

**STRATEGI KOMUNIKASI KLENTENG TITD LIONG HOK BIO  
DALAM MENJAGA TOLERANSI ANTARBUDAYA MELALUI KIRAB  
BUDAYA CAP GO MEH DI KOTA MAGELANG**

Ivana Kusuma, Turnomo Rahardjo, Triyono Lukmantoro

[ivana.huang93@gmail.com](mailto:ivana.huang93@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7645407

Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> email [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

**ABSTRACT**

*Liong Hok Bio Temple in Magelang is a place of worship and cultural activity center that plays a crucial role in fostering tolerance and intercultural relationships. The Cap Go Meh cultural parade symbolizes tolerance, reduces anti-Chinese sentiment, and enhances intercultural tolerance in Magelang City. Although challenges of multiculturalism have lessened, effective communication strategies are still necessary to maintain tolerance. This study aims to analyze the communication strategies employed by TITD Liong Hok Bio Temple in the Cap Go Meh Cultural Parade in Magelang. A descriptive qualitative method with a case study approach was used, utilizing the Communication Accommodation Theory. The communication strategies used by the temple are divided into four parts: problem identification, goal setting, communication strategy formulation (communicators, target audience, messages, media, communication effects), and evaluation, which is split into summative and formative evaluations to assess success, identify obstacles, and provide suggestions for improving the quality of the Cap Go Meh Cultural Parade in the future. Data were collected through in-depth interviews. The results indicate that Liong Hok Bio Temple has effectively implemented communication strategies in the Cap Go Meh celebration. These include convergence strategies that integrate traditional culture with Chinese cultural elements to reduce potential conflicts and enhance tolerance, and divergence strategies aimed at highlighting Chinese cultural heritage and strengthening the spiritual bonds of the Liong Hok Bio Temple congregation. Although both strategies are used, the implementation predominantly features convergence strategies. The cultural parade has had a positive communication effect on increasing the knowledge and attitudes of the Magelang community*

*towards Chinese culture, as well as the potential for behavioral changes in appreciating cultural diversity.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Tolerance, Cap Go Meh, Chinese Ethnicity*

### **ABSTRAK**

Klenteng TITD Liong Hok Bio Magelang merupakan tempat ibadah dan pusat kegiatan budaya yang berperan penting dalam memperkuat toleransi dan hubungan antarbudaya. Melalui Kirab budaya *Cap Go Meh*, kirab budaya ini menjadi simbol toleransi, mengurangi sentimen anti-Tionghoa, dan meningkatkan toleransi antarbudaya di Kota Magelang. Meskipun tantangan multikulturalisme berkurang, strategi komunikasi efektif tetap diperlukan untuk menjaga toleransi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng TITD Liong Hok Bio dalam Kirab budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, menggunakan *Communication Accommodation Theory*. Strategi komunikasi yang digunakan oleh klenteng dibagi menjadi empat: identifikasi masalah, penetapan tujuan, penetapan strategi komunikasi (komunikator, target sasaran, pesan, media, efek komunikasi), dan evaluasi yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu evaluasi sumatif dan formatif untuk menilai keberhasilan dan mengidentifikasi hambatan, serta pemberian saran untuk meningkatkan kualitas Kirab Budaya *Cap Go Meh* di masa yang akan mendatang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klenteng Liong Hok Bio telah menerapkan strategi komunikasi yang efektif dalam perayaan *Cap Go Meh*, yaitu strategi konvergensi yang mengintergrasikan budaya tradisional dengan elemen budaya Tionghoa untuk mengurangi potensi konflik dan meningkatkan toleransi, serta strategi divergensi yang bertujuan untuk menonjolkan warisan budaya Tionghoa dan memperkuat ikatan spiritual jemaat Klenteng Liong Hok Bio. Meski, klenteng menggunakan dua strategi ini, tetapi penerapan strategi yang dilakukan didominasi oleh strategi konvergensi. Kirab budaya ini memiliki efek komunikasi yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap masyarakat Kota Magelang terhadap budaya Tionghoa, serta potensi perubahan perilaku dalam menghargai keberagaman budaya.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, Toleransi, *Cap Go Meh*, Etnis Tionghoa

### **PENDAHULUAN**

Hal yang menarik untuk dibicarakan adalah budaya, karena berperan penting dalam membentuk identitas individu dan masyarakat, memperkuat ikatan sosial, dan mendorong interaksi antarbudaya. Salah satu etnis yang berkontribusi dalam aspek kehidupan budaya di Indonesia adalah etnis Tionghoa. Ada beberapa contoh kontribusi etnis Tionghoa dalam budaya di Indonesia.

Budaya mencakup beberapa aspek-aspek, seperti pemikiran, tindakan, dan kepemilikan yang membentuk identitas kolektif suatu masyarakat sehingga budaya mencerminkan cara berpikir, bertindak, dan apa yang menjadi bagian dari identitas kita. Lebih dari sekadar warisan sejarah, budaya berfungsi sebagai jembatan penghubung antara akar masa lalu dan memberikan arahan dan pengembangan menuju masa depan yang lebih baik (Macionis, 2012: 54).

Meski kontribusi masyarakat etnis Tionghoa dalam kehidupan budaya cukup besar dan sudah cukup lama, sebagian masyarakat di Indonesia masih menolak kehadiran mereka. Sentimen anti-Tionghoa

masih tersebar luas, baik secara terbuka di ruang publik maupun secara terselubung. Sentimen anti-Tionghoa ini memiliki dampak nyata, terutama dalam kemudahan masyarakat yang lebih rentan untuk diprovokasi dan digiring oleh kelompok yang memiliki kepentingan politik-ekonomi tertentu untuk melakukan tindakan diskriminasi dan kekerasan terhadap masyarakat Tionghoa.

Permasalahan tersebut dapat dilihat dalam kasus Kerusuhan Mei 1998. Kerusuhan Mei 1998 di Indonesia merupakan hasil dari sentimen anti-Tionghoa yang terjadi sejak masa penjajahan Belanda dimana masyarakat pribumi dianggap sebagai kelas terendah, diikuti oleh etnis Tionghoa, dan Belanda sebagai kelas tertinggi. Ketidaksetaraan sosial dan ekonomi tersebut memicu rasa iri, benci, dan kemarahan terhadap komunitas Tionghoa. Pada era Orde Baru, pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan yang menekan etnis Tionghoa, termasuk melalui regulasi yang dikenal sebagai Kebijakan Pokok Penyelesaian Masalah Cina yang memaksa mereka

untuk menghilangkan identitas budaya mereka. Meskipun mereka patuh terhadap hukum, etnis Tionghoa masih dianggap sebagai target pemerasan, yang ditandai dengan kode khusus di KTP mereka (Pertwi, 2021).

Stereotip yang beredar menimbulkan pandangan saling curiga antara etnis Tionghoa dan non-Tionghoa. Etnis Tionghoa seringkali dianggap memiliki sifat eksklusif dan superior (Anggraeni dalam Patriantoro, 2019). Sebaliknya, masyarakat etnis Tionghoa melihat non-Tionghoa sebagai individu yang kurang rajin, sering meminta uang dari mereka, dan kadang-kadang menggunakan ancaman (Pertwi, 2021)

Setelah era Orde Baru, hubungan antara masyarakat Tionghoa dan non-Tionghoa di Indonesia terjalin secara harmonis, terutama pada saat Gus Dur, menjabat sebagai Presiden RI, Gus Dur memberikan pengakuan yang sama kepada semua warga negara Indonesia, termasuk warga keturunan Tionghoa. Keputusan untuk mencabut Inpres Nomor 14 Tahun

1967, yang melarang budaya Imlek, dilakukan melalui Keputusan Presiden RI Nomor 6 Tahun 2000. Hal ini sangat berdampak yang membuat masyarakat keturunan Tionghoa untuk kembali merayakan agama, kepercayaan, dan adat istiadat mereka secara resmi (Mustajab, 2015). Namun, sentimen negatif terhadap masyarakat Tionghoa tetap ada.

Menjelang pemilihan presiden tahun 2014, muncul hoaks yang menyatakan bahwa salah satu calon presiden, Joko Widodo (Jokowi), memiliki keturunan Tionghoa dengan nama Wie Jo Koh. Tim kampanye Jokowi dengan cepat membantah klaim tersebut, menunjukkan bahwa stigma terhadap keturunan Tionghoa masih ada. Ketegangan antara kelompok masyarakat Tionghoa dan non-Tionghoa kembali mencuat pada tahun 2016, ketika Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok, terlibat dalam kasus penistaan agama. Organisasi Islam konservatif seperti Front Pembela Islam (FPI) menggelar tiga aksi protes besar yang mengganggu ketertiban di Jakarta,

menuntut agar Ahok dipenjara. (Pertiwi, 2021).

Dalam menghadapi tantangan multikulturalisme, terutama terkait dengan integrasi dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap masyarakat etnis Tionghoa, diperlukan strategi komunikasi yang efektif. Salah satu cara untuk memperkuat hubungan antarbudaya adalah melalui penyelenggaraan acara budaya seperti *Cap Go Meh*. Untuk menutup Tahun Baru Imlek, Perayaan *Cap Go Meh* dirayakan lima belas hari setelah tahun baru Imlek atau yang disebut dengan penanggalan *Cap Go – Jia Gwee* (Sumitro, 2023). Acara ini tidak hanya menyajikan kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk memahami dan menghargai tradisi Tionghoa, tetapi juga memperkuat ikatan sosial antara berbagai kelompok etnis.

Masalah multikulturalisme menjadi sangat penting mengingat Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa, dengan lebih dari 1.340 suku bangsa yang tercatat dalam sensus BPS tahun 2010 (Indonesia.Go.Id, 2017). Data yang sama menunjukkan bahwa Kota

Magelang, berdasarkan data BPS tahun 2019, memiliki sekitar 130.440 penduduk yang menganut agama sesuai kepercayaan masing-masing, tersebar di tiga kecamatan. Mayoritas penduduk Kota Magelang menganut agama Islam, dengan jumlah mencapai 110.915 orang pada tahun 2019. Umat Kristen Protestan menjadi kelompok terbesar kedua dengan jumlah 12.008 orang, diikuti oleh umat Katolik sebanyak 6.795 orang. Sementara itu, umat Hindu mencapai 121 orang, dan umat Buddha sebanyak 577 orang. Umat Konghucu merupakan kelompok paling kecil dengan hanya 10 orang.

Multikulturalisme menggambarkan kondisi masyarakat multikultur, tetapi hidup berdampingan. Terdapat cara dimana masyarakat dapat beragam, yaitu dengan memiliki kelompok agama yang berbeda, kelompok linguistik yang berbeda, kelompok yang mendefinisikan diri mereka sendiri dengan identitas teritorial dan kelompok ras varian mereka. Dengan demikian, multikulturalisme menggambarkan kondisi kemajemukan kebudayaan dalam

suatu masyarakat, yang memungkinkan terbentuknya sikap toleransi (Liliweri, 2018: 182).

Beragamnya identitas di Indonesia seperti suku, agama, ras, suku, bahasa, dan adat istiadat disebabkan karena setiap individu mempunyai identitas yang majemuk dan unik (Kusumohamidjojo dalam Handoyo et al., 2015: 6) dalam membentuk jaringan interaksi dan komunikasi dengan memanfaatkan akal manusia untuk menjalin dan memelihara interaksi sosial dengan individu dan kelompok yang memiliki identitas yang sama atau berbeda (Kusumohamidjojo dalam Handoyo dkk., 2015: 6).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini akan diberi judul penelitian **“Strategi Komunikasi Klenteng TITD Liong Hok Bio Dalam Upaya Menjaga Toleransi Antarbudaya Melalui Kirab Budaya Cap Go Meh di Kota Magelang”**.

#### **TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng TITD Liong

Hok Bio sebagai upaya menjaga toleransi antar budaya melalui Kirab Budaya *Cap Go Meh* di Kota Magelang.

#### **KERANGKA TEORI**

##### **Paradigma**

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme. Pendekatan ini menggunakan logika deduktif dan keakuratan perilaku individu dengan tujuan untuk menemukan dan menguji seperangkat hukum kausal probabilistik (sebab akibat) yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum aktivitas manusia (Kusumohamidjojo, 2014: 97) sehingga pendekatan ini dapat berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi dengan mempertimbangkan aspek historis, sosial, dan politik yang memengaruhi interaksi antarbudaya di kota tersebut, serta melibatkan analisis yang lebih luas terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan oleh Klenteng *Liong Hok Bio*.

##### **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi adalah sarana yang digunakan manusia untuk

berinteraksi sosial secara individu maupun kelompok. Sebagai proses sosial yang penting dalam kehidupan manusia, komunikasi memegang peranan yang sangat vital, tanpanya, kehidupan manusia tidak akan bermakna dan bahkan tidak dapat dipertahankan. (Wright dalam Masmuh, 2008: 3).

### **Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antar budaya melibatkan interaksi antara individu atau kelompok dari latar belakang budaya yang berbeda, termasuk antara suku bangsa, etnik, ras, atau kelas sosial yang berbeda (Samovar dan Porter dalam Liliweri, 2018: 10). Proses ini tidak hanya melibatkan pertukaran informasi, tetapi juga pembangunan pemahaman satu sama lain melalui bahasa, simbol, nilai, norma, dan tradisi yang terkait dengan budaya masing-masing. Komunikasi antar budaya tidak terbatas pada interaksi langsung antara individu, melainkan juga melibatkan pertukaran tanda-tanda di dalam kelompok, organisasi, publik, dan massa, yang terus-menerus diperbarui dan menghubungkan

manusia melalui interaksi yang dinamis.

### **Strategi Komunikasi**

Middleton (dalam Cangara, 2014: 64) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan penyatuan semua unsur komunikasi, termasuk pelaku komunikasi, pesan, media, penerima, dan hasil yang diharapkan, yang dirancang dengan tujuan mencapai hasil komunikasi yang terbaik. Memilih strategi komunikasi merupakan langkah yang krusial untuk menghindari pemborosan waktu, sumber daya, dan tenaga. Adapun tujuan dari strategi komunikasi, yaitu (Liliweri, 2011: 248-249):

1. Memberitahu (*Announcing*)
2. Memotivasi (*Motivating*)
3. Mendidik (*Educating*)
4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)
5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Komunikasi strategis tidak dapat dilepaskan dari proses perencanaan yang kembali pada elemen komunikasi “*Who Says In*

*Which Channel To Whom With What Effects*". Oleh karena itu, strategi komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah (Cangara, 2014: 133-175):

- a. Memilih dan menetapkan komunikator
- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak
- c. Teknik Menyusun pesan
- d. Memilih media atau saluran komunikasi
- e. Produksi media
- f. Penyebarluasan media komunikasi
- g. Menganalisis efek komunikasi
- h. Memobilisasi kelompok berpengaruh
- i. Evaluasi

### ***Communication Accommodation Theory***

Teori ini merupakan teori komunikasi selalu terjadi antara yang berusaha mengidentifikasi bagaimana dan kapan individu mengubah bahasa dan perilaku nonverbal mereka sesuai dengan orang lain selama berinteraksi (Nakayama, 2018 :54).

Individu cenderung menyesuaikan perilaku komunikasi

tergantung pada interaksi antarbudaya. Teori akomodasi komunikasi tidak hanya memengaruhi cara berkomunikasi, tetapi juga menekankan bahwa penggunaan identitas pribadi, budaya, dan norma sosial digunakan untuk memahami dan menilai perilaku orang lain (Littlejohn, 2017 :403). Terdapat upaya untuk menyesuaikan pola komunikasi untuk situasi mencapai saling pengertian dan mempertahankan identitas budaya antar individu atau kelompok yang berbeda budaya. Hal ini dapat terjadi melalui dua jenis strategi, yaitu strategi konvergensi dan divergensi. Adaptasi komunikasi tidak hanya melibatkan perubahan perilaku, tetapi juga melibatkan negosiasi identitas pribadi dan budaya untuk mencapai tujuan komunikatif sambil tetap memperkuat identitas budaya.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode studi kasus. Subjek dari penelitian ini adalah panitia Kirab budaya *Cap Go Meh* 2024 dari Klenteng TITD *Liong Hok Bio*. Data

dikumpulkan melalui wawancara, suatu metode pengumpulan data yang melibatkan dialog atau percakapan antara peneliti (yang ingin memperoleh informasi tentang subjek) dan informan (yang memiliki informasi yang relevan tentang subjek tersebut) (Berger, 2015: 278). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data studi kasus oleh Robert E. Stake (dalam Creswell 2017: 153), yaitu agregasi kategoris, interpretasi langsung, penetapan pola, dan *naturalistic generalization*.

## PEMBAHASAN

Klenteng TITD Liong Hok Bio, Kota Magelang menggunakan strategi konvergensi dan divergensi dari *communication accommodation theory* dalam merencanakan dan mempersiapkan acara Kirab Budaya *Cap Go Meh* 2024. Klenteng TITD Liong Hok Bio menggunakan strategi konvergensi dengan mengintegrasikan unsur-unsur budaya lokal dan memperkenalkan elemen-elemen budaya Tionghoa yang sudah dikenal di masyarakat setempat (akulturasi budaya). Hal ini bertujuan untuk mempermudah

penerimaan dan mengurangi potensi konflik antarbudaya yang terlihat pada:

1. Identifikasi masalah oleh Panitia Kirab Budaya *Cap Go Meh* 2024 dari Klenteng TITD Liong Hok Bio terjadi melalui pendekatan untuk menjembatani perbedaan budaya antara kelompok masyarakat Tionghoa dan masyarakat non-Tionghoa di Kota Magelang. Mereka mengenalkan elemen-elemen budaya Tionghoa yang diakulturasikan dengan budaya lokal dalam upaya mengurangi potensi konflik dan meningkatkan toleransi di antara kedua kelompok.
2. Penetapan tujuan kirab budaya *Cap Go Meh* oleh Klenteng TITD Liong Hok Bio di Kota Magelang adalah pendekatan untuk menggabungkan nilai-nilai budaya Tionghoa dengan nilai-nilai lokal untuk menciptakan harmoni dan kesatuan dalam masyarakat. Melalui penetapan tujuan yang mencakup penghormatan tradisi, perayaan keberagaman budaya, dan penguatan persatuan, panitia

berusaha mendekatkan berbagai elemen masyarakat dan mempererat tali persaudaraan di Kota Magelang.

3. Komunikator dalam Kirab Budaya *Cap Go Meh* 2024 mengadopsi strategi konvergensi yang penting untuk memastikan keberhasilan acara tersebut dengan berkerjasama dengan pemerintah dan dinas setempat, kerjasama antaragama dan kesenian lokal, keterbukaan panitia dalam pendekatan toleransi.
4. Penetapan target sasaran dalam kirab budaya *Cap Go Meh* melibatkan upaya untuk menyatukan berbagai kelompok dalam masyarakat tanpa memandang, suku, agama, ras, usia, jenis kelamin, dan lain sebagainya agar semua kelompok merasa terlibat dan diakui dalam perayaan budaya tersebut.
5. Pemilihan pesan untuk kirab budaya *Cap Go Meh* dengan tema "Imlek membangun persaudaraan sejati menuju Indonesia Emas" serta pesan Bhinneka Tunggal Ika dan Pancasila yang mengandung

nilai-nilai universal tentang persatuan, kesatuan, dan toleransi antarbudaya untuk mengajak seluruh masyarakat, tanpa memandang latar belakang budaya, untuk merayakan kebersamaan dan saling menghargai.

6. Pemilihan media untuk promosi kirab budaya *Cap Go Meh*, seperti penggunaan Instagram dan kerjasama dengan media sosial Kota Magelang untuk mencapai audiens yang lebih luas, baik dari kalangan Tionghoa maupun non-Tionghoa, sesuai dengan tujuan kirab budaya untuk memperkuat toleransi dan persaudaraan.

Sementara itu, penggunaan strategi divergensi oleh Klenteng TITD Liong Hok Bio merupakan upaya untuk mempertahankan atau menonjolkan perbedaan perilaku komunikatif yang membedakan dengan kelompok lain dalam interaksi yang terlihat pada:

1. Penetapan target sasaran dalam ritual sembayang atau peribadatan yang dikhususkan kepada jemaat Klenteng Liong Hok Bio dalam

perayaan *Cap Go Meh* untuk memperdalam pengalaman spiritual, menciptakan ikatan emosional dan sosial dalam klenteng, dan sebagai sarana untuk memperkuat penghormatan terhadap leluhur.

2. Pemilihan pesan dalam kirab budaya *Cap Go Meh* tetap mempertahankan dan menampilkan warisan budaya etnis Tionghoa yang direpresentasikan oleh Klenteng TITD Liong Hok Bio tanpa melebur sepenuhnya dengan kelompok mayoritas. Pesan-pesan ini menonjolkan aspek-aspek khusus dari budaya Tionghoa, seperti tradisi, nilai-nilai, dan praktik keagamaan dalam kelompok tersebut.
3. Pemilihan media oleh Klenteng Liong Hok Bio yang menggunakan simbol-simbol dari budaya Tionghoa, seperti penggunaan atribut seperti *Liong*, barongsai, dan lampion tidak hanya memberikan hiburan visual tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam, menggambarkan harapan dan

perlindungan. Aspek komunikasi ritual dan keagamaan, melalui pengaturan altar, doa-doa, dan objek-objek suci, memperkuat ikatan spiritual umat dengan nilai-nilai kepercayaan dan tradisi budaya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

1. Terdapat 4 hal yang diperhatikan oleh Klenteng Liong Hok Bio dalam merencanakan dan mempersiapkan Kirab Budaya *Cap Go Meh*, yaitu identifikasi dan penetapan masalah, penetapan tujuan, penetapan strategi komunikasi (komunikator, penetapan target sasaran, pemilihan pesan, pemilihan media, efek komunikasi), dan evaluasi.
2. Klenteng TITD Liong Hok Bio, Kota Magelang menggunakan strategi konvergensi dan divergensi dari *communication accommodation theory* dalam merencanakan dan mempersiapkan acara Kirab Budaya *Cap Go Meh* 2024. Yang didominasi oleh strategi

konvergensi karena mereka sangat menghormati dan menghargai keberagaman budaya yang ada di Kota Magelang. Selain itu, dalam acara kirab budaya *Cap Go Meh*, Klenteng TITD Liong Hok Bio tidak hanya memperkenalkan tradisi Tionghoa secara keseluruhan kepada masyarakat non-Tionghoa, tetapi juga mengajak mereka untuk bersama-sama merayakan dan memahami nilai-nilai yang terkandung dalam acara kirab budaya *Cap Go Meh*.

3. Kirab budaya *Cap Go Meh* yang diselenggarakan oleh Klenteng Liong Hok Bio memberikan efek yang signifikan terhadap masyarakat Kota Magelang. Terlihat dari adanya perubahan sikap, perilaku, dan pengetahuan dairi masyarakat Kota Magelang dalam menghargai perbedaan budaya

### **Saran**

1. Menggunakan analisis SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk identifikasi masalah.
2. Memperluas penggunaan media sosial ke platform lain yang memiliki engagement besar, seperti TikTok dan YouTube.
3. Memanfaatkan teknologi interaktif, seperti *live streaming* yang memungkinkan penonton untuk berpartisipasi langsung dalam kirab budaya dan berinteraksi dengan konten acara.
4. Saat menetapkan tujuan, komunikator perlu menggunakan teknik SMART (Spesifik, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time-bound) dengan memperhatikan kondisi sosial budaya masyarakat.
5. Melibatkan pihak eksternal atau mengadopsi pendekatan partisipatif dalam pengembangan strategi komunikasi, di mana penonton atau peserta acara terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kirab budaya.
6. Penyelenggara acara atau komunikator dapat meningkatkan variasi kegiatan dalam kirab budaya *Cap Go Meh*, yaitu dengan melibatkan masyarakat untuk memastikan komunikasi tidak hanya satu arah, tetapi juga

memungkinkan interaksi dan pertukaran gagasan (komunikasi dua arah).

7. Rekomendasi yang terakhir adalah membuat rencana alternatif atau antisipasi Siapkan untuk mengatasi hal-hal yang tidak diinginkan selama acara berlangsung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abrianta, A. (2024). *Kota Magelang Dalam Angka: Magelang Municipality In Figures 2024* Vol. 20. Magelang: Badan Pusat Statistik Kota Magelang
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik. (2021, Feb 28). *Jumlah Penduduk Kota Magelang Berdasarkan Agama 2019-2020*. Badan Pusat Statistik Kota Magelang <https://magelangkota.bps.go.id/statictable/2020/06/11/415/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kota-magelang-2019-2020.html>.
- Bakar, A. (2015). *Konsep Toleransi dan Kebebasan Beragama*. Jurnal TOLERANSI: Media Komunikasi Umat Bergama, 7(2), 123-131
- Berger, A.A. (2015). *Media and Communication Research Methods - an Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches* (4<sup>th</sup> ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Creswell, J.W., & Poth, C.N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches* (4<sup>th</sup> ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ferlando, Egie. (2018). *Eksistensi Etnis Tionghoa Dalam Bidang Sosial dan Budaya Di Indonesia Tahun 1966-2016*.

- Jurnal Swarnadwipa, 2(3), 222-230
- Handoyo, E., T.M.P. Astuti, R. Iswari, M.Y. Alimi, M.S. Mustofa. (2015). *Studi Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Irwan. (2019). *Pertunjukan Barongsai Pada Cap Go Meh Oleh Masyarakat Tionghoa di Kota Makassar*. Jurnal Walasuji, 10(1), 1-9
- Kendaraan Hias dan Atraksi Seni Memeriahkan Kirab *Cap Go Meh* di Magelang.
- Nugraha, B. A. (2024, Feb 25). *Kendaraan Hias dan Atraksi Seni Meriahkan Kirab Cap Go Meh di Magelang*. Solo Pos.  
<https://foto.solopos.com/kendaraan-hias-dan-atraksi-seni-meriahkan-kirab-cap-go-meh-di-magelang-1870936>
- Komariah, I. (2022). *Toleransi Umat Konghucu dalam Kirab budaya Cap Go Meh di Klenteng Hok Tek Bio Purwokerto*. Skripsi. UIN
- Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth (16<sup>th</sup> ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kuswarno, H. E. (2011). *Etnografi Komunikasi: Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Liliweri, A. (2018). *Prasangka, Konflik & Komunikasi Antarbudaya Edisi Kedua*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Liliweri, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11<sup>th</sup> ed.). USA: Waveland Press
- Macionis, J. J. (2012). *Sociology* (14<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Education
- Mardani, U. (2020). *Respon Organisasi Keagamaan Terhadap Kirab budaya Cap Go Meh (Studi Kasus Masyarakat Kampung Surya Kencana Kota Bogor)*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Martin, J.N., & Nakayama, T.K. (2018). *Intercultural Communication In Context* (7<sup>th</sup> ed.). New York: The McGraw Hill Company
- Masmuh, A. (2018). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press
- McQuail, D. (2009). *Mass Communication Theory*. London: Stage Publication.
- Meredith, A. (2023, Dec 8). *China's Lantern Festival: A Guide to China's Age-Old Celebration*. <https://studycli.org/chinese-holidays/lantern-festival/>
- Miftahudin, D. & Nihayah, N. (2024, Feb 26). *Simbol Toleransi Beraga di Magelang, Kirab budaya Cap Go Meh dan Kirab Budaya Berlangsung Meriah*. Radar Jogja. <https://radarjogja.jawapos.com/jawa-tengah/654371076/symbol-toleransi-beragama-di-magelang-kirab-budaya-cap-go-meh-dan-kirab-budaya-berlangsung-meriah>
- Miller, K. (2012). *Organizational Communication: Approaches and Processes* (6<sup>th</sup> Ed). Australia and Boston: Wadsworth/Cengage.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*. Yogyakarta: UPN "Veteran" Yogyakarta Press
- Mustajab. A. (2015). Kebijakan Politik Gus Dur Terhadap China Tionghoa di Indonesia. *Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia*, 5(1), 153-192
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Methods* (7<sup>th</sup> ed.). Essex: Pearson Education Limited
- Patriantoro, T. H. (2019). *Peranan Pernikahan Satu Etnis Bagi Masyarakat Tionghoa*. *Jurnal Representamen*, 5(1), 17-23
- Pertiwi, M. (2021). *Perkembangan Sentimen anti-Tionghoa di Indonesia*. *Jurnal Kaganga Komunika*, 3(1), 82-92

- Portal Informasi Indonesia. (2017, Dec 3). *Suku Bangsa*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/profil/suku-bangsa/kebudayaan/suku-bangsa>.
- Pransuamitra, P.A. (2023, May 13). *JK Sebut Ekonomi RI dikuasai China, Cek Faktanya!*. (2023). CNBC Indonesia. [JK Sebut Ekonomi RI Dikuasai China, Cek Faktanya! \(cnbcindonesia.com\)](https://www.cnbcindonesia.com)
- Retaduari, E.A. (2022, Feb 1). *Mengenang Gus Dur sebagai Bapak Tionghoa Indonesia dalam Kirab budaya Imlek*. Kompas Nasional. <https://nasional.kompas.com/read/2022/02/01/06350091/mengenang-gus-dur-sebagai-bapak-tionghoa-indonesia-dalam-perayaan-imlek?page=all#:~:text=Tokoh%20plural%20ini%20yang%20menca-but,Presiden%20Soerharto%20di%20masa%20Orde>
- Sabandar, S. (2023, May 29). *Sejarah Liong Hok Bio Magelang*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/regional/read/5300969/sejarah-Liong-hok-bio-magelang-tempat-ibadah-tri-darma-yang-bakal-disinggahi-biksu-dari-32-negara>.
- Samovar, L.A., Porter, R.E., & MCDaniel, E.R. (2017). *Communication between Cultures* (9<sup>th</sup> ed.). Boston: Cengage Learning
- Sanjaya, I., Suswandari, & Gunawan, R. (2022). *Nilai-Nilai Tradisi Budaya Cap Go Meh Pada Masyarakat Cina Benteng di Tangerang sebagai Sumber Pembelajaran di Sekolah*. Jurnal Satwika, 6(2), 385-402
- Sarantakos, S. (2012). *Social Research*. New York: Macmillan International Higher Education
- Seta, P.M. (2014). *Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Jakarta
- Stevani, S. (2023). *Persepsi Masyarakat Pada Pertunjukkan Tatum sebagai Alkultisasi Keberagaman Etnis dan Budaya*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Strauss, A., & Corbin, J. (2013). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumitro, F. (2023, Feb 1). *Cap Go Meh Itu Apa? Ini Pengertian, Tradisi, dan Sejarahnya*. Detik.com. <https://www.detik.com/sumut/berita>

[/d-6545683/cap-go-meh-itu-apa-  
ini-pengertian-tradisi-dan-  
sejarahnya](#)

Suprpto, W. (2018). *Cap Go Meh Sebagai Media Pendidikan Resolusi Konflik di Tengah Keragaman Etnis Kota Singkawang*. Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Indonesia, 3(2), 33-29

Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rodakarya

Ungkai, I. (2023, Oct, 16). *Menelusuri Sejarah Klenteng Liong Hok Bio, Bangunan Indah di Jantung Kota Magelang*. Mojok.co. <https://mojok.co/kilas/sejarah-klenteng-Liong-hok-bio-magelang/>

Zamhari, R. (2022). *Pengaruh Budaya Kuliner Cina dan Belanda Terhadap Kuliner Indonesia*. Judul Kusa Lawa, 2(1), 34-49