

BAB II

DESKRIPSI OBJEK

Penelitian ini mengangkat mengenai pemanfaatan akun media sosial Koko Cici Jogja dalam melestarikan budaya Tionghoa sebagai objek penelitian, dan Koko Cici Jogja menjadi studi kasus untuk memahami konteks dalam pemanfaatan media sosial untuk pelestarian budaya di era digital. Koko Cici Jogja merupakan organisasi kepemudaan di Yogyakarta yang mempunyai kepedulian besar terhadap budaya Indonesia khususnya budaya Tionghoa di Yogyakarta dengan tugas sebagai Duta Budaya Tionghoa, Duta Pariwisata DIY, dan Duta Sosial. Oleh karena itu, dalam bab ini peneliti menguraikan objek penelitian yaitu Pelestarian budaya Tionghoa di Yogyakarta, Koko Cici Jogja, dan Pemanfaatan Akun Media Sosial Koko Cici Jogja dalam Melestarikan Budaya Tionghoa.

2.1 Pelestarian Budaya Tionghoa di Yogyakarta

Etnis Tionghoa di Indonesia menjadi salah satu suku minoritas. Berdasarkan data sensus penduduk Indonesia pada tahun 2010, jumlah orang Tionghoa yang ada di Indonesia yaitu sekitar 2.832.510 jiwa (Christian, 2017). Walaupun menjadi suku minoritas di Indonesia, namun suku Tionghoa menduduki posisi suku terbesar ke-15 di Indonesia (Nugroho, 2022). Salah satu kota di Indonesia yang menjadi tempat singgah dari orang-orang Tionghoa pada zaman dulu ialah Daerah Istimewa Yogyakarta. Area ini dulunya adalah area Kerajaan Mataram yang terbagi menjadi dua area yaitu Kesultanan Yogyakarta dan Kasunanan Surakarta. Pemicu terpecahnya area ini disebabkan oleh adanya perjanjian Gianti pada di tahun 1755.

Seiring bertambahnya tahun ke tahun, serupa dengan wilayah lainnya Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi tempat yang memiliki beragam etnis yang hidup berdampingan. Beberapa contoh diantaranya ialah Eropa, Cina, Arab, dan lain-lainnya. Etnis-etnis tersebut telah lama berdiam di wilayah ini, bahkan sebelum terbentuknya daerah Yogyakarta. Salah satu suku yang telah lama menetap di Yogyakarta ialah etnis Tionghoa. Pada tahun 1920 orang Tionghoa di Yogyakarta berjumlah sebanyak 7.250 orang (Christian, 2017). Masyarakat Tionghoa yang berdiam di area pusat sebanyak 5.471 serta lainnya bertempat tinggal di wilayah desa. Sementara pada tahun 1930 masyarakat Tionghoa mengalami pertumbuhan yang pesat dengan jumlah hingga 12.637 pada sensus tahun 1930 (Christian, 2017). Dengan rincian kurang lebih 9000 orang bertempat tinggal di perkotaan dan sisanya berada di wilayah desa dan kini pertumbuhan orang Tionghoa yang ada di Yogyakarta semakin terus berkembang dari tahun ke tahun. Terdapat empat suku Tionghoa yang mendiami wilayah Yogyakarta yakni Teochiu, Hakka, Kwongfu, serta Hokkian.

Masyarakat Tionghoa di Kota Yogyakarta membagi etnisnya ke dalam dua kelompok yakni golongan peranakan dan golongan totok. Penggolongan ini berdasarkan dari haluan kultur serta pemikiran masyarakat Tionghoa. Kelompok peranakan merupakan masyarakat yang tinggal bersama warga setempat serta menerapkan pola kultur setempat. Sementara kelompok totok merupakan masyarakat yang berpegang pada budaya tiongkok walaupun lahir di Indonesia. Keberagaman masyarakat Tionghoa di Kota Yogyakarta tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Selain dari sistem kedatangannya yang melalui metode pelayaran,

mereka juga berasal dari bermacam wilayah di daratan Tiongkok. Keberagaman tersebut berdampak pada model interaksi dengan warga setempat serta pencampuran budaya yang terjalin antara budaya setempat dan orang Tionghoa.

Masyarakat pribumi cenderung menerima keberadaan etnis Tionghoa dengan baik. Kedatangan etnis Tionghoa disambut baik oleh masyarakat pribumi. Bahkan tak sedikit kaum laki-laki Tionghoa yang datang ke Pulau Jawa dan akhirnya menikahi wanita-wanita pribumi. Hal ini lah yang menjadi salah satu kemudahan guna penyebaran agama serta kebudayaan Tionghoa di Kota Yogyakarta. Setelah puluhan tahun berlalu, budaya Tionghoa semakin melebur dengan kebiasaan sehari-hari kelompok yang terlebih dahulu berdiam di Yogyakarta. Hal ini disebabkan oleh kuatnya pertalian antar etnis. Oleh karena itu menciptakan ciri khas tertentu khususnya terhadap budaya Tionghoa di Indonesia.

Keberadaan orang Tionghoa pada saat itu sudah di terima di Indonesia namun mereka tidak mendapatkan kebebasan untuk melakukan tradisinya sebagai orang Tionghoa. Sejak adanya kebijakan pemerintah masa presiden Abdurrahman Wahid No. 6 Tahun 2000 dengan mencabut Instruksi Presiden No 14 tahun 1967 yang membatasi agama, adat, dan tradisi Tionghoa di ruang publik masyarakat Tionghoa dapat dengan bebas melakukan aktivitasnya di Indonesia (Maulana, 2015). Mulai sejak itu mulai banyak bermunculan kegiatan atau tradisi Tionghoa yang dilaksanakan di Indonesia sebagai wujud dari pelestarian budaya Tionghoa di Indonesia. Sama halnya di Yogyakarta, masyarakat Tionghoa sejak keluarnya keputusan presiden Abdurrahman Wahid mulai berani untuk melakukan aktivitas seperti merayakan Imlek yang menjadi suatu usaha bagi orang Tionghoa

membangun identitas diri sebagai warga Tionghoa di Indonesia (Maulana, 2015). Kemudian terdapat perayaan *Cap Go Meh* yang menjadi penanda penutupan hari raya imlek biasanya dimeriahkan dengan lampion dan pertunjukkan barongsai atau liong. Perayaan Imlek dan *Cap Go Meh* di Yogyakarta saat ini dilakukan secara megah di Kampung Ketandan, Malioboro dan terbuka secara umum dan dapat diikuti oleh seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu juga, terdapat beberapa tradisi lainnya yang masih turut dilestarikan oleh masyarakat Tionghoa yang tinggal di Yogyakarta seperti *Cheng Beng* (tradisi menghormati para leluhur yang telah pergi mendahului), *Peh Cun* (tradisi makan bakcang dan mendirikan telur) biasanya masyarakat Tionghoa Yogyakarta turut meramaikan hari raya ini di Pantai Parangtritis yang juga dapat diikuti oleh masyarakat umum, dan terakhir hari raya besar yang masih hingga kini dilaksanakan ialah Festival Kue Bulan (Olivia, 2020, h.12). Namun seiring berkembangnya zaman, tradisi-tradisi tersebut tidak sepenuhnya dilaksanakan mengikuti adat istiadat di Tiongkok namun mengalami perubahan yang menyesuaikan dengan keberadaannya di Yogyakarta sehingga terjadi akulturasi antara budaya Tionghoa dan budaya Jawa (Tanomi, 2015).

Akulturasi budaya antara Jawa dan Tionghoa di Yogyakarta telah menciptakan bermacam-macam peninggalan yang terjaga dengan baik hingga saat ini. Pertunjukkan barongsai dan liong atau pertunjukkan naga menjadi ikonik disetiap acara besar orang Tionghoa. Permainan khas Tiongkok ini juga dimainkan dan turut dilestarikan di Yogyakarta. Namun terdapat perbedaan antara permainan naga Yogyakarta dengan Tiongkok asli. Naga Jawa bentuknya mirip dengan ular raksasa yang tidak memiliki kaki, dan memakai mahkota di kepalanya. Terkadang

naga Jawa digambarkan dengan menggunakan perhiasan seperti anting dan kalung emas. Selain itu yang membedakan dengan naga Tiongkok adalah naga Jawa digambarkan dengan tidak dapat terbang. Naga Jawa dipercaya sebagai dewa penjaga di dalam bumi, oleh karena itu sering ditemukan dalam ukiran keris dan relief candi (Tanomi, 2015).

Permainan barongsai dan liong di Yogyakarta sudah bukan sebuah permainan yang asing. Masyarakat sudah mengenal bahkan jika barongsai mulai dimainkan dapat menarik perhatian masyarakat hingga membuat masyarakat berkumpul menyaksikan permainan ini. Selain barongsai, hasil akulturasi budaya Tionghoa dan Jawa dalam seni pertunjukkan dapat dilihat dari pertunjukkan Wayang Cina Jawa yang diciptakan oleh Gan Thwan Sing seorang keturunan Tionghoa yang bersinggah di Yogyakarta. Wayang Cina Jawa atau disingkat Wacinwa dimainkan dengan menggunakan alur cerita dari legenda-legenda Tiongkok dan tata cara pertunjukkan wayang Jawa digunakan sebagai sarana menyampaikan kisah tersebut (Tanomi, 2015). Koleksi Wacinwa di Yogyakarta dapat dilihat di Museum Sonobudoyo Yogyakarta, dan setiap tahunnya pertunjukkan Wacinwa ini masih dilakukan untuk menghormati masyarakat Tionghoa yang ada di Yogyakarta (Sulistyan, 2021).

Selain seni pertunjukkan, terdapat juga beberapa kuliner yang merupakan hasil akulturasi antara budaya Jawa dan budaya Tionghoa seperti bakso, bakmi, lumpia, bakpao, siomay, wedang ronde, bakcang, kue ku, dan masih banyak lainnya (Olivia, 2020, h.11). Menu-menu makanan ini sudah menjadi menu sehari-hari bagi masyarakat Yogyakarta padahal asal mulanya makanan tersebut berasal dari

Tionggok yang kemudian masuk ke Indonesia dan menyesuaikan dengan masyarakat dan pola hidup setempat.

Hingga saat ini, pelestarian budaya Tionghoa di Yogyakarta masih terus dijalankan. Keberadaan budaya Tionghoa sangat diterima di Yogyakarta dan diberikan kebebasan untuk dapat menunjukkan jati diri sebagai orang Tionghoa. Salah satu wujud pelestarian budaya Tionghoa di Yogyakarta ialah dengan Perayaan Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta (PBTY) yang hingga tahun 2021 lalu sudah dilaksanakan sebanyak 16 kali (Adit, 2021). Setiap tahunnya PBTY dilaksanakan dengan meriah di Kampung Ketandan Malioboro dengan berbagai macam pertunjukkan Tionggok seperti barongsai, liong, tarian china, wayang potehi, wayang wacinwa, dan lain-lainnya. Tidak hanya itu saja, PBTY juga menjadi tempat edukasi bagi para pengunjung dengan memperlihatkan budaya-budaya Tionghoa. Terdapat pula stand-stand makanan yang merupakan hasil akulturasi antara budaya Tionghoa dan Jawa.

Dari tahun ke tahun, PBTY tidak pernah memiliki sedikit pengunjung, dirayakan setiap hari raya Imlek PBTY menjadi salah satu destinasi wisata yang sudah terkenal hingga ke mancanegara sehingga dapat mendatangkan pengunjung yang begitu banyak dan dari berbagai kota hingga negara (Aditya, 2019). Menjadi salah satu destinasi wisata besar di Yogyakarta, PBTY yang dilaksanakan selama tujuh hari di Kampung Ketandan dapat mendatangkan 10.000 wisatawan domestik dan 5.000 wisatawan mancanegara (Rusqiyati, 2020). Tentunya hal ini juga sangat memberikan dampak yang positif serta peluang besar terhadap perkembangan ekonomi dan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta yang dilaksanakan dari tahun ke tahun diselenggarakan oleh *Jogja Chinese Art and Culture Centre* (JCACC) dan didukung oleh Pemerintah Provinsi DIY dan Pemerintah Kota Yogyakarta (Bayu, 2019). JCACC merupakan sebuah wadah paguyuban yang didirikan oleh masyarakat Tionghoa Yogyakarta pada tahun 2008 yang memiliki kepedulian terhadap pelestarian seni dan budaya Tionghoa di Yogyakarta. Terdapat 14 paguyuban Tionghoa Yogyakarta yang tergabung dalam JCACC yaitu Yayasan Bhakti Loka, Perkumpulan Budi Abadi (Hoo Hap Hwee), Perhimpunan Fu Qing, Paguyuban Hakka, Hin An Hwee Koan, Perhimpunan Warga Cantonese Yogyakarta (Perwacy), Paguyuban Warga Tionghoa Bhakti Putera Yogyakarta, Paguyuban Alumni Sekolah Tionghoa Indonesia (PASTI), Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI), Perkumpulan Urusan Kematian Jogjakarta (PUKJ), Perhimpunan Indonesia Tionghoa (INTI), Paguyuban Mitra Masyarakat Yogyakarta (Pamitra), Yayasan Persaudaraan Masyarakat Jogja (YPMJ), dan Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia (PSMTI) DIY (Qomah, 2016).

Selama 14 tahun, JCACC dan 14 paguyuban yang tergabung memiliki visi dan misi untuk menjaga kelestarian budaya Tionghoa yang ada di Yogyakarta, sehingga dapat dilihat hingga saat ini wujud pelestarian budaya Tionghoa di Yogyakarta dapat terus berjalan dengan baik hingga memberikan dampak positif bagi perekonomian dan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.2 Koko Cici Jogja

Koko Cici Jogja merupakan organisasi kepemudaan yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta serta tergabung dalam Ikatan Koko Cici Indonesia. Berada dibawah naungan Ikatan Koko Cici Indonesia, Koko Cici Jogja memiliki tugas utama dalam mengembangkan dan melestarikan segala bentuk kekayaan seni dan budaya Tionghoa, baik murni maupun akulturasi, sekaligus meningkatkan daya tarik wisata di Yogyakarta (Profil Ikatan Koko Cici Jogja, 2017c). Selain dinaungi oleh Ikatan Koko Cici Indonesia, Koko Cici Jogja berada di bawah naungan *Jogja Chinese Art and Culture Centre (JCACC)* sebagai penyumbang dana terbesar. Berdiri sejak 20 Februari 2017 dan diresmikan pada tanggal 1 April 2017, Sekretariat Ikatan Koko Cici Jogja berlokasi di Gedung Bhakti Loka, Jl. Poncowinatan No. 20, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Koko Cici Jogja sebagai organisasi kepemudaan di Daerah Istimewa Yogyakarta berperan sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata, dan duta sosial sekaligus merupakan *beauty pegants* tingkat provinsi (Profil Ikatan Koko Cici Jogja, 2017c).



Gambar 2.1 Logo Koko Cici Jogja
Sumber: *Profil Ikatan Koko Cici Jogja (2019, h.1)*

Dalam menjalankan tugasnya sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata, dan duta sosial Daerah Istimewa Yogyakarta, Koko Cici Jogja memiliki visi dan misi sebagai dasar dalam melakukan tugas-tugas serta untuk mencapai tujuan bersama. Maka dari itu visi dan misi Koko Cici Jogja sesuai yang tertulis dalam Pedoman Ikatan Koko Cici Jogja (2017b) sebagai berikut:

Visi Koko Cici Jogja:

Koko Cici Jogja adalah menjadi poros pergerakan generasi muda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membuat dampak positif di tengah kemajemukan masyarakat melalui pelestarian budaya Tionghoa, peningkatan daya tarik pariwisata, serta pemberdayaan masyarakat demi kesejahteraan umum.

Misi Koko Cici Jogja:

- a) Aktif mengadakan, mengikuti, dan mempromosikan kegiatan yang mengangkat nilai-nilai budaya Tionghoa di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b) Aktif bekerja sama dengan seluruh elemen masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan umum.
- c) Mendukung Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mengembangkan pariwisata, serta mempromosikan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta melalui sosialisasi dan pemanfaatan media sosial.

- d) Membentuk pemuda-pemudi menjadi pribadi yang berbudaya, berintegritas, berkepedulian sosial tinggi, bertanggung jawab, serta memiliki kemampuan untuk berpikir kritis.
- e) Aktif menghidupi nilai-nilai Bhineka Tunggal Ika di setiap program kerja Ikatan Koko Cici Jogja.

Pembentukan Koko Cici Jogja bukan tanpa sebab, melainkan Koko Cici Jogja didirikan dengan tujuan sebagai berikut yang tertulis dalam Booklet Ikatan Koko Cici Jogja (2017a):

- a) Mencari putra-putri terbaik Jogja yang peduli akan kebudayaan di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya budaya Tionghoa
- b) Melahirkan generasi muda yang aktif berperan dan berkarya untuk kemajuan bangsa dalam perannya sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata, dan duta sosial
- c) Mempromosikan pariwisata serta kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya budaya Tionghoa sebagai bagian dari keanekaragaman yang ada
- d) Menginspirasi generasi muda yang lain untuk aktif dalam kegiatan yang positif

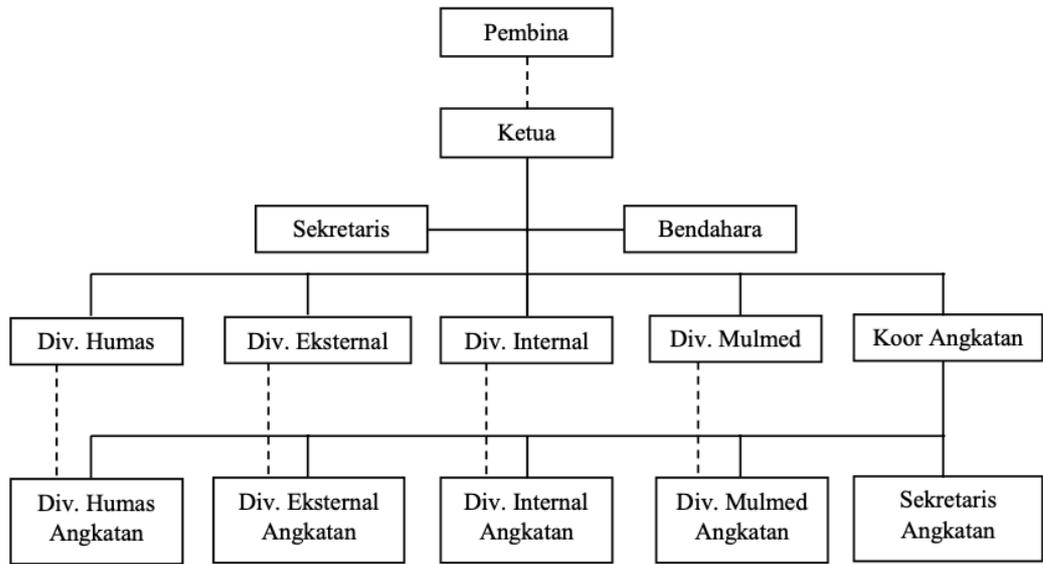
Oleh sebab itu, setiap anggota Koko Cici Jogja yang telah terpilih dan bergabung memiliki tugas dan tanggung jawab selama masa menjabatnya yang tertuang dalam Booklet Ikatan Koko Cici Jogja (2017a):

- a) Proaktif terlibat ke dalam program pemerintah diwujudkan dengan aktif menghubungi Dinas Pariwisata, Pemerintah Daerah terkait untuk

mendapat pengakuan pemerintah dalam bentuk anggaran dan penjadwalan kegiatan Koko Cici, Koko Cici sebagai sumber informasi, Koko Cici sebagai ikon dan sebagainya

- b) Bekerjasama dengan organisasi lainnya guna memperluas jaringan guna memberbanyak SDM terpilih
- c) Menyelenggarakan dan memperkenalkan tradisi dan hari raya Tionghoa dengan kegiatan yang kreatif, edukatif, bermanfaat / sosial; imlek, festival kue bulan, dsb
- d) Mengelola negosiasi agar adanya sponsor / donator tetap

Selain menjalankan tugas sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata, dan duta sosial di Yogyakarta, Koko Cici Jogja yang terpilih akan masuk ke dalam kepengurusan. Selama dua tahun Koko Cici jogja akan terbagi ke dalam beberapa divisi yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda dan setelah habis masa jabatannya maka akan diadakan reorganisasi atau ganti kepengurusan dengan anggota Koko Cici Jogja yang terpilih selanjutnya. Berikut merupakan gambaran kepengurusan di Koko Cici Jogja:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Ikatan Koko Cici Jogja
Sumber: Pedoman Ikatan Koko Cici Jogja (2019, h.5)

2.3 Media Sosial Koko Cici Jogja

Selama masa pandemi, kegiatan Koko Cici Jogja yang biasanya dilakukan secara *offline* mulai beralih secara *online*. Media sosial menjadi alat utama bagi Koko Cici Jogja untuk menjalankan tugas dan kewajibannya dalam melestarikan budaya Tionghoa. Dalam menjalankan tugas sebagai duta budaya Tionghoa di Yogyakarta, Koko Cici Jogja melakukan banyak kegiatan untuk memperkenalkan sekaligus melestarikan budaya Tionghoa di Yogyakarta dan kepada masyarakat luas. Setiap tahunnya Koko Cici Jogja sudah memiliki kegiatan atau program kerja rutin yang dilakukan bersama para anggota. Namun dalam bahasan ini peneliti membahas mengenai program kerja yang tetap dilakukan semasa pandemi Covid-19 yaitu sebagai berikut:

a) Imlek

Perayaan Imlek atau memperingati hari tahun baru China dan identik dimeriahkan dengan *barongsai*, *liong* atau naga, lampion, *angpau*, dan beragam hal lainnya. Perayaan Imlek menjadi hari raya terpenting bagi orang Tiongkok di mana mereka memaknai hari raya Imlek sebagai hari raya yang memberikan banyak keberuntungan dilambangkan dengan warna merah dan emas seperti *angpau* dan lampion. Selain itu juga hari raya imlek dipercaya mengusir hal-hal tidak baik atau hal-hal yang dapat menghambat perkembangan kehidupannya dilambangkan dengan *barongsai* atau naga.

b) *Cap Go Meh*

Cap Go Meh merupakan hari raya yang jatuh pada hari ke lima belas setelah perayaan Imlek. *Cap Go Meh* atau biasa disebut festival lampion diartikan sebagai hari suatu bentuk penghormatan kepada dewa tertinggi di Dinasti Han. Selain itu biasanya orang-orang Tionghoa akan berdoa kepada Tuhan untuk mendoakan orang tuanya agar diberikan berkat dan umur panjang serta dijauhkan dari bencana-bencana selama kehidupannya. Identik dengan petasan, kembang api, dan lampion, orang-orang Tionghoa meramaikan *Cap Go Meh* dengan bermain petasan dan kembang api serta memasang lampion di setiap rumah-rumah.

c) *Cheng Beng* atau *Qing Ming* (Ziarah Kubur)

Tradisi perayaan *Cheng Beng* merupakan tradisi yang dilaksanakan dengan melakukan ritual sembahyang ke makam leluhur yang sudah diturun-temurunkan generasi ke generasi. Terdapat beberapa hal yang

dilakukan untuk menjalankan tradisi upacara *Cheng Beng*, yaitu dimulai dengan membersihkan kuburan, menyusun hio, mempersembahkan makanan, melakukan doa atau sembahyang, pembakaran barang-barang yang dipersembahkan, hingga diakhiri dengan keluarga berpamitan di depan makam leluhur untuk pulang ke rumah. Makna dibalik tradisi ini ialah suatu bentuk penghormatan kepada leluhur, dan juga mengakrabkan seluruh keluarga yang berkumpul bersama.

d) *Peh Cun* (Festival Perahu Naga)

Peh Cun atau Festival Perahu Naga diadakan setiap tanggal lima bulan lima penanggalan China. Perayaan ini identik dengan perahu naga, telur, dan bakcang. Biasanya orang Tionghoa merayakan dengan berlomba perahu naga, karena dipercaya akan mendapatkan perlindungan pada hari raya *Peh Cun*. Pada hari raya ini energi dikatakan keluar paling banyak, sehingga banyak orang Tionghoa yang berusaha mendirikan telur pada pukul 12.00 dan dipercaya jika dapat mendirikan telur maka akan mendapatkan banyak keberuntungan dan kebahagiaan. Selain itu juga orang Tionghoa memakan bakcang pada hari raya *Peh Cun*. Bakcang dipercaya memiliki arti dan harapan baik dengan disimbolkan dari empat sudut bakcang. Sudut pertama diharapkan agar saling mencintai satu sama lain. Sudut kedua diharapkan doa - doa yang baik agar keluarga selalu dalam keadaan damai sejahtera dan sehat selalu. Sudut ketiga berisi doa rejeki dan berkah selalu datang dengan lancar. Sudut keempat mengandung harapan agar usaha dan karirnya sukses.

e) *Zhong Qiu Jie* (Festival Kue Bulan)

Zhong Qiu Jie dikenal dengan Festival Kue Bulan atau Festival Pertengahan Musim Gugur dirayakan setiap tahunnya pada tanggal 15 bulan 8 penanggalan China. Festival ini merupakan perayaan hari sukacita untuk keluarga dengan dilambangkan. Kehadiran bulan purnama penuh. Biasanya perayaan ini menjadi momen untuk keluarga berkumpul bersama. Tidak asing juga, pada perayaan ini identik dengan kue bulan yang dipotong sejumlah anggota keluarga dan dimakan bersama-sama. Tentunya kue bulan memiliki arti dan harapan yaitu kesatuan dan keutuhan yang dilambangkan dengan bentuk bulat dari kue bulan. Selain itu juga, perayaan festival kue bulan sering diadakan dengan acara-acara yang meriah contohnya terdapat tarian, nyanyian, dan hidangan makanan khas Tionghoa, sehingga acara ini dapat menjadi suatu ajang untuk keluarga berkumpul bersama dan menikmati indahnya malam *Zhong Qiu Jie*.

f) *Dong Zhi Jie* (Festival Onde)

Dong Zhi Jie atau dikenal dengan Festival Onde jatuh setiap tahunnya pada tanggal 21-22 Desember kalender Masehi. Perayaan ini biasanya dirayakan bersama dengan makan bersama keluarga sambil menyantap makanan khas yaitu ronde berwarna merah muda dan putih dengan kuah manis. Ronde dalam perayaan ini melambangkan keutuhan keluarga dan datangnya rejeki. Ritual orang Tionghoa dalam perayaan ini akan memakan ronde dengan jumlah umur mereka ditambah satu tahun untuk melambangkan panjang umur dan berkat melimpah.

g) Pemilihan Koko Cici Jogja

Pemilihan Koko Cici Jogja dilakukan setiap dua tahun sekali.

Pada tahun ini, pemilihan sudah dilakukan sebanyak 7 kali mulai pada tahun 2013 hingga 2022. Pemilihan dilakukan dengan mengikuti beberapa tahapan yaitu Pendaftaran, *Technical Meeting*, Audisi, Karantina, *Talent Show*, dan Malam *Grand Final*. Bagi para pendaftar yang sudah berhasil lolos pada tahapan audisi atau disebut finalis sudah secara langsung bergabung menjadi keluarga besar Koko Cici Jogja. Selain bertugas sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata DIY, duta sosial, Koko Cici Jogja juga merupakan *beauty pegeants* di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga terdapat Koko Cici yang bergelar dan tidak memiliki gelar. Penilaian yang digunakan untuk menentukan gelar yang didapatkan oleh Koko Cici ialah 3B dan 1T, yaitu penilaian yang dilihat dari *behavior*, *brain*, *beauty*, dan *talent*. Pemilihan Koko Cici Jogja tidak tereksklusifkan bagi orang Tionghoa saja, namun pemilihan ini terbuka untuk semua agama dan suku maupun ras. Mengemban tugas dan menjabat selama dua tahun, anggota Koko Cici Jogja melakukan kegiatan dan program kerja sesuai visi dan misinya.

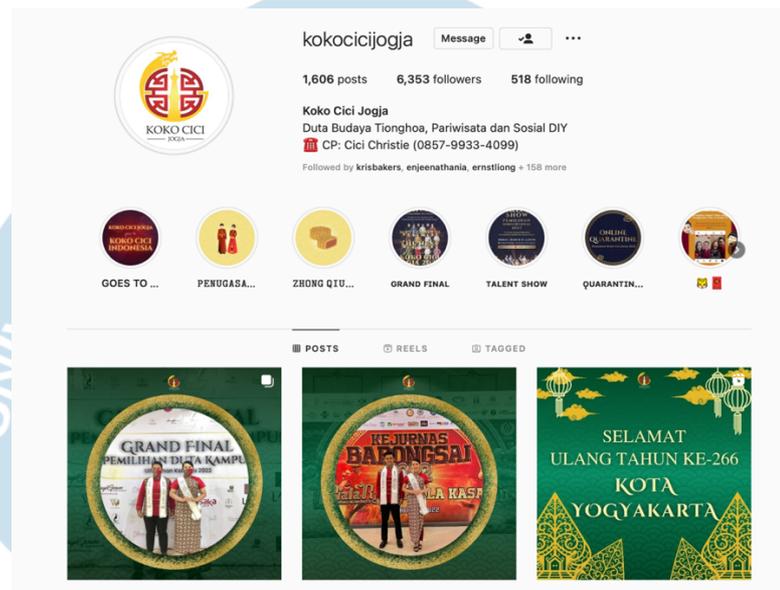
Selain kegiatan atau program kerja di atas, Koko Cici Jogja juga memiliki beragam bentuk program kerja lainnya, seperti memperingati hari pariwisata sedunia, hari kemerdekaan Indonesia, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Koko Cici Jogja juga terbuka jika ada organisasi atau *beauty pegants* lain yang ingin kolaborasi untuk mengadakan suatu acara atau kegiatan selama sesuai

dengan visi misi Koko Cici Jogja. Terdapat beberapa contoh organisasi atau *beauty pegants* yang pernah melakukan kolaborasi bersama, yaitu Paguyuban Hakka Indonesia, Kursus Bahasa Mandarin (Ai Mandarin), Dinas Pariwisata DIY, Hoo Hap Hwee, dan masih banyak lainnya.

Sebagai organisasi kepemudaan yang berfokus untuk pelestarian budaya Tionghoa di Yogyakarta, Koko Cici Jogja selalu berusaha untuk membuat suatu kegiatan yang unik, kreatif, dan inovatif agar penyampaian pesan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas apalagi di era digital saat ini. Koko Cici Jogja menggunakan media sosialnya yaitu *Instagram @kokocicijogja* dan *Youtube Koko Cici Jogja* sebagai media untuk penyampaian pesan terkait pelestarian budaya Tionghoa. Media sosial menjadi pilihan yang tepat untuk dapat mendukung proses penyampaian pesan yang *fun* atau bergaya anak muda, dan menarik dari segi isi pesan dan bentuk pesannya. Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti memfokuskan pada kegiatan atau program kerja yang dilakukan semasa pandemi COVID-19, dikarenakan pada masa pandemi ini tingkat penggunaan media sosial meningkat dibandingkan sebelum masa pandemi, dan media sosial menjadi jalan satu-satunya bagi Koko Cici Jogja untuk melaksanakan tugas dan kewajiban dalam melestarikan budaya Tionghoa.

Media sosial dapat dikatakan menjadi pilihan utama bagi Koko Cici Jogja untuk tetap dapat menjalankan tugas dan kewajibannya sebagai duta budaya Tionghoa untuk melestarikan budaya Tionghoa di Yogyakarta. Saat ini Koko Cici Jogja sudah memiliki *followers* atau pengikut di *Instagram* sejumlah 6.353 pengikut dengan 1.606 postingan baik berbentuk foto ataupun video.

Sedangkan *Youtube* Koko Cici Jogja memiliki 1.230 *subscriber* dengan total 73 video yang sudah terunggah. Sejak tahun 2020 hingga saat ini, Koko Cici Jogja semakin aktif untuk memproduksi pesan atau konten-konten yang menarik dalam mengedukasi terkait pelestarian budaya Tionghoa.



Gambar 2.3 Profil *Instagram* Koko Cici Jogja @kokocicijogja
 Sumber <https://www.Instagram.com/kokocicijogja/>



Gambar 2.4 Profil *Youtube* Koko Cici Jogja
 Sumber https://www.Youtube.com/channel/UCywRA_rd9xXAUpxFYLdZJIg

Melihat pada *Instagram* @kokocicijogja, Koko Cici Jogja memproduksi konten-konten berbentuk foto, video baik di *Instagram story* dan *Instagram feeds*. Konten-konten yang dipublikasikan di *Instagram* Koko Cici Jogja berupa konten edukasi terkait budaya Tionghoa contohnya hari raya atau festival yang dirayakan orang Tionghoa, pengenalan tradisi Tionghoa, filosofi-filosofi Tionghoa, dan sebagainya. Selain konten edukasi budaya Tionghoa, Koko Cici Jogja juga memproduksi konten-konten yang mendukung pariwisata Yogyakarta, contohnya konten jalan-jalan ke suatu destinasi pariwisata di Yogyakarta. Tidak hanya itu saja terdapat konten-konten lainnya seperti penugasan Koko Cici Jogja, kegiatan Koko Cici Jogja seperti rapat, atau kolaborasi dengan organisasi atau *beauty pegants* lainnya, hingga ucapan hari-hari besar contohnya Natal, Waisak, Idul Fitri, Nyepi, Ulangtahun Yogyakarta, dan sebagainya. 052511

Koko Cici Jogja dalam struktur organisasinya memiliki divisi Multimedia dan Sosial Media yang secara langsung memiliki tanggung jawab dan bertugas untuk membantu proses produksi pesan hingga distribusi pesan di media sosial Koko Cici Jogja. Divisi multimedia dan sosial media terdiri dari kurang lebih enam orang yang setiap orang memiliki tugas dan bagian masing-masing seperti merancang dan memelihara seluruh media sosial Ikatan Koko Cici Jogja dengan baik, bertanggung jawab sebagai admin dan mempersiapkan seluruh konten bagi seluruh media sosial Ikatan Koko Cici Jogja, merancang konsep tahunan media sosial Ikatan Koko Cici Jogja secara kreatif dan inovatif, dan mempersiapkan keperluan desain Pemilihan Koko Cici Jogja. Membuat

keperluan desain untuk program acara yang dilaksanakan Koko Cici Jogja (misalnya undangan, *table name* untuk sponsor, sertifikat, kartu ucapan, dan lainnya) (Pedoman Ikatan Koko Cici Jogja, 2017b). Secara lebih mendetail pembahasan ini dibahas pada bagian Bab III dengan menggabungkan hasil wawancara dari para anggota Koko Cici Jogja yang sudah peneliti pilih untuk menjadi subjek penelitian.

