

Riasnugrahani, Missiliana, *Studi Deskriptif tentang Schwartz's Values paad Siswa/i Sunda SMA "Z" Bandung*, dalam Prosiding "Akulturasi dalam Pelestarian Budaya Indonesia", Universitas Kristen Maranatha, 18 Februari 2011, hal. 71-82

Studi Deskriptif tentang Schwartz's Values pada siswa/i Sunda SMA 'Z' Bandung

Sianiwati Sunarto H.

Missiliana Riasnugrahani

Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha, Bandung

ABSTRACT

With the purpose of discovering Schwartz's Values in students with Sundanese background in 'Z' High School Bandung, especially about the hierarchy value, this research is titled 'A Descriptive Study about Schwartz's Values in Sundanese students in 'Z' High School Bandung. Schwartz states that there are 10 type of universal values: self-direction, stimulation, hedonism, achievement, power, security, conformity, tradition, benevolence, and universalism. Those 10 values are found with different hierarchy in different countries / cultures which are observed. The respondents of this study include 186 students from grade X in 'Z' High School Bandung. All respondents are between 15-16 years old with middle to middle-high economy class and majority of Muslim as religion.

The instrument used in this study is Portrait Values Questionnaire (PVQ) which was developed by Schwartz in 1992. The method used is survey. In order to get hierarchy values, the data was processed by mean statistic technique. From the data processing, it is found that hierarchy values in respondents from the highest mean (most important) to the lowest one, as follows: security, universalism, conformity, self-direction, benevolence, achievement, stimulation, hedonism, tradition, and power. If this result is connected to the base data which is the respondent identities, there are no hierarchy value differences in various economic status and genders.

Keywords:

Values, self-direction, stimulation, hedonism, achievement, power, security, conformity, tradition, benevolence, universalism.

PENDAHULUAN

Ragam etnik dan budaya yang sangat banyak terdapat di Indonesia merupakan keunikan yang amat jarang dijumpai di dunia. Nusantara Indonesia yang merupakan negara kepulauan sudah barang tentu membuat ragam budaya yang ada menjadi sangat variatif, bahkan dalam satu pulau yang sama pun terdapat budaya yang variatif. Salah satu pulau di Indonesia ialah pulau Jawa yang terdiri atas Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, masing-masing dengan keunikan budayanya. Bandung, ibu kota Jawa Barat, merupakan tempat tinggal etnis Sunda atau sering disebut orang Sunda. Mereka disebut orang Sunda karena mereka sudah lama menetap di tanah Sunda dan memakai kebudayaan Sunda dalam kehidupan sehari-harinya (Ekadjati, 1995).

Pada dasarnya budaya Sunda sangat mementingkan keluhuran budi dalam upaya mencapai *Rawayan Jati* (jati diri dalam kaitan hubungannya dengan Sang Kuasa), yang tercermin dalam pepatah *luhur budi handap asor, someah hade kasemah* (berbudi luhur, bersikap merendah dan menghormati orang lain). Dalam berbahasa, dikenal adanya *undak-usuk basa* (tingkatan bahasa) untuk menunjukkan rasa hormat kepada yang lebih tua atau dituakan. Hubungan yang saling mengasihi dengan lingkungan terungkap dalam peribahasa *silih asih, silih asuh, silih asah*. Ajaran untuk patuh, yang tampak pada kebiasaan untuk mengatakan *teu langkung* atau ujaran *teu langkung nu dibendo* kerap kali ditunjuk sebagai penyebab orang Sunda kurang berambisi dan lebih mementingkan keharmonisan.

Dewasa ini globalisasi melanda setiap sendi kehidupan, tidak terkecuali juga mengenai pada orang Sunda, khususnya orang Sunda yang tinggal di Bandung, yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia. Perjumpaan budaya tak terhindari lagi, sehingga transmisi budaya tidak lagi berlangsung di dalam budayanya sendiri melainkan juga terjadi transmisi dari budaya yang berbeda. Dengan demikian nilai-nilai budaya yang diturunkan dari orangtua kepada anak, bisa saja mengalami pergeseran.

Selain sebutan Kota Kembang, Bandung terkenal juga sebagai kota pelajar, di mana perjumpaan budaya tidak hanya terjadi di kalangan mahasiswa, tetapi juga di tingkat SMA karena banyak pelajar yang berasal dari luar kota Bandung maupun dari luar pulau Jawa yang menuntut ilmu ke Bandung. Perjumpaan beragam budaya ini membawa kompleksitas pada pergaulan maupun upaya penyesuaian diri. Tanpa

pemahaman yang cukup tentang budayanya sendiri dan budaya orang lain, upaya penyesuaian diri menjadi kurang lancar bahkan berisiko terjadinya konflik.

Schwartz (1996, 2001, dalam Berry et.al., 1992, 2002) menyatakan bahwa meskipun nilai-nilai di dunia ini sangat beragam dan khas pada setiap kelompok masyarakat, tetapi berdasarkan penelitiannya ia menemukan adanya 10 tipe nilai yang bersifat universal, yaitu *self-direction, stimulation, hedonism, achievement, power, security, conformity, tradition, benevolence*, dan *universalism*. Terkait dengan itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang nilai-nilai Sunda berdasarkan *Schwartz's values*.

IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah gambaran tentang *Schwartz's values* pada siswa/i dengan latar belakang budaya Sunda di SMA 'Z' Bandung.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini ialah untuk memperoleh gambaran tentang peringkat *Schwartz's values* pada siswa/i dengan latar belakang budaya Sunda di SMA 'Z' Bandung dalam kaitan dengan budaya Sunda.

KERANGKA KONSEPTUAL

Kebudayaan Sunda ialah kebudayaan yang hidup, tumbuh, dan berkembang di kalangan orang Sunda yang pada umumnya bertempat tinggal di tanah Sunda (Ekadjati, 1995). Yang memiliki kebudayaan Sunda ialah orang Sunda, yaitu orang yang mengaku dan juga diakui sebagai orang Sunda (Warnaen, dkk., dalam Ekadjati, 1995). Pemahaman tersebut mencakup kriteria berdasarkan keturunan (hubungan darah), yaitu jika salah seorang atau kedua orangtua adalah orang Sunda, terlepas dari tempat dirinya dibesarkan, dan kriteria berdasarkan sosial budaya yaitu jika dibesarkan dalam lingkungan sosial budaya Sunda, menghayati dan menggunakan norma-norma budaya Sunda.

Orang Sunda banyak dipengaruhi oleh ajaran para leluhur, atau *values* yang menjadi ciri khas orang Sunda. Sebagai suatu kebudayaan yang sudah ada sejak lama bahkan sebelum ragam tulis menjadi suatu budaya, *values* budaya Sunda banyak terungkap melalui pepatah atau ungkapan yang dituturkan dalam percakapan sehari-hari atau ketika mengomentari suatu peristiwa. *Value* yang mendasar bagi orang Sunda ialah saling mengasihi, saling menjaga/mengasuh dan saling mempertajam pengetahuan, sebagaimana tercermin dalam ungkapan *silih asih, silih asuh, silih asah*.

Value lain yang juga menjadi ciri khas orang Sunda ialah yang menyangkut penyelesaian persoalan tanpa menimbulkan masalah atau konflik (*herang caina, beunang laukna*). Selain itu, hal yang penting bagi orang Sunda ialah kekerabatan, oleh karena itu bila bertemu dengan orang yang baru dikenal dan berasal dari budaya Sunda maka orang Sunda akan mencari tahu tentang asal-usul keturunan, atau yang dikenal dengan istilah *pancakaki* (Warnaen, 1987, Rusyana, 1988/1989, Suryalaga, 2003).

Values terbentuk melalui proses transmisi yang mekanismenya serupa dengan proses pembentukan *belief* yaitu keyakinan apakah sesuatu itu benar-salah, baik-buruk, atau diinginkan-tidak diinginkan. Proses transmisi meliputi tiga komponen utama yaitu kognitif, afektif, dan *behavioral*. (International Encyclopedia of the Social Science, 1998). Komponen kognitif tampil dalam bentuk pemikiran atau pemahaman tentang *value* mengenai benar-salah, baik-buruk, diinginkan-tidak diinginkan mengenai suatu objek atau kejadian yang ada di seputar individu yang bersangkutan. Pada komponen afektif, *value* yang awalnya hanya berupa pemahaman mulai menjadi penghayatan tentang suatu objek atau kejadian, seperti suka-tidak suka, senang-tidak senang. Sedangkan pada komponen *behavior*, pemahaman dan penghayatan itu semakin mendalam, muncul dalam bentuk kecenderungan bertindak ke arah sesuatu sesuai dengan *value* yang dipahaminya, untuk kemudian benar-benar bertingkah laku sesuai dengan *value* yang menonjol pada dirinya.

Proses transmisi yang berlangsung pada diri seseorang, dalam hal ini siswa/i SMA 'Z' Bandung yang berbudaya Sunda, dapat terjadi melalui transmisi vertikal, *oblique*, maupun horisontal (Berry, et.al., 1992, 2002). Pada transmisi vertikal terjadi penanaman *values* Sunda dari orangtua ke anak. Transmisi *oblique* yaitu transmisi yang dilakukan oleh orang dewasa lain, baik yang berasal dari budaya sendiri (Sunda) maupun dari kebudayaan yang lain (non-Sunda). Transmisi horisontal yaitu transmisi budaya yang dilakukan oleh teman sebaya, baik yang berbudaya Sunda (melalui proses enkulturasi dan sosialisasi) maupun non-Sunda (melalui proses akulturasi dan resosialisasi).

Bandung, sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang juga merupakan salah satu kota yang dituju untuk menuntut ilmu, tentunya terbuka luas bagi terjadinya kontak budaya. Oleh karena itu, individu yang tinggal di kota Bandung pada umumnya akan mengalami proses transmisi *values* yang “lengkap” dalam arti semua bentuk dan jenis transmisi akan dialaminya. Semakin dewasa individu, *values* budaya

yang sudah teridentifikasi lama kelamaan akan menetap dan membentuk ciri khas pada dirinya (Steinberg, 2002).

Schwartz (2001) memaknakan *value* sebagai kriteria yang digunakan individu untuk memilih atau menjustifikasi tindakan-tindakan dan mengevaluasi orang termasuk dirinya dan kejadian-kejadian. Selanjutnya Schwartz menyatakan bahwa ada 10 tipe *value* yang bersifat universal, dalam arti ditemukan pada banyak kelompok masyarakat di dunia, yaitu *self-direction*, *stimulation*, *hedonism*, *achievement*, *power*, *security*, *conformity*, *tradition*, *benevolence*, dan *universalism*.

Self-direction value yaitu *value* yang mementingkan pemikiran dan tindakan bebas dalam memilih, menciptakan, mengeksplorasi atau menjelajah. Biasanya perilaku yang tampil ialah suka mengambil keputusan sendiri, senang memilih kegiatan-kegiatan untuk dirinya sendiri, memiliki rasa ingin tahu, memilih tujuan hidupnya sendiri. *Conformity value* yaitu *value* yang lebih menekankan pada pengendalian perilaku agar tidak mengganggu orang lain maupun melanggar harapan sosial atau norma agar interaksi sehari-hari dapat berlangsung dengan lancar dan harmonis. *Security value* berarti individu akan lebih mengutamakan keamanan, keselarasan, dan stabilitas sosial, stabilitas persahabatan, dan stabilitas diri. *Security value* dapat muncul dalam perilaku menghindar dari perkelahian, menghindar dari rasa sakit, menghindari konflik, bertindak sesuai dengan aturan/norma yang berlaku.

Sementara itu, *tradition value* ialah nilai mengutamakan penerimaan adat istiadat, melakukan sesuatu berdasarkan kebiasaan yang telah lama dijalankan, ide bahwa budaya atau agama mempengaruhi individu. *Stimulation value* yaitu *value* yang mementingkan kebutuhan biologis untuk mencari ketegangan, yang biasanya muncul dalam bentuk perilaku mencari kesenangan baru, mencari tantangan untuk memperoleh variasi dalam hidup sehingga hidupnya menjadi lebih menggairahkan. *Hedonism value* mengarah pada kebutuhan untuk mencari kesenangan yang memuaskan khususnya yang bersifat inderawi atau fisik. *Value* ini sering terungkap dalam bentuk perilaku suka bersantai waktu bekerja atau melakukan hobi.

Berikutnya ialah *achievement value*, yaitu *value* yang mengarah pada kesuksesan pribadi dengan menunjukkan kompetensi berdasarkan standar sosial yang berlaku. *Value* ini kerap kali muncul dalam wujud ambisi atau kesuksesan diri. Perilaku yang tampil misalnya melakukan pekerjaan lebih baik dari orang lain, memperlihatkan kemampuan-kemampuan yang dimiliki. *Power value* ialah *value* yang menekankan pencapaian status sosial atau kedudukan, penguasaan atau

pengendalian/dominasi terhadap orang lain atau sumber daya manusia. *Value* ini biasanya tampak dalam bentuk perilaku mencari kekayaan, selalu ingin menjadi orang yang dapat mengambil keputusan, dan ingin dihargai. *Benevolence value* mengandung pengertian perhatian kepada kesejahteraan orang lain yang sering berhubungan dengan diri, orang-orang yang dekat dengan diri. *Value* ini seringkali muncul dalam wujud sikap suka menolong, setia, pemaaf, jujur, bertanggung jawab, bersahabat. Perilaku yang muncul misalnya suka menolong, memperhatikan kondisi sekitar, setia kepada sahabat, mementingkan kekerabatan.

Tipe *value* kesepuluh ialah *universalism* yaitu *value* yang menekankan pada pengertian, penghargaan, toleransi, dan perlindungan demi kesejahteraan semua orang dan alam. Kegagalan untuk menerima orang lain yang berbeda, dan kegagalan memperlakukan orang lain dengan adil akan mengarahkan pada terjadinya perselisihan. Kegagalan melindungi lingkungan alam akan mengarahkan pada kerusakan sumber daya alam.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini yaitu: *values*, yang terdiri atas 10 tipe yaitu: *self-direction, stimulation, hedonism, achievement, power, security, conformity, tradition, benevolence*, dan *universalism*.

Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini ialah PVQ (*Portrait Value Questionnaire*) yang dikembangkan Schwartz (Schwartz, et.al. 2001).

Karakteristik Responden Penelitian

Subjek penelitian dipilih dengan *purposive sampling technique*, yang memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Siswa/i SMA 'Z' Bandung kelas I (kelas 10); (2) Minimal salah satu orangtuanya Sunda; (3) Lahir dan tinggal di tanah Sunda (belum pernah pindah ke tanah non-Sunda).

Ukuran Responden Penelitian

Responden penelitian meliputi 186 siswa/i (N = 186).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah peringkat berdasarkan *mean* dari setiap *value*. *Value* yang menduduki peringkat 1–3 merupakan *value* yang penting, peringkat 4–7 cukup penting, dan 8–10 kurang penting.

HASIL PENELITIAN

Gambaran responden menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan (60,75%), berusia 15 tahun (65,05%), berasal dari kalangan menengah (62,90%), dan mayoritas (93,01%) beragama Islam.

Tabel 1. Hirarkhi Values

RANK	VALUES	MEAN
1	<i>Security</i>	5,01
2	<i>Universalism</i>	4,82
3	<i>Conformity</i>	4,74
4	<i>Self-direction</i>	4,64
5	<i>Benevolence</i>	4,61
6	<i>Achievement</i>	4,56
7	<i>Stimulation</i>	4,48
8	<i>Hedonism</i>	4,46
9	<i>Tradition</i>	4,31
10	<i>Power</i>	3,28

PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data menunjukkan berdasarkan peringkat dari ke-10 tipe *value*, yang menduduki peringkat pertama ialah *security value* (*mean* = 5,01). Hal ini dapat dipahami karena orang Sunda cenderung untuk tidak mencari masalah bahkan mengupayakan agar terhindar dari masalah, mereka lebih mengutamakan rasa aman, keselarasan, menjaga ketenteraman dan stabilitas dalam berbagai aspek kehidupannya. Walaupun menghadapi permasalahan, mereka akan berusaha keras menyelesaikan masalah tanpa menimbulkan masalah baru, menghindari konflik; yang tercermin dalam ungkapan *herang caina beunang laukna*. *Value* ini juga terlihat pada ungkapan *kudu boga pikir rangkepan* (harus berpikir dua kali, menganalisis dengan cermat agar tidak membahayakan atau merugikan). Tujuan motivasional *security value* adalah keinginan untuk dimiliki, merasa orang lain peduli, hal ini sejalan dengan kebutuhan remaja yang sangat besar untuk berada dalam kelompok yang berarti baginya, sehingga dapat memunculkan *sense of belonging*. Kebutuhan ini merupakan dorongan kuat bagi remaja untuk menyesuaikan dan menyelaraskan diri agar tidak ditolak kelompoknya.

Peringkat kedua dalam hirarkhi *values* diduduki oleh *universalism* (*mean* = 4,82). Banyaknya pendatang dari berbagai budaya lain ke kota Bandung, yang membuat responden mengalami kontak budaya, merupakan hal yang turut mendorong pentingnya *value* ini. *Value* sunda yang mengajarkan orang sunda untuk fleksibel, dapat bergaul dengan siapa saja (*kudu bisa kabula kabala*) sehingga dengan *value* ini orang sunda menjadi lebih menghargai keragaman yang ditemukan di lingkungannya, baik perbedaan suku, agama, dan budaya agar tidak menimbulkan pertikaian, yang akan mengancam rasa aman (*security*) yang merupakan hal terpenting dalam peringkat *value* mereka. Selain itu, *universalism value* menjadi *value* yang penting bagi responden selaras dengan salah satu pemaknaan *Kasundaan* (Suryalaga, 2003) yaitu manusia yang mampu menebarkan kasih sayang, saling menghargai sesama insan, dan mencintai lingkungan hidup (*ngertakeun bumi lamba*), juga tersirat dalam ungkapan *nyuhunkeun bobot pangayun timbang taraju* (meminta keadilan, karena keadilan milik semua orang), atau *jawadah tutung biritna, sacara-carana* (menghargai kebiasaan orang lain yang berbeda dengan dirinya).

Tipe *value* yang berada di peringkat ketiga ialah *conformity value* (*mean* = 4,74). *Conformity value* merupakan hal yang penting bagi siswa/i SMA 'Z' responden penelitian ini karena budaya Sunda menekankan perilaku sopan santun, khususnya terkait dengan *security value* sebagai nilai yang paling penting bagi mereka. Masyarakat Sunda yang bersifat kolektifis, akan senantiasa memperhatikan dan memperhitungkan orang lain selain dirinya. Dalam kehidupan sehari-hari mereka akan mengendalikan diri agar tidak mengganggu orang lain dan berusaha memenuhi harapan sosial atau norma-norma yang berlaku, karena perilaku itu dipandang sebagai perilaku yang baik dalam budaya Sunda memposisikan diri pada *sigar tengah*. Hal ini dapat dilihat dari ungkapan *nyaur kudu diukur nyabda kudu diungang* (kalau berbicara harus ada maksud dan tujuan yang baik, harus diatur agar tidak menyakiti orang lain). Selain itu kerap dipesankan oleh orangtua Sunda bahwa bila ingin mengatakan sesuatu tidak boleh *tog mol* (lugas, apa adanya) tetapi harus di-*dinding kelir* (diperhalus) atau *malapah gedang* dengan *sindir sampir* (sindiran). Dengan demikian *undak-usuk basa* merupakan hal yang penting diperhatikan dan diterapkan.

Value yang menduduki peringkat berikutnya ialah *self-direction value* (peringkat 4, *mean* = 4,64), yang berarti *self-direction value* merupakan nilai yang cukup penting bagi responden penelitian. Isyu utama perkembangan remaja ialah kemandirian dan mengembangkan identitas diri (Steinberg, 2002), hal ini juga

mengena pada diri siswa/i SMA 'Z' Bandung yang menjadi responden penelitian ini. Sebagai remaja, mereka ingin memiliki kebebasan untuk memilih, melakukan eksplorasi, memilih kegiatan-kegiatannya sendiri dan mengambil keputusan bagi dirinya sendiri. Mereka ingin melakukan sesuatu dengan caranya sendiri, mempersoalkan aturan-aturan yang dikenakan kepada dirinya, dan ingin diberi kepercayaan untuk mengarahkan dirinya sendiri. Sekalipun demikian, *value* ini tidak menonjol (bukan yang sangat penting) pada responden, tak lepas dari kenyataan bahwa sebagai remaja yang masih sekolah pada kenyataannya mereka masih bergantung kepada orangtua dalam banyak hal, mereka gamang untuk mengarahkan diri sendiri dan bertanggung jawab atas dirinya; terlebih mengingat *security value* merupakan *value* yang paling penting pada diri mereka. *Universalism value* dan *conformity value* yang dianggap penting oleh responden juga mempengaruhi derajat kepentingan *self direction*, responden memiliki keinginan untuk mengekspresikan pendapatnya, mengambil keputusan bagi dirinya, namun tetap mempertimbangkan perasaan atau pendapat orang lain. Dengan demikian meskipun salah satu makna *Kasundaan* adalah manusia yang proaktif, percaya diri dan teguh pendirian (Suryalaga, 2003), tidak cukup membuat *self-direction value* menduduki posisi yang tinggi dalam peringkat *values* siswa/i SMA 'Z' responden penelitian ini. Lebih lanjut, banyaknya ajaran Sunda yang justru menganjurkan sikap menerima atau menyerahkan pengambilan keputusan kepada pimpinan (*teu langkung nu dibendo*) juga membuat *self-direction value* tidak cukup menonjol.

Benevolence value merupakan *value* yang juga dianggap cukup penting (peringkat 5, *mean* = 4,61) oleh responden. Perhatian terhadap kesejahteraan orang yang berinteraksi setiap hari dengannya (orang yang dekat) merupakan hal yang cukup penting, selaras dengan konsep *silih asih*, *silih asuh*, *silih asah* dalam budaya Sunda. Selain itu ungkapan *bengkung ngariung*, *bongkok ngaronyok* (meskipun dalam keadaan susah, lebih baik berkumpul dengan kerabat), *pondok jodo panjang baraya* (walaupun bukan jodoh tetapi hubungan kekeluargaan tidak boleh terputus), atau *buruk-buruk papan jati* (sekalipun tidak baik, kerabat itu berharga) sehingga orang Sunda cenderung akan melakukan *pancakaki*, *mapay parenahna kabaryanaan* (menelusuri hubungan kekerabatan) merupakan cerminan dari perhatian kepada orang-orang yang memiliki hubungan dekat. Sekalipun demikian peringkat *value* ini berada di bawah *universalism value* yang secara implisit meliputi *benevolence value*, perhatian yang diberikan responden tidak melulu tertuju kepada orang-orang yang

dekat atau sering berinteraksi dengannya melainkan lebih luas pada manusia bahkan alam semesta secara menyeluruh (universal). Pergaulan dengan beragam budaya tampaknya membuka wawasan mereka untuk lebih mengarahkan perhatian kepada sesama dan tidak hanya terbatas pada kekerabatan atau kesukuan.

Peringkat selanjutnya ialah *achievement value* (peringkat 6, *mean* = 4,56). Sebagai siswa/i, bagaimanapun mereka dituntut untuk berprestasi di sekolah, karena bila tidak maka mereka terancam tidak naik kelas atau mendapat cemoohan dari teman. Dalam budaya Sunda, salah satu makna *Kasundaan* ialah manusia yang unggul, berkualitas, berupaya untuk lebih tinggi agar mencapai status sosial yang menonjol (Suryalaga, 2003). Ajaran *taraje nanggeuh dulang tinande* juga menunjukkan bahwa orang Sunda apabila diberikan tugas apapun harus menjalankannya dengan baik, sehingga orang Sunda diharapkan bersikap sungguh-sungguh dan berusaha mencapai yang terbaik dalam setiap hal yang dilakukannya. Akan tetapi *value* ini (sebagaimana pemahaman budaya Barat) tidak cukup menonjol pada diri responden, tampaknya ungkapan *jelema mah teu kudu pinter nu penting bener; luhur budi handap asor, someah hade ka semah* (Ekadjati, 1995) cukup kuat mempengaruhi mereka, apalagi mengingat *value* yang berada di peringkat satu ialah *security*, dan *conformity* yang tergolong *value* yang penting bagi mereka (peringkat 3). Mereka lebih mementingkan untuk mengikuti aturan demi rasa aman, memelihara tenggang rasa untuk tidak terlalu menonjol (berbeda) dari lingkungan. Dalam hal ini, perlu diperhatikan bahwa pemahaman “prestasi” bagi budaya Sunda berbeda dengan pemahaman prestasi sebagaimana yang dimaksudkan Schwartz yang bertumpu pada perbandingan diri dengan orang lain dan ambisi untuk menonjol. Budaya Sunda lebih mementingkan keluhuran budi, pencapaian “prestasi” pribadi khususnya dalam hubungannya dengan Ilahi, sebagaimana yang diajarkan oleh agama, yaitu mencapai Rawayan Jati (jati diri sebagai makhluk Ilahi), yang tercermin dalam pepatah *luhur budi handap asor*, (berbudi luhur, bersikap merendah).

Posisi terakhir dari *value* yang cukup penting bagi responden ditempati oleh *stimulation value* (peringkat 7, *mean* = 4,48). *Stimulation value* yaitu *value* yang mementingkan kebutuhan biologis untuk mencari ketegangan, yang biasanya muncul dalam bentuk perilaku mencari kesenangan baru, mencari tantangan untuk memperoleh variasi dalam hidup sehingga hidupnya menjadi lebih menggairahkan. Sebagai seorang remaja, bagaimanapun keinginan untuk mencari keragaman dan tantangan yang memunculkan ketegangan khususnya secara fisik-inderawi cukup

berperan dalam diri siswa-siswi SMA 'Z' ini. Selain itu, taraf ekonomi yang tergolong menengah bahkan menengah atas memberi peluang kepada mereka untuk menikmati beragam variasi kehidupan yang ditawarkan lingkungan. Sekalipun demikian dengan *security value* yang merupakan *value* terpenting bagi mereka, membuat *stimulation value* ini agak tersisihkan dan hanya menduduki peringkat akhir dari *value* yang cukup penting bagi mereka.

Berikutnya ialah *value* yang dianggap kurang penting oleh responden yaitu *hedonism* (peringkat 8, *mean* = 4,46). Tujuan dari *value* ini ialah mencari kesenangan/kepuasan inderawi, untuk menikmati hidup. Walaupun sebagai remaja yang tinggal di kota besar di mana sangat banyak dan beragam rangsang yang ditujukan untuk memanjakan kenikmatan inderawi menerpa dirinya, *value* ini tidak cukup menonjol pada diri responden. *Conformity value* yang dianggap penting oleh responden mengajarkan untuk mengendalikan keinginan atau impuls agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Selain itu ajaran Sunda menekankan agar sebagai manusia yang luhur budi seyogianya manusia Sunda tidak mengumbar nafsu inderawi, walaupun sebagai manusia yang memiliki kebutuhan inderawi ingin memuaskan kebutuhan tersebut, diharapkan tampil dalam bentuk yang tersublimasikan misalnya kesenian. Menurut pandangan hidup Sunda, kepuasan lahiriah baru dapat terpenuhi dengan baik bila kepuasan batiniah dan rohaniah tercapai (Warnaen, 1987, Rusyana, 1988/1989). Pandangan ini juga diperkuat dengan peribahasa *ulah lali ka purwadaksina* (harus hidup sederhana, ingat kepada asalnya, semua adalah milik Tuhan) dan *lain palid ku cikiih, lain datang ku cileuncang* (jika pergi ke suatu tempat harus punya tujuan yang jelas), berdasarkan peribahasa ini maka orang Sunda diajarkan untuk hidup sederhana, tidak berlebihan, serta selalu memiliki tujuan dalam melakukan sesuatu, tidak hanya untuk bersenang-senang.

Value yang juga dianggap kurang penting oleh responden ialah *tradition* (peringkat 9, *mean* = 4,31). SMA 'Z' yang terletak di kota Bandung memiliki siswa-siswi yang berasal dari beragam budaya di luar Sunda. Kemajuan teknologi dan posisi kota Bandung sebagai ibu kota Jawa Barat membuka peluang besar bagi pertemuan antar budaya dan beragam informasi tentang beragam budaya baik yang berasal dari budaya-budaya lain di Indonesia maupun dari manca negara. Di sisi lain, sebagai remaja, siswa-siswi SMA 'Z' tertarik dengan ragam budaya yang menerpa kehidupannya. Budaya manca negara (baik budaya Barat maupun budaya Timur non-Indonesia) yang memberi citra *modern, trendy*, sangat menarik bagi

remaja yang sedang dalam fase mencari identitas diri. Daya tarik budaya manca negara menjadi semakin kuat seiring interaksi antar teman sebaya yang juga menghayati hal serupa. Dengan situasi yang semacam itu tidak mengherankan bila tradisi bukan merupakan hal yang dianggap penting dalam kehidupan responden remaja ini. Kemapanan merupakan hal yang tidak lagi disukai oleh remaja, yang menginginkan hal-hal yang berbeda, mengingat *self-stimulation value* merupakan hal yang cukup penting bagi mereka. Di masa remaja, menurut tahap perkembangannya, remaja akan mempertanyakan gagasan-gagasan atau prinsip-prinsip yang dulu di masa kecil diterimanya begitu saja dari orangtua atau lingkungan, termasuk juga mempertanyakan konsep-konsep spiritualitas. Meskipun mungkin tidak terungkap jelas mengingat *security* dan *conformity* yang merupakan *values* penting bagi mereka dan *power* yang merupakan *value* yang tidak penting bagi mereka. Sekalipun nilai-nilai budaya Sunda tampak cukup memberi pengaruh dalam kehidupan mereka namun melakukan tradisi Sunda bukan lagi merupakan hal yang penting.

Value yang berada di peringkat terakhir ialah *power value* (peringkat 10, *mean* = 3,28). Hal ini selaras dengan ajaran Sunda yang mengedepankan kepatuhan terutama kepada pemimpin sebagaimana yang terungkap dalam perkataan *teu langkung nu dibendo* (terserah kepada pemimpin), atau ungkapan lain seperti *ulah pagiri-giri calik pagirang-girang tampian* (jangan berebut kekuasaan atau jabatan), *ulah nyaliksik ku buuk leutik* (tidak boleh menekan orang kecil/lemah). Sebagai remaja, responden tentunya memiliki tugas perkembangan yang sama, yaitu menegakkan kemandirian yang juga diperlukan untuk dapat mendominasi orang lain (*power value*). Akan tetapi dengan *security value*, *universalism value* dan *conformity value* yang merupakan hal yang penting (peringkat 1-3) bagi mereka, *power value* menjadi terdesak ke urutan terakhir. Siswa/i SMA 'Z' Bandung yang merupakan responden penelitian ini lebih tergerak untuk mematuhi aturan, mengikuti perintah orangtua atau orang dewasa lain yang berada di posisi otoritas.

Mencermati hasil penelitian dan analisis di atas, terlihat bahwa hirarkhi *values* pada siswa/i SMA 'Z' Bandung yang menjadi responden penelitian ini cukup banyak yang selaras dengan prinsip-prinsip dasar budaya Sunda, sekalipun mereka tinggal di kota besar (Bandung) di mana kontak budaya sangat variatif. Tampaknya transmisi nilai-nilai budaya Sunda masih cukup kental di kalangan responden, sekalipun mereka memandang tradisi bukan hal yang penting. Tahap perkembangan remaja para responden ini memberi kompleksitas terhadap hirarkhi *values* mereka, seperti yang

tampak pada *self-direction* dan *stimulation* yang merupakan *values* yang cukup penting bagi mereka serta *tradition value* yang dipandang tidak penting.

Bila dibedakan antar jenis kelamin dan antar tingkat ekonomi, tidak tampak perbedaan hirarkhi *values* pada mereka. Tampaknya pendidikan formal maupun kontak budaya yang sedikit banyak mentransmisikan nilai-nilai kesetaraan gender turut berperan dalam ketidakbedaan hirarkhi *values* antar jenis kelamin. Sedangkan dalam hal tingkat ekonomi, agak sulit untuk dianalisis lanjut mengingat tingkat ekonomi responden relatif homogen.

KEPUSTAKAAN

- Berry, John W., Ype H. Poortinga, Marshall H. Segall & Pierre R. Dasen. 1992. *Cross-cultural Psychology: Research and applications*. New York: Cambridge University Press.
- , 2002. 2-nd ed. *Cross-cultural Psychology: Research and application*. New York: Cambridge University.
- Darsa, Undang A. 2006. *Aksara Sunda Kaganga dan Sistem Tata Tulisannya*. Bandung: CV. Walatra, Unit Buku Pengajaran Muatan Lokal Tatar Sunda.
- Ekadjati, Edi S. 1982. *Kebudayaan Sunda*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- , 1995. *Masyarakat Sunda dan Kebudayaannya*. Jakarta: Girimukti Pusaka.
- International Encyclopedia of the Social Science*. 1998. Vol 1 & 2.
- , 1998. Vol. 15 – 17.
- Koentjaraningrat. 1971. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jogjakarta: Djambatan.
- , 1979. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Matsumoto, David & Linda Juang. 2004. *Culture and Psychology*. USA: Thomson Wadsworth.
- Mustapa, Hasan. 2002. *Adat Istiadat Sunda*. Bandung: Alumni.
- Schwartz, Sahlom H. & Smith. 1996. Values dalam Berry, J.W., Ype H. Poortinga, J. Pandey. Eds. *Handbook of Cross-cultural Psychology, Social Behavior and Application*. Vol. 3, p. 77-113. America: Allyn & Bacon.
- , 2001. Value Hierarchies, A Cross-culture Taking a Similar Perspective. *Journal of Cross-culture Psychology*. Vol. 32. No.3. May 2001, p. 268-290.
- , G. Melech, A. Lehmann, S. Burgess, M. Harris, V. Owen. 2001. Extending the Cross-culture Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement. *Journal of Cross-culture Psychology*. Vol. 32. No. 5. September 2001, p. 519-542.
- Rusyana, Yus, Yugo Sariyun, Edi Suhardi Ekadjati, Undang Ahmad Darsa. 1988/1989. *Pandangan Hidup Orang Sunda Seperti Tercermin dalam Kehidupan Masyarakat Dewasa Ini (Tahap III)*. Bandung: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Santrock, John W. 1998. 7-th ed. *Adolescence*. USA: McGraw-Hill Co.
- Steinberg, L. 2002. 6-th ed. *Adolescence*. New York: McGraw-Hill.
- Suryalaga, Hidayat. 2003. *Kasundaan, Rawayan Jati*. Bandung: Wahana Raksa Sunda.
- Warnaen, Suwarsih, Dodong Djiwapradja, Wahyu Wibisana, Kusnaka Adimihardja, Nina Herlina Sukmana & Oti Rostoyati. 1987. *Pandangan Hidup Orang Sunda Seperti Tercermin Dalam Tradisi Lisan dan Sastra Sunda*. Bandung: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.