV : PENYAJIAN DATA	
A. Profil CCCL Surabaya	53
1. Visi dan Misi CCCL Surabaya.....	55
2. Struktur dan Job Deskripsi CCCL Surabaya...	56
3. Keanggotaan CCCL Surabaya	61
4. Kegiatan-kegiatan CCCL Surabaya.....	62

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

B. Deskripsi Hasil Penelitian	74
1. Strategi Humas CCCL Surabaya.....	74
2. Upaya CCCL Membangun Komunikasi Lintas Budaya antara seniman Perancis dan seniman Surabaya.....	89
BAB V : ANALISIS DATA	
A. Temuan.....	94
1. Pameran Sebagai Strategi Humas Cccl Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis Di Surabaya	94
2. Apresiasi Karya Sebagai Upaya Cccl Membangun Komunikasi Lintas Budaya Antara Seniman Perancis Dan Seniman Surabaya	96
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori.....	97
1. Strategi Humas CCCL Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya	97
2. Upaya CCCL Membangun Komunikasi Lintas Budaya antara seniman Perancis dan seniman Surabaya	101
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
Lampiran-Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN



A. LATAR BELAKANG MASALAH

Menyimak kebudayaan seringkali diartikan sebagai keseluruhan hasil cipta, rasa dan karya masyarakat yang dipimpin dan diarahkan oleh karsa. Dimana cipta diartikan sebagai proses yang menggunakan daya berfikir dan bernalar, untuk rasa adalah kemampuan menggunakan panca indera dan hati, sedang karsa dapat diibaratkan sebagai komandan atau pemimpin yang menentukan kapan, bagaimana dan untuk apa kedua itu digerakkan dalam memecahkan persoalan di dalam masyarakat dan lingkungan hidup yang hasil akhirnya menjadi karya.

Gambaran tentang kebudayaan di atas menunjukkan bahwa terjalinnya hubungan yang erat dan mesra antara sosial dan budaya. Masyarakat merupakan wahana persemaian dan pertumbuhan kebudayaan, sedang kebudayaan merupakan pedoman bagi manusia dalam masyarakat.

Masyarakat terdiri dari berbagai individu yang memiliki latar belakang berbeda baik dalam tingkah laku maupun pemikiran. Tiap-tiap individu itu kemudian bersatu karena adanya perasaan senasib, memiliki kebutuhan yang sama serta rasa saling membutuhkan satu sama lain yang kemudian menyebabkan terbentuknya suatu masyarakat. Dari masyarakat inilah kebudayaan terbentuk sebagai hasil dari buah cipta rasa dan karsa bersama, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id keterikatan emosi antara mereka kemudian melahirkan nilai-nilai baik moral

maupun etika yang kemudian menjadi ciri khas tertentu pada masyarakat yang membedakan dengan masyarakat yang lain. nilai-nilai inilah yang kemudian dijadikan pedoman bagi mereka dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat.

Penduduk Indonesia yang terdiri dari bermacam-macam suku bangsa, memiliki beraneka ragam kebudayaan. Dari keanekaragaman budaya ini kemudian tercipta kebudayaan nasional yang kemudian menjadi ciri khas bangsa Indonesia. Kebudayaan nasional inilah yang menjadi salah satu kebanggaan bangsa yang harus dijaga dan dilestarikan baik oleh pemimpin bangsa maupun seluruh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, yang berimbas pada semakin mudahnya arus informasi disampaikan, baik antar daerah dalam suatu negara, maupun antar negara. Berbagai jenis informasi dari megara-negara di berbagai belahan dunia dapat dengan mudahnya masuk ke Indonesia melalui berbagai media komunikasi. Masuknya informasi tersebut selain membawa pengetahuan baru bagi penduduk Indonesia, juga membawa nilai-nilai yang selama ini telah dianut oleh masing-masing penyampai informasi. Hal ini tidak dapat dipungkiri merupakan salah satu faktor yang dapat merubah, menghancurkan atau malah mengembangkan kebudayaan Nasional sesuai perkembangan teknologi. Tergantung bagaimana masyarakat dan pemerintah menyikapinya.

Masuknya kebudayaan asing ke Indonesia tidak serta merta dianggap sebagai sebuah virus yang dapat menghancurkan akar-akar kebudayaan

bangsa. Akan tetapi kearifan dalam menyikapi kebudayaan asing sangatlah penting, karena tidak semua kebudayaan asing bernilai negatif dan tidak sesuai dengan kebudayaan Indonesia. Apalagi Indonesia sebagai negara yang memiliki hubungan internasional dengan negara-negara lain di dunia. Pemahaman akan budaya yang dimiliki oleh bangsa lain akan mempermudah hubungan antar negara di berbagai bidang.

Smith dalam sebuah artikelnya menyatakan bahwa kerjasama antar negara semakin luas, dunia memiliki banyak masalah yang tidak bisa diurus oleh masing-masing negara sehingga kerjasama antar negara sangat dibutuhkan. Kerjasama dunia bisa melintasi suatu tema-tema pembicaraan yang sebelumnya bersifat lokal, regional, etnik, kultur politik, maupun ideologi akibat kemajuan teknologi yang mempertukarkan masalah-masalah itu. Karena itu, kita semua perlu dipersiapkan untuk mempelajari cara berpikir, cara berperasaan, cara bertindak pihak lain sebagai mata kuliah baru dalam hidup ini.¹

Oleh karena itu diperlukan suatu analisa yang tepat terhadap kebudayaan yang menjadi ciri khas dan pedoman bagi masyarakat suatu bangsa. Penganalisaan sebuah kebudayaan yang hidup dan berkembang dalam masyarakat dapat kita lakukan melalui berbagai macam pendekatan disiplin ilmu pengetahuan. Agar dapat menganalisa sosial budaya yang hidup dan berkembang setidaknya ada secuil pengetahuan yang dapat kita lakukan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
¹ Alo Liliweri, MS., *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001), hh. 330-331.

Ibaratnya pendekatan di bawah ini adalah sebuah kail. Agar dapat ikan bagaimana upaya yang dilakukannya bergantung pada kesadaran personal maupun kelompok dalam menggunakan kail tersebut.

Pendekatan yang dapat dipakai dalam melihat atau menganalisa kebudayaan diantaranya:

1. Ruang lingkup berlakunya kebudayaan masyarakat itu (lokal, nasional atau universal).
2. Bentuk dari hasil kebudayaan (materi, immateri).
3. Isi daripada kebudayaan (unsur-unsur kebudayaan).
4. Macam-macam kebudayaan (tradisional, modern, post modern).
5. Sejarah dari kebudayaan (prasejarah, sejarah).
6. Manfaat dan dampak dari kebudayaan (personal, masyarakat, negara, dunia).
7. Tujuan dihasilkannya kebudayaan (Tuhan, Manusia, Alam semesta).²

Analisa yang tepat terhadap kebudayaan negeri sendiri dan budaya asing akan sangat membantu terhadap kelestarian kebudayaan nasional. Karena kelestarian kebudayaan tidak hanya didasarkan kepada penjagaan terhadap kemurnian kebudayaan, tetapi juga bagaimana kebudayaan yang ada mampu berkembang selaras dengan perkembangan zaman dan teknologi yang terjadi di masyarakat.

² A. Kartamihardja, *Polemik Kebudayaan*, (Yogyakarta : Kanisius, 1976), h. 45.

Pemahaman terhadap kebudayaan asing juga dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan budaya nasional. Asimilasi serta akulturasi terhadap kebudayaan asing yang memiliki nilai positif dan tidak bertentangan dengan kebudayaan nasional akan memperkaya khazanah kebudayaan Indonesia yang tentunya diharapkan mampu menjawab tantangan zaman.

Suatu kebudayaan bukanlah hasil dari beberapa individu saja, bukan juga hasil dari satu generasi. Kebudayaan mengikutkan keterlibatan beberapa generasi. Sebab itu untuk menjamin kelangsungan budaya (*cultural continuity*), dituntut partisipasi penuh dari generasi-generasi selanjutnya., yang diwujudkan bukan hanya dengan pewarisan pusaka lama, tetapi dalam penghayatan nilai-nilai yang positif. Dalam proses modernisasi dan pembangunan adalah tidak dapat dipertanggungjawabkan membiarkan generasi muda secara kultural terhenti dalam *floating situation* tanpa memberikan pembinaan, yang bukan dimaksudkan sebagai resep, tetapi yang diwujudkan dalam bentuk penyadaran, di mana mereka menemukan identitas mereka sendiri dengan wajah yang sesuai dengan zaman.³

Hubungan internasional yang terjalin antar negara-negara di dunia tidak terlepas dari adanya komunikasi yang baik antara negara satu dengan negara yang lainnya. Adanya diplomasi yang dilakukan oleh negara-negara yang menjalin hubungan diwujudkan dengan penempatan duta-duta besar di suatu negara. Keberadaan para duta besar ini bertujuan untuk mempermudah

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Soerjanto Poespowardojo, *Strategi kebudayaan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka, 1993),
 hh. 236-237.

hubungan antar negara. Berbagai persoalan tentang hubungan antar negara dapat diselesaikan melalui adanya duta besar ini, selain itu duta besar suatu negara juga berfungsi sebagai mediator pertukaran budaya antar negara. Duta-duta besar negara sahabat biasanya bertempat di beberapa kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Yogyakarta dan kota-kota lain.

Surabaya merupakan kota metropolis terbesar kedua di Indonesia. Penduduk kota Surabaya berasal dari berbagai daerah di Indonesia dengan berbagai etnis dan kebiasaan serta budaya yang berbeda-beda. Mereka datang dan menetap dengan berbagai alasan diantaranya adalah mencari nafkah di kota metropolis ini, baik dengan berdagang, mengembangkan usaha maupun menjalin rekanan kerja dengan penduduk setempat, namun ada juga mereka yang tinggal di Surabaya karena mendapatkan jodoh di kota pahlawan ini. Oleh karena itu Surabaya menjadi kota yang kompleks dengan kebudayaan.

Surabaya merupakan kota multi etnis yang kaya akan budaya. Beragam etnis migrasi ke Surabaya. Sebut saja etnis Melayu, China, India, Arab, sementara etnis Nusantara sendiri antara lain Madura, Sunda, Batak, Borneo, Bali, Sulawesi datang dan menetap, hidup bersama serta membaaur dengan penduduk asli membentuk pluralisme budaya yang kemudian menjadi ciri khas kota Surabaya. Kehidupan berkesenian kota Surabaya tumbuh dengan baik. Kesenian tradisional dan modern saling melengkapi membentuk keragaman kesenian Surabaya. Kesenian tradisional tumbuh karena perjalanan sejarah melawan penjajahan zaman dahulu sampai saat ini tetap dilestarikan.

Bentuk kesenian tradisional banyak ragamnya. Ada seni tari, seni musik dan

seni panggung. Ludruk, Gending Jula Juli Suroboyo, tari Remo, Kentrung, Okol, Seni Ujung, Besutan, upacara Loro Pangkon, tari Lenggang Suroboyo dan tari Hadrah.⁴ Berbagai kesenian Surabaya ini merupakan identitas bagi kota Surabaya dan penduduknya.

Di Surabaya terdapat sebuah lembaga Pusat Kebudayaan Perancis yang dikenal dengan nama *Centre Culturel Et De Cooperation Linguistique* (CCCL). CCCL merupakan lembaga non profit yang menjadi kepanjangan tangan dari kedutaan besar Perancis di Indonesia dalam segi sosial budaya. CCCL telah banyak menyelenggarakan berbagai event-event kebudayaan terutama kebudayaan Perancis. Berbagai seniman dari perancis pernah datang dan menunjukkan karyanya di Surabaya melalui event-event yang diselenggarakan oleh CCCL. Selain mengusung event-event yang memperkenalkan kebudayaan Perancis CCCL juga tidak jarang menyelenggarakan event yang melibatkan seniman-seniman Indonesia, khususnya seniman Surabaya. Sehingga CCCL telah menjembatani pertukaran budaya Indonesia – Perancis.

Melalui lembaga CCCL ini kedutaan Perancis berupaya untuk mengenalkan kebudayaan Perancis kepada masyarakat Surabaya pada umumnya dan seniman Surabaya pada khususnya sebagai jembatan hubungan budaya antar kedua Negara yang tentunya akan berpengaruh secara tidak langsung kepada hubungan di berbagai bidang.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁴ WWW. Surabaya.co.id

Namun, masuknya budaya baru pada suatu masyarakat tidak serta merta dapat diterima secara langsung oleh masyarakat yang bersangkutan. Nilai-nilai yang ada dan telah dianut oleh masyarakat pada budaya setempat turut menentukan diterima atau tidaknya budaya asing. Apalagi selama ini berkembang asumsi bahwa budaya timur yang cenderung mengedepankan kesopanan dan kerjasama dan gotong royong sering bertentangan bahkan bersebelahan dengan budaya barat yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Kemampuan ilmu dan teknologinya yang didukung oleh sikap yang rasional , kritis, analitis, serta orientasi pada alam
- b. Menjunjung martabat manusia sebagai individu / persona dengan nilai-nilai kebebasan, demokrasi, hak asasi.
- c. Tertib hukum yang menjamin kerja secara disiplin sehingga institusi sosial dapat berjalan menuju kesejahteraan.
- d. Dinamika hidup yang berjalan secara dialektis.
- e. Namun, disertai juga sikap individualisme yang didukung oleh sistem ekonomi yang kapitalistis, sehingga menimbulkan masalah kesenjangan.
- f. Persepsi hukum yang legalistis, sehingga mendorong pendekatan yang kaku dan kurang memberi tempat yang otentik pada nilai kemanusiaan. Kekerasan dapat dipakai sebagai alasan untuk mempertahankan diri (just war).

- g. Sikap dan kecenderungan untuk menguasai alam menimbulkan dampak kerusakan serta pencemaran dalam kehidupan masyarakat. Eksploitasi akhirnya diarahkan pada manusia.⁵

Adanya Pusat Kebudayaan Perancis (CCCL) ini menarik minat peneliti untuk mengetahui kinerja Humas CCCL yang mampu membangun komunikasi antara seniman Perancis dan seniman Surabaya, mengenalkan kebudayaan Perancis kepada masyarakat Surabaya sekaligus membangun jembatan budaya antar Surabaya-Perancis. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui komunikasi lintas budaya yang terbangun antara seniman Perancis dan Seniman Surabaya, Serta bagaimana humas CCCL mewujudkan komunikasi lintas budaya tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Fenomena tersebut di atas peneliti menentukan fokus penelitian pada “Strategi Humas CCCL sebagai Lembaga kepanjangan tangan kedutaan Perancis dalam mengenalkan kebudayaan Perancis di Surabaya, dengan rumusan masalah :

1. Bagaimana strategi humas CCCL mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya ?
2. Bagaimana humas CCCL membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya?

⁵ Soerjanto Poespowardojo, *Op. Cit.* h. 107-108
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui strategi humas CCCL mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya.
2. Untuk mengetahui proses humas CCCL membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diajukan dengan harapan dapat membawa manfaat baik manfaat teoritis maupun praktis.

Manfaat teoritis penelitian ini diantaranya dapat memberikan wawasan bagi pengembangan teori komunikasi terutama pada kajian tentang strategi public relations dan komunikasi lintas budaya.

Sedangkan manfaat praktis dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini antara lain :

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi praktisi dunia kehumasan, terutama praktisi yang bekerja di lembaga non profit, agar mampu menerapkan strategi humas yang efektif.
2. Dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam menjalankan komunikasi lintas budaya, serta memahami budaya asing dengan bijak.

E. DEFINISI KONSEP

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dalam penelitian, dan suatu konsep merupakan generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga bisa dipakai untuk menggambarkan fenomena yang sama.⁶

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Solo : Rhamadani, 1991), h. 31.

Agar penelitian ini dapat ditangkap dengan baik dan terhindar dari ambiguitas dan kesalahan persepsi dalam pemahamannya, maka peneliti merasa perlu memberikan pembatasan mengenai pengertian judul penelitian ini dengan jelas, antara lain :

1. Strategi Humas CCCL

Menurut Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, batasan pengertian tentang strategi Public Relations adalah “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan public relations dalam kerangka suatu rencana public relations (*public relations plan*).”⁷

Berdasarkan pengertian tersebut maka Strategi Humas CCCL diartikan sebagai kiat atau taktik yang dipergunakan oleh humas kebudayaan CCCL dalam penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program kerja dalam rangka mewujudkan tujuan lembaga sebagai wadah untuk memperkenalkan kebudayaan Perancis di Surabaya.

2. Sosialisasi Kebudayaan Perancis

Sosialisasi adalah suatu proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat yang baru. Dalam arti luas, sosialisasi adalah suatu usaha masyarakat mengantar warganya masuk ke dalam kebudayaan. Dalam arti sempit dapat dirumuskan sebagai suatu bentuk kegiatan masyarakat yang di dalamnya individu-individu diajar dan belajar memahorkan diri dalam peran sosial yang sesuai dengan bakatnya.⁸

⁷ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 124.

⁸ Alo Liliweri, *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001), h. 210.

Sedangkan Sir Edward Burnett Tylor mendefinisikan kebudayaan sebagai kompleks keseluruhan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum moral, kebiasaan dan lain-lain, kecakapan dan kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.⁹

Sosialisasi Kebudayaan Perancis didefinisikan sebagai suatu proses bagaimana mengenalkan kebudayaan Perancis kepada seseorang masyarakat yang telah memiliki kebudayaan sendiri dan bagaimana orang/masyarakat tersebut menentukan tanggapan serta reaksi-reaksinya terhadap kebudayaan Perancis tersebut.

Dalam hal ini peneliti membatasi Kebudayaan Perancis pada karya seni seniman Perancis baik berupa seni musik, seni lukis, seni tari, teater, fotografi, puisi, novel, cerpen maupun film.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini, penulis menyusun sistematika pembahasan yang terbagi menjadi 6 (enam) bab, yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan tentang konteks penelitian yang merupakan gambaran fenomena yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian yang kemudian dirumuskan dalam fokus penelitian untuk memberikan batasan terhadap masalah yang diteliti, dilanjutkan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁹ William A. Haviland, *Antropologi*, Alih Bahasa : R. G. Soekadijo, (Jakarta : Erlangga, 1995), h. 332.

BAB II : PERSPEKTIF TEORITIS

Pada bab ini dikemukakan tentang beberapa teori yang digunakan oleh peneliti sebagai landasan dalam melakukan penelitian, landasan teori yang dikemukakan dalam bab ini, meliputi : Pengertian, Ruang Lingkup Tugas dan Strategi Humas, Karakteristik Kebudayaan dan Seni Sebagai Media Sosialisasi serta Komunikasi lintas budaya.

Selain itu dalam bab ini peneliti juga akan mengemukakan beberapa penelitian terdahulu yang ada keterkaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan referensi dalam melakukan penelitian. Pembahasan mengenai hal tersebut terdapat pada Kajian Kepustakaan Penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian ini peneliti akan memaparkan berbagai macam metode yang dilakukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitiannya untuk mendapatkan data yang diharapkan serta mengolahnya menjadi hasil penelitian berdasarkan fokus penelitian, metode-metode itu terdiri dari : Jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti serta alasan peneliti memilihnya, wilayah penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data yang menjelaskan bagaimana peneliti mendapatkan data, teknik analisis data.

BAB IV : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini dikemukakan tentang gambaran lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu CCCL Surabaya. Dalam bab ini akan dibagi menjadi dua sub bab yaitu : Profil CCCL Surabaya, serta deskripsi hasil penelitian yang membahas tentang jawaban permasalahan dalam penelitian yaitu strategi humas CCCL dalam mensosialisasikan budaya Perancis di Surabaya dan upaya humas CCCL Surabaya membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dan seniman Surabaya.

BAB V : ANALISIS DATA

Pada bab V ini akan dikemukakan analisis terhadap berbagai data yang ditemukan oleh peneliti selama melakukan penelitian sebagai jawaban permasalahan dalam penelitian. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai kaitan antara temuan data dengan teori.

BAB VI : PENUTUP

Bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan hasil penelitian serta saran peneliti pada CCCL sebagai wilayah penelitian serta rekomendasi tentang permasalahan yang belum diteliti oleh peneliti. Untuk dijadikan referensi permasalahan bagi peneliti yang lain untuk melaksanakan penelitian.

BAB II

PERSPEKTIF TEORITIS

A. STRATEGI HUMAS

1. Pengertian Humas

Definisi humas / public relations banyak sekali diungkapkan oleh para ahli maupun praktisi, berdasarkan pendekatan dan disiplin ilmu yang mereka miliki. Namun pada intinya definisi-definisi tersebut merujuk pada satu pengertian bahwa humas adalah sebuah kegiatan dari organisasi / perusahaan yang dilakukan dengan tujuan menciptakan nama baik organisasi / perusahaan di masyarakat. Adapun beberapa definisi yang berkaitan dengan Humas adalah :

Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.¹

Sebuah panitia yang anggotanya terdiri dari para ahli public relations yang terkenal telah mengambil tiga definisi yang mereka anggap yang terbaik dari definisi-definisi yang disampaikan itu :

¹ M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), hh. 1-2.

- a. Definisi J. C. Seidel, berbunyi : “Public Relations adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha management untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya; ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”.
- b. Definisi W.Emerson Reck, berbunyi : “Public Relations adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari mereka. Pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya”.
- c. Definisi Howard Bonham, menyatakan :”Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi / badan”.²

Lembaga Publik Relations di Amerika Serikat mendefinisikan Publik Relations sebagai “usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya”.³

² Oemi Abdurrachman, *Dasar – Dasar Public Relations*, (Bandung : Citra Aditya Bhakti, 2001), hh. 24-25.

³ Colin Coulson, Thomas, *Public Relations Pedoman Praktis Untuk PR*, Alih Bahasa : Lucas Ginting, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), h. 3.

Sedangkan pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978, ditetapkan definisi humas sebagai berikut :
 “humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya”.⁴

2. Ruang Lingkup Tugas Humas

Di dalam Public Relations terdapat suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya. Dalam Public Relations terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara sesuatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan; sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan itu.⁵

Adapun ruang lingkup tugas public relations dalam sebuah organisasi / lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit / badan / perusahaan atau organisasi itu

sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali

⁴ M.Linggar Anggoro, *Op. Cit*, h. 2.

⁵ Oemi Abdurrachman, *Op. Cit*, h. 27.

hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.⁶

Professor Melin Sharpe menggunakan istilah komunikasi yang “harmonis” dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan publiknya. Menurut Professor Sharpe ada lima prinsip untuk menjalankan hubungan yang harmonis ini :

- a. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas.
- b. Keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain.
- c. Langkah-langkah yang fair untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*.
- d. Komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan.
- e. Evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian yang dibutuhkan bagi *social harmony*.⁷

3. Strategi dan Perencanaan Program Humas

Public relations / Humas bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” (*favorable image*)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁶ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, h. 23.

⁷ Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : Grafiti, 1994), hh. 8-9.

bagi organisasi / perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para stakeholdersnya sasaran yang terkait yaitu public internal dan public eksternal. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi kegiatan Humas / PR semestinya diarahkan pada upaya menggarap persepsi para stakeholder, akar sikap tindak dan persepsi mereka. Konsekuensinya, jika strategi penggarapan itu berhasil maka akan diperoleh sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan dari stake holder sebagai khalayak sasaran. Pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang menguntungkan.⁸

Managemen dalam konteks strategi mempunyai peran untuk membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan dalam lingkungan usahanya. Public relations mempunyai peranan yang penting dalam upaya mengefektifkan organisasi dengan membangun hubungan jangka panjang dengan lembaga-lembaga strategis.⁹ *Strategic management* bagi seorang public relations adalah suatu rencana strategis atau rencana jangka panjang perusahaan yang akan berusaha dicapai untuk memenuhi tujuan dari perusahaan tersebut, untuk mendukung rencana jangka panjang perusahaan tersebut seorang public relations dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan fakta dan opini yang beredar, baik di dalam maupun di luar perusahaan.

⁸ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, h. 124-125.

⁹ Rhenald Kasali, *Op. Cit.*, h. 32.

- b. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis.
- c. Melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) yang dimaksudkan disini adalah menganalisis kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan yang merupakan unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan. Serta tak lupa juga mengkaji peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang merupakan unsur-unsur yang berasal dari luar perusahaan.¹⁰

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi public relations :

- a. Komponen sasaran, umumnya adalah para stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara structural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyanggah opini bersama (*common opinion*), potensi polemik dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian publik sasaran (*target public*).
- b. Komponen sarana adalah paduan atau bauran sarana untuk menggarap suatu sasaran, yang pada strategi public relations berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut ke arah posisi atau dimensi yang menguntungkan.¹¹

Landasan umum dalam proses penyusunan strategi public relations, menurut Ahmad S. Adnanputra dalam makalah “PR Strategy”, yang digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹⁰ *Ibid*, h. 34.

¹¹ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, h. 12.

berkaitan dengan fungsi-fungsi PR / Humas secara integral melekat pada manajemen perusahaan / lembaga, yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
2. Identifikasi unit-unit sasarannya.
3. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasaran.
4. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
5. Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi public relations.
6. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintah dan lain sebagainya.
7. Langkah terakhir adalah menjabarkan strategi public relations, dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan dan penilaian / evaluasi hasil kerja.¹²

Sebagai penjabaran dari strategi yang telah disusun, public relation kemudian membuat program kerja dengan terlebih dahulu membuat perencanaan humas. Ada empat alasan mengapa perencanaan humas perlu dilakukan. Keempat alasan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- b. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹² Ibid., h. 130

- c. Untuk menyusun skala prioritas guna menentukan (i) jumlah program dan (ii) waktu yang diperlukan untuk melaksanakan segenap program humas yang telah diprioritaskan itu.
- d. Untuk menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai jumlah dan kualitas (i) personil yang ada, (ii) daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan, dan sebagainya, serta (iii) anggaran dana yang tersedia.¹³

Tanpa adanya perencanaan terhadap program, praktisi humas akan bekerja tanpa arah. Kegiatan yang dilakukan tanpa perencanaan yang matang akan berpengaruh terhadap kinerja humas, karena mereka tidak akan mengalami kesulitan untuk menentukan sejauh mana kemajuan yang telah dicapai.

Adapun dalam membuat perencanaan ada model perencanaan humas enam langkah yang sudah diterima secara luas oleh para praktisi humas profesional, sebagai berikut :¹⁴

a. Pengenalan Situasi

Kunci pertama dalam menyusun suatu rencana secara logis adalah pemahaman terhadap situasi yang ada. Menganalisis situasi yang efektif menuntut suatu pemahaman mengenai orang dan sikapnya terhadap informasi. Sedangkan kebutuhan untuk menganalisis merupakan keinginan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat

¹³ Frank Jefkins, *Public Relations*, Alih Bahasa : Haris Munandar, (Jakarta : Erlangga, 1995), h. 49.

¹⁴ *Ibid*, h. 50.

dilaksanakan segera. Kekurangan informasi, penyimpangan dan manipulasi kerap menjadi akar penyebab timbulnya masalah-masalah komunikasi.¹⁵

b. Penetapan Tujuan

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran public relations adalah sebagai berikut :

1. Membangun identitas dan citra perusahaan (*Building corporate identity and image*).
2. Menghadapi krisis (*Facing of Crisis*).
3. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*Promotion public causes*).¹⁶

c. Definisi Khalayak

Sebesar apapun organisasi ia tidak mungkin menjangkau semua orang. Ia harus menentukan sebagian di antaranya yang sekiranya paling sesuai atau yang paling dibutuhkannya. Dengan jenis dan jumlah khalayak yang lebih terbatas, suatu organisasi akan lebih efisien dalam menggarapnya, apalagi jika dikaitkan dengan kelangkaan sumber daya. Di antara khalayak yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah para pegawai dan pengelola perusahaan itu sendiri, para pemasok, investor, distributor, konsumen, sampai ke para pemimpin atau pencipta pendapat umum.¹⁷

¹⁵ Colin Coulson, Thomas, *Op. Cit.*, hh. 47-48.

¹⁶ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, hh. 23-24.

¹⁷ *Ibid.*, hh. 58.

d. Pemilihan Media dan Teknis Humas

Salah satu kemampuan penting yang harus dikuasai oleh praktisi humas adalah menjalin hubungan baik dengan kalangan media massa.¹⁸ Ada sejumlah prinsip umum yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi humas dalam menciptakan dan membina hubungan pers yang baik. prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memahami dan melayani media.
2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya.
3. Menyediakan salinan yang baik.
4. Bekerja sama dalam penyediaan materi.
5. Menyediakan fasilitas verifikasi.
6. Membangun hubungan personal yang kokoh.¹⁹

e. Perencanaan Anggaran

Arti penting dari penyusunan anggaran (budgeting) bersumber dari adanya sejumlah alasan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai suatu program / kampanye Humas.
2. Sebaliknya, dengan penganggaran akan dapat diketahui program-program humas apa saja yang biasa dilaksanakan tanpa sedikitpun melanggar batasan jumlah dana yang tersedia.
3. Setelah program dan jumlah biaya yang diperlukan diketahui secara pasti maka anggaran dapat berfungsi sebagai suatu pedoman atau daftar kerja yang harus dipenuhi. Daftar ini dapat diatur susunannya sehingga menyerupai sebuah jadwal kerja yang rapi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹⁸ M.Linggar Anggoro, *Op. Cit*, hh. 133.

¹⁹ *Ibid*, h. 155.

4. Anggaran memaksakan disiplin pengeluaran dana sehingga mencegah terjadinya pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan dan tidak perlu, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan soal pengeluaran atau pembiayaan akan berjalan tepat sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
5. Setelah suatu kampanye atau program humas dirampungkan maka hasil karya dapat dibandingkan dengan anggaran tadi guna mengetahui apakah dana yang disediakan sudah memadai, atau sebaliknya apakah program yang telah berlangsung itu cukup efisien dari segi biaya. Atas dasar tersebut juga dapat diketahui sektor pengeluaran mana yang alokasi dananya perlu ditambah atau dikurangi.²⁰

f. Pengukuran Hasil

Tiga hal pokok yang dijadikan pedoman dalam pengukuran hasil oleh public relations adalah :

1. Teknik-teknik yang digunakan untuk menganalisis situasi seringkali juga dimanfaatkan guna mengevaluasi berbagai hasil yang telah dicapai dari segenap kegiatan humas yang telah dilaksanakan.
2. Metode-metode evaluasi hasil biasanya diterapkan pada tahapan perencanaan.
3. Setiap program humas harus memiliki tujuan yang pasti.²¹

Berbagai kegiatan dalam public relations dapat dilaksanakan dengan menunjukkan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan

²⁰ Linggar Anggoro, *Op. Cit.*, h. 87.

²¹ Frank Jefkins, *Op.Cit.*, hh. 64.

direncanakan. Memberikan keterangan-keterangan / penjelasan-penjelasan pada publik dengan jujur, sehingga public merasa *well-informed* dan diikutsertakan dalam usaha-usaha badan itu. Selain daripada itu sikap yang simpatik, yang ramah dan kata-kata yang sopan, yang menunjukkan perhatian terhadap "*public welfare*", perhatian terhadap kritik-kritik dan saran-saran publik dengan bijaksana akan dapat memberikan kepuasan pada usaha-usaha public relations tadi.²²

4. Model Kampanye Humas

Menurut James E. Grunig, bahwa perkembangan PR dalam konsep dan praktik dalam proses komunikasi yaitu terdapat 4 model (*four typical ways of conceptual and practicing communication*) sebagai berikut :

a. *Model Publicity or Press Agency*

Dalam model ini, PR / Humas melakukan propaganda atau kampanye melalui proses komunikasi searah (*one way process*) untuk tujuan publisitas yang menguntungkan, khususnya dalam menghadapi media massa, model ini dimanfaatkan dalam proses komunikasi periklanan atau dalam bentuk komunikasi persuasif lainnya.

b. *Model Public Information*

Dalam hal ini PR / humas bertindak seolah-olah sebagai *journalist in residence*. Berupaya membangun kepercayaan organisasi melalui proses komunikasi searah (*one way process*) dan tidak mementingkan persuasif. Unsur kebenaran dan obyektivitas pesan (informasi) selalu diperhatikan oleh pihak nara sumbernya.

²² Oemi Abdurrachman, *Op. Cit*, h. 27.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

c. *Model Two Way Asymmetrical*

Tahapan model ini PR / humas melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah dan penyampaian pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah (*Scientific Persuasive*). Dalam hal model ini masalah *feedback* dan *feedforward* dari pihak publik diperhatikan serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak diperlukan sebelum melakukan komunikasi. Maka kekuatan, membangun hubungan (*relationship*) dan pengambilan inisiatif selalu didominasi oleh si pengirim (*sources*).

d. *Model Two Way Symmetrical*

Model komunikasi simetris dua arah yang menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima, dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.²³

5. Teori Clozentropy

Studi yang dilakukan oleh Lowry dan Marr terhadap *Clozentropy Theory* itu menekankan pentingnya pra keakraban dengan isi pesan yang

²³ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003). hh. 103-105.

janggal. Dari hasil penelitian Lowry dan Marr di Amerika Serikat dan Philipina ini tampak pentingnya pra keakraban (*prior familiarity*) dalam komunikasi internasional, sekalipun hubungan antara dua negara yang terlibat dalam komunikasi ditinjau dari bahasa bersifat monolingual, apalagi jika antara dua negara berbeda dalam bahasa, kebudayaan dan politik.²⁴

B. KEBUDAYAAN DAN SENI SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI BUDAYA

1. Karakteristik Kebudayaan

Sir Edward Burnett Tylor mendefinisikan kebudayaan sebagai kompleks keseluruhan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum moral, kebiasaan dan lain-lain, kecakapan dan kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.²⁵

Kebudayaan meliputi segala perbuatan manusia, seperti misalnya cara ia menghayati kematian dan membuat upacara-upacara untuk menyambut peristiwa itu; demikian juga mengenai kelahiran, seksualitas, cara-cara mengolah makanan, sopan-santun waktu makan, pertanian, perburuan, cara ia membuat alat-alat, pakaian, cara-cara untuk menghiasi rumah dan badannya. Itu semua termasuk kebudayaan, seperti juga kesenian, ilmu pengetahuan dan agama.²⁶

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hh. 296-297.

²⁵ William A. Haviland, *Antropologi*, Alih Bahasa : R. G. Soekadijo, (Jakarta : Erlangga, 1995), h. 332.

²⁶ C. A. Van Peursen, *Strategi Kebudayaan*, (Yogyakarta : Kanisius, 1994), hh. 10-11.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Menurut Kluckhohn hampir semua antropolog Amerika setuju dengan dalil proposisi yang diajukan oleh Herkovits dalam bukunya yang berjudul *Man and His work* tentang teori kebudayaan, yaitu :

- a. Kebudayaan dapat dipelajari.
- b. Kebudayaan berasal atau bersumber dari segi biologis, lingkungan, psikologis dan komponen sejarah eksistensi manusia.
- c. Kebudayaan mempunyai struktur.
- d. Kebudayaan dapat dipecah-pecah ke dalam berbagai aspek.
- e. Kebudayaan bersifat dinamis.
- f. Kebudayaan mempunyai variabel.
- g. Kebudayaan memperlihatkan keteraturan yang dapat dianalisis dengan metode ilmiah.
- h. Kebudayaan merupakan alat bagi seseorang (individu) untuk mengatur keadaan totalnya dan menambah arti kesan kreatifnya.²⁵

Sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Herkovits yang menyatakan bahwa kebudayaan bersifat dinamis maka masyarakat dan kebudayaan dimanapun selalu dalam keadaan berubah. Terjadinya perubahan ini disebabkan oleh beberapa hal :

- a. Sebab-sebab yang berasal dari dalam masyarakat dan kebudayaan sendiri, misalnya perubahan jumlah dan komposisi penduduk.
- b. Sebab-sebab perubahan lingkungan alam dan fisik terdapat mereka hidup. Masyarakat yang hidupnya terbuka, yang berada dalam jalur-

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁵ M. Munandar Sulaeman, *Ilmu Budaya Dasar Suatu Pengantar*, (Bandung : PT. Refika Aditama, 1998),, hh. 10-11.

jalur hubungan masyarakat dan kebudayaan lain, cenderung untuk berubah secara lebih cepat.²⁶

Pada umumnya, kebudayaan dikatakan bersifat adaptif, karena kebudayaan itu melengkapi manusia dengan cara-cara penyesuaian pada kebutuhan-kebutuhan fisiologis dari badan mereka sendiri, dan penyesuaian pada lingkungan yang bersifat fisik-geografis, maupun pada lingkungan sosialnya.²⁷

Proses penerimaan perubahan berbagai faktor yang mempengaruhi diterima atau tidaknya suatu unsur kebudayaan baru diantaranya :

- a. Terbiasanya masyarakat memiliki hubungan atau kontak dengan kebudayaan dan dengan orang-orang yang berasal dari luar masyarakat tersebut.
- b. Jika pandangan hidup dan nilai-nilai yang dominan dalam suatu kebudayaan ditentukan oleh nilai agama dan ajaran ini terjalin erat dalam keseluruhan pranata yang ada, maka penerimaan unsur baru itu mengalami kelambatan dan harus disensor dulu oleh berbagai ukuran yang berlandaskan ajaran agama yang berlaku.
- c. Corak struktur sosial suatu masyarakat turut menentukan proses penerimaan kebudayaan baru .
- d. Suatu unsur kebudayaan diterima jika sebelumnya sudah ada unsur-unsur kebudayaan yang menjadi landasan bagi diterimanya unsur kebudayaan baru tersebut.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁶ *Ibid*, h. 29.

²⁷ T. O. Ihromi, *Pokok-pokok Antropologi Budaya*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1996), h. 28.

- e. Apabila unsur yang baru itu memiliki skala kegiatan yang terbatas, dan dapat dengan mudah dibuktikan kegunaannya oleh warga masyarakat yang bersangkutan.²⁸

Tak dapat dipungkiri bahwa kebudayaan asing pun mempunyai pengaruh positif terhadap pengembangan kebudayaan nasional, yaitu :

- a. Memperkaya kehidupan dalam bidang seni musik, lukis, busana, sastra, drama, dan lain-lain.
 - b. Mengidentifikasi nilai-nilai universal untuk memberi bobot tertentu pada proses pengembangan kebudayaan tradisional.
 - c. Mendorong dan memberi pola pada sistem pendidikan nasional.
 - d. Memperluas wawasan berpikir dan membantu dalam pengembangan hubungan antar bangsa.
 - e. Mendorong tumbuhnya sikap dan perilaku mandiri yang sudah berakar dalam kebudayaan lokal.²⁹
2. Seni Sebagai Media Sosialisasi Budaya

Seni adalah suatu hakiki yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sejak muncul dalam waktu, manusia telah menampilkan diri sebagai seorang artis. Dan seluruh sejarah kebudayaan manusia pun ditandai dengan gerak dinamika jiwa seni manusia sebagaimana terungkap dalam berbagai ragam karya seni.³⁰

²⁸ M. Munandar Sulaeman, *Op. Cit.*, h. 131.

²⁹ Raffael Raga Maran, *Manusia dan Kebudayaan dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2000), h. 66.

³⁰ *Ibid.*, h. 103.

Seluruh kebudayaan merupakan satu proses belajar yang besar. Dalam bidang kesenian misalnya manusia terus menerus mencari bentuk-bentuk ekspresi baru. Kebudayaan sebagai suatu proses belajar tidak menjamin kemajuan dan perbaikan yang sejati. Justru karena kebudayaan merupakan proses belajar, maka kita harus bertanya apa kriterianya dan apa tujuannya.³¹

Melalui karya-karya seni, seperti seni sastra, musik, tari, lukis, dan drama, manusia mengekspresikan ide-ide, nilai-nilai, cita-cita, serta perasaan-perasaannya. Banyak hal, pada pengalaman manusia yang tak terungkapkan dengan bahasa rasional, dan hanya dapat diungkapkan dengan bahasa simbolik : seni.³²

Sebuah simbol dari perspektif kita adalah sesuatu yang memiliki signifikansi dan resonansi kebudayaan. Simbol tersebut memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan juga memiliki makna yang dalam. Karena itu, simbol-simbol membantu kita tanggap terhadap sesuatu. Simbol-simbol membantu kita dalam mempertajam tingkah laku dan prestasi kebudayaan. Pemahaman kita tentang simbol (dan jenis tanda-tanda lain yang baik) sering tergantung pada apa yang kita terapkan pada simbol-simbol itu yang merupakan warisan budaya kita.³³

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 C. A. Van Peursen, *Op. Cit.*, h. 144.

³² Raffael Raga Maran, *Op. Cit.*, h. 46.

³³ Arthur Asa Berger, *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, Alih Bahasa : M. Dwi Mariantio, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 2000), hh. 23-24.

Suatu karya artistik selalu bersifat sosial. Kehadiran suatu karya seni selalu mengandaikan kehadiran suatu masyarakat yang berjiwa kreatif, dinamis, dan agung. Suatu karya seni tidak saja melambangkan kehadiran sang artis, seniman yang menciptakannya, melainkan melambangkan juga kehadiran masyarakat di mana sang artis itu berada dan berkarya. Sejenius apapun seorang artis, ia hanya dapat berkarya dalam suatu konteks sosial, dalam suatu lingkungan masyarakat.³⁴

C. KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA

Proses yang dilalui individu-individu untuk memperoleh aturan-aturan (budaya) komunikasi dimulai pada masa awal kehidupan. Melalui proses sosialisasi dan pendidikan, pola-pola budaya ditanamkan ke dalam sistem saraf dan menjadi bagian kepribadian dan perilaku kita. Proses belajar yang terinternalisasikan ini memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan anggota-anggota budaya lainnya yang juga memiliki pola-pola komunikasi serupa. Proses memperoleh pola-pola demikian oleh individu-individu itu disebut enkulturasi.³⁵

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya. Dalam keadaan demikian, kita segera dihadapkan kepada masalah-masalah yang ada dalam suatu situasi di mana suatu pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain.³⁶

³⁴ digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Rafael Raga Maran, *Op. Cit.*, h. 105.

³⁵ Dedy Mulyana, Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Antar Budaya Panduan Komunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1996), h. 138.

³⁶ *Ibid.*, h. 25.

Dalam komunikasi antar budaya terdapat unsur-unsur sosio-budaya yang merupakan bagian-bagaian dari komunikasi antar budaya, yaitu :

1. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Dengan kata lain persepsi adalah cara kita mengubah energi-energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna. Tiga unsur sosio-budaya yang mempunyai pengaruh besar dan langsung atas makna-makna yang kita bangun dalam persepsi kita adalah : sistem kepercayaan (*belief*), nilai (*value*), sikap (*attitude*), pandangan dunia (*world view*), dan organisasi social (*social organization*).³⁷

2. Proses-Proses Verbal

Proses-proses verbal tidak hanya meliputi bagaimana kita berbicara dengan orang lain namun juga kegiatan-kegiatan internal berpikir dan pengembangan makna bagi kata-kata yang kita gunakan. Proses-proses ini secara vital berhubungan dengan persepsi dan pemberian serta pernyataan makna.³⁸

3. Proses-proses Non Verbal

Kebanyakan ahli sepakat bahwa hal-hal berikut meski dimasukkan dalam proses-proses nonverbal, yaitu : isyarat, ekspresi wajah, pandangan mata, postur dan gerakan tubuh, sentuhan, pakaian, artefak, diam, ruang, waktu dan suara.³⁹

³⁷ *Ibid.*, hh. 25-26.

³⁸ *Ibid.*, h. 30.

³⁹ *Ibid.*, h. 31.

Ada suatu model komunikasi, yang melihat proses komunikasi sebagai pertukaran (exchange) dan pembagian bersama (sharing of) informasi selama beberapa waktu tertentu. Dengan model komunikasi ini diharapkan akan dicapai suatu cara pendekatan yang tidak terikat pada kaidah atau batasan salah satu kebudayaan tertentu saja, tetapi sebaliknya dapat menggambarkan kenyataan yang sesungguhnya dalam masyarakat. Model yang dimaksud ialah Model Komunikasi Konvergensi (*convergence model of communication*), yang diutarakan oleh Rogers dan Kincaid 1981.⁴⁰

Perspektif konvergensi ini berasal dari teori fisika yang menjelaskan tentang pembiasan sinar pada pantulan kaca. Analogi ini digunakan dalam penelitian komunikasi antarbudaya yang diasumsikan dapat menjelaskan tujuan utama teori komunikasi antarbudaya.⁴¹

Model Konvergensi yang diungkapkan oleh Rogers dan Kincaid menekankan komunikasi sebagai proses penciptaan dan pembagian bersama (*Field of Experience*) informasi untuk tujuan mencapai saling pengertian bersama (*mutual understanding*) antara para pelakunya.⁴²

Model konvergensi mengemukakan bahwa komunikasi manusia selalu dinamik, dia mengikuti suatu proses siklus sepanjang waktu, hubungan timbal balik bukan satu arah, dan model ini menekankan ketergantungan relasi satu sama lain. Analisis terhadap proses komunikasi selalu berada pada tiga tingkatan : (1) Analisis fisik ; (2) Psikologis ; dan (3) sosial ; tiga model inilah

⁴⁰ Lusiana Andriani Lubis, *Komunikasi Antar Budaya*, (<http://USU.org.id/digital/library.html>, diakses tanggal 23 Juni 2007).

⁴¹ Alo Liliweri, *Op. Cit.*, h. 82.

⁴² Lusiana Andriani Lubis, *Komunikasi Antar Budaya*, (<http://USU.org.id/digital/library.html>, diakses tanggal 23 Juni 2007).

yang membesarkan model konvergensi itu. Keseimbangan antara fisik, psikologis dan sosial merupakan hal yang utama dari analisis konvergensi. Menurut model ini, komunikasi terjadi melalui proses konvergensi dalam mana dua atau tiga lebih partisipan membagi informasi satu sama lain dalam lingkungan mereka untuk mencapai sasaran dengan hasil pemahaman timbal balik yang sempurna.⁴³

Komunikasi disini dilihat tidak sebagai komunikasi yang berlangsung secara linear dari sumber kepada penerima, melainkan sebagai sirkum atau melingkar (cyclical). Pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi berganti-ganti peran sebagai sumber ataupun penerima yang diistilahkan sebagai “transceivers”, sampai akhirnya mencapai tujuan, kepentingan atau pengertian bersama. Dengan demikian, komunikasi selalu mengandung makna adanya saling berhubungan.⁴⁴

Ada empat kemungkinan hasil komunikasi konvergensi, yakni : (1) Dua pihak saling memahami makna informasi dan menyatakan setuju; (2) Dua pihak saling memahami makna informasi dan menyatakan tidak setuju ; (3) Dua pihak tidak memahami makna informasi namun menyatakan setuju ; (4) Dua pihak tidak memahami makna informasi dan menyatakan tidak setuju.⁴⁵

⁴³ Alo Liliweri, *Op. Cit.*, h. 84.

⁴⁴ Lusiana Andriani Lubis, *Komunikasi Antar Budaya*, (<http://USU.org.id/digital/library.html>, diakses tanggal 23 Juni 2007).

⁴⁵ Alo Liliweri, *Op. Cit.*, h. 85
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

D. KAJIAN KEPUSTAKAAN PENELITIAN

Sebagai perbendaharaan referensi dan pengembangan penelitian, peneliti mempelajari beberapa penelitian yang telah dilakukan berkaitan lembaga CCCL Surabaya. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan adalah :

1. **A Study Of Error Analysis In French Verbs Conjunction Produced By The Students Of Debutant Trois In CCCL Surabaya** oleh Dian Anggraini Jurusan Bahasa Inggris Universitas Kristen Petra (2005).

Dalam penelitian tersebut, peneliti membahas tentang kesalahan penggunaan grammar dalam bahasa Perancis yang dilakukan oleh siswa kursus bahasa Perancis di CCCL Surabaya. Peneliti menganalisis kesalahan penggunaan grammar terhadap tugas bahasa Perancis yang dikerjakan oleh siswa. Peneliti menggunakan teknik sampling dalam penelitian tersebut.

2. **Perancangan Dan Pembuatan Program Otomasi Proses Pengolahan, Sirkulasi, Dan Katalog Pada Perpustakaan CCCL Surabaya.** Oleh Beby Margaret Kele Lena Jurusan Teknik Informatika Universitas Kristen Petra (2005). Dalam Penelitian ini, peneliti mengungkapkan tentang penggunaan teknologi komputerisasi dalam pelayanan mediatek (perpustakaan) CCCL Surabaya. Dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa Perpustakaan CCCL Surabaya hanya menggunakan satu computer untuk mencatat keluar-masuknya buku yang dilaksanakan secara manual, belum ada program tertentu untuk memproses sirkulasi pada perpustakaan CCCL. Dalam penelitian ini peneliti juga memberikan gambaran tentang

program sirkulasi dan katalog perpustakaan melalui computer yang dapat digunakan sebagai alat sirkulasi bagi keluar masuknya koleksi perpustakaan. Sekaligus sebagai pendataan terhadap keseluruhan koleksi perpustakaan.

Dalam penelitian yang berjudul Strategi Humas CCCL Mensosialisasikan Budaya Perancis di Surabaya ini, peneliti mengambil fokus kajian yang berbeda dengan penelitian di lembaga CCCL terdahulu. Pada proses sosialisasi kebudayaan Perancis terdapat berbagai permasalahan terkait dengan masuknya budaya baru yakni budaya Perancis kepada masyarakat Surabaya yang telah memiliki kebudayaan sendiri. Selain itu, di dalam proses sosialisasi kebudayaan Perancis ini juga terdapat proses komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis sebagai pembawa/ penyampai budaya lewat hasil karyanya dengan seniman Surabaya selaku pemerhati / penikmat hasil karya seni tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan kegiatan pengembangan wawasan keilmuan, dalam arti penelitian merupakan sarana untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun ilmu sosial. Sedangkan metodologi penelitian yaitu ilmu yang mempelajari metode-metode penelitian.¹ Metodologi berasal dari kata *Methodology*, maknanya itu yang menerangkan metoda-metoda atau cara-cara. Sedangkan Penelitian berasal dari kata *research* yang berarti berulang melakukan penelitian. Dengan demikian metodologi penelitian bermakna seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.²

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, peneliti akan mengemukakan tentang metode yang digunakan dalam mengungkapkan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian, antara lain :

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Di tingkat metodologi terdapat dua mazhab penelitian sosial, yaitu mazhab (1) pendekatan penelitian kuantitatif, dan (2) pendekatan penelitian kualitatif. Keduanya lahir dan berkembang biak sebagai konsekuensi logis dari perbedaan asumsi masing-masing tentang hakikat realitas sosial ataupun hakikat manusia itu sendiri. Perbedaan antara keduanya tidak saja di tingkat

¹ Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Rakesarasin, 1992), h. 15.

² Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997), h. 1.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

teknis ke-metode-an, tetapi juga di tingkat paradigma beserta tujuan penelitian yang hendak dituju, akibatnya adalah wajar bila keduanya memiliki idiom-idom khas yang sekaligus menunjukkan identitas diri (masing-masing) yang berbeda satu sama lainnya.³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, artinya data yang akan digunakan oleh peneliti merupakan data kualitatif (data yang tidak berupa angka-angka). Oleh karena itu peneliti berusaha mendeskripsikan data-data yang diperoleh oleh peneliti dengan acuan referensi secara ilmiah. Penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller adalah suatu tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung pada observasi pada manusia dalam kawasan sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tertentu dalam bahasa dan peristilahan.⁴ Penelitian kualitatif dicirikan dengan sifat-sifatnya yaitu sasaran penelitian dianggap sebagai subyek yang ditempatkan sebagai sumber informasi yang darinya, peneliti belajar tidak berbicara berdasarkan pengetahuan, tetapi berdasarkan obyek pengetahuan subyek yang diteliti. Itu yang dinamakan dengan *intreoretation* atau pendekatan pemahaman.⁵

Guna mendukung proses penelitian, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dalam mengungkapkan permasalahan. Adapun alasan-alasan peneliti memilih jenis penelitian deskriptif kualitatif, antara lain :

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis ke Arah Varian Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), h. 31

⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2000), h. 2.

⁵ Nur Syam, *Op. Cit.*, h. 11.

- a. Penelitian menggambarkan obyek penelitian yang mencakup perilaku di mana di dalamnya mencakup perilaku humas CCCL
- b. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti merasa perlu untuk terjun secara langsung ke lapangan dan memposisikan diri sebagai instrumen penelitian dengan observasi berperan serta terhadap obyek penelitian. Hal ini menjadi salah satu ciri penelitian kualitatif.
- c. Dalam menggunakan data-data, peneliti tidak menggunakan angka-angka untuk mengungkapkan permasalahan penelitian.

Menurut Lexy J. Moleong yang mengutip pendapat Bogdan dan Taylor bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh).⁶

Metode deskriptif bekerja berdasarkan anggapan bahwa dengan metode ini orang dapat :

1. Mengumpulkan data yang bernilai statis.
2. Melukiskan keadaan suatu obyek pada suatu saat.
3. Mengidentifikasi data-data yang menunjukkan gejala-gejala dari suatu realitas.
4. Menemukan data yang menunjukkan *appearance* (permukaan) daripada suatu realitas.
5. Mengumpulkan data yang dapat menunjukkan realisasi suatu gagasan atau ide atau peraturan.⁷

⁶ Lexy J. Moleong, *Op. Cit.*, h. 3.

⁷ Taliziduha Ndraha, *Research : Teori Metodologi Administrasi*, (Jakarta : Bina Aksara, 1981), hh. 105-106.

B. OBYEK PENELITIAN

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Humas Kebudayaan CCCL Surabaya beserta atase pers kebudayaan CCCL yang bertempat di JL. Darmo Kali 10 Surabaya. Selain itu peneliti juga berusaha mendapatkan informasi dari seniman Perancis serta seniman Surabaya selaku informan yang terlibat secara langsung pada proses sosialisasi kebudayaan Perancis oleh CCCL Surabaya.

C. JENIS DAN SUMBER DATA

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁸

1. Jenis data

Berdasarkan pernyataan di atas maka dalam penelitian ini peneliti mengklasifikasikan data menjadi dua jenis, data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data utama yang menjadi petunjuk utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini adalah data-data hasil wawancara dengan key informan dan narasumber yang lain serta data yang didapat dari observasi peneliti di lapangan. Data yang dihimpun adalah tentang strategi Humas CCCL serta komunikasi lintas budaya yang terbangun antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya dalam rangka pensosialisasian budaya Perancis di Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

⁸ *Ibid*, h. 112.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap atau pendukung daripada data primer. Data sekunder didapat dari beberapa dokumen yang berhubungan dengan data-data primer, berupa dokumen-dokumen tentang CCCL dan kebudayaan Perancis.

2. Sumber data

a. Informan

Informan adalah orang yang memberikan informasi tentang segala yang terkait dengan penelitian ini. Adapun informan yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

1. Wisnu Agung Wicaksono, Humas CCCL Surabaya, dijadikan sebagai Key Informan karena focus penelitian mengacu kepada strategi humas CCCL.
2. Pramenda Khrisna W., Atase Pers CCCL Surabaya, dijadikan sebagai informan karena merupakan team pelaksana event yang bertugas dalam konferensi pers.
3. Wilfrid Rouff, Seniman perancis, dijadikan informan pembanding terhadap key informan selain itu juga tentang komunikasi lintas budaya yang terbangun dengan seniman Surabaya.
4. Cak Kandar, Ketua Festival Seni Surabaya, dijadikan informan tentang kerjasama CCCL dengan lembaga kebudayaan di Surabaya.
5. Dody Yan Masfa, seniman Surabaya ketua Teater Tobong, dijadikan sebagai informan tentang keberadaan CCCL dan komunikasi lintas budaya yang terbangun dengan seniman Perancis.

b. Dokumen

Dokumen adalah berupa tulisan / catatan yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Dalam hal ini digunakan untuk mengetahui profil CCCL Surabaya beserta aktivitas yang dilakukan.

D. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

Langkah (tahap) penelitian adalah serangkaian proses penelitian di mana peneliti dari awal yaitu menghadapi masalah, berupaya untuk memecahkan masalah, sampai akhirnya mengambil keputusan yang berupa kesimpulan bagaimana hasil penelitiannya. dapat memecahkan masalah atau tidak.⁹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model penahapan penelitian Bogdan yaitu Pra lapangan, Kegiatan Lapangan, dan Analisis Intensif,¹⁰ dengan gambaran penelitian sebagai berikut :

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan berbagai persiapan baik yang berkaitan dengan konsep penelitian maupun persiapan perlengkapan yang dibutuhkan dalam melaksanakan penelitian. Dalam tahap ini peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menyusun rancangan penelitian dalam bentuk proposal penelitian, yang harus diujikan terlebih dahulu sebagai persyaratan akademik sebelum peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian.

⁹ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1997), h. 57.

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Op. Cit.*, h. 85.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- b. Memperbaiki proposal penelitian berdasarkan hasil yang diperoleh dari seminar (ujian) proposal.
- c. Menetapkan lokasi penelitian berdasarkan rancangan penelitian yang telah disahkan.
- d. Mengurus perizinan kepada lembaga akademik terkait, dalam hal ini fakultas dakwah untuk mengadakan penelitian di lokasi kejadian yaitu CCCL Surabaya.
- e. Memilih *key informan*.
- f. Menyiapkan perlengkapan penelitian, dalam hal ini perlengkapan yang dipakai oleh peneliti adalah peralatan tulis, tape recorder dan kaset.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Setelah semua pekerjaan pra lapangan terselesaikan dan perizinan sudah diurus kepada instansi, peneliti mulai mendatangi humas kebudayaan CCCL sebagai *key informan* untuk mendapatkan data-data yang diinginkan.

Pada tahap ini peneliti lebih banyak berfokus pada pencarian dan pengumpulan data yang ada di lapangan melalui berbagai teknik yang digunakan. Pada tahap ini peneliti akan berusaha mengumpulkan data sebanyak mungkin dengan memilih dan memanfaatkan informan serta mendokumentasikan data-data yang didapat di lapangan serta berbagai kegiatan peneliti di lapangan.

3. Tahap Analisis Intensif

Peneliti kualitatif mengenal adanya analisis data di lapangan, walaupun analisis data secara intensif barulah dilakukan sesudah berakhirnya pengumpulan data. Dengan bimbingan dan arahan masalah penelitian peneliti dibawa ke arah acuan tertentu yang mungkin cocok atau tidak cocok dengan data yang dicatat.¹¹

Analisis data sebenarnya sudah dilakukan peneliti pada saat proses pengumpulan data dari lapangan yang berasal dari beberapa teknik yang dipakai oleh peneliti. Akan tetapi, analisis awal ini hanya terbatas pada pengelompokan data. Sedangkan analisis data secara intensif baru dilakukan peneliti setelah semua data dari lapangan dikumpulkan.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam suatu aktivitas penelitian, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Teknik pengumpulan data sangat menentukan validitas nilai sebuah penelitian. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data yang validitasnya dapat dipertanggungjawabkan maka penelitian menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi berperan serta

Dalam jenis ini, peneliti adalah bagian dari keadaan alamiah, tempat dilakukannya observasi. prosedur dapat dikembangkan dalam beberapa cara. Seorang peneliti dapat menjadi anggota dari sebuah kelompok

¹¹ *Ibid.*, h. 102.

husus atau organisasi dan menetapkan untuk mengamati kelompok itu dengan menggunakan satu atau beberapa cara.¹²

Metode observasi berperan serta dilakukan oleh peneliti dengan mengikuti berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh CCCL terutama event-event yang berkaitan dengan kebudayaan. Selain itu sesekali peneliti juga mengikuti humas CCCL dalam melaksanakan tugasnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Tujuan pokok dari observasi adalah untuk menyajikan kembali gambaran-gambaran kehidupan sosial, kemudian dapat diperoleh cara-cara lain. Berkaitan dengan hal ini sering digunakan secara berdampingan data lain untuk mendapatkan kualitas kehidupan atau realitas penemuan-penemuan penelitian secara keseluruhan dari seorang peneliti.¹³

b. Wawancara Secara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif dan wawancara terbuka (*open ended interview*), wawancara etnografis. Sedangkan wawancara terstruktur sering juga

¹² James A. Black, Dean J. Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Alih Bahasa : E. Koswara, Dira salam Alfin Ruzhendi, (Bandung : Refika Aditama, 1999), h. 289.

¹³ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), h. 180.

disebut wawancara baku (standardized interview), yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya (biasanya tertulis) dengan pilihan-pilihan yang juga sudah disediakan.¹⁴

Untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam sesuai yang diharapkan peneliti, maka peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur. Dalam melakukan wawancara peneliti hanya membuat alur pertanyaan sebagai pijakan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Sedangkan dalam pelaksanaannya pertanyaan selalu berkembang sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh informan.

Metode wawancara ini digunakan peneliti untuk mendapatkan data dari informan mengenai permasalahan yang diteliti, terutama mengenai strategi Humas CCCL Surabaya serta komunikasi lintas budaya yang terbangun antara seniman Perancis dan seniman Surabaya dalam kaitannya dengan proses sosialisasi kebudayaan Perancis di Surabaya.

Wawancara tak terstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara, termasuk karakteristik sosio budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan sebagainya) responden yang dihadapi.¹⁵

c. Dokumentasi

Studi dokumentasi bukan berarti hanya studi historis, melainkan studi dokumen berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual. Studi dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, menerangkan dan mencatat serta menafsirkan serta menghubungkan-hubungkannya dengan fenomena lain.¹⁶

Pada metode ini peneliti akan meminta dan mempelajari beberapa dokumen dari CCCL berkaitan dengan profil lembaga CCCL Surabaya dan juga dokumen-dokumen yang berkaitan dengan humas CCCL. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data berkaitan dengan kondisi obyektif lokasi dan strategi kehumasan CCCL.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah semua data yang diperlukan dalam penelitian dikumpulkan dengan berbagai teknik yang dipakai, peneliti melakukan analisis data. Dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis induktif.

Sebagaimana umumnya penelitian kualitatif, penelitian berdasarkan perspektif interaksionisme simbolik bersifat induktif : kita berangkat dari kasus-kasus bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata (ucapan atau perilaku subyek penelitian atau situasi lapangan penelitian) untuk kemudian

¹⁶ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos), h. 77

kita rumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip, proposisi atau definisi yang bersifat umum. Induksi adalah proses dengan mana peneliti mengumpulkan data dan kemudian mengembangkan suatu teori dari data tersebut, yang sering juga disebut *grounded theory*.¹⁷

Cressey seorang ilmuwan sosial merumuskan langkah-langkah induksi analitik sebagai berikut :

1. Suatu definisi kasar fenomena yang harus dijelaskan dirumuskan.
2. Penjelasan hipotetis fenomena tersebut dikembangkan.
3. Suatu kasus diteliti dengan tujuan menentukan apakah hipotesis tersebut sesuai dengan fakta yang diamati.
4. Bila hipotesis tersebut tidak sesuai dengan fakta, hipotesis tersebut harus dirumuskan-ulang, atau fenomena yang harus dijelaskan-ulang sehingga kasus tersebut tercakup.¹⁸

Berdasarkan langkah-langkah tersebut maka, proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan, dan selanjutnya diklasifikasikan sesuai dengan kerangka penelitian *deskriptif-kualitatif* yang berupa menggambarkan kondisi latar belakang penelitian secara menyeluruh. Pelaksanaan analisis data sudah mulai dilakukan oleh peneliti ketika mengumpulkan data di lapangan.dengan cara mengelompokkan data. Dalam tahap ini juga dilakukan reduksi (pengurangan) data-data yang tidak diperlukan.

¹⁷ Dedy Mulyana, *Op. Cit.*, hh. 156-157.

¹⁸ *Ibid.*, h. 157.

Analisis data merupakan proses yang dilakukan dan dikerjakan secara intensif, juga memerlukan pemusatan perhatian dan pengarahannya tenaga, fisik, dan pikiran peneliti. Setelah data diklasifikasikan berdasarkan kerangka penelitian, peneliti akan melakukan penafsiran terhadap data-data yang ada menurut kaca mata pandang peneliti.

Langkah analisis selanjutnya ialah peneliti mengkorelasikan antara temuan di lapangan dengan teori, hal ini dilakukan untuk menguatkan teori yang ada berdasarkan data yang ditemukan di lapangan atau menjatuhkan teori yang ada dan melahirkan asumsi-asumsi baru untuk kelahiran suatu teori baru.

G. TEKNIK KEABSAHAN DATA

Selain melakukan analisis terhadap data yang dikumpulkan, peneliti juga melaksanakan langkah-langkah untuk mendapatkan data-data yang tidak diragukan lagi kevaliditasannya. Adapun langkah-langkah tersebut adalah :

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan menentukan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.¹⁹

¹⁹ Lexy J. Moleong, *Op. Cit.*, hh. 175-176.

Perpanjangan keikutsertaan ini dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan beberapa informasi yang belum sempat diperoleh peneliti selama penelitian. Hal ini juga digunakan untuk meminimalisir kesalahan yang dilakukan oleh peneliti selama melaksanakan penelitian.

b. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.²⁰

Ketekunan pengamatan ini dilakukan oleh peneliti pada saat melaksanakan observasi maupun pada tahap analisis data. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan fokus penelitian.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.²¹

Setelah mendapatkan informasi dan data-data dari humas CCCL, peneliti melakukan pengecekan data melalui berbagai sumber diantaranya atase pers kebudayaan CCCL, seniman Perancis serta seniman Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

²⁰ *Ibid.*, hh. 177.

²¹ *Ibid.*, hh. 178.

BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. PROFIL CCCL SURABAYA

Pusat Kebudayaan Perancis (CCCL) Surabaya merupakan salah satu dari 430 lembaga Perancis (Institut Perancis, Pusat Kebudayaan Perancis dan *Alliances Françaises*), kepanjangan tangan dari Kedutaan-Kedutaan Besar Perancis yang tersebar di lebih dari 150 negara. Dinamisme dan luasnya jaringan ini menjadikan lembaga-lembaga kebudayaan Perancis yang ada di dunia sebagai jembatan perantara yang luar biasa dalam hubungan antarbudaya, dan satu-satunya di dunia.

Di Indonesia, jaringan ini memiliki 4 Pusat Kebudayaan Perancis, (Jakarta, Surabaya, Yogyakarta dan Bandung), dan 8 *Alliances Françaises*. Semuanya menjadi wadah utama bagi pertemuan-pertemuan antara Indonesia dan Perancis, berbagai gagasan seni budaya, dan tak menutup adanya kemungkinan-kemungkinan lainnya.

Lembaga CCCL Surabaya mulai melaksanakan berbagai kegiatan sejak 40 tahun lalu. Namun tidak ada yang mengetahui secara pasti kapan CCCL Surabaya didirikan. Menurut Wisnu Agung Wicaksono, selaku humas CCCL mengatakan : “Kapan berdirinya CCCL Surabaya tidak ada yang mengetahuinya secara pasti, karena ada banyak versi tentang keberadaan CCCL Surabaya ini”.¹

¹ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 5 Juni 2017.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Sejak berdiri hingga sekarang sudah berbagai macam event-event kebudayaan dan pendidikan dilaksanakan oleh CCCL Surabaya dengan bekerjasama dengan berbagai pihak baik sebagai pendukung acara maupun dengan perusahaan-perusahaan sebagai sponsorship.

CCCL menjadi ujung tombak Kedutaan Perancis untuk mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya dan Jawa Timur melalui kegiatan kebudayaan, pendidikan dan bahasa Perancis. Keberadaan CCCL di Surabaya memberikan warna tersendiri bagi perkembangan kebudayaan di Surabaya. Warga Surabaya khususnya para seniman sangat antusias dengan berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh CCCL. Hal ini terlihat melalui banyaknya animo masyarakat terhadap berbagai event-event kebudayaan seperti pameran yang dilaksanakan di galeri CCCL. Sebagaimana diungkapkan oleh Cak Kandar, seorang Seniman senior Surabaya pada saat pembukaan pameran Fotografi di galeri CCCL : "Setiap tahunnya CCCL selalu bekerjasama dengan Festival Seni Surabaya, kali ini dengan pameran Fotografi oleh Wilfried Rouf, kami mengucapkan banyak terima kasih kepada CCCL atas perannya di Surabaya."²

Pusat Kebudayaan Perancis Surabaya menempati gedung kuno bergaya kolonial tepatnya di JL. Darmo Kali No. 10 Surabaya. Bangunan yang ditempati oleh CCCL ini terdiri dari sebuah gedung yang terdiri atas beberapa ruangan yang berfungsi sebagai ruang kesekretariatan, ruang pameran, ruang mediatek (perpustakaan), ruang pemutaran film, ruang kantor untuk para staf CCCL Surabaya serta beberapa ruang kelas sebagai tempat siswa-siswi CCCL

² Wawancara, Cak Kandar, 5 Juni 2007.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

belajar bahasa Perancis. Selain itu di bagian belakang terdapat sebuah kebun yang asri dilengkapi dengan sebuah panggung mini tempat pertunjukan serta sebuah kafe. Sebuah lokasi yang menawarkan sebuah oase penuh kedamaian di jantung kota Surabaya. Tempat favorit bagi para remaja, mahasiswa dan kawula muda untuk belajar bahasa Perancis, memperkaya khasanah pengetahuan di mediatek, menggelar dan menikmati pameran, menyaksikan film atau hanya sekedar nongkrong di cafe yang terletak di beranda.

1. Visi dan Misi CCCL Surabaya

Keberadaan lembaga CCCL Surabaya, sebagaimana lembaga kebudayaan Perancis lainnya di Indonesia mempunyai misi untuk memperkenalkan kebudayaan Perancis di Indonesia yang meliputi pengkajian bahasa, gagasan seni budaya serta kajian ilmiah dengan tujuan memberi citra kehidupan masa kini Perancis di luar negeri, semuanya dilakukan dengan dialog dengan negara-negara di mana lembaga kebudayaan Perancis berada, di mana kerjasama tetap menjadi kunci utama.³

Untuk memperkenalkan bahasa, gagasan seni budaya serta kreasi Perancis, CCCL Surabaya membuka pintu bagi publik surabaya sehingga mereka dapat belajar bahasa dan memanfaatkan semua layanan yang disediakan oleh mediatek (perpustakaan) yang selain memiliki berbagai koleksi buku, majalah, CD, DVD, Internet dan sebagainya, juga menyajikan progam-program seni budaya yang eklektik sepanjang tahun.

³ www.ccclsurabaya.com.

2. Struktur dan Job Description CCCL Surabaya

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi CCCL sebagai lembaga sosialisasi kebudayaan Perancis, CCCL Surabaya mempunyai berbagai staf yang mempunyai pembagian kerja sesuai dengan wilayah kerjanya masing-masing, diantaranya adalah :

a. Agen Konsuler

Merupakan jabatan tertinggi di lembaga CCCL sebagai penghubung antara CCCL Surabaya dengan Kedutaan Besar Perancis serta lembaga kebudayaan Perancis di seluruh dunia. Agen Konsuler ini terdiri dari dua orang yakni Bapak Herve Mascarau sebagai konsuler kehormatan yang sekaligus sebagai direktur CCCL Surabaya dipilih secara langsung oleh kedutaan besar Perancis dengan jabatan selama 4 tahun. Serta Nn. Sita S. Soenarjo sebagai sekretaris sekaligus Asisten direktur CCCL Surabaya.

Konsulat Perancis sebagai kepanjangan tangan Kedutaan Besar Perancis di Jakarta bisa membantu masyarakat Surabaya dan sekitarnya untuk meneruskan ke Kedutaan Besar Perancis di Jakarta berbagai permohonan terkait dengan layanan konsuler : permohonan visa untuk melancong ke Perancis, memperoleh surat izin bagi pernikahan campuran Indonesia-Perancis, permohonan kartu imatrikulasi bagi orang Perancis, perpanjangan atau pembaharuan pasport Perancis.⁴

⁴ www.ccclsurabaya.com

b. Bidang Budaya

Staf bidang budaya bertugas menjalankan misi kebudayaan CCCL Surabaya, terutama pada pelaksanaan event-event kebudayaan. menjalin kerjasama dengan lembaga kebudayaan terkait, bekerjasama dengan lembaga perguruan tinggi dalam pengkajian keilmuan dan teknologi serta mempromosikan sekolah tinggi Perancis di kampus-kampus yang ada di Surabaya. Adapun staf bidang budaya terdiri dari :

1. Penanggung jawab misi kebudayaan : Sdr. Vincent Degoul
2. Humas: Sdr. Wisnu Agung Wicaksono
3. Atase Pers: Nn. Pramenda Krishna. A

c. Bidang Bahasa

Mempunyai tugas memperkenalkan dan memberikan pengajaran (kursus) bahasa Perancis kepada siswa-siswi CCCL Surabaya. Kursus bahasa Perancis di CCCL terbuka untuk masyarakat umum, bagi siapa saja yang berminat untuk mempelajari bahasa Perancis. Adapun staf bidang bahasa adalah :

1. Penanggung jawab: Bp. Tarsono dan Nn. Sri Wahyuni
2. Asisten : Nn. Agustin Ratmawati dan Nn. Rosa Karenina
3. Pengajar : Ibu Hertini Hartoyo, Nn. Endang Syafrida, Nn. Ritha Pudjiarti, Ibu Esa Irawati, Ibu Warmi Subroto, Bp. Wawan Sasono, Bp. Hadi Tamtomo, Nn. Fisilmi Kafati.

d. Bidang Perpustakaan

CCCL Surabaya memiliki sebuah perpustakaan yang sarat informasi terkini dan umum tentang Perancis yang disebut dengan Mediatek CCCL Surabaya. Terbuka untuk siapa saja, mediatek mampu menampung banyak publik (anak dan dewasa) dengan dilengkapi koleksi-koleksi referensi berbahasa Perancis, Indonesia dan Inggris.

Mediatek menyajikan sebuah ruang baca ber-AC dan memberikan akses terhadap dokumen-dokumen yang diperlukan untuk memperkaya pengetahuan kita tentang Perancis kontemporer.

1. Koleksinya mencapai lebih dari 5000 judul dengan berbagai pilihan tema yang bervariasi. Mulai dari koleksi keagamaan sampai fotografi, sejarah teater sampai komik untuk anak atau roman untuk dewasa.
2. Koleksi lengkap lebih dari 20 majalah mingguan dan bulanan dari berbagai bidang : aktualitas, mode, ilmu pengetahuan.
3. Beberapa pos Internet dengan harga special.
4. Beberapa pos untuk menonton lebih dari 350 judul DVD.
5. Ruang baca dan ruang belajar tersedia bagi pengunjung.⁵

Mediatek CCCL ini dikelola secara langsung oleh CCCL dengan Penanggung jawab : Nn. Andayani Iskandar serta asisten : Sdr. Opik Taufik Hidayat. Staf perpustakaan (pustakawan/wati) ini bertugas melayani berbagai penggunaan fasilitas mediatek.

⁵ www.ccclsurabaya.com
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

e. Koordinator Administratif dan Keuangan

Bertanggung jawab terhadap berbagai persoalan administratif CCCL Surabaya yang berkaitan dengan surat-menyurat, menerima dan menyampaikan informasi ke dalam dan ke luar CCCL, menyediakan berbagai kebutuhan administrasi serta mengatur keuangan CCCL. Penanggung jawab staf administrasi dan keuangan adalah Nn. Ririn Listiani dengan asisten Nn. Irma Hendriani.

f. Tenaga Servis

Merupakan staf yang mempunyai tanggung jawab pemeliharaan dan perawatan terhadap berbagai peralatan, barang-barang serta gedung CCCL Surabaya, serta mempersiapkan berbagai kebutuhan terhadap acara CCCL Surabaya. Adapun staf tenaga servis adalah :

1. Teknisi : Bp. Yulius Nurdyanto, Bp. Jarwani, Bp. Basuki
2. Pembantu Umum : Ibu Sutiyah, Ibu Maipah, Ibu Karomah
3. Tukang Kebun : Bp. Sumarsono
4. Keamanan : Bp. Agus
5. Sopir : Bp. Andreas

Pihak CCCL Surabaya menyediakan layanan untuk mendapatkan informasi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan CCCL Surabaya. Dengan berhubungan langsung melalui sekretariat CCCL Surabaya, maupun lewat E-mail ke masing-masing staf CCCL Surabaya. Adapun beberapa kontak yang dapat dihubungi berkaitan dengan informasi CCCL Surabaya, antara lain :

1. Sekretariat CCCL Surabaya Jl. Darmo Kali 10 Surabaya 60265, Telp. (031) 5678639, (031) 5615246, (031) 5620075 atau Fax : (031) 5615246, (031) 5676529.
2. Melalui E-mail yang ditujukan pada CCCL Surabaya atau masing-masing staf CCCL, adapun alamat E-mail adalah :
 - a. info@ccclsurabaya.com untuk mendapatkan informasi tentang CCCL Surabaya secara umum.
 - b. kursus@ccclsurabaya.com untuk info dan pendaftaran kursus bahasa Perancis di CCCL Surabaya.
 - c. mediatek@ccclsurabaya.com untuk info tentang perpustakaan (mediatek) CCCL Surabaya.
 - d. budaya@ccclsurabaya.com untuk mendapatkan info tentang kebudayaan CCCL melalui humas kebudayaan CCCL Surabaya.
 - e. konsulat@ccclsurabaya.com untuk berhubungan langsung dengan agen konsuler CCCL Surabaya.
 - f. direksi@ccclsurabaya.com untuk mendapatkan info dan bertanya secara langsung dengan direktur CCCL Surabaya.
3. Website CCCL Surabaya, menyediakan berbagai informasi tentang CCCL Surabaya berkaitan dengan keberadaan CCCL secara umum, kursus bahasa Perancis, agenda budaya, Mediatek (Perpustakaan CCCL), keanggotaan CCCL Surabaya, serta rekanan kerja CCCL Surabaya, serta alamat dan situs-situs konsulat Perancis. Website dapat diakses melalui www.ccclsurabaya.com

3. Keanggotaan CCCL Surabaya

Selain staf-staf tersebut CCCL Surabaya juga memiliki anggota-anggota yang berperan aktif pada setiap kegiatan CCCL. Anggota CCCL Surabaya berasal dari kalangan masyarakat umum dengan mendaftarkan diri menjadi anggota CCCL Surabaya.

Fasilitas yang didapatkan oleh anggota CCCL adalah mengikuti seluruh agenda budaya CCCL Surabaya, baik sebagai peserta atau panitia, mendapatkan informasi aktual CCCL sepanjang tahun melalui majalah Voila yang terbit 4 bulan sekali, via pos, SMS dan E-mail serta dapat memanfaatkan fasilitas mediatek (peminjaman, buku, majalah, video, CD, menonton DVD di tempat dan juga akses internet dengan harga special).

Pihak CCCL Surabaya menerapkan syarat-syarat pendaftaran bagi masyarakat umum maupun siswa untuk menjadi anggota CCCL, sebagai berikut :

- a. Fotocopy kartu identitas (KTP) atau paspor bagi warga negara asing.
- b. Mengisi formulir pendaftaran yang bisa didapat dengan download di situs CCCL maupun bagian resepsionis
- c. Membayar biaya : untuk siswa : Rp 55.000 / tahun, non-siswa / karyawan : Rp 110.000 / tahun, WNA : Rp 220.000 / tahun.

Hingga penelitian ini dilaksanakan jumlah anggota CCCL Surabaya sebanyak 57 orang. Sedangkan siswa kursus bahasa Perancis berjumlah 132 orang yang terbagi dalam 8 kelas.

4. Kegiatan – Kegiatan CCCL Surabaya

Secara umum kegiatan CCCL Surabaya yang membawa misi CCCL dibagi menjadi 3 bagian, hal ini didasarkan pada pembagian divisi dan staf-staf CCCL Surabaya. Akan tetapi yang berperan aktif dalam kegiatan CCCL secara umum adalah bidang bahasa dan budaya. Sedangkan bagian yang lain membantu secara langsung pada pelaksanaan kegiatan. Adapun kegiatan-kegiatan CCCL antara lain :

a. Kursus Bahasa Perancis

Guna memperkenalkan budaya dan bahasa Perancis, terdapat lebih dari 153 Pusat Kebudayaan Perancis yang tersebar di kota-kota besar di seluruh dunia. CCCL Surabaya, jembatan antara Perancis-Indonesia dan rekanan istimewa dalam kerjasama bilateral, merupakan tempat belajar bahasa Perancis terbaik. CCCL Surabaya menawarkan kursus bahasa Perancis umum dan spesialisasi kepada semua orang yang ingin belajar bahasa Perancis, dibimbing oleh tenaga pengajar terbaik yang secara berkala mendapat pelatihan metode terbaru pengajaran bahasa Perancis untuk komunikasi, dengan suasana belajar khas Perancis yang merupakan satu-satunya di jantung kota Surabaya.⁶

Pihak CCCL Surabaya memandang bahwa banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan mempelajari bahasa asing lain, khususnya bahasa Perancis, selain bahasa Inggris diantaranya :

⁶ www.ccclsurabaya.com

1. Sejalan dengan arus globalisasi, memperluas wawasan terhadap budaya-budaya lain menjadi sangat penting dan mempelajari bahasa asing menjadi cara terbaik untuk dapat mengikuti perkembangan dunia.
2. Dapat berkomunikasi dengan lebih dari 300 juta orang yang mamakai bahasa Perancis yang tersebar di 53 negara di 5 benua.
3. Memperoleh kesempatan dan meningkatkan karir profesional baik di luar negeri maupun di Indonesia.
4. Perancis yang merupakan negara tujuan pertama pariwisata dunia.
5. Memudahkan memahami seni dan budaya Perancis.
6. Bahasa Perancis menjadi salah satu dari 6 bahasa resmi organisasi-organisasi besar dunia antara lain PBB.⁷

Pembelajaran bahasa Perancis ditujukan kepada masyarakat umum, baik yang berasal dari Indonesia maupun warga negara asing (WNA) yang mendaftarkan diri sebagai siswa-siswi kursus bahasa Perancis. Kursus bahasa Perancis yang dilaksanakan oleh CCCL Surabaya dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Bahasa Perancis Umum

Paket kursus bahasa Perancis umum ditujukan bagi semua orang yang ingin cakap berbahasa Perancis dengan mengenal budayanya. Kursus umum ini terbagi menjadi 4 kelas :

⁷ www.ccclsurabaya.com.

a. Kelas Extensif, terdiri dari :

1. *Classique*, kelas ini terdiri dari 3 bab dengan total jam pertemuan 48 jam selama 12 minggu, dengan waktu kursus 2 x 2 jam tiap pertemuan.
2. *Super + +*, terdiri dari 6 bab dengan total jam pertemuan 84 jam selama 21 minggu, dengan waktu kursus 2 x 2 jam tiap pertemuan.
3. *Hebdo*, terdiri dari 6 bab dengan total jam pertemuan 84 jam selama 21 minggu, dengan waktu kursus 1 x 4 jam tiap pertemuan pada hari sabtu.

b. Kelas Semi Intensif, terdiri dari

1. *Classique*, terdiri dari 6 bab dengan total jam pertemuan 80 jam selama 14 minggu, dengan waktu kursus 3 x 2 jam tiap pertemuan.
2. *Super + +*, terdiri dari 12 bab dengan total jam pertemuan 140 jam selama 14 minggu, dengan waktu kursus 5 x 2 jam tiap pertemuan.

c. Kelas Intensif, terdiri dari :

1. *Classique*, terdiri dari 6 bab dengan total jam pertemuan 80 jam selama 8 minggu, dengan waktu kursus 5 x 2 jam tiap pertemuan

2. *Super* , terdiri dari 12 bab dengan total jam pertemuan 140 jam selama 7 minggu, dengan waktu kursus 5 x 4 jam tiap pertemuan.

2. Bahasa Perancis Spesialisasi

Paket kursus bahasa Perancis yang ditujukan bagi publik yang ingin berbahasa Perancis sesuai dengan kebutuhan spesifik. Kursus spesialisasi ini dibagi menjadi :

- a. Perancis Pariwisata, Perancis Perhotelan dan Perancis Bisnis, adalah paket kursus bahasa Perancis yang ditujukan bagi kelompok/ perusahaan untuk melatih kemampuan (lisan dan tertulis) bersosialisasi dalam dunia kerja dengan bahasa Perancis dan difokuskan pada kosakata yang spesifik. Kelas ini dibuka dengan total jam pertemuan 48 jam selama 16 minggu, dengan waktu kursus 1 x 3 jam setiap pertemuan.
- b. Persiapan studi di Perancis, adalah paket kursus bahasa Perancis yang ditujukan bagi mereka yang akan melanjutkan studi di Perancis sebagai persiapan bahasa dan budaya Perancis dengan ritme yang dinamis. Kelas ini dibuka dengan total 360 jam selama 12 minggu, dengan waktu kursus 5 x 6 jam setiap pertemuan.
- c. Bahasa perancis untuk anak-anak, adalah pelajaran bahasa Perancis bagi anak-anak mulai usia 8 tahun, baik untuk kesenangan maupun untuk mengawali persiapan studi di masa

depan mereka. Kelas ini dibuka dengan total 24 jam selama 8 minggu, dengan waktu kursus 2 x 1,5 jam setiap pertemuan.

- d. Persiapan ujian DELF, paket kursus bahasa Perancis yang ditujukan bagi mereka yang sudah menempuh pelajaran bahasa Perancis minimal 200 jam dan ingin memperoleh ijazah Internasional bahasa Perancis dari Kementrian Pendidikan Nasional Perancis. Kelas ini dibuka dengan total 24 jam selama 8 minggu tiap tingkatnya, dengan waktu kursus 1 x 3 jam.

3. Paket "*a la carte*"

Adalah paket kursus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan berdasarkan analisa kemampuan berbahasa Perancis dan tujuan yang akan dicapai. Kelas ini dibagi menjadi :

- a. Kelas percakapan, kelas ini ditujukan bagi mereka yang sudah mencapai tingkatan bahasa Perancis tertentu yang ingin terus berkomunikasi dan berekspresi dalam bahasa Perancis mereka. Kelas ini dibuka dengan total 24 jam selama 12 minggu dengan waktu kursus 1 x 2 jam. Kelas ini dibuka maksimal 12 orang.
- b. Kelas percakapan bertema, kelas ini dibuka bagi mereka yang sudah mengenal bahasa Perancis (50 jam) dan ingin mempraktekkan bahasa Perancis mereka dengan tema yang dipilih. Kelas ini dibuka dengan total 24 jam selama 12 minggu dengan waktu kursus 1 x 2 jam.

- c. Privat bahasa Perancis atau bahasa Indonesia, kursus perseorangan disesuaikan dengan kebutuhan, waktu dan tempat belajar. Kelas ini dilaksanakan dengan jumlah jam sesuai dengan permintaan.

Fasilitas yang didapatkan oleh siswa-siswi kursus bahasa Perancis adalah mempunyai kewenangan untuk memanfaatkan seluruh fasilitas yang ada di Mediatek serta dapat turut serta dalam berbagai kegiatan kebudayaan yang dilaksanakan oleh CCCL. Karena siswa-siswi CCCL secara langsung terdaftar sebagai anggota CCCL. Selain itu CCCL juga memberikan Sertifikat belajar bahasa Perancis kepada siswa yang telah menempuh minimal 6 bab. Selain itu CCCL juga menyelenggarakan ujian Internasional DELF setiap tahun, untuk memberikan ijazah resmi Perancis yang dikeluarkan oleh Kementrian Pendidikan Nasional Perancis.⁸

- b. Menyelenggarakan Event-Event Kebudayaan

Sebagai upaya untuk memperkenalkan kebudayaan Perancis pada masyarakat, pihak CCCL Surabaya melalui bagian kebudayaan menyelenggarakan berbagai event kebudayaan baik yang bersifat regional, nasional maupun internasional. Dalam melaksanakan kegiatannya CCCL Surabaya selalu berkoordinasi dan menggandeng instansi-instansi kebudayaan yang ada di Surabaya. Pihak CCCL Selalu terbuka untuk bekerjasama dengan instansi manapun yang ada di Surabaya.

⁸ CCCL Surabaya, *Jurnal Belajar Bahasa Perancis*, 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Menurut Wisnu Agung W. : “CCCL sangat terbuka untuk bekerjasama dengan semua institusi kebudayaan dan pendidikan yang ada di Surabaya, misalnya dengan Sparkling Surabaya, Festival Seni Surabaya dan lain-lain dan tidak menutup kemungkinan dengan teater SUA Surabaya juga. Kami menerima semua penawaran kerjasama untuk dipelajari terlebih dahulu”.⁹

Event-event kebudayaan yang dilaksanakan oleh CCCL Surabaya didasarkan pada program kerja yang telah disusun oleh bagian kebudayaan. Pelaksanaan event-event kebudayaan yang dilaksanakan biasanya berkala, mingguan, bulanan maupun tahunan. Pelaksanaan event kebudayaan yang bersifat pameran, pertunjukan maupun workshop kebanyakan menampilkan karya-karya seniman Perancis, namun adakalanya pihak CCCL menampilkan karya-karya yang berasal dari negara lain, hal ini disesuaikan dengan tema yang diusung dalam event tersebut. Beberapa Event kebudayaan yang dilaksanakan oleh CCCL, antara lain :

1. Sine-Club

Merupakan ajang bagi para penggemar film Perancis, melalui sine-club ini anggota, siswa CCCL maupun masyarakat umum dapat menyaksikan pemutaran film-film Perancis. Setiap minggu pihak CCCL selalu memutar film-film Perancis di Salle France, yaitu sebuah studio pemutaran film yang ada di dalam gedung CCCL Surabaya dengan penjadualan yang telah ditentukan dan dipromosikan sebelumnya. Film-film yang diputar dikelompokkan berdasarkan jenis filmnya. Dalam pemutaran film ini setiap bulan

⁹ Wawancara Wisnu Agung Wicaksono, 14 Mei 2007.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

pihak CCCL menentukan tema film yang akan diputar baru memilih film-film yang sesuai dengan tema tersebut. Film-film yang diputar merupakan film-film terbaik yang dikoleksi oleh mediatek, bahkan beberapa pernah mendapatkan penghargaan di Festival Film Perancis. Sebagian besar film yang diputar berbahasa Perancis atau bahasa Inggris. Hal ini dimaksudkan sebagai pembelajaran terutama bagi siswa CCCL.

Namun, tidak semua film yang diputar merupakan film Perancis yang dibuat dan disutradarai oleh sineas Perancis. Pada bulan Juni tahun 2007 ini film-film yang diputar berasal dari beberapa negara, antara lain film para petani dari Kamboja, film Kesunyian Istana dari Tunisia, film Luna Papa dari Tadjikistan dan film Platform (kebijakan politik) dari China. Hal ini karena Tema yang diangkat pada bulan Juni adalah *Juin Cycle <Allez en Voyage>* artinya bulan Juni <jalan-jalan, yuk>.¹⁰ Jadi film-film yang diputar didatangkan dari berbagai negara.

2. *Club Tuesday* menggandeng CCCL

“*Club Tuesday*” merupakan acara yang diselenggarakan oleh radio Prambors Surabaya tiap hari Selasa dari pukul 19.00 hingga 24.00 WIB, menjadi tempat kongkow-kongkow yang menarik, di mana kita bisa ngobrol bareng, sebuah simbol produksi yang independen. Seminggu sekali, *Club Tuesday* menyuguhkan

¹⁰ Voila Le Printemps, *Cine-club* (16 Mei-16 Agustus) h. 26.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

pemutaran film pendek di awal acara yang dilanjutkan dengan konser grup musik independen dengan background proyeksi foto-foto hasil seleksi radio Prambors. Melalui wadah yang memberikan kebebasan untuk berekspresi ini, radio Prambors ingin memacu kawula muda Surabaya untuk berkreasi dan mengekspresikan diri. CCCL mendukung gagasan tersebut dengan berpartisipasi dalam acara ini, dengan menyuguhkan pemutaran film-film pendek berbahasa Perancis setiap minggunya.¹¹

3. Festival Musim Semi Perancis

Festival Musim Semi Perancis merupakan agenda tahunan yang dilaksanakan oleh CCCL Surabaya. Dua kali penyelenggaraan Festival Musim Semi Perancis di Surabaya yang pertama, benar-benar mampu meraup sukses besar, dan selanjutnya musim semi budaya Perancis ini menjadi acara andalan dalam kehidupan seni budaya di Surabaya. Untuk tahun ketiga, pada tahun 2007, Festival Musim Semi Perancis mengusung tema budaya kaum urban dan kawula muda. Dari tari Hip-Hop hingga musik elektro, fotografi mode jalanan hingga workshop pertunjukan boneka. Kali ini publik Surabaya disuguhi serangkaian program seni budaya kontemporer terbaik Perancis, sebuah sajian yang sangat beragam dan penuh warna modernitas. Seperti juga tahun-tahun sebelumnya, berbagai acara yang terangkum di dalamnya diselenggarakan dengan kerjasama erat dengan berbagai

¹¹ Voila Le Printemps, *Club Tuesday Le CCCL* (16 Mei-16 Agustus) h. 22.

festival lokal (“Sparkling Surabaya” yang merupakan sebuah festival yang digelar untuk merayakan HUT Surabaya, Festival Seni Surabaya...) dan institusi kota yang utama. Publik Surabaya dapat menyaksikan sebuah panorama aktualitas kegiatan artistik Perancis yang luas dari berbagai bidang, mulai pertunjukan panggung, seni visual, aktualitas ilmiah hingga sinema. Semuanya itu dapat dihadiri oleh masyarakat luas.¹²

Atase Pers CCCL Krishna saat ditemui peneliti pada saat pembukaan Festival Musim Semi Perancis (FMSP) 2007 mengatakan : “Ini adalah kali ketiga CCCL menggelar FMSP. Tujuan dari kegiatan ini adalah selain memperkenalkan kebudayaan Perancis, juga untuk memeriahkan HUT kota Surabaya ke-714. Beberapa kesenian dan pameran yang ditampilkan adalah pameran fotografi, dance hip-hop, teater boneka kontemporer, workshop, musik elektronik, pameran ilmiah, pesta musik se-dunia, dan pemutaran film Perancis. Untuk mensukseskan acara ini, CCCL bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya, dan Dewan Kesenian Surabaya (DKS) Surabaya masuk dalam jajaran kota penyelenggara FMSP, pemilihan waktunya memang kami tepatkan dengan hari jadi Kota Surabaya. Kota lain yang juga menyelenggarakan FMSP adalah Jakarta, Bangkok, Hongkong, Seoul, dan Kuala Lumpur.”¹³

¹² Voila Le Printemps, *Festival Musim Semi Perancis 2007*, (16 Mei-16 Agustus) h. 5.

¹³ Wawancara, Pramenda Khrisna, 16 Juni 2007.

4. Pameran dan Pertunjukan Seni Insidental

Setiap bulan pihak CCCL menyediakan wahana dan fasilitas kepada seniman Perancis, seniman Mancanegara maupun seniman Surabaya untuk membuat pameran maupun pertunjukan karya mereka di galeri seni CCCL maupun di kebun CCCL.

Bagi seniman Perancis maupun seniman dari negara lain yang mengadakan pertunjukan di gedung CCCL biasanya berhubungan dengan pihak CCF Jakarta. "Biasanya CCCL Surabaya menunggu tawaran dari CCF Jakarta tentang seniman yang mengadakan pameran / pementasan di Surabaya" Kata Wisnu Agung. W.¹⁴ Sedangkan untuk seniman Surabaya harus mengajukan proposal yang akan dipelajari terlebih dahulu oleh pihak CCCL Surabaya.

5. Bekerjasama Dengan Lembaga Kebudayaan Lain

Selain mengadakan event di gedung CCCL Surabaya, CCCL juga menerima tawaran dari lembaga-lembaga kebudayaan lain yang mengajak kerjasama CCCL untuk mengadakan event. Dalam kerjasama ini biasanya pihak CCCL menyediakan materi pameran maupun pementasan dari seniman-seniman Perancis.

Pengajuan kerjasama dengan CCCL bisa diajukan dalam bentuk proposal yang kemudian dipertimbangkan oleh bidang kebudayaan CCCL untuk diambil keputusan mengenai permohonan kerjasama tersebut.

¹⁴ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 11 Juni 2007.

c. Memperkenalkan Sekolah Tinggi Perancis

Selain memperkenalkan budaya Perancis pada masyarakat Surabaya, CCCL juga mempunyai misi untuk memperkenalkan Sekolah Tinggi Perancis di bawah tanggung jawab humas kebudayaan. Untuk itu pihak CCCL Surabaya banyak menjalin kerjasama dengan perguruan-perguruan tinggi yang ada di Surabaya. CCCL mengadakan kerjasama dalam bentuk pengkajian keilmuan maupun permasalahan yang sedang berkembang. Selain itu pihak CCCL juga berkerjasama dengan menyelenggarakan seminar atau sarasehan bertemakan pendidikan.

Selain itu pusat kebudayaan Perancis juga membuka layanan Edufrance yakni instansi resmi pemerintah Perancis yang siap membantu secara cuma-cuma, Edufrance terdapat di Jakarta dan Bandung. Layanan yang ditawarkan antara lain :

1. Memberikan orientasi dan informasi mengenai pendidikan tinggi yang ditawarkan oleh institusi-institusi dan perguruan tinggi Perancis.
2. Membantu mahasiswa yang berminat untuk belajar di Perancis dalam memilih program yang tepat dan juga membantu dalam proses pendaftaran pada lembaga pendidikan yang dipilih.
3. Menawarkan jasa secara menyeluruh, mulai dari proses sebelum keberangkatan sampai pada saat tiba di Perancis.¹⁵

¹⁵ Voila Le Printemps, *Edufrance*, (16 Mei-16 Agustus) h. 5.

B. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

1. Strategi Humas CCCL Surabaya

Humas CCCL Surabaya yang berada di dalam divisi kebudayaan CCCL mempunyai misi dan tanggung jawab untuk mensosialisasikan budaya Perancis di Surabaya pada khususnya dan Jawa Timur pada umumnya. Penyelenggaraan event-event kebudayaan merupakan kegiatan utama dan menjadi prioritas dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis, namun kegiatan humas tidak hanya pada penyelenggaraan event-event kebudayaan tetapi juga menjalin kerjasama di bidang pendidikan dengan perguruan tinggi-perguruan tinggi di Surabaya.

Wisnu Agung W mengatakan : “Kehumasan CCCL tidak hanya dalam penyelenggaraan event kebudayaan saja, namun juga bisa di bidang pendidikan misalnya menyelenggarakan seminar energi bersama ITS atau kunjungan ke kampus untuk mempromosikan Sekolah Tinggi di Perancis.”¹⁶

Untuk melaksanakan tugas dan misinya tersebut humas CCCL mempunyai beberapa strategi, diantaranya : pameran, pembuatan web blog, pembuatan house jurnal, workshop dan press relation. Adapun penjabaran strategi humas tersebut, yaitu :

a. Pameran

Pameran merupakan wahana bagi seniman Perancis untuk mempresentasikan gagasan, ide serta pemikirannya yang dituangkan dalam karyanya. Karya yang diciptakan oleh seniman merupakan gambaran proses kreatif yang dilakukan oleh sang seniman yang

¹⁶ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 14 Mei 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

didasarkan pada latar belakang, kondisi lingkungan dan kebudayaan sang seniman. Jadi karya yang dipresentasikan melalui pameran merupakan cerminan kebudayaan di mana seniman itu berada.

Ada dua bentuk seni yang dipresentasikan oleh seniman Perancis melalui CCCL Surabaya, yaitu seni pertunjukan yang dipresentasikan melalui pementasan, antara lain : Seni Musik, Teater, Tari (dance) dan film. Serta seni yang mempertontonkan benda mati sebagai hasil karya sang seniman yang dipresentasikan dalam bentuk pameran, antara lain: seni rupa, seni lukis dan photography. Kedua bentuk seni ini merupakan cara yang digunakan oleh seniman dalam mengenalkan kebudayaan mereka.

Oleh karena itu, pihak CCCL memilih pameran sebagai media untuk memperkenalkan kebudayaan Perancis di Surabaya. Dengan pameran yang diadakan oleh Seniman Perancis di CCCL diharapkan masyarakat Surabaya dapat memahami proses kreatif sang seniman yang berujung pada pemahaman mereka terhadap kebudayaan Perancis.

Menurut Wisnu Agung. W: "Untuk menyelenggarakan event diawali oleh proses programisasi acara dan agenda, memulai mempelajari proposisi dan merencanakan semua keperluan mulai logistik, publikasi, anggaran, rapat dan lain-lain. Selanjutnya dilanjutkan dengan eksekusi acara dan diakhiri dengan evaluasi."¹⁷

¹⁷ Wawancara Wisnu Agung Wicaksono, 14 Mei 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Berdasarkan pernyataan dari humas CCCL tersebut dan pengamatan yang dilakukan peneliti di lapangan. Dalam melaksanakan pameran karya seniman Perancis, humas CCCL bersama team kerjanya menjalankan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Programisasi Acara dan Agenda

Dalam melaksanakan pogramisasi acara ini pihak CCCL Surabaya yang diwakili oleh Bp. Herve Mascarau selaku direktur CCCL Surabaya dan Sdr. Vincent Degoul selaku penanggung jawab misi kebudayaan berkoordinasi dan bertemu dengan para direktur dari lembaga kebudayaan Perancis dan Aliance kebudayaan Perancis yang ada di kota-kota lain di Indonesia. Dalam pertemuan ini mereka membicarakan tentang event bersama yang akan dilaksanakan pada masing-masing kota, serta menentukan seniman-seniman Perancis yang akan didatangkan di Indonesia.

Atase Pers CCCL Pramenda Khrisna. A mengatakan bahwa : “Semua seniman yang datang ke Indonesia ditentukan oleh CCF Jakarta, karena bisa berhubungan langsung dengan Kedubes Perancis.... Semua sudah dibicarakan melalui pertemuan direksi tapi kan tidak semua rencana sesuai, jadi ya jenis acaranya tetap hanya seniman yang didatangkan berubah tergantung situasi.”¹⁸

2. Mempelajari Proposisi

Setelah mengadakan pertemuan dengan perwakilan dari lembaga kebudayaan Perancis yang ada di Indonesia, maka diadakan pertemuan untuk membahas tentang hasil yang telah

¹⁸ Wawancara Pramendha Khrisna. W. 5 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

disepakati dalam pertemuan tersebut. Pembahasan yang dilaksanakan berkisar pada pertimbangan-pertimbangan terhadap hasil pertemuan disesuaikan dengan keadaan di internal CCCL Surabaya.

Wisnu Agung. W mengatakan : “Jenis acara yang ditampilkan terlebih dahulu dibicarakan dan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat Surabaya, seperti acara Hip Hop Pokemon Crew kemarin. Kami melihat bahwa di Surabaya telah berkembang aliran musik Hip Hop dengan tarian khas para breakernya. Jadi kita menghadirkan mereka.... Dana tentunya juga dipertimbangkan, tapi selama ini Jakarta dan Surabaya dianggap mampu menyelenggarakan acara apa saja.”¹⁹

3. Perencanaan Kebutuhan

Setelah tercapai kesepakatan tentang acara yang akan digelar di Surabaya, pihak CCCL selanjutnya melakukan pembicaraan mengenai berbagai kebutuhan yang akan disiapkan mulai dari pra acara, pelaksanaan acara hingga penutupan atau berakhirnya acara.

Atase Pers CCCL mengatakan : “Acara semacam ini persiapannya banyak. Sebulan sebelum acara kita harus merencanakan segala sesuatunya, termasuk kebutuhan kehidupan seniman selama di Indonesia.”²⁰

4. Membuat Proposal Kegiatan

Hasil dari perencanaan kebutuhan yang telah dibahas bersama kemudian dituangkan di proposal kegiatan. Proposal kegiatan yang dibuat adalah berupa gambaran umum tentang acara yang akan dilaksanakan. Proposal ini kemudian dipakai sebagai acuan dalam penggalan dana dan menjalin kerjasama dengan pihak lain.

¹⁹ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 5 Juni 2007.

²⁰ Wawancara, Pramenda Khrisna, W, 13 Juni 2007.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5. Mencari Sponsorship dan Rekan Kerja

Kinerja yang dilakukan oleh CCCL Surabaya dalam mencari sponsor maupun mencari rekan kerja sangat profesional. Mereka melakukan presentasi secara langsung kepada instansi-instansi yang dituju tentang program acara yang dilaksanakan serta bentuk kerjasama yang mereka tawarkan dengan pihak sponsor.

Wisnu Agung. W mengatakan : “Saya dan Vincent yang datang ke instansi untuk presentasi program kemudian Pak Herve yang melakukan tanda tangan kontrak dengan instansi.”²¹

Pihak CCCL juga melakukan penawaran kerjasama dengan instansi-instansi kebudayaan yang ada di Surabaya seperti halnya Sparkling Surabaya, yaitu panitia HUT Kota Surabaya serta Panitia Festival Seni Surabaya untuk mengadakan acara bersama. Seperti pentas teater boneka yang diselenggarakan bersama oleh CCCL dan panitia Festival Seni Surabaya.

6. Pelaksanaan Pameran

Pameran diawali dengan pembukaan yang dihadiri secara langsung oleh sang seniman. Dalam acara pembukaan ini sang seniman didampingi oleh Direktur CCCL, Rekan Kerja CCCL serta Sekretaris CCCL yang bertugas sebagai penerjemah, menjelaskan tentang karya yang akan dipamerkan, proses pembuatan karya tersebut serta pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui karyanya itu.

²¹ Wawancara Wisnu Agung. W. 5 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Wilfrid Rouff dalam pembukaan pameran photography mode melalui terjemahan sekretaris CCCL mengatakan : "Saya sangat berterima kasih diberi kesempatan untuk menunjukkan karya saya di depan publik Surabaya. Karya ini hasil dari pengembaraan saya di dunia mode di berbagai Negara, saya mencoba menangkap berbagai aktivitas yang dilakukan dalam dunia mode melalui kamera saya, terima kasih juga untuk CCCL yang memberikan waktu untuk workshop photography, semoga karya ini bermanfaat bagi anda, terima kasih atas kehadirannya."²²

Setelah itu, dilaksanakan sebuah pertunjukan yang berkaitan dengan tema pameran. Namun, pertunjukan ini tidak selalu harus dilaksanakan, ada atau tidaknya acara pertunjukan dalam pembukaan didasarkan pada konsep yang diminta oleh seniman kepada pihak CCCL.

Berkaitan dengan hal ini Wisnu Agung W mengatakan "Konsep pertunjukan semua kita serahkan kepada seniman, kita hanya menyediakan apa yang dikehendaki, seperti hari ini kita hadirkan sekolah mode Lasalle College sesuai permintaan pak Wilfrid"²³

Acara pembukaan diakhiri dengan dialog yang diadakan secara santai di kebun CCCL sambil menikmati hidangan kecil yang telah disiapkan. Melalui acara ini pengunjung bisa berdialog secara langsung dengan sang seniman serta mendapatkan berbagai informasi tentang jati diri seniman dan karya yang dipamerkan tersebut.

Selanjutnya, acara pameran dilaksanakan selama beberapa waktu, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

²² Wawancara, Wilfrid Rouff, 5 Juni 2007

²³ Wawancara, Wisnu Agung W, 5 Juni 2007
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

7. Evaluasi Kegiatan

Wisnu Agung. W mengatakan : “Kita biasanya melakukan evaluasi pada esok hari, setelah acara ini selesai.... tentang apa yang dievaluasi ya berkaitan dengan job kita pada masing-masing bagian. Saya misalnya ya melaporkan tentang siapa yang hadir dan kesan mereka, Khrisna tentang penyampaianya kepada media, ya... banyak lagi lainnya....”²⁴

Evaluasi merupakan proses terakhir yang dilalui dalam penyelenggaraan suatu acara pameran di CCCL Surabaya.

Dalam melaksanakan tugasnya, terutama berkaitan dengan penyelenggaraan pameran-pameran kebudayaan, humas dibantu oleh sebuah team, yang terdiri dari Direktur CCCL : Herve Mascarau, Sekretaris : Sita S. Soenerjo, Penanggung jawab misi kebudayaan : Vincent Degoul, Humas : Wisnu Agung Wicaksono, dan Atase pers : Pramenda Krishna. A. Kelima anggota team inilah yang nantinya bertindak sebagai panitia utama dalam penyelenggaraan pameran. Masing-masing anggota team bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing. “Tidak saya sendiri yang bekerja untuk kegiatan ini, ada 5 orang yang mengerjakan acara, yakni : Pak Herve, Sekretaris, Vincent, Khrisna dan Saya.” Kata Wisnu Agung. W.²⁵

Selain seniman, pihak CCCL juga dibantu oleh rekan kerja yaitu panitia yang mengadakan pameran bersama, pengisi acara pembukaan serta pihak sponsor yang mendanai pameran.

²⁴ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 5 Juni 2007.

²⁵ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 5 Juni 2007.

b. Pembuatan Web Blog

Sebagai sarana untuk memperkenalkan lembaga CCCL serta kebudayaan Perancis melalui berbagai kegiatannya. Pihak Humas CCCL membuat web blog yang berisi informasi tentang CCCL Surabaya. Web blog CCCL bisa diakses melalui situs www.ccclsurabaya.com.

Pembuatan web blog CCCL dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat, rekan kerja, pers, sponsor serta lembaga kebudayaan Perancis yang lain tentang keberadaan CCCL Surabaya dengan berbagai kegiatannya. Melalui web berg ini, diharapkan CCCL dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga misi CCCL untuk mensosialisasikan budaya Perancis di masyarakat dapat dicapai secara maksimal.

Wisnu Agung. W mengatakan : “Web blog CCCL selalu diperbaharui setiap satu minggu sekali, hal ini dilakukan untuk memberikan informasi yang *up to date* tentang CCCL.”²⁶

Proses pembuatan web blog dilakukan oleh humas dan anggota CCCL. Humas CCCL membuat desain konsep yang kemudian ditindaklanjuti oleh team desain grafis CCCL untuk diaplikasikan dalam bentuk web blog. Adapun isi web blog CCCL, dibagi menjadi :

- I. Info CCCL, berisi tentang gambaran umum CCCL Surabaya, sebagai salah satu pusat kebudayaan Perancis di Indonesia serta visi dan misinya.

²⁶ Wawancara, Wisnu Agung W., 20 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Kursus, berisi tentang berbagai informasi tentang pelaksanaan kursus bahasa Perancis di CCCL Surabaya serta pentingnya bahasa Perancis untuk dipelajari sebagai salah satu bahasa yang dipakai dalam organisasi-organisasi besar dunia.
3. Kebudayaan, berisi tentang berbagai agenda kebudayaan yang akan diselenggarakan oleh CCCL dalam jangka waktu satu bulan. Di dalamnya juga berisi tentang penjelasan event-event kebudayaan tersebut, baik mengenai karya maupun senimannya.
4. Mediatek, berisi tentang penjelasan keberadaan mediatek sebagai perpustakaan CCCL Surabaya beserta koleksi yang dimilikinya serta keberadaannya yang diperuntukkan untuk umum.
5. Konsulat, berisi penjelasan tentang keberadaan agen konsuler Perancis di Surabaya serta fungsinya sebagai kepanjangan tangan kedutaan Perancis yang membantu masyarakat Surabaya dan sekitarnya untuk meneruskan ke Kedutaan Besar Perancis di Jakarta berbagai permohonan terkait dengan layanan konsuler: permohonan visa untuk melancong ke Perancis, memperoleh surat izin bagi pernikahan campuran Indonesia-Perancis, permohonan kartu imatrikulasi bagi orang Perancis, perpanjangan atau pembaharuan pasport Perancis.
6. Jam buka, berisi tentang waktu yang disediakan oleh CCCL dalam pelayanan yang berkaitan dengan informasi, pendaftaran anggota dan siswa kursus bahasa Perancis.
7. Personel, di dalamnya terdapat susunan staff CCCL Surabaya beserta nama-nama yang berada pada jabatan tersebut.

8. Kontak, berisi alamat resmi CCCL Surabaya di Jl. Darmo Kali 10 Surabaya, no telp serta alamat E-mail masing-masing divisi yang bisa dihubungi oleh masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih jelas tentang CCCL Surabaya.
9. Link, di dalamnya terdapat nama-nama lembaga yang mempunyai hubungan secara langsung dengan CCCL Surabaya, mulai dari kedutaan besar Perancis, pusat kebudayaan Perancis yang ada di Indonesia hingga lembaga kebudayaan di Surabaya yang sedang mengadakan kerjasama dengan CCCL. Di dalamnya juga terdapat akses secara langsung dengan situs lembaga-lembaga tersebut yang menampilkan penjelasan tentang keberadaannya.

Wisnu Agung. W mengatakan : “Adanya situs CCCL diharapkan akan membantu masyarakat mendapatkan informasi secara langsung tentang CCCL Surabaya, supaya mereka mengenal CCCL.”²⁷

c. Pembuatan House Journal

Voila adalah nama sebuah house jurnal dalam bentuk majalah yang dibuat oleh CCCL Surabaya dalam dua bahasa, yaitu bahasa Perancis dan bahasa Indonesia. Voila merupakan salah satu media yang digunakan oleh CCCL dalam mempromosikan keberadaan CCCL dengan berbagai kegiatan kebudayaannya dalam rangka memperkenalkan kebudayaan Perancis di Surabaya.

Sebagaimana fungsi house jurnal dalam sebuah perusahaan / organisasi / lembaga, Voila dibuat dengan tujuan untuk mempublikasikan berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh

²⁷ Wawancara Wisnu Agung W., 20 Juni 2007.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

CCCL Surabaya. Dengan adanya majalah Voila ini diharapkan masyarakat umum dapat mengetahui agenda kegiatan yang akan diadakan oleh CCCL Surabaya. Sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam setiap acara yang dilaksanakan oleh CCCL. Dengan semakin banyaknya orang yang mengetahui dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan oleh CCCL, maka misi CCCL dalam rangka memperkenalkan kebudayaan Perancis pada masyarakat Surabaya akan semakin mudah terwujud.

Dalam setiap penerbitannya Voila dicetak sebanyak 4000 eksemplar, majalah ini diperuntukkan kepada anggota CCCL, siswa kursus bahasa Perancis serta masyarakat umum, yang dibagikan secara cuma-cuma. Voila biasanya diletakkan di rak di depan galeri pameran CCCL, jadi siapa saja yang berkunjung ke CCCL dapat mengambil majalah ini.

Majalah Voila diterbitkan setiap empat bulan sekali. Majalah voila terdiri atas dua rubrik utama, yaitu :

1. Agenda acara CCCL, biasanya berisi tentang agenda acara CCCL yang bersifat suatu rangkaian acara, seperti festival musim semi Perancis. Di dalam agenda acara ini dijelaskan mengenai pelaksanaan acara, tempat serta sinopsis acara dan seniman.
2. Seputar CCCL, berisi tentang agenda acara rutin yang diadakan oleh CCCL Surabaya, baik yang diselenggarakan sendiri oleh CCCL maupun acara bersama antara CCCL dengan pihak lain. Selain itu dalam rubrik ini juga terdapat penjelasan mengenai pendidikan di Perancis dalam bahasa Edufrance.

Proses pembuatan Voila diawali dengan pengajuan konsep desain oleh humas CCCL yang kemudian konsep tersebut dikembangkan oleh pimpinan redaksi menjadi sebuah isi majalah secara keseluruhan, namun masih dalam bahasa Perancis. Setelah itu tim penerjemah dan koreksi melengkapi isi Voila dengan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, sekaligus dilakukan proses editing terhadap isi Voila sehingga sudah layak untuk dicetak. Setelah pembahasan mengenai isi terselesaikan kemudian diserahkan kepada desainer grafis majalah untuk mengatur bagaimana penampilan majalah Voila dibuat semenarik mungkin dengan perpaduan antara tulisan dan gambar tanpa harus mengurangi esensi isi majalah.

Selain pada proses desain dan pembuatan, pada setiap kali terbit crew redaksi majalah Voila juga mencari sponsor yang dananya digunakan untuk operasional Voila. Perusahaan / lembaga yang mengajukan diri sebagai sponsor di majalah Voila akan mendapatkan kompensasi berupa pemuatan iklan produk di majalah Voila.

Menurut Wisnu Agung. W. : "Voila tidak mempunyai arti yang pasti, Voila merupakan kata dalam bahasa Perancis yang merupakan kata ujaran yang sulit diterjemahkan, misal dalam bahasa Indonesia seperti kata walah ! gitu tak ada arti pasti ... proses pembuatan saya mengajukan desain konsep kemudian dibuat oleh Vincent selaku redaktur, kemudian mencari investor untuk pendanaan dengan pemuatan sebagai iklan tentunya."²⁸

Dewan redaksi majalah Voila dipimpin secara langsung oleh Bapak Herve Mascarau selaku direktur penerbitan, dengan pimpinan redaksi adalah penanggung jawab misi kebudayaan Vincent Degoul,

²⁸ Wawancara, Wisnu Agung W. 20 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

tim penerjemah dan koreksi : Sita, Khrisna, Wisnu, Aan, Weah dan Tarsono serta desainer grafis adalah Bing Fei yang juga merupakan desainer grafis CCCL.

d. Workshop

Workshop adalah suatu event yang diadakan oleh seniman Perancis untuk memperkenalkan proses pembuatan karya yang dilakukan kepada masyarakat umum sebagai peserta workshop. Agenda workshop biasanya dilaksanakan mengiringi pelaksanaan pameran, sebelum atau sesudah pameran dilakukan.

Workshop merupakan proses transfer ilmu dari seniman kepada peserta workshop. Dalam pelaksanaan workshop peserta akan diberikan penjelasan mengenai proses penciptaan karya yang dilakukan oleh seniman, sekaligus peserta akan diberikan materi berupa latihan dan praktek secara langsung berkaitan dengan pembuatan karya. Jadi peserta akan terlibat secara langsung dalam proses pembuatan karya, sehingga pada proses peserta akan memahami kondisi seniman dalam proses penciptaan sebuah karya.

Workshop yang diadakan oleh CCCL Surabaya diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan cara mendaftarkan diri terlebih dahulu menjadi peserta workshop dengan memenuhi berbagai persyaratan yang diajukan oleh CCCL Surabaya. Karena tidak semua orang yang mendaftarkan diri akan langsung menjadi peserta, maka humas CCCL melakukan seleksi terhadap peserta workshop, seleksi dilakukan pada

persyaratan-persyaratan yang diajukan oleh CCCL kepada peserta. Semua keputusan tentang peserta workshop ditentukan sepenuhnya oleh humas CCCL. Setelah peserta ditentukan, humas CCCL kemudian menghubungi peserta lewat via telepon untuk menanyakan kesiapannya mengikuti workshop. Setelah itu barulah workshop dilakukan.

Wisnu Agung mengatakan : “Workshop merupakan ajang transfer pengetahuan dari seniman Perancis kepada masyarakat umum yang ingin mendalami tentang karya dan proses mereka dengan seleksi terlebih dahulu tentunya”.²⁹

Proses pelaksanaan workshop diserahkan sepenuhnya kepada seniman yang memandu acara workshop. Hal ini dilakukan karena mereka dianggap sebagai orang yang paling memahami tentang proses penciptaan karya mereka. Humas CCCL hanya mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan saat workshop dilaksanakan. Jadi humas CCCL berfungsi sebagai fasilitator dalam pelaksanaan workshop. Namun, selain sebagai fasilitator humas juga selalu mendampingi seniman dalam tiap pelaksanaan workshop sebagai penerjemah. Karena sebagian besar pemateri menggunakan bahasa Perancis.

Wilfrid Rouff pada saat workshop photography mengatakan dengan terjemahan dari Wisnu Agung. W : “Saya akan membagi ilmu dan pengalaman Saya kepada Anda semua, semoga ini berguna bagi Anda dan menambah pengetahuan Anda tentang dunia photography, Anda akan terlibat langsung dalam pemotretan dan hasilnya akan dipamerkan pada penutupan acara pameran.”³⁰

²⁹ Wawancara, Wisnu Agung W, 10 Juni 2007.

³⁰ Wawancara, Wilfrid Rouff, 13 Juni 2007.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Pelaksanaan workshop selain transfer keilmuan juga pengalaman dalam berkarya, karena dalam setiap pelaksanaan workshop selalu dilakukan dengan proses pembuatan karya secara langsung oleh peserta workshop, sehingga melalui workshop peserta akan mendapatkan pengetahuan melalui proses dan praktek secara langsung. Hasil karya dari peserta akan dipamerkan pada saat penutupan pameran. Jadi selain bisa menikmati karya sang seniman, peserta juga bisa melihat hasil karyanya sendiri dalam pameran setelah proses yang dijalaninya dalam workshop.

e. Press Relation

Selain menciptakan dan memanfaatkan media yang dibuat sendiri oleh CCCL sebagai upaya untuk mempromosikan agendanya serta misinya untuk mensosialisasikan kebudayaan Perancis, humas CCCL juga menjalin hubungan dengan lembaga pers yang ada di Surabaya untuk mensosialisasikan keberadaan CCCL beserta berbagai agenda kegiatan yang dilakukan oleh CCCL Surabaya. Karena bagaimanapun lembaga pers yang ada di Surabaya baik media cetak, radio maupun televisi merupakan media yang telah dikenal secara luas oleh masyarakat Surabaya dan dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat. Sehingga mengadakan kerjasama dengan media setempat merupakan metode yang efektif dalam mengenalkan kiprah CCCL dengan misi kebudayaannya di Surabaya.

Menurut Dody Yan Masfa, seniman Surabaya mengatakan : “Kiprah CCCL Surabaya selama ini turut meramaikan dunia kesenian dan pertunjukan di Surabaya, seniman-seniman Perancis mempunyai corak kesenian yang berbeda dengan seniman Surabaya.”³²

CCCL merupakan jembatan bagi pertemuan antara kebudayaan Perancis dengan kebudayaan lokal Surabaya dan Jawa Timur. Melalui event-event yang dilaksanakan, CCCL telah mempertemukan dua kutub kebudayaan yang berbeda namun dapat bersatu dalam sebuah event kebudayaan. Event kebudayaan CCCL turut membantu terjalinnya komunikasi antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya.

Dengan adanya seniman-seniman perancis yang menunjukkan karyanya di Surabaya telah terjadi transfer informasi dan pengetahuan melalui karya mereka tentang kehidupan dan kebudayaan Perancis, tempat di mana mereka hidup dan berinteraksi serta berproses menghasilkan karya.

Proses komunikasi yang terjalin antara seniman Perancis dan seniman Surabaya merupakan komunikasi antar dua kebudayaan yang berbeda. Komunikasi antara seniman Perancis dan seniman Surabaya terjadi dalam berbagai bentuk, antara lain :

a. Diskusi

Dalam setiap acara yang diadakan oleh CCCL Surabaya selalu terdapat waktu berdialog antara seniman dengan pengunjung. Baik pada saat pelaksanaan maupun se usai acara. Waktu-waktu inilah yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung untuk berinteraksi secara

³² Wawancara, Dody Yan Masfa, 7 Juni 2007.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

langsung dengan seniman penyaji acara. Begitu juga halnya dengan seniman Surabaya yang kerap kali menghadiri acara yang diadakan oleh CCCL sambil melihat karya mereka sering terlibat diskusi dengan seniman penyaji, terutama mengenai karya yang dipamerkan.

Menurut Cak Kandar ketika ditemui sesuai pembukaan acara pameran photography mengatakan : “Biasa.. kami ya membicarakan photo-photo yang dibuat oleh pak Rouff, ternyata dia orang yang ulet dan pekerja keras.”³³

Meskipun terdapat perbedaan bahasa antara seniman Perancis dan seniman Surabaya tidak menjadi sebuah persoalan besar, karena dalam setiap event yang diadakan oleh CCCL Surabaya seniman Perancis selalu didampingi oleh humas CCCL yang menjadi penerjemah bagi seniman Perancis tersebut.

Biasanya diskusi antara seniman Perancis dan seniman Surabaya berlanjut sesuai acara pameran dilaksanakan, pihak CCCL selalu mempersiapkan acara santai bersama sambil menikmati hidangan yang disediakan, sehingga sang seniman dapat berinteraksi dan berdiskusi dengan semua pengunjung.

Sementara itu Dody Yan Masfa juga mengatakan : “Saya ke sini untuk ketemu dengan Pak Rouff sekalian belajar, kalau selama ini Saya terlibat di dunia teater, kini saya dapat banyak pengetahuan photography dalam diskusi di kebun tadi”³⁴

³³ Wawancara, Cak Kandar, 5 Juni 2007.

³⁴ Wawancara, Dody Yan Masfa, 5 Juni 2007.
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Diskusi merupakan cara yang dipandang efektif dalam mempertemukan dua kebudayaan yang berbeda antara seniman Perancis dan seniman Surabaya, melalui diskusi mereka dapat berbagi pengalaman tentang proses kreatif yang mereka lakukan selama ini.

b. Apresiasi Karya

Apresiasi merupakan forum dialog antara seniman dengan pengunjung / penonton yang diarahkan pada penilaian terhadap karya yang ditampilkan atau dipamerkan oleh seniman. Forum apresiasi ini memang sengaja didesain oleh humas CCCL untuk menyatukan pemahaman antara penonton dengan seniman penyaji.

Dalam setiap penyajian karya lewat pertunjukan maupun pameran yang merupakan sarana untuk mengkomunikasikan gagasan, ide dan pemikiran melalui sebuah karya, penonton akan menangkap apa yang ingin disampaikan oleh sang seniman penyaji berdasarkan persepsi mereka terhadap karya yang ditonton. Sehingga akan tercipta pemahaman yang berbeda-beda antara penonton yang satu dengan penonton yang lain dalam menilai karya. Persepsi tersebut bisa saja sama atau berbeda dengan apa yang ingin disampaikan seniman penyaji lewat karyanya.

Cak Kandar juga mengatakan : “Kami ini para seniman, dapat berbicara walaupun tanpa berkata, cukup dengan karya kami bisa melihat kegelisahan dan apa yang disampaikan oleh sang seniman”.³⁵

³⁵ Wawancara, Cak Kandar, 5 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Melalui forum apresiasi karya yang diadakan oleh CCCL yang menghadirkan dialog secara langsung antara seniman penyaji dengan penonton sebagai apresiator. Dalam acara ini penonton diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat mereka tentang karya yang telah disajikan. Pendapat yang disampaikan berkaitan dengan karya bisa disampaikan dalam bentuk penilaian maupun apa yang dirasakan setelah mereka melihat karya tersebut. Dalam forum ini juga diberikan kesempatan bagi seniman untuk menyampaikan penjelasan tentang pesan yang ingin disampaikan melalui karyanya tersebut serta proses yang dilalui dalam pembuatan karya itu.

Dengan adanya apresiasi karya ini akan tercipta suatu pemahaman bersama tentang apa yang ingin disampaikan oleh seniman penyaji dengan persepsi yang ditangkap oleh penonton. Melalui apresiasi karya ini seniman penyaji akan mendapatkan masukan-masukan berkaitan dengan karya yang ditampilkan. Sedangkan bagi penonton mereka akan mendapatkan suatu pengetahuan baru tentang sebuah proses yang dilakukan oleh seniman penyaji yang mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda dengan mereka. Sehingga tercipta komunikasi yang efektif antara seniman penyaji dan penonton.

Wisnu Agung mengatakan : “Seniman itu unik, mereka bisa beradaptasi satu sama lain meski berbeda budaya, jadi gak susah mempertemukan mereka”.³⁶

³⁶ Wawancara, Wisnu Agung Wicaksono, 10 Juni 2007
 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V

ANALISIS DATA

A. TEMUAN

Berdasarkan pemaparan pada bab sebelumnya, sekaligus juga menjawab permasalahan dalam penelitian ini, peneliti menemukan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pameran Sebagai Strategi Humas CCCL Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya

Dari sekian strategi yang digunakan oleh humas CCCL dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya, strategi pameran merupakan strategi yang begitu dominan dilakukan oleh humas CCCL Surabaya, hal ini didasarkan pada pengamatan peneliti di lapangan. Data-data tentang pameran peneliti dapatkan pada saat peneliti mengikuti pembukaan acara pameran photographi oleh Wilfrid Rouff pada tanggal 5 Juni 2007 di galeri CCCL Surabaya, yang merupakan rangkaian acara Festival Musim Semi Perancis.

Pembukaan pameran dihadiri secara langsung oleh seniman Perancis serta pihak yang bekerjasama dengan CCCL Surabaya. Seniman yang melakukan pameran hadir pada acara pembukaan pameran guna memberikan penjelasan secara langsung tentang karya yang dipamerkan, serta proses yang dilakukannya dalam menciptakan karya tersebut. Hal ini seperti yang disampaikan oleh

Wilfrid Rouff sang seniman yang memberikan sambutan pada pembukaan acara. Selain itu, Wilfrid juga memberikan penjelasan kepada pengunjung tentang masing-masing karya yang dipamerkan, dengan didampingi oleh Wisnu Agung, selaku humas CCCL sebagai penerjemah.

Acara pembukaan pameran juga dihadiri oleh pihak-pihak yang bekerjasama dengan CCCL dalam pelaksanaan acara pameran. Hal ini terlihat pada acara pembukaan pameran photographi dihadiri oleh Cak Kandar selaku ketua panitia Festival Seni Surabaya yang bekerjasama dengan CCCL dalam penyelenggaraan pameran dan workshop photographi oleh Wilfrid Rouff. Selain itu, juga hadir pimpinan sekolah model "Lasalle College" yang pada saat itu juga melakukan pekerjaan bersama.

Pada acara pembukaan pameran juga terlihat wartawan-wartawan dari berbagai media, baik media cetak atau elektronik dengan berbagai peralatan di tangan mereka. Wartawan yang melakukan peliputan berbicara dengan atase pers CCCL Pramendha Krisna. W, mereka juga melakukan wawancara dengan Wilfrid Rouff, direktur CCCL, Cak Kandar dan direktur Lasalle College. Bahkan pada saat peragaan busana para wartawan sibuk memotret model yang berjalan di atas karpet merah yang terbentang di galeri CCCL.

Selain itu pengunjung pameran juga dihadiri oleh masyarakat Surabaya dan perwakilan dari lembaga-lembaga kesenian di Surabaya. Hal ini terlihat dari buku tamu yang terdapat di kantor depan CCCL Surabaya.

2. Apresiasi Budaya Sebagai Upaya CCCL Membangun Komunikasi Lintas Budaya Antara Seniman Perancis dengan Seniman Surabaya

Dalam upaya yang dilakukan humas CCCL untuk membentuk komunikasi lintas budaya antara seniman perancis dan seniman Surabaya, peneliti menemukan dua upaya yang dilakukan yakni diskusi dan apresiasi karya yang telah dijabarkan pada bab IV. Akan tetapi, berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti terhadap upaya tersebut, apresiasi karya merupakan upaya yang sesuai dalam membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya.

Hal ini didasarkan pada pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada saat menyaksikan pertunjukan teater boneka oleh kelompok *C' Koi C' Cirk* dengan judul "Bintang Apa Itu?". Seusai kelompok *C' Koi C' Cirk* melakukan pementasan di gedung Mitra Surabaya diadakan apresiasi karya dengan dimoderatori oleh Wisnu Agung W, apresiasi karya ini diikuti oleh seluruh crew dari kelompok *C' Koi C' Cirk* yang duduk di panggung berhadapan dengan penonton. Dalam acara apresiasi ini terjadi dialog antara penonton yang kebanyakan adalah seniman Surabaya dan anak-anak peserta workshop. Apresiasi dibuka dengan pernyataan dari penonton tentang pementasan yang dibatasi tiga orang. Dilanjutkan dengan pemaparan dari kelompok *C' Koi C' Cirk* yang mengemukakan konsep pertunjukan mereka. Selanjutnya terjadi dialog diantara mereka.

Persamaan persepsi tentang karya terlihat pada saat Wisnu Agung menutup acara apresiasi pada pukul 18.15 dengan sebuah kesimpulan dan kata terakhir “Kesimpulan terbaik terletak di benak Anda semua”.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

1. Strategi Humas CCCL Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya

Berdasarkan temuan data diperoleh suatu kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh humas CCCL Surabaya dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya adalah melalui pameran yang merupakan media bagi seniman Perancis untuk menunjukkan karyanya kepada masyarakat. Penggunaan pameran sebagai media sosialisasi sesuai model komunikasi Public Relations yang dikemukakan oleh James E. Grunig.

Menurut James E. Grunig, bahwa perkembangan Public Relations (PR) dalam konsep dan praktik dalam proses komunikasi yaitu terdapat 4 model (*four typical ways of conceptual and practicing communication*) sebagai berikut :

a. Model Publicity or Press Agency

Dalam model ini, PR / Humas melakukan propaganda atau kampanye melalui proses komunikasi searah (*one way process*) untuk tujuan publisitas yang menguntungkan, khususnya dalam menghadapi media massa, model ini dimanfaatkan dalam proses komunikasi periklanan atau dalam bentuk komunikasi persuasif lainnya.

b. *Model Public Information*

Dalam hal ini PR / humas bertindak seolah-olah sebagai *journalist in residence*. Berupaya membangun kepercayaan organisasi melalui proses komunikasi searah (*one way process*) dan tidak mementingkan persuasif. Unsur kebenaran dan obyektivitas pesan (informasi) selalu diperhatikan oleh pihak narasumbernya.

c. *Model Two Way Asymmetrical*

Tahapan model ini PR / humas melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah dan penyampaian pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah (*Scientific Persuasive*). Dalam hal model ini masalah *feedback* dan *feedforward* dari pihak publik diperhatikan serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak diperlukan sebelum melakukan komunikasi. Maka kekuatan, membangun hubungan (*relationship*) dan pengambilan inisiatif selalu didominasi oleh si pengirim (*sources*).

d. *Model Two Way Symmetrical*

Model komunikasi simetris dua arah yang menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima, dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive*

communication) untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹

Pameran yang dilaksanakan oleh humas sebagai strategi menggunakan model *Two Way Asymmetrical*, karena dalam pelaksanaan pameran pihak CCCL selalu memperhatikan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi dalam menentukan jenis pameran dan seniman penyaji pameran.

Menurut Jack Dove, pakar *audio visual aids* (AVA) mengatakan :
 “Pengetahuan dapat diserap melalui panca indera manusia, yaitu penilaian menurut ukuran proporsi indra sebagai berikut :

- a. menggunakan mata (*sight*) 70 %
- b. pendengaran (*hearing*) 13 %
- c. sentuhan (*touch*) 6 %
- d. penciuman (*smell*) 3 %
- e. cita rasa (*taste*) 3 %

artinya bahwa semua pengetahuan tersebut atau 90 % dapat diserap melalui panca indera manusia ketika yang bersangkutan hadir, menyaksikan dan memperhatikan pada saat pameran berlangsung.²

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka pameran hasil karya seniman Perancis yang diadakan oleh CCCL Surabaya merupakan media yang efektif dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis.

¹ Rosady Rustan, *Op. Cit.*, hh. 103-105.

² Rosady Rustan, *Op. Cit.*, h. 232.

Suasana santai yang tercipta dalam pameran yang diadakan oleh CCCL Surabaya merupakan sarana yang efektif dalam menjalin komunikasi antara dua pihak yang berbeda bahasa dan budaya. hal ini sesuai dengan teori *Clozentropy* yang diketengahkan oleh Donald Darnell yang dikembangkan oleh Dennis T. Lowry dan Theodore J. Marr.

Studi yang dilakukan oleh Lowry dan Marr terhadap *Clozentropy Theory* itu menekankan pentingnya pra keakraban dengan isi pesan yang janggal. Dari hasil penelitian Lowry dan Marr di Amerika Serikat dan Philipina ini tampak pentingnya pra keakraban (*prior familiarity*) dalam komunikasi internasional, sekalipun hubungan antara dua negara yang terlibat dalam komunikasi ditinjau dari bahasa bersifat monolingual, apalagi jika antara dua negara berbeda dalam bahasa, kebudayaan dan politik.³

Mengenai pesan kebudayaan yang dikandung oleh sebuah karya dalam pameran Rafael Raga Maran dalam bukunya Manusia dan Kebudayaan menyatakan : "Suatu karya artistik selalu bersifat sosial. Kehadiran suatu karya seni selalu mengandalkan kehadiran suatu masyarakat yang berjiwa kreatif, dinamis, dan agung. Suatu karya seni tidak saja melambangkan kehadiran sang artis, seniman yang menciptakannya, melainkan melambangkan juga kehadiran masyarakat di mana sang artis itu berada dan berkarya. Sejenius apapun seorang artis, ia hanya dapat berkarya dalam suatu konteks sosial, dalam suatu lingkungan masyarakat."⁴

³ Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit.*, hh. 296-297.

⁴ Raffael Raga Maran, *Op. Cit.*, h. 105.

2. Upaya CCCL Membangun Komunikasi Lintas Budaya Antara Seniman Perancis dan Seniman Surabaya

Dalam upaya membangun komunikasi lintas budaya antara seniman Perancis dan seniman Surabaya apresiasi karya merupakan cara yang paling efektif, karena melalui apresiasi karya terjalin komunikasi timbal balik (dua arah) antara seniman Perancis sebagai penyaji acara yang ingin menyampaikan pesannya lewat karya yang dipamerkan (komunikator) dengan pengunjung / penonton sebagai penerima pesan (komunikan) melalui karya yang dilihatnya. Komunikasi ini terjadi untuk menyatukan pemahaman tentang pemaknaan karya yang ditampilkan dalam pameran. Proses komunikasi tersebut sesuai dengan teori konvergensi yang diungkapkan oleh Rogers dan Kincaid.

Seperti yang diutarakan oleh Rogers dan Kincaid 1981, yang menekankan komunikasi sebagai proses penciptaan dan pembagian bersama (*Field Of Experience*) informasi untuk tujuan mencapai saling pengertian bersama (*mutual understanding*) antara para pelakunya.⁵

Model konvergensi mengemukakan bahwa komunikasi manusia selalu dinamik, dia mengikuti suatu proses siklus sepanjang waktu, hubungan timbal balik bukan satu arah dan model ini menekankan ketergantungan relasi satu sama lain. Analisis terhadap proses komunikasi selalu berada pada tiga tingkatan : (1) Analisis fisik ; (2) Psikologis ; dan (3) sosial ; tiga model inilah yang membesarkan model konvergensi itu. Keseimbangan antara fisik, psikologis dan sosial merupakan hal yang utama dari analisis konvergensi. Menurut model

⁵ Lusiana Andriani Lubis. *Komunikasi Antar Budaya*. ([http : USU.org.id/digital/library.html](http://USU.org.id/digital/library.html). diakses tanggal 23 Juni 2007).

ini, komunikasi terjadi melalui proses konvergensi di mana dua atau tiga lebih partisipan membagi informasi satu sama lain dalam lingkungan mereka untuk mencapai sasaran dengan hasil pemahaman timbal balik yang sempurna.⁶ Komunikasi di sini dilihat tidak sebagai komunikasi yang berlangsung secara linear dari sumber kepada penerima, melainkan sebagai sirkum atau melingkar (*cyclical*). Pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi berganti-ganti peran sebagai sumber ataupun penerima yang diistilahkan sebagai “*transceivers*”, sampai akhirnya mencapai tujuan, kepentingan atau pengertian bersama. Dengan demikian, komunikasi selalu mengandung makna adanya saling berhubungan.⁷

Dalam apresiasi karya proses komunikasi antara seniman penyaji dengan pengunjung atau penonton terjadi dalam suatu alur diskusi, di mana pada proses awal penonton menyampaikan penilaian terhadap pesan yang disampaikan melalui karya berdasarkan persepsi yang didapatnya setelah melihat karya tersebut, dalam hal ini penonton berperan sebagai komunikator sedangkan seniman sebagai komunikan. Sedangkan pada proses selanjutnya seniman penyaji juga berkesempatan menjelaskan pesan yang ingin disampaikan melalui karya tersebut, di sini terjadi pergantian peran antara seniman penyaji sebagai komunikator dengan penonton sebagai komunikan. Proses timbal balik dalam apresiasi karya mempunyai tujuan untuk berbagai pengetahuan antara persepsi penonton terhadap karya dengan proses penciptaan dan pemaknaan karya yang diungkapkan oleh seniman dalam bentuk pameran karya.

⁶ Alo Liliweri, *Op. Cit.*, h. 84.

⁷ Lusiana Andriani Lubis, *Komunikasi Antar Budaya*, ([http : USU.org.id/digital/library.html](http://USU.org.id/digital/library.html). diakses tanggal 23 Juni 2007).

Komunikasi timbal balik antara seniman penyaji dengan penonton juga sesuai dengan Model Sirkular Osgood dan Schramm yang menitikberatkan perhatiannya langsung kepada saluran yang menghubungkan pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) atau dengan perkataan lain komunikator dan komunikan. Schramm dan Osgood menitikberatkan pembahasannya pada perilaku pelaku-pelaku utama dalam proses komunikasi. Pada Schramm dan Osgood ditunjukkan fungsinya yang hampir sama. Digambarkannya dua pihak berperilaku sama, yaitu *encoding* atau menjadi *decoding* atau menyandi balik, dan *interpreting* atau menafsirkan.⁸

⁸ Onong Uchjana Effendi, *Op.Cit.*, hh. 258-259.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang **Strategi Humas Centre Culturel et de Cooperation Linguistique (CCCL) Surabaya Mensosialisasikan Kebudayaan Perancis di Surabaya** yang telah diuraikan dan dipaparkan pada bab-bab sebelumnya dapat diambil suatu kesimpulan :

1. Dalam melaksanakan misinya untuk mensosialisasikan kebudayaan Perancis di Surabaya, humas CCCL melaksanakan beberapa strategi diantaranya : Pameran, Pembuatan *web blog*, Pembuatan house journal, Workshop, Press relation. Dari kelima strategi yang dilaksanakan oleh humas CCCL Surabaya, strategi pameran dianggap sebagai strategi yang paling efektif dalam mensosialisasikan kebudayaan Perancis. Hal ini disebabkan karya yang ditampilkan merupakan gambaran kebudayaan Perancis, yang dapat dengan mudah dipahami oleh pengunjung / penonton.
2. Sedangkan dalam upaya membentuk komunikasi antara seniman Perancis dengan seniman Surabaya, humas CCCL melakukan dengan dua cara yaitu dengan cara diskusi dengan seniman pada saat pelaksanaan acara dan apresiasi karya yang dilaksanakan se usai pameran. Akan tetapi, apresiasi karya dianggap sebagai upaya yang efektif dalam menjalin komunikasi antara seniman penyaji dari Perancis dengan seniman Surabaya sebagai penonton. Hal ini dikarenakan pada saat apresiasi karya terjadi komunikasi

timbal balik dan bergantian antara seniman Perancis dengan penonton

dengan tujuan menemukan pemahaman bersama mengenai pesan yang disampaikan melalui karya yang ditampilkan. Sehingga tercapai pemahaman bersama tentang pesan yang disampaikan dalam karya yang dipamerkan.

B. SARAN

Didasarkan pada hasil dan proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada lembaga CCCL Surabaya peneliti menyarankan beberapa hal kepada CCCL Surabaya :

1. Acara yang dilaksanakan oleh CCCL Surabaya memang merupakan suatu acara yang baik dan diselenggarakan dengan kerja yang profesional. Namun, dalam pembangunan situasi di sekretariat CCCL Surabaya masih terkesan terlalu eksklusif dan formal. Sehingga masyarakat umum memandang CCCL sebagai suatu tempat yang eksklusif. Sehingga masyarakat agak canggung ketika harus memasuki area CCCL Surabaya.
2. Pada saat pelaksanaan pameran, terutama pameran yang diadakan di galeri CCCL Surabaya yang diadakan dalam jangka waktu tertentu. Hendaknya ada seorang petugas yang bertugas memberikan informasi mengenai pameran yang dilaksanakan. Karena selama ini pada saat acara pameran digelar, hanya pada saat pembukaan suasana terasa ramai dengan kehadiran seniman, staff CCCL dan wartawan, sedangkan pada hari-hari berikutnya di galeri hanya terdapat hasil karya yang terpampang. Sehingga pengunjung hanya melihat hasil karya tanpa ada penjelasan dari pihak CCCL Surabaya.

Penelitian yang dilakukan di CCCL Surabaya yang dilakukan oleh peneliti kali ini hanya berkisar kepada strategi yang digunakan oleh humas dalam menjalankan misi lembaga. Sedangkan dalam lembaga CCCL masih banyak persoalan yang perlu dikaji dan diteliti oleh peneliti yang lain, antara lain manajemen organisasi lembaga CCCL, proses kerjasama antara CCCL dengan perguruan tinggi yang ada di Surabaya dalam pengembangan ilmu pengetahuan, serta strategi marketing CCCL mencari sponsorship bagi kegiatan CCCL Surabaya. Peneliti berharap bahwa permasalahan-permasalahan tersebut dapat diajukan sebagai bahan penelitian bagi peneliti yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. **Dasar – Dasar Public Relations**. Bandung : Citra Aditya Bhakti. 2001.
- Anggoro, M. Linggar. **Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia**. Jakarta : Bumi Aksara. 2001.
- Bachtiar, Wardi. **Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah**. Jakarta : Logos. 1997
- Berger, Arthur Asa. **Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer**. Alih Bahasa : M. Dwi Marianto. Yogyakarta : Tiara Wacana. 2000.
- Black, James A., Dean J. Champion. **Metode dan Masalah Penelitian Sosial**. Alih Bahasa : E. Koswara, Dira salam Alfin Ruzhendi. Bandung : Refika Aditama. 1999.
- Bungin, Burhan. **Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis ke Arah Varian Kontemporer**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2001.
- Coulson, Colin Thomas. **Public Relations Pedoman Praktis Untuk PR**. Alih Bahasa : Lucas Ginting. Jakarta : Bumi Aksara. 1993.
- Effendy, Onong Uchjana. **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. 2003.
- Haviland, William A. **Antropologi**. Alih Bahasa : R. G. Soekadijo. Jakarta : Erlangga. 1995.
- Ihromi, T. O. **Pokok-pokok Antropologi Budaya**. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia. 1996.
- Jefkins, Frank. **Public Relations**. Alih Bahasa : Haris Munandar. Jakarta : Erlangga. 1995.
- Kartamihardja, A. **Polemik Kebudayaan**. Yogyakarta : Kanisius. 1976.
- Kasali, Rhenald. **Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**. Jakarta : Grafiti. 1994.
- Liliweri, Alo MS. **Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001.

- Lubis, Lusiana Andriani. **Komunikasi Antar Budaya**. <http://USU.org.id/digital/library.html>. diakses tanggal 23 Juni 2007.
- Maran, Raffael Raga. **Manusia dan Kebudayaan dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar**. Jakarta : Rineka Cipta. 2000.
- Moleong, Lexy J. **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2000.
- Muhadjir, Neong. **Metodologi Penelitian Kualitatif** Yogyakarta : Rakesarasin. 1992.
- Mulyana, Dedy Jalaluddin Rakhmat (ed). **Komunikasi Antar Budaya Panduan Komunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya**. Bandung : Remaja Rosdakarya. 1996.
- Mulyana, Dedy. **Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya**. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2002.
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi. **Metodologi Penelitian**. Jakarta : Bumi Aksara. 1997.
- Ndraha, Taliziduha. **Research : Teori Metodologi Administrasi**. Jakarta : Bina Aksara. 1981.
- Peursen, C. A. Van. **Strategi Kebudayaan**. Yogyakarta : Kanisius. 1994.
- Poespowardojo, Soerjanto. **Strategi Kebudayaan**. Jakarta : Gramedia Pustaka. 1993.
- Ruslan, Rosady. **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi** Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2005.
- Ruslan, Rosady. **Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi**. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2003.
- Sulaeman, M. Munandar. **Ilmu Budaya Dasar Suatu Pengantar**. Bandung : PT. Refika Aditama. 1998.
- Syam, Nur. **Metodologi Penelitian Dakwah**. Solo : Rhamadani. 1991.
- www.surabaya.co.id
- www.ccclsurabaya.com