

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga tradisional merupakan permainan asli masyarakat sebagai aset budaya bangsa Indonesia dan perlu dilindungi, karena selain menjadi olahraga hiburan, kesenangan, manfaat dan kebutuhan interaksi sosial, olahraga juga berpotensi untuk meningkatkan kualitas fisik atau jasmani. Olahraga tradisional merupakan warisan budaya dari nenek moyang bangsa Indonesia. Barlian (2013), mengatakan yang disebut sebagai olahraga tradisional harus memenuhi dua persyaratan yaitu berupa “olahraga” dan sekaligus juga “tradisional” baik dalam memiliki tradisi yang telah berkembang selama beberapa generasi, maupun dalam arti sesuatu yang terkait dengan tradisi budaya suatu bangsa secara yang lebih luas.

Buru babi adalah aktivitas berburu babi hutan yang dilakukan sekelompok orang menggunakan anjing. Biasanya yang melakukan kegiatan buru babi ini merupakan kaum pria, namun tidak terdapat larangan bagi perempuan yang ingin mengikuti kegiatan buru babi ini. Masing-masing pemburu umumnya membawa satu ekor anjing, tetapi terdapat juga beberapa pemburu yang masing-masing membawa dua ekor hingga tiga ekor anjing (Juwanda dan Hermanzoni 2020). Selain membawa anjing, beberapa pemburu juga membawa pisau yang diselipkan di pinggangnya. Selain sebagai aksesoris pisau ini dipakai untuk menusuk babi yang tidak bisa ditaklukan oleh anjing mereka, terutama babi yang ukurannya besar. Pisau ini dipakai terkadang bukan lantaran anjing–anjing tersebut tidak bisa membunuh babi, akan tetapi pisau itu dipakai untuk meningkatkan kecepatan

matinya babi tersebut (Juwanda dan Hermanzoni, 2020).

Daerah Sumatera Barat, salah satu tradisi tradisional yang dilakukan masyarakatnya adalah berburu babi. Kurniawan dkk (2021), mengatakan tradisi berburu babi sejatinya telah menjadi olahraga persatuan buru babi yang tersebar di hampir seluruh Sumatera Barat. Berawal dari permainan masyarakat Minangkabau, sekarang sudah terbentuk sebuah organisasi bagi sesama pemburu babi yaitu Persatuan Olahraga Buru Babi (PORBI) berdasarkan pada Peraturan Pemerintah No.13 Tahun 1994 tentang perburuan satwa buru. Unsur dari kegiatan ini dapat dikatakan olahraga karena antara orang dan anjing secara otomatis sama-sama melakukan olahraga. PORBI sendiri terbentuk pada tahun 1987 dan dilengkapi dengan struktur organisasinya di wilayah Sumatera Barat.

Menurut Kasman (2014), buru babi dalam masyarakat Minangkabau telah dilakukan oleh nenek moyang orang Minangkabau. Aktivitas ini sebagai bagian dari tradisi masyarakat secara turun-temurun dan adalah salah satu bentuk kebudayaan kolektif masyarakat Minangkabau yang masih hidup dan berkembang sampai saat ini. Bagi masyarakat Minangkabau buru babi merupakan permainan masyarakat yang sudah membudaya dan menjadi kegiatan yang sudah dilakukan secara turun-temurun dari generasi ke generasi. Menurut Kasman (2014), bagi masyarakat Minangkabau, buru babi bertujuan bukan untuk dikonsumsi melainkan ditujukan untuk membantu para petani membasmi hama babi yang dianggap mengganggu. Berbeda dengan masyarakat lain yang berburu bertujuan untuk dikonsumsi. Kegiatan ini juga rutin dilakukan dalam tiap minggu di tiap daerah yang berbeda.

Saat ini penyebaran informasi mengenai tempat berburu babi, disebarakan melalui media sosial. Menurut Juanda (2017), media sosial sebagai bagian inovasi teknologi berita, menaruh keleluasaan pada seseorang untuk menyuarakan pikirannya yang sebelumnya tidak pernah terdengar. Seiring perkembangan yang terjadi, pengguna berdasarkan berbagai media sosial semakin banyak dan mengakibatkan media sosial menjadi sarana bagi setiap individu mengungkapkan aneka macam hal dan melaksanakan kepentingannya masing-masing. Media sosial yang sarat kepentingan itu menjadi suatu kekuatan baru yang menandingi media mainstream.

Perkembangan komunikasi pada saat sekarang ini sudah sangat berkembang salah satunya melalui media sosial Instagram. Seperti informasi tradisi olahraga buru babi yang pada awalnya hanya tersebar melalui aktivitas dan komunikasi internal kelompok, sekarang melalui Instagram @infobaburu informasi seputar buru babi sudah mulai tersebar luas ke tiap-tiap daerah. Seperti yang dikutip dari iNews.id buru babi yang berlangsung di Sumatera Barat dihadiri oleh ratusan pemburu dari lintas provinsi yakni Bengkulu, Jambi, dan Riau. Berawal dari penyebaran informasi buru babi yang hanya lewat mulut ke mulut atau dari warung ke warung. Penyebaran informasi mulai menyebar melalui media sosial seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @infobaburu. Akun Instagram @infobaburu memanfaatkan media sosial Instagram menjadi sarana penyebaran informasinya. Tentunya media ini membantu promosi dibandingkan kalangan sebelumnya yang tidak menggunakannya. Dengan dibuatnya akun Instagram ini, maka penggemar buru babi khususnya anak-anak muda juga dapat memperoleh informasi dan dapat berpartisipasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, latar belakang ia membuat akun ini karena sifat penyampaian informasi buru babi ini awalnya masih bersifat kelompok pada sosial media grup Facebook di tiap daerah. Dia tertarik untuk mengambil informasi tersebut untuk disebarakan kembali melalui Instagram agar informasi berburu babi ini tersampaikan kepada seluruh penghobi kegiatan buru babi. Akun Instagram @infobaburu ini dibuat pada bulan Desember tahun 2021, oleh seorang yang juga memiliki hobi berburu babi yang bernama Tata. Tata berinisiatif membuat akun ini karena kendala informasi mengenai buru babi yang masih belum merata menurutnya. Akun Instagram @infobaburu sudah memiliki 2.284 total pengikut atau *follower*. Setiap harinya akun Instagram ini selalu menampilkan informasi lokasi buru babi di tiap daerah di Sumatera Barat. Akun ini juga menampilkan dokumentasi dari kegiatan buru babi yang telah berlangsung. Terdapat sebuah video atraksi anjing yang berlari mengejar seekor babi dan mencabik-cabik dagingnya. Meskipun demikian, tidak ada informasi mengenai jual beli anjing atau travel. Postingan akun tersebut hanya berisi jadwal berburu dan anjing jenis apa yang ikut.

Media sosial Instagram digunakan karena adanya peningkatan pengguna Instagram di setiap tahunnya. Pada tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa pengguna. Pada tahun 2021 jumlah pengguna Instagram mulai meningkat naik menjadi 85 juta jiwa. Di tahun 2022 pengguna Instagram kembali naik menjadi 99,15 juta jiwa sampai saat ini (Hootsuite dan We Are Social, 2022). Berdasarkan observasi awal peneliti pada akun Instagram @infobaburu terlihat menyajikan konten *update* mengenai informasi serta kegiatan buru babi di tiap daerah di Sumatera Barat. Akun ini berusaha mengemas *image* tradisional masyarakat terhadap buru babi

menjadi sebuah dokumentasi yang menarik lewat postingannya seputar informasi buru babi di Sumatera Barat. Selain itu, akun ini berusaha untuk menjadi profesional dengan mendesain postingan menggunakan animasi anjing serta menyediakan *feeds* dengan nama-nama hari. Akun @infobaburu ini bisa dikatakan lebih baik dari akun lainnya bernama @candubaburu. Akun @candubaburu hanya memposting video berburu tanpa ada hiasan atau desain yang unik.

Pengemasan modern yang dilakukan oleh akun @infobaburu memberi persepsi baru tentang budaya buru babi yang tidak sekedar budaya tradisional. Melainkan sekarang sudah menjadi budaya populer di kalangan masyarakat Sumatera Barat. Hal tersebut ditunjukkan dari observasi awal peneliti yang melihat banyaknya masyarakat dari luar daerah yang turut hadir dalam kegiatan buru babi. Budaya populer sendiri merupakan budaya massal, yang mana produk budaya tersebut banyak digemari oleh banyak konsumen. Yang mana konsumen tersebut tidak diskriminatif dan budaya itu sendiri bersifat manipulatif (Sriyana, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai kredibilitas informasi buru babi di Sumatera Barat melalui Instagram @infobaburu. Penggunaan Instagram ini tentunya bisa meningkatkan kepercayaan, pengetahuan, dan daya tarik antara pemilik dan pengunjung akun di Instagram. Perkembangan integrasi teknologi modern media sosial Instagram dan tradisi olahraga buru babi menarik untuk diteliti karena manusia sendiri tidak bisa terlepas dari teknologi itu sendiri. Masyarakat yang mengkonsumsi media sosial, secara tidak sadar bisa memperbaiki persepsi mereka tentang budaya buru babi. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “KREDIBILITAS

MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN PERSEPSI BUDAYA BURU BABI (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @infobaburu di Sumatera Barat)”.
di Sumatera Barat)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kredibilitas media sosial Instagram @infobaburu dalam pembentukan persepsi seputar buru babi di Sumatera Barat.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan kredibilitas sumber dari media sosial Instagram @infobaburu dalam penyebaran informasi seputar buru babi di Sumatra Barat.
2. Mendeskripsikan pembentukan persepsi mengenai budaya buru babi dari terpaan informasi Instagram @infobaburu menggunakan konsep ekologi media McLuhan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar peneliti memahami bahwa setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda dan hal tersebut dapat dianalisis. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pengembangan dari teori-teori dalam Ilmu Komunikasi mengenai efek media massa dan komunikasi antar budaya, agar khalayak lebih bijak memaknai pesan dari media massa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi peneliti lain khususnya yang tertarik dengan permasalahan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan untuk mengetahui bentuk aktivitas buru babi dan media sosial pada kelompok buru babi.

