

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki sekitar 13.667 pulau dengan 6000 pulau yang dihuni oleh penduduknya. Dengan penduduk lebih dari 230 juta jiwa dan 67 kebudayaan induk yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan keragaman suku dan kebudayaan. Salah satu suku yang terdapat di daerah Jawa Barat ialah suku Sunda yang merupakan suku kedua terbesar di Indonesia memiliki kebudayaannya sendiri yaitu kebudayaan Sunda. (www.google.com)

Kebudayaan Sunda terdiri dari bahasa daerah yaitu bahasa Sunda, kesenian-kesenian seperti angklung, upacara-upacara adat seperti *seren taun* dan *nujuh bulanan* (tujuh bulanan), sistem kepercayaan seperti percaya akan roh leluhur, dan juga kebudayaan yang berbentuk materi seperti pakaian adat (baju kampret), peralatan-peralatan ataupun rumah adat (**Bapak Da'um Sumardi, Kepala Bidang Kebudayaan Paguyuban Pasundan Bandung**). Kebudayaan Sunda tersebut sangat berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari orang Sunda karena banyak kebutuhan hidup mereka terpenuhi dari hasil kebudayaan tersebut sampai saat ini.

Masyarakat umumnya mengenal orang Sunda sebagai orang yang santun dan ramah. Kesantunan orang Sunda dapat dilihat dari bahasa daerah yang digunakan yaitu bahasa Sunda yang pemakaiannya berdasarkan tingkatan-

tingkatan atau yang disebut dengan *undak usuk basa*. Dalam *undak usuk basa* yang sekarang dirubah menjadi *tatakrama basa* ini, orang Sunda harus memilih kosa kata yang sesuai dengan umur ataupun tingkat sosial dari teman bicaranya. Seperti jika seorang murid berbicara dengan gurunya maka ia harus menggunakan bahasa halus (*basa lemes*) sebagai ciri bahwa murid tersebut menghormati gurunya.

Dalam menjalani kehidupannya, orang Sunda juga mengedepankan budi pekerti yang terkait dengan nilai moral dan etika. Selain hal itu juga orang Sunda dalam pergaulannya lebih mendahulukan orang lain sebelum dirinya. Ungkapan Sunda yang mencerminkan hal ini adalah *mangga ti payun* yang sering ditemukan pada orang Sunda dalam percakapannya sehari-hari. Menurut **Dadan Suwarna**, Dosen Fakultas Sastra Universitas Pakuan ungkapan *mangga ti payun* merupakan aktualisasi dari sikap terhadap empati, kesantunan, kebersahajaan, dan dalam memposisikan diri dalam posisi ningrat. (**Kompas, 17 Maret 2006**).

Dalam sebuah artikel *Kompas* edisi 2 Maret 2006 **DR.Nina Herlina Lubis**, seorang sejarawan Sunda menjelaskan bahwa orang Sunda dikenal sebagai orang-orang yang tidak suka menonjolkan diri dan selalu mengambil jalan tengah atau kurang berani mengambil resiko. Oleh orang Sunda hal ini diungkapkan dalam kata *siger tengah* atau yang kita kenal dengan *low profile*. Hal ini senada seperti yang dikatakan oleh **Bapak Da'um Sumardi**, beliau mengatakan bahwa orang Sunda biasanya akan lebih memilih duduk di belakang dan mempersilakan orang lain untuk duduk di depan dalam suatu pertemuan. Hal tersebut menurut Bapak Da'um masih terkait dengan sikap memegang teguh sopan santun dan

etika. Contoh lain yang diberikan oleh Bapak Da'um adalah jika terjadi pemilihan pemimpin bagi suatu organisasi seperti ketua RW, maka orang Sunda biasanya akan mempersilakan orang lain untuk mencalonkan diri meskipun menganggap dirinya cukup mampu menjabat sebagai pemimpin.

Karakter orang Sunda yang mengedepankan sopan santun dan etika sehingga mendahulukan orang lain untuk maju terlebih dahulu dan tidak menonjolkan diri nampaknya mencerminkan bahwa orang Sunda tidak terlalu mementingkan pencapaian kesuksesan dan ambisi dalam kehidupannya. Dengan kemauan dan ambisi untuk maju dapat mendukung orang Sunda untuk memenuhi tuntutan jaman saat ini yang mengharapkan agar setiap orang mampu cepat mengambil keputusan baik bagi kesuksesan diri sendiri maupun orang banyak. Dengan perkataan lain, orang yang dibutuhkan saat ini adalah orang yang memiliki kreatifitas dan keinginan untuk maju dan berkembang setiap saat agar mampu bersaing dengan bangsa lain.

Tuntutan memiliki keberanian untuk maju dan memiliki kreatifitas juga diharapkan menjadi suatu sikap yang ada dalam diri mahasiswa. Mahasiswa diharapkan memiliki ide-ide baru yang membangun, juga memiliki keberanian mengambil risiko agar mampu bersaing dengan orang lain untuk mengembangkan diri maupun lingkungan sekitarnya dengan pengetahuan yang didapat dari pendidikan formal. Demikian juga halnya dengan mahasiswa Universitas "X" yang terletak di pusat kota Bandung. Sebagai universitas yang berbasis pada kebudayaan Sunda, Universitas "X" memiliki misi bagi anak didiknya untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan budaya Sunda.

Melalui visi dan misi Universitas "X", mahasiswa diharapkan menjadi contoh dan panutan dalam mengembangkan budaya Sunda bagi orang lain dengan menonjolkan nilai-nilai Kesundaan dalam lingkungan sekitarnya, khususnya lingkungan kampus Universitas "X". Selain menuntut agar mahasiswa mampu untuk mengembangkan budaya Sunda, universitas ini juga memberikan langkah konkrit untuk mencapai misinya tersebut. Dalam "prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan bidang akademik Universitas "X" pada poin (b) mengatakan bahwa *bahasa daerah (bahasa Sunda) digunakan sebagai bahasa pengantar sejauh diperlukan dalam penyampaian pengetahuan dan/atau keterampilan bahasa dan kesenian daerah Sunda.*

Prinsip dasar tersebut diharapkan dapat menanamkan nilai-nilai Sunda pada mahasiswa Universitas "X". Selain dari Universitas, mahasiswa Universitas "X" memperoleh nilai-nilai Sunda atau *ajen ajen* yang diwariskan dari orangtua dan pengaruh dari hasil interaksinya dengan budaya Sunda itu sendiri (enkulturasi) (Berry, 1999). Namun seiring dengan perkembangan jaman yang menuntut penyesuaian individu maupun kelompok budaya, nilai-nilai pada mahasiswa Universitas "X" dipengaruhi juga oleh budaya lain yang dibawa oleh orang-orang sekitarnya seperti teman mahasiswa yang berbeda budaya dan melalui media-media seperti majalah, internet, televisi yang memberikan informasi mengenai budaya lain (alkulturasi budaya). Dengan masuknya budaya-budaya lain, budaya Sunda selain harus tetap menjaga kebudayaan aslinya sekaligus juga harus menyesuaikannya dengan tuntutan jaman yang ada. Hal senada disampaikan oleh Bapak Asep Syamsulbahcri, seorang staff pengajar dan

pengembangan lembaga budaya di Universitas "X" yang mengatakan bahwa saat ini orang Sunda harus mampu menjaga kebudayaan Sunda namun harus menyesuainya dengan kondisi saat ini. Beliau memberikan contoh tentang sikap ramah orang Sunda yang diwakilkan melalui peribahasa *someah hade kasemah* yang artinya bersikap ramah pada tamu yang datang. Keramahan orang Sunda ini harus disesuaikan dengan kondisi keamanan saat ini, selanjutnya beliau mengatakan sekarang sikap ramah orang Sunda harus diikuti dengan sikap waspada demi menjaga keamanan diri maupun keluarga.

Nilai-nilai atau *values* merupakan evaluasi terhadap diri, orang lain, maupun kejadian-kejadian, sehingga lebih lanjut berpengaruh dalam memilih atau mengambil keputusan untuk melakukan tindakan (Schwartz,2001). *Value* ini disebut sebagai *value* universal karena dalam penelitian empiris yang dilakukan pada 54 negara diantaranya; Cina, Amerika, dan Spanyol, ditemukan kesepuluh tipe *value* pada negara-negara yang diteliti tersebut, dan *values* ini berlaku hampir secara universal di seluruh dunia. (**Journal of cross cultural- psychologi, Vol. 32 No. 3, May 2001; 273**). *Value* dikasifikasikan oleh Schwartz (2001) menjadi 10 tipe, yaitu *self-direction, stimulation, conformity, hedonism, achievement, power, tradition, security, benevolence, dan universalism*. Dari hasil penelitian tersebut dapat juga dilihat *hierarchy* (rangking) dari kesepuluh *values, structure* yang menunjukkan apakah terdapat hubungan antara *values* yang *compatibilities* atau *conflict*, dan yang terakhir adalah *content* dimana dapat dilihat apakah responden menghayati suatu *value* sebagai *value* yang berbeda.

Dari hasil survey awal yang dilakkan pada 12 mahasiswa Universitas "X" yang berbudaya Sunda diperoleh *value Schwartz* yang nampaknya tergolong penting yaitu *tradition value* adalah *value* yang menghargai tradisi, memegang teguh kepercayaan agama, menerima bagiannya dalam hidup dan sederhana, *benevolence value* yang mengacu pada kesejahteraan orang yang berinteraksi dengannya setiap hari, *value* yang mengarah pada keamanan nasional, mencintai dan menjaga keamanan keluarga, keinginan untuk dimiliki, merasa orang lain peduli kepadanya, kestabilan sosial, kesehatan fisik dan mental juga kebersihan diri atau *security value*. Selanjutnya *value* yang tergolong penting bagi mahasiswa Universitas "X" adalah *value* yang berhubungan dengan kesenangan dalam hidup melalui pengalaman yang menantang, variasi hidup dengna melakukan kesenangan baru, tantangan hidup, hidup yang menggairahkan dan keberanian atau *stimulation value*.

Value yang mengarah pada rasa hormat dan penerimaan bahwa budaya atau agama mempengaruhi individu (*tradition value*) terlihat pada hampir seluruh mahasiswa yaitu 90 % mengatakan bahwa melakukan kewajiban-kewajiban agama merupakan hal yang paling penting, karena seluruh mahasiswa yang disurvey beragama Islam maka hal-hal yang dilakukan untuk memenuhi kewajiban tersebut adalah melakukan shalat lima waktu, berpuasa saat bulan Ramadhan maupun mengaji. Beberapa dari mereka berusaha untuk menggunakan pakaian yang sopan dan tidak terlalu terbuka dan jika memiliki rejeki berusaha untuk membaginya dengan yang kurang mampu.

Value yang mengacu pada kesejahteraan orang yang berinteraksi dengannya setiap hari, mengarah pada keamanan nasional, mencintai dan menjaga keamanan keluarga, keinginan untuk dimiliki (*benevolence value*) terlihat pada 83 % mahasiswa yang mengatakan penting bagi mereka untuk menolong orang-orang dekat. Hal yang mereka lakukan antara lain adalah dengan mendengarkan keluhan bagi teman yang memiliki masalah, memberi perhatian, dan berada di dekat orang-orang tersebut. Sebagian lagi mengatakan berusaha memberikan pertolongan sesesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Value yang mengarah pada keamanan nasional, mencintai dan menjaga keamanan keluarga, keinginan untuk dimiliki, merasa orang lain peduli kepadanya, kestabilan sosial, kesehatan fisik dan mental juga kebersihan diri (*security*) terlihat pada 66 % mahasiswa yang mengatakan akan menghindari hal-hal yang dapat mengancam keselamatan dirinya dengan mematuhi peraturan yang ada, berhati-hati dalam bergaul dan bertindak karena teman yang tidak baik dapat membawa ke arah yang tidak baik pula, melakukan hal-hal yang positif seperti menjaga kesehatan, dan berpikir positif untuk menjaga pikiran tetap tenang.

Value yang berhubungan dengan kesenangan dalam hidup melalui pengalaman yang menantang, variasi hidup dengan melakukan kesenangan baru, tantangan hidup, hidup yang menggairahkan dan keberanian (*stimulation*) terlihat pada 58 % mahasiswa yang mengatakan mencoba hal-hal baru, pergi ketempat baru yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, berpetualang, melakukan hobi atau melakukan hal-hal yang dapat memacu adrenalin seperti *bungee jumping*.

Values yang ada pada mahasiswa Universitas "X" yang tergolong kurang penting dibanding dengan *value* lainnya adalah *value* yang mengarah pada pengendalian diri supaya tidak menyimpang dari norma-norma dan ekspektasi sosial atau tindakan yang membahayakan orang lain (*conformity*), *value* yang mengarah pada persamaan kesempatan pada setiap orang, menjaga keindahan dunia dengan merawat dan menjaganya, menjaga keadilan dan perdamaian dunia (*universalism*), *value* yang mengarah pada kreatifitas, kebebasan berpikir dan bertingkah laku, memilih tujuan sendiri, rasa ingin tahu dan kemandirian (*self-direction*), *value* yang mengarah pada mengontrol orang lain dan dominan, kesejahteraan dalam material, mempunyai kekuasaan dan hak untuk menjadi pemimpin, menjaga nama baiknya, dikenal lingkungan sosial, ingin dihargai, diakui oleh lingkungan atau *power value*, *value* yang mengarah pada kesuksesan pribadi dengan memperhatikan kompetensi menurut standar sosial (*achievement*), dan terakhir adalah *value* yang mengarah pada kesenangan dengan pemuasan panca indera diantaranya kesenangan dan menikmati hidup atau *hedonism value*.

Dari pemaparan mengenai budaya Sunda dan nilai-nilai Sunda yang terkandung di dalamnya maka nampaknya *value* yang diharapkan dimiliki oleh mahasiswa Universitas "X" adalah *tradition value*, *self direction value* yang menunjukkan kreatifitas dan kemandirian sebagai orang yang berpendidikan dan sudah dewasa, *conformity value* dimana mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan tindakan dan tidak melakukan hal-hal yang dapat mengganggu ataupun membahayakan orang lain, *value* untuk mempunyai ambisi dengan kerja keras dan mempunyai kecerdasan berpikir (*achievement value*).

Dengan uraian mengenai *value* di atas ingin dilihat bagaimana sebenarnya gambaran *value* pada mahasiswa yang berlatar belakang budaya Sunda di Universitas "X" Bandung.

1. 2. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana gambaran *value Schwartz* pada mahasiswa Sunda di Universitas "X" Bandung.

1. 3. Maksud dan tujuan penelitian

1. 3. 1. Maksud

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai *content*, *structure dan hierarchy* dari *value Schwartz* pada mahasiswa Sunda di Universitas "X" Bandung

1. 3. 2. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan paparan mengenai *content*, *structure dan hierarchy value Schwartz* pada mahasiswa Sunda di Universitas "X" Bandung.

1. 4. Kegunaan Penelitian

1. 4. 1. Kegunaan ilmiah

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *value Schwartz*.

2. Memberikan informasi tambahan mengenai gambaran *value Schwartz* pada mahasiswa yang berlatar belakang budaya Sunda di Universitas "X" Bandung bagi bidang Psikologi khususnya Psikologi Lintas Budaya.

1. 4. 2. Kegunaan Praktis

1. Memberikan informasi kepada Universitas-universitas di Bandung yang berbasis kebudayaan Sunda mengenai gambaran *value* yang ada pada mahasiswa berlatar belakang budaya Sunda. Informasi yang diberikan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan kebudayaan Sunda.
2. Memberikan informasi tambahan kepada budayawan Sunda dan diharapkan dapat menjadi suatu pertimbangan dalam mengembangkan budaya Sunda.

1. 5. Kerangka Pikir

Dewasa ini banyak universitas swasta yang ada di Indonesia menjalankan proses pendidikan berdasarkan nilai-nilai tertentu yang ingin ditanamkan pada mahasiswanya. Beberapa universitas berlandaskan latar agama tertentu, seperti universitas Kristen, Katholik maupun Universitas Islam. Sebagian lagi ada yang berlandaskan latar budaya tertentu seperti universitas berlatar belakang budaya Sunda yaitu Universitas "X".

Universitas "X" adalah universitas yang berada di bawah naungan Paguyuban Pasundan yang merupakan suatu organisasi berlatar belakang budaya Sunda. Paguyuban Pasundan memiliki kegiatan di berbagai bidang antara lain

budaya, politik, sosial dan juga pendidikan. Dalam buku **Pagoejoban Pasoendan 1927-1942**, dijelaskan bahwa Paguyuban Pasundan memperhatikan pendidikan dan pengajaran untuk memajukan bangsa, karenanya organisasi ini banyak mendirikan sekolah dan juga perguruan tinggi.

Mahasiswa Universitas "X" dalam pendidikannya tidak hanya memperoleh pelajaran-pelajaran umum sesuai jurusannya tetapi mereka juga diberikan pelajaran-pelajaran yang menjadi identitas universitas mereka, yaitu kebudayaan Sunda. Pelajaran yang menjadi identitas mereka adalah seni Sunda (seni tari dan seni suara), pencak silat, bahasa dan sastra Sunda, serta agama Islam. Maksud dari pemberian pelajaran ini adalah agar anak didik dapat merasakan keindahan budaya Sunda (**Pagoejoban Pasoendan 1927-1942, 2002**). Ibu **Karlina Adikusumah**, dari bagian Pelayanan Informasi Kesenian dan Kebudayaan di Universitas "X" mengatakan hal yang senada, bahwa pelajaran mengenai kebudayaan Sunda yang diberikan kepada mahasiswa Universitas "X" bertujuan untuk memperkenalkan kebudayaan Sunda kepada mahasiswa yang belum mengenalnya seperti mahasiswa dari luar daerah yang bukan berlatar belakang budaya Sunda maupun mahasiswa yang berlatar belakang budaya Sunda atau orang Sunda.

Kebudayaan Sunda sendiri memiliki arti sebagai kebudayaan yang hidup tumbuh dan berkembang di kalangan orang Sunda yang pada umumnya bertempat tinggal di tanah Sunda (**Koentjaraningrat, 1997**). Menurut **Da'um Sumardi**, Kepala Bidang Kebudayaan Paguyuban Pasundan Bandung yang disebut orang Sunda adalah orang Sunda yang etnis atau genetik dan orang Sunda yang kultural.

Orang Sunda yang etnis atau genetik adalah orang Sunda keturunan yang kedua atau salah satu orangtuanya merupakan etnis Sunda, dan orang Sunda kultural adalah siapa pun yang memiliki rasa “kesundaan” dan mendalami budaya Sunda.

Kebudayaan Sunda sangat berpengaruh terhadap kehidupan orang Sunda karena hasil kebudayaan tersebut banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan hidup, kebudayaan Sunda juga digunakan sebagai sumber nilai-nilai dalam menjalani kehidupan. Dalam budaya Sunda nilai-nilai ini disebut *ajen-ajen*. Nilai-nilai tersebut secara tidak langsung banyak terkandung dalam hasil kebudayaan Sunda seperti kesenian-kesenian, upacara-upacara adat, sistem kepercayaan dan juga kebudayaan yang berbentuk materil seperti pakaian adat, peralatan-peralatan atau rumah adat.

Nilai-nilai kehidupan orang Sunda juga kerap kali terlihat dari *paribasa* (peribahasa) maupun ungkapan-ungkapan yang sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Contoh dari idiom yang dapat mewakili salah satu nilai kehidupan orang Sunda adalah *sineger tengah (low profile)* yang berarti tidak suka menonjolkan diri dan selalu mengambil jalan tengah. *Paribasa* Sunda “*herang caina beunang laukna*” juga memiliki arti yang sama mengenai karakter orang Sunda, *paribasa* tersebut mengartikan bahwa orang Sunda tidak ingin mencari masalah, walaupun terjadi masalah biasanya mereka berusaha menyelesaikannya tanpa menimbulkan masalah baru dan berprinsip saling menguntungkan.

Mahasiswa Universitas "X" yang berlatar belakang budaya Sunda memiliki *values* yang terbentuk melalui proses transmisi yang proses

pembentukannya sama seperti *belief*. *Belief* adalah keyakinan apakah sesuatu itu benar atau salah, baik atau buruk, maupun dikehendaki atau tidak dikehendaki. Proses transmisi *value* memiliki tiga komponen utama yaitu kognitif, afektif dan komponen *behavior* (**International Encyclopedia of Social Science, 1998**). Komponen pertama adalah kognitif, yang muncul dalam bentuk pemikiran atau pemahaman tentang *values* mengenai baik-buruk, diinginkan atau tidak diinginkannya suatu objek atau kejadian yang ada di sekitar orang yang bersangkutan. Kedua adalah komponen afektif, yaitu *value* yang awalnya hanya berupa pemahaman mulai menjadi suatu penghayatan tentang suatu objek atau kejadian seperti suka atau tidak suka, senang atau tidak senang. Komponen yang ketiga yaitu *behavior*, yang sudah semakin mendalam pada diri mahasiswa Universitas "X" dan muncul dalam bentuk tingkah laku, seperti bertingkah laku sesuai dengan *values* yang menonjol pada mahasiswa tersebut.

Selain memiliki tiga komponen tersebut terdapat juga tiga sifat *transmission values* yang terjadi pada setiap mahasiswa, yaitu melalui orang tua (*vertical transmission*), orang dewasa lain atau lembaga (*oblique transmission*) dan melalui teman sebaya (*horizontal transmission*). Sifat transmisi yang pertama yaitu *vertical transmission* adalah *values* Sunda yang diturunkan langsung dari orangtua mahasiswa melalui enkulturasi kebudayaan Sunda yang diwariskan oleh orangtua, dan melalui sosialisasi yang merupakan hasil dari interaksi sehari-hari antara mahasiswa dengan orangtuanya seperti pola asuh. Transmisi kedua adalah (*oblique transmission*), merupakan transmisi yang berasal dari orang dewasa lain maupun media-media lain yang memiliki kebudayaan sama dengan mahasiswa

yaitu kebudayaan Sunda dan orang dewasa lain yang berasal dari budaya lain. Transmisi kebudayaan Sunda dari orang dewasa lain akan terbentuk melalui enkulturasi dan sosialisasi sedangkan transmisi dari orang dewasa lain di luar budaya Sunda akan terbentuk melalui proses alkulturasi dan resosialisasi. Alkulturasi adalah pemberian pengaruh dari kebudayaan lain kepada kebudayaan Sunda sedangkan yang dimaksud dengan resosialisasi adalah proses pembelajaran bagi mahasiswa melalui interaksi dengan orang dewasa lain yang berasal dari luar kebudayaan Sunda. Sifat transmisi yang ketiga adalah *horizontal transmission*, yaitu transmisi *values* dari teman sebaya melalui proses enkulturasi dan sosialisasi, dan juga melalui proses alkulturasi dan resosialisasi dari teman sebaya yang memiliki kebudayaan lain di luar kebudayaan Sunda.

Proses enkulturasi dan sosialisasi yang diterima oleh mahasiswa Universitas "X" diperoleh melalui orang dewasa lain seperti dosen yang memiliki latar belakang budaya Sunda dan media-media lain yang berlatar belakang Sunda seperti buku-buku Sunda. Selain dari dosen dan buku-buku Sunda, enkulturasi dan sosialisasi nilai-nilai Sunda pada mahasiswa Sunda terjadi melalui visi dan misi dari Universitas "X" yang pada dasarnya ingin menjadi pusat pengembangan kebudayaan Sunda di Indonesia. Melalui visi ini diharapkan mahasiswa Universitas "X" terutama yang memiliki latar belakang budaya Sunda dapat mengenal, melestarikan dan menjalankan nilai-nilai yang terkandung dalam kebudayaan Sunda dalam interaksinya dengan orang lain.

Vertical transmission kebudayaan Sunda pada mahasiswa diturunkan melalui proses belajar dari nilai-nilai, keterampilan, keyakinan, motif budaya, dan

lain sebagainya yang diwariskan oleh orangtua kepada mahasiswa Universitas "X". Orangtua yang memiliki latar belakang kebudayaan Sunda akan menanamkan nilai-nilai Sunda yang dipegang kepada mahasiswa Universitas "X".

Oblique transmission pada mahasiswa Universitas "X" terjadi melalui interaksi mahasiswa dengan orang dewasa lain yang memiliki keyakinan akan nilai-nilai kebudayaan Sunda yang lebih kuat (enkulturasi), seperti dosen pengajar kebudayaan Sunda ataupun melalui wacana-wacana yang sering dibaca melalui berbagai media seperti koran Sunda, ataupun melalui lagu-lagu tradisional Sunda (sosialisasi). Selain dari proses transmisi di atas mahasiswa juga mengalami alkulturasi dan resosialisasi. Alkulturasi pada mahasiswa Universitas "X" yang berlatar belakang budaya Sunda terjadi melalui interaksi mahasiswa dengan orang dewasa lain yang bukan orang Sunda, seperti dosen yang tidak memiliki latar belakang budaya Sunda, pemuka-pemuka agama yang dianut mahasiswa yang mengutamakan nilai-nilai keagamaan untuk dijalankan. Mayoritas agama yang dianut masyarakat Sunda adalah agama Islam. Mahasiswa Universitas "X" selain dipengaruhi oleh *values* Sunda dipengaruhi juga oleh *values* Islam. Sedangkan resosialisasi mahasiswa terhadap budaya lain banyak didapat melalui informasi dari internet, majalah-majalah populer maupun melalui buku-buku di luar Sunda.

Horizontal transmission berasal dari teman sebaya, mahasiswa Universitas "X" lain ataupun mahasiswa dari universitas berbeda yang memiliki latar budaya Sunda, ataupun tetangga yang seusia. Jika mahasiswa berinteraksi dengan mahasiswa lainnya yang bukan orang Sunda, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah akulturasi dan resosialisasi.

Transmission values yang terjadi di atas akan diinternalisasi oleh mahasiswa. Mahasiswa Universitas "X" akan memiliki urutan *values* yang lebih dipilih berdasarkan kepentingan untuk mengarahkan tingkah laku yang diinginkan dan untuk mengevaluasi orang lain termasuk dirinya. Urutan kepentingan *values* ini dinamakan sebagai *hierarchy values*.

Values adalah kriteria yang digunakan oleh mahasiswa Universitas "X" untuk memilih atau menjustifikasi tindakan-tindakan dan mengevaluasi dirinya, orang lain dan kejadian-kejadian. Menurut Schwartz, terdapat sepuluh tipe *Values*, yaitu *self-direction*, *stimulation*, *achievement*, *hedonism*, *power*, *security*, *conformity*, *tradition*, *benevolence*, dan *universalism*.

Tipe *value* yang pertama adalah *self direction*, tipe *value* ini adalah pemikiran dan tindakan yang bebas dalam memilih, menciptakan, menjelajahi. Tujuan dari *self direction value* adalah kreatifitas, kebebasan berpikir dan bertingkah laku, memilih tujuan sendiri, rasa ingin tahu dan kemandirian. Dalam budaya Sunda *value* ini termasuk *value* yang cukup penting. Mengacu pada hasil penelitian tahap II tahun 1987 yang dilakukan oleh Suwarsih Warnaen, terdapat 5 aspek pandangan hidup orang Sunda, yaitu adalah manusia sebagai pribadi, manusia dengan lingkungan masyarakat, manusia dengan alam, manusia dengan Tuhan, dan manusia dalam mengejar kepuasan batiniah.

Dalam aspek manusia sebagai pribadi *self direction value* menjadi *value* yang cukup penting karena disebutkan bahwa orang Sunda diharapkan memiliki sifat pandai, pintar dan cerdas, memiliki rasa ingin tahu yang besar dan belajar. Sebagai seorang yang berada dalam tahap dewasa awal, mahasiswa Universitas

"X" diharapkan mampu untuk memiliki kemandirian dalam membuat keputusan dalam karir maupun kehidupannya. Dalam pembuatan keputusan mahasiswa harus mampu untuk memiliki ide-ide yang kreatif dan motivasi untuk maju.

Tipe *value* berikutnya adalah *stimulation value* yang berasal dari kebutuhan *organismic* akan variasi dan rangsangan dalam rangka mempertahankan level optimal dari aktivitas yang optimal. Tujuan motivational dari *stimulation value* adalah kesenangan dalam hidup melalui pengalaman yang menantang, variasi dalam hidup dengan melakukan kesenangan baru, tantangan hidup, hidup yang menggairahkan, dan keberanian. *Value* ini tergolong cukup penting dalam kebudayaan Sunda. Jika melihat dari aspek manusia sebagai pribadi dituliskan bahwa orang Sunda diharapkan memiliki sifat pemberani dan senang mencari pengalaman (**Warnaen,1987**).

Achievement value adalah *value* yang memperhatikan kesuksesan dan kompetensi menurut standar sosial. Tujuan dari *achievement value* adalah ambisi dengan kerja keras, berpengaruh terhadap orang lain dan kejadian-kejadian, mempunyai kemampuan secara efektif dan efisien, mempunyai kecerdasan dalam berpikir kesuksesan dan menghargai diri sendiri. Seperti pada *self direction value* kita juga dapat melihat *achievement value* melalui salah satu butir kategori akal yaitu memiliki butir pintar dan pengalaman yang luas, dan kategori budi yaitu butir mempunyai harga diri. Ambisi pun sangat penting namun jangan ambisius harus tetap sesuai dengan norma-norma untuk menjaga keharmonisan masyarakat. Seperti peribahasa Sunda *silih asah, silih asih, silih asuh* yang artinya harus saling

memberdayakan, menjaga dan saling mengasihi. Karenanya *achievement value* pada mahasiswa Universitas "X" bisa menjadi *value* yang kurang penting.

Selanjutnya adalah *hedonism value*, yaitu kebutuhan *organic* dan kesenangan untuk memuaskannya. Tujuan motivasional dari *hedonisme value* adalah mencari kesenangan yang pemuasannya melalui panca indera antara lain kesenangan hidup. Orang Sunda dikenal sebagai orang senang dengan humor (*heureuy*) dan berkumpul bersama-sama karenanya *value* ini cukup penting bagi mahasiswa Universitas "X". Dalam artikel di Kompas tanggal 10 Maret 2006 dituliskan "*bila orang Sunda berkumpul, maka akan terdengar riuh rendah tawa, karena disana sedang terjadi heureuy, sedang terjadi kegembiraan*". Arti kata *heureuy* sendiri adalah kelakuan yang bisa menyenangkan baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

Demikian halnya dengan *power motif value*, yaitu kebutuhan individu akan dominasi dan kontrol dalam relasi interpersonal baik dalam satu budaya maupun antar budaya. Tujuan dari *value* ini adalah mengontrol orang lain dan dominan, kesejahteraan dalam material, mempunyai kekuasaan dan hak untuk menjadi pemimpin, menjaga nama baiknya, dikenal lingkungan sosial, ingin dihargai, diakui oleh lingkungan sosialnya. *Value* ini tergolong kurang penting bagi orang Sunda, dilihat dari pandangan hidup orang Sunda pada penelitian di atas. Pada Aspek manusia dalam mengejar kemajuan lahiriah dan kepuasan rohani, dijelaskan bahwa kemajuan lahiriah yang hendak dicapai orang Sunda tercermin dari ungkapan *da kasenangan nu diudak-udak teh* (sebab kesenanganlah yang dikejar) *dan banda boga, duit loba, pamajikan geulis, rek ngarah naon deui*

(harta punya uang banyak, istri cantik, mau apa lagi) namun pencarian materi bukanlah ditujukan untuk mendapatkan kekuasaan tetapi lebih untuk mendapatkan kesenangan hidup semata.

Value berikutnya adalah *security value* yang memiliki dua tujuan yaitu tujuan kelompok dan individu. Tujuan motivasional *value* ini adalah keamanan nasional dengan menjaga Negara dari musuh, keamanan untuk mencintai keluarga, keinginan untuk dimiliki, merasa orang lain peduli kepadanya, kestabilan sosial, kesehatan dan kebersihan. Orang Sunda dikenal sebagai masyarakat yang berusaha untuk menghindari konflik dan membuat keonaran demi menjaga ketentaraman dan keamanan, karenanya orang Sunda dituntut untuk bertindak hati-hati dan waspada. Hal ini lihat dari ungkapan-ungkapan maupun ritual-ritual yang sering dilakukan oleh orang Sunda seperti pada saat memiliki bayi, orangtua harus melakukan beberapa ritual dengan tujuan agar anak mereka selamat sampai besar.

Conformity value adalah pengendalian tindakan, tidak melakukan hal-hal yang mengganggu dan membahayakan orang lain dan melanggar harapan sosial dan norma yang berlaku. Tujuan motivasional dari *conformity value* adalah patuh, disiplin diri, jujur, menghormati orangtua dan orang-orang yang lebih tua. Pada budaya Sunda *value* ini tergolong penting karena orang Sunda sangat mementingkan tatakrama dan sopan santun. Hal ini dapat dilihat pada tata bahasa (*undak-usuk basa*) Sunda yang memiliki tingkatan bahasa bagi orang yang diajak bicara dengan tujuan menunjukkan rasa hormat kepada orang tersebut. *Value* ini cukup penting bagi mahasiswa Universitas "X", karena bahasa Sunda juga

menjadi bahasa pengantar dalam ruang lingkup universitas (**Prinsip-prinsip Dasar Penyelenggaraan Bidang Akademik Universitas Pasundan**).

Tradition value adalah *value* yang penting menurut kebudayaan Sunda. *Values* ini mengarah pada rasa hormat dan penerimaan budaya atau agama yang mempengaruhi mahasiswa. Tujuan *value* ini adalah menghargai tradisi, memegang teguh kepercayaan agama, menerima bagian dalam hidup, sederhana. Kebudayaan Sunda telah dipengaruhi oleh ajaran agama Islam dan sebagian besar orang Sunda memeluk agama Islam. Oleh karena itu, segala sesuatu yang menyangkut pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat Sunda yang berhubungan dengan ketuhanan, syariat Islam dijadikan sebagai acuan (**Warnaen. dkk, 1987**). Sebagai mahasiswa Universitas "X", mereka memiliki misi khusus yaitu menjaga, melestarikan dan mengembangkan Budaya Sunda serta mengagungkan agama Islam, karenanya *value* ini menjadi penting bagi mahasiswa Universitas "X". Namun seiring dengan perkembangan dan banyaknya budaya lain yang masuk ke daerah Pasundan maka *value* ini bisa menjadi tidak penting bagi mahasiswa Universitas "X", jika pengaruh budaya asing tersebut lebih kuat.

Benevolence value mengacu pada kesejahteraan orang yang berinteraksi dengannya setiap hari. *Value* ini berkaitan dengan interaksi positif dalam kaitannya dengan meningkatkan pengembangan kelompok dan kebutuhan organismik akan afiliasi. Tujuan motivasional dari *benevolence value* adalah menolong, dapat dipercaya, pemaaf, jujur, setia kepada teman dan kelompok, memiliki cinta yang dewasa. Dalam budaya Sunda, *value* ini tergolong penting.

Seperti dalam penelitian pandangan hidup orang Sunda dalam aspek manusia dengan masyarakat. Dalam aspek tersebut terdapat butir yang berbunyi harus tolong menolong, jangan curang, jangan melanggar janji dan sebagainya. Mahasiswa Universitas "X" diharapkan mempunyai kepekaan rasa sebagai sesama manusia dan mau menolong bagi tujuan dirinya maupun orang lain, termasuk kelompoknya. Hal ini menjadi pertanda bahwa ia mampu bersosialisasi. Namun *value* ini juga bisa menjadi kurang penting dengan makin besarnya masyarakat yang individualis yang kurang peduli pada keadaan orang lain terutama di kota besar seperti kota Bandung.

Universalism value berasal dari kebutuhan kelompok dan individu akan *survival* yang menjadi jelas ketika orang melakukan kontak di luar kelompok primer dan menjadi waspada akan kelangkaan sumber daya alam. Tujuan motivasional *value* ini adalah persamaan kesempatan bagi setiap orang, menyatu dengan alam, bijaksana, keindahan dunia, keadilan sosial, menerima perbedaan kepercayaan orang lain, menjaga alam, menjaga kedamaian dunia. *Universalism value* bisa menjadi *value* penting bagi mahasiswa Universitas "X". Karena orang Sunda sangat tergantung pada alam maka *value* ini menjadi penting dan mereka harus menghormati alam. Dalam penelitian pandangan hidup orang Sunda aspek manusia dengan alam, dituliskan bagi manusia Sunda alam telah membantu memberikan aspirasi, gagasan, ide dalam mengembangkan makna dari hidup. Tetapi *value* ini dapat menjadi kurang penting bagi mahasiswa dengan semakin rendahnya kesadaran akan pentingnya alam dalam kehidupan karena digantikan dengan perkembangan teknologi seperti penggunaan bahan alam untuk memenuhi

kebutuhan hidup orang Sunda digantikan oleh bahan-bahan sintetis yang bukan dari alam.

Dari kesepuluh *value Swartzs* tersebut dapat diperoleh *hierarchy* dengan mengurutkan *value* mana yang paling penting sampai tidak penting bagi mahasiswa Universitas "X". Kesepuluh *value Schwartz* dibagi ke dalam empat struktur *Second Order Value Type (SOTV)* yaitu, *openness to change* (mengarah pada keterbukaan terhadap perubahan) yang terdiri dari *security* dan *self-direction value*. SOVT yang kedua yaitu *conservation* (mengarah kepada keengganan untuk mencoba sesuatu yang baru) yang terdiri dari *tradition, conformity, dan security value*. Ketiga adalah SOVT *self-transcendence* (mengutamakan kepentingan bersama) yang terdiri dari *universalism dan benevolence value*. SOVT yang keempat adalah *self-enhancement* (mengutamakan kepentingan diri sendiri) yang terdiri dari *achievement dan power value*. Sedangkan untuk *hedonism value* terletak diantara SOVT *openness to change* dan *self-enhancement*.

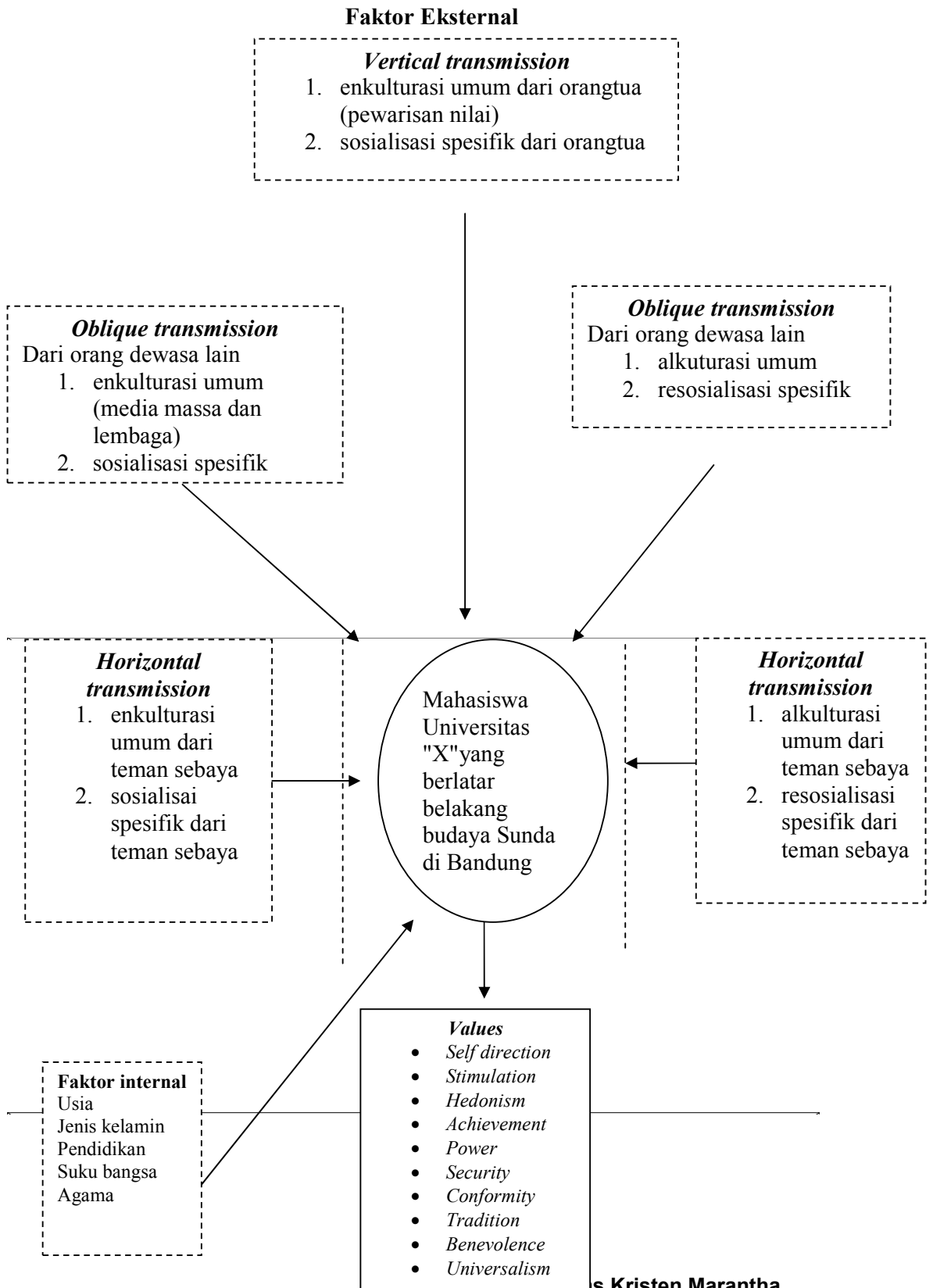
Antara SOVT *openness to change* dengan *conservation* dan *self-transcendence* dengan *self-enhancement* saling berseberangan sehingga menciptakan *conflik* antara *value-value* di dalamnya dan memiliki korelasi negatif, sedangkan untuk SOVT yang bersebelahan memiliki korelasi yang positif atau *compatibility*. Hal tersebut merupakan *structure* dari *Schwartz values*. Selain *hierarchy* dan *structure*, pada *Schwartz values* juga dapat dilihat *content* pada setiap *value*. Mayoritas item akan berada pada *region* yang selaras dengan setiap *value*, namun karena adanya pemaknaan yang berbeda terhadap *value* pada item

tersebut dari kelompok responden maka beberapa item akan berada pada *region value* lain. Hal inilah yang akan menjadi *content* dalam *Schwartz values*.

Sebelumnya telah dibahas sekilas bagaimana tahap perkembangan (usia) mempengaruhi *self-direction value* pada mahasiswa Sunda Universitas "X", dan agama (Islam) yang mempengaruhi *tradition value*. Selain kedua faktor tersebut faktor internal lainnya yang dapat mempengaruhi *value* adalah pendidikan, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Pendidikan mempunyai korelasi yang positif dengan *self-direction value* dan korelasi yang negatif dengan *conformity value*. Pada jenis kelamin laki-laki tipe *value* yang dimiliki lebih mengarah pada *self-direction, stimulation, hedonism, achievement, dan power value*. Sedangkan jenis kelamin perempuan lebih mengarah kepada *security dan benevolence value*, hal ini terkait dengan pengalaman peran dari setiap jenis kelamin (**Prince-Gibson & Schwartz, 1994**). Keterkaitan antara *value* dengan suku bangsa tidak terlepas dari kebudayaan yang ada dalam suku tertentu. Keterkaitan antara kebudayaan Sunda dengan *value* yang ada pada mahasiswa Sunda Universitas "X" diharapkan dapat menjadi ciri khas sebagai orang Sunda.

SKEMA KERANGKA PIKIR



1.6 Asumsi

- Sumber-sumber pembentuk values pada mahasiswa Universitas "X" Bandung adalah orangtua, usia, pendidikan, lingkungan Universitas dan visi-misi, orang-orang disekitarnya dan media masa.
- Sepuluh tipe Schwartz's *values* bersifat universal, yang berbeda adalah konstelasi derajat kepentingannya
- Pada mahasiswa Sunda Universitas "X" di Bandung memiliki 10 *values* Schwartz yang sama dengan kebudayaan lainnya yaitu : *self-direction*, *stimulation*, *achievement*, *hedonism*, *power*, *security*, *conformity*, *tradition*, *benevolence*, dan *universalism*.