MAKNA RIMPU SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI NONVERBAL BAGI PEREMPUAN BIMA

Rahmi

Program Studi Ilmu Komunikasi STISIP Mbojo Bima

ABSTRACT

This research is motivated *rimpu* culture which is one of the cultural community in general Bima, in which women wear to cover nakedness *rimpu* as Islam teaches that each of the women who have had to cover the nakedness "Aqil balik" in front of people who are not strange. In a society Simpasai *sarimpu* realized by using a form of obedience to Allah SWT.

Rimpu culture began to be known since the advent of Islam in Bima brought by religious leaders from Gowa Makassar. Although the community it self knows no cultural Gowa *rimpu* so *rimpu* culture is the result of women's culture, especially in Simpasai Bima. *Rimpu* is wearing gloves to wrap the head in which the wearer's face visible only by using gloves.

Rimpu is a type of clothing women's clothing Simpasai in which a part of nonverbal communication. *Rimpu* in the context of nonverbal communication has its own meanings. As individual expression which through this *rimpu* communicate about the values that are believed to users. Is a personal identity or a particular social group. In addition, *rimpu* reflect the status of a woman in a community, he will be judged as a good woman and family well too if you wear *rimpu*. *Rimpu* also communicate the economic status of the wearer this can be seen from the type of glove wearing. Women who wear *rimpu* will also be assessed as a woman who religion because obedient to God Almighty to cover nakedness.

Key words: culture, nonverbal communication.

PENDAHULUAN

Kebudayaan menurut Selo Soemardjan dan Soelaeman sebagai semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Salah satu bentuk kebudayaan menurut Antropolog C. Kluckhohn yakni peralatan dan perlengkapan hidup manusia, diantaranya pakaian (Soekanto, 2004: 173). Demikian juga dengan fashion, fashion juga merupakan salah satu hasil dari kebudayaan. Sebagai suatu hasil kebudayaan fashion mengalami perubahan baik dalam bentuk, mode maupun perubahan makna fashion itu sendiri.

Fashion mencakupi pakaian, busana, dandanan, gaya dan lain-lain. Fashion

mengalami perubahan setiap saat karena seiring dengan perubahan sosial masyarakat dan sosial masyarakat yang berbeda akan mempengaruhi makna fashion bagi masyarakat itu sendiri. Untuk memahami hubungan antara berpakaian dan komunikasi, kita harus mengenal beberapa macam fungsi pakaian yakni dekorasi, perlindungan (psikis dan fisik), daya tarik seksual, menonjolkan diri, penolakan diri, penyembunyian (diri), identifikasi kelompok, persuasif, dan menunjukkan status dan peran sosial. "Ada beberapa aturan kultural yang diterima secara luas untuk mengkombinasikan warna-warna dan gaya-

gaya tertentu dari pakaian, berpakaian juga dapat berfungsi untuk menginformasikan kepada pengamat mengenai pengetahuan seseorang tentang aturan-aturan tersebut” (Knapp dan Judith, 2002; 208). Ketika pasangan romantis menggunakan pakaian yang serupa atau serasi, berpakaian menandakan sebagai sebuah ikatan yang terlihat dari suatu hubungan.

Para wanita muslim memakai jilbab dalam rangka menutup dirinya agar terhindar dari pandangan laki-laki (bukan muhrim) Secara psikologis dengan berpakaian demikian dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi dirinya. Bangsa-bangsa yang mengalami empat musim yang berbeda menandai perubahan musim itu dengan cara perubahan cara mereka berpakaian. Pada musim dingin dengan udara di bawah 0° Celcius misalnya, tidak ada orang yang hanya mengenakan T-shirt dan celana pendek di luar rumah (Deddy Mulyana, 2007:392).

Sebagian orang memakai pakaian tertentu sesuai dengan situasi dan kondisi di mana dia berada dan apa yang akan dilakukannya. Seperti pada masyarakat Jawa, batik tetap memiliki makna sosial dan sakral. Pada upacara perkawinan, misalnya pengantin masih memakai kain bermotif *sido mukti* yang melambangkan kesejahteraan dan kemakmuran (Kompas, Minggu 21/12/2009).

Fashion merupakan media komunikasi nonverbal yang digunakan manusia untuk mengkomunikasikan diri orang yang mengenakan fashion itu sendiri serta mengkomunikasikan identitas kelompok sosial di mana dirinya berada. Fashion yang digunakan seseorang bisa membedakan antara anggota kelompok satu dengan kelompok lainnya. Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung

identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita (Deddy Mulyana, 2007:4).

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, dapat ditarik rumusan masalah penelitian, diantaranya; Apa makna rimpu bagi perempuan Bima? Dan Apa pesan-pesan sosial rimpu dalam perspektif komunikasi? Adapun tujuan Penelitian ini yakni sebagai berikut; Untuk mengetahui bagaimana makna rimpu bagi perempuan Bima. Untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan sosial rimpu dalam perspektif komunikasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Komunikasi Nonverbal

Pada umumnya komunikasi terbagi atas dua yakni komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal yakni komunikasi dengan menggunakan bahasa baik secara lisan maupun tertulis. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan individu dan pengguna lingkungan oleh individu yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim dan penerima (Deddy Mulyana, 2007:308).

Komunikasi nonverbal adalah pesan yang dikomunikasikan oleh gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, sosok tubuh, penggunaan jarak (ruang), kecepatan dan volume bicara bahkan juga keheningan (Joseph A Devito, 1996:177).

Bahasa bukan satu-satunya alat yang digunakan untuk berkomunikasi, karena

selain komunikasi verbal terdapat juga komunikasi nonverbal. Pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi di mana pesan disampaikan dengan tidak menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tertulis. *To most people, the phrase nonverbal communication refers to communication effected by means than words (assuming words are the verbal elemen)* (Knapp dan Hall: 2002: 5). Artinya, sebagian besar orang menganggap bahwa ungkapan komunikasi nonverbal mengarah pada komunikasi yang disebabkan makna selain kata-kata (mengasumsikan kata-kata sebagai elemen verbal), dengan kata lain komunikasi nonverbal tidak menggunakan kata-kata.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi melalui tanda-tanda non verbal seperti gerakan tangan, kontak mata, ekspresi wajah, sentuhan, pakaian, jarak dan ruang komunikasi, dan paralanguage (para bahasa). Fiske menjelaskan bahwa komunikasi nonverbal dilangsungkan melalui kode-kode presentasional seperti gestur, gerakan mata, atau sifat suara. Kode-kode tersebut dapat menyampaikan pesan hanya tentang kini dan di sini. Pesan-pesan nonverbal hanya dapat dimaknai dalam komunikasi tatap muka atau komunikasi yang komunikatornya ada pada saat itu (John Fiske, 2007:94).

Burgoon dan Saina (dalam Liliweri, 2007) Komunikasi nonverbal merupakan tindakan atau atribusi (lebih dari penggunaan kata-kata) yang dilakukan seseorang kepada orang lain untuk bertukar makna, yang selalu dikirimkan dan diterima secara sadar oleh dan untuk dan untuk mencapai umpan balik atau tujuan tertentu.

Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerakan isyarat, bahasa

tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata. Penggunaan objek seperti pakaian potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara, semuanya merupakan bentuk-bentuk komunikasi nonverbal.

Komunikasi nonverbal tidak hanya terjadi dalam bentuk perilaku, banyak pesan nonverbal dikomunikasikan melalui cara berpakaian dan artefak-artefak lain, hampir semua benda yang berkaitan dengan manusia mengkomunikasikan makna. Fashion memiliki persamaan arti dengan busana, pakaian, dandanan dan gaya. Fashion berada dalam satu kategori pesan nonverbal yaitu kinesik dalam hal ini yakni berpenampilan. Merujuk pada definisi yang ada dapat dikatakan bahwa fashion, pakaian, busana serta gaya merupakan komunikasi nonverbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tertulis. Fashion digunakan sebagai kata-kata lisan dalam konteks lain. Metafora Umberto Eco menunjukkan bahwa pakaian dibentuk menjadi sesuatu yang menyerupai kalimat, pakaian atau setelan pakaian yang banyak kesamaannya dengan cara kata-kata dirangkai dalam kalimat (John Fiske, 2007:39-40).

Berpedoman pada mazhab yang digambarkan Fiske, komunikasi dipandang sebagai suatu proses di mana seseorang menyatakan sesuatu pada orang lain dengan menggunakan satu atau lebih medium atau saluran dengan beberapa efeknya. Fashion atau pakaian, menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang untuk “menyatakan” sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadinya perubahan pada orang itu. Selain itu, fashion tidak terlepas dari kebudayaan di mana fashion merupakan salah satu hasil kebudayaan. Fashion adalah sebuah

fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengkonstruksi dan mengkomunikasikan identitasnya, karena fashion mempunyai cara nonverbal untuk memproduksi dan mempertukarkan makna dan nilai-nilai. Fashion sebagai aspek komunikatif dan fungsional tidak hanya sekedar karya seni akan tetapi fashion juga dipergunakan sebagai simbol untuk membaca status seseorang dan cerminan budaya yang dibawa.

Fashion dan pakaian sebagai komunikasi, merupakan fenomena kultural di dalam budaya tersebut bisa dipahami sebagai satu sistem penandaan, sebagai cara bagi keyakinan, nilai-nilai, ide-ide, dan pengalaman dikomunikasikan melalui praktik-praktik, artefak-artefak, dan institusi-institusi. Fashion dan pakaian merupakan dasar pembentukan kelompok-kelompok sosial tersebut dan identitas-identitas individu di dalam kelompok tersebut dan bukan sekedar merefleksikannya (John Fiske, 2007:54). Melalui fashion, pakaian, busana dan mode tertentu manusia mengkomunikasikan nilai-nilai, keyakinan-keyakinannya baik sebagai individu maupun sebagai anggota suatu kelompok-kelompok tertentu.

Fashion, pakaian, dan mode merupakan salah satu komunikasi nonverbal yang mempunyai peranan penting dalam proses interaksi sosial. Selain kontak sosial, komunikasi merupakan salah satu syarat terjadinya interaksi sosial. Kontak sosial yang terjadi secara otomatis akan menyebabkan terjadinya komunikasi baik antara perorangan dengan orang lain, seseorang dengan kelompok atau sebaliknya serta antara kelompok satu dengan kelompok lainnya. Interaksi sosial yang baik ditentukan dengan berhasil atau tidaknya

komunikasi yang dilakukan manusia sebagai anggota masyarakat. Dalam proses interaksi sosial arti terpenting dari komunikasi adalah bahwa seseorang memberikan penafsiran pada perilaku orang lain, perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan orang lain tersebut (Soerjono Soekanto, 2004:27).

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan dalam suatu konteks tertentu (Deddy Mulyana, 2007:69-70). Konteks merupakan semua faktor yang berada di luar orang-orang yang berkomunikasi. Konteks komunikasi terdiri dari:

- a. Aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.
- b. Aspek psikologis, seperti : sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi.
- c. Aspek sosial, seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
- d. Aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, pagi, siang, sore, malam)

Kesepakatan atas makna suatu pesan baik yang bersifat verbal maupun nonverbal diperoleh melalui interaksi sosial. Konteks-konteks komunikasi tersebut mempengaruhi makna fashion, pakaian, dan gaya sebagai sarana komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal mempunyai enam fungsi utama (Joseph Devito; 1997:184) yaitu sebagai berikut:

- a. Menekankan, komunikasi nonverbal digunakan untuk menonjolkan atau menekankan beberapa bagian dari pesan verbal.
- b. Melengkapi, komunikasi nonverbal digunakan untuk memperkuat warna

atau sikap umum yang dikomunikasikan oleh pesan verbal.

- c. Mempertentangkan, secara sengaja mempertentangkan pesan-pesan verbal dengan gerakan nonverbal.
- d. Mengatur, gerak-gerik nonverbal dapat mengendalikan atau mengisyaratkan keinginan anda untuk mengatur arus pesan verbal.
- e. Mengulangi, pesan verbal dapat mengulang makna pesan verbal.
- f. Mengantikan, isyarat-isyarat nonverbal dapat menggantikan pesan verbal.

Komunikasi nonverbal tidak terlepas dari komunikasi verbal sendiri, keduanya saling mengisi kekurangan masing-masing, terlebih dalam konteks komunikasi tatap muka atau *face to face*. Secara garis besar Larry A. Samovar dan Richard E. Porter membagi pesan-pesan non verbal menjadi dua kategori besar, yakni ;

- a. Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa.
- b. Ruang, waktu dan diam.

Penampilan sebagai salah satu bentuk pesan nonverbal

Penampilan merupakan salah satu pesan nonverbal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Jenis pesan nonverbal ini seakan tiada batasnya karena setiap saat manusia selalu tampil dengan berbagai jenis penampilan yang mengkomunikasikan berbagai hal baik sebagai individu maupun sebagai anggota suatu komunitas tertentu. Seseorang akan memberikan penilaian kepada orang lain berdasarkan daya tarik yang ditampilkan, antara lain melalui postur tubuh yang didukung oleh pilihan pakaian (jenis kain, warna, dan warna) (Deddy Mulyana, 2007:209). Penampilan adalah sebuah bahasa,

sebuah sistem nonverbal dari komunikasi karena melalui simbol itu ditemukan pribadi pemakai dan penikmatnya. Sebelum seseorang memulai berbicara mengungkapkan jati dirinya, orang lain sudah bisa melihat status sosial ekonomi, atau jenis kelamin, nilai-nilai bahkan afiliasinya.

Teori interaksionalisme simbolik

Interaksionalisme simbolik merupakan sebuah teori yang berusaha untuk menjelaskan interaksi sosial di mana manusia menggunakan simbol-simbol yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat, dan kata-kata. Keseluruhan proses interaksi tersebut bersifat simbolik, di mana makna-makna dibentuk oleh akal budi manusia.

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apa pun. Dibutuhkan konstruksiinterpretatifdi antara orang-orang untuk menciptakan makna (Richard West and Llyn H. Turner, 2007:98-99). Tujuan interaksi menurut interaksi simbolik adalah untuk menciptakan makna yang sama, karena tanpa ada persamaan pemaknaan dalam berkomunikasi akan sangat sulit atau bahkan tidak mungkin.

Dalam terminologi Mead, gerak-isyarat yang maknanya diberi bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam interaksi adalah merupakan "Satu bentuk simbol yang mempunyai arti penting" (*a significant symbol*). Kata-kata dan suara-lainnya, gerakan-gerakan fisik, bahasa tubuh (*body language*), baju, status, kesemuanya merupakan simbol yang bermakna.

Menurut Herbert Blumer (Richard West and Llyn H. Turner, 2007:99-100) menegaskan bahwa ada tiga asumsi yang mendasari tindakan manusia. Tiga asumsi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu (benda, kejadian, dan fenomena tertentu) atas makna yang dimiliki oleh benda, kejadian, atau fenomena tersebut bagi mereka. Individu merespon suatu situasi simbolik. Manusia merespon lingkungan, objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen tersebut bagi mereka. Makna yang diberikan pada simbol merupakan produk dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan bersama untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu pula.
- b. Makna diciptakan dalam interaksi manusia. Menurut Mead, makna dapat ada ketika orang-orang memiliki interoretasi yang sama mengenai simbol yang dipertukarkan dalam interaksi. Jadi, makna tadi tidak inherent/melekat, tidak terlekat pada benda ataupun fenomenanya itu sendiri, melainkan tergantung pada orang-orang yang terlibat dalam interaksi itu.
- c. Makna dimodifikasi melalui proses interpretasi dalam rangka menghadapi fenomena tertentu lainnya. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.

Definisi Rimpu

Rimpu adalah *Rimpu* mengandung arti menutup kepala dengan menggunakan *tembe* (sarung), *rimpu* adalah pakaian yang menutup seluruh bagian anggota badan dengan *tembe* (sarung). *Rimpu* merupakan mode atau cara para perempuan Bima memakai sarung untuk menutup bagian kepalanya. Budaya *rimpu* merupakan hasil kebudayaan masyarakat yang sudah menjadi identitas masyarakat Bima khususnya bagi para perempuan Bima.

Definisi Kebudayaan sendiri menurut E.B Tylor adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat dan lain kemampuan-kemampuan serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat (Soerjono Soekanto, 2004:173).

Rimpu merupakan pakaian tradisional khas Bima yang hingga saat ini masih bisa ditemukan di Bima. *Rimpu* pada umumnya terdiri dari dua macam yakni *rimpu mpida* dan *rimpu* biasa. *Rimpu mpida* adalah memakai sarung untuk menutup kepala dan muka sampai keseluruhan badan, sehingga yang terlihat hanya mata dan hidung saja. (dalam M. Hilir Ismail dan Nyonya Si Linda, 2007:35) *rimpu mpida* adalah seluruh anggota badan berselubung *tembe* kecuali muka dan hidung. *Rimpu* biasa adalah menggunakan sarung untuk menutup kepala dan sebagian tubuh hingga yang terlihat wajah seluruhnya.

Jenis-Jenis Rimpu dalam Koteks Sosial

Kedua bentuk rimpu ini baik rimpu mpida maupun rimpu biasa pada dasarnya bertujuan untuk menutup aurat bagi perempuan Bima. Namun dari segi kegunaannya kedua macam *rimpu* ini dapat terbagi lagi dalam lima macam rimpu.

- a. *Rimpu* biasa dibagi dalam dua macam yaitu;

- 1) *Rimpu cala* adalah jenis *rimpu* yang dipakai khusus oleh kaum ibu yang sudah berkeluarga. *Rimpu* jenis ini biasa dipakai perempuan Bima yang sudah menikah ketika melakukan aktivitas di luar rumah seperti ketika pergi berbelanja ke pasar serta dalam pergaulan sehari-hari dalam lingkungan sosial. Selain itu juga digunakan ketika menghadiri pesta pernikahan baik yang diadakan pada siang hari maupun malam hari.

- 2) *Rimpu colo* adalah jenis *rimpu* dengan menggunakan sarung sebagai penutup kepala namun ujung sarung bagian dahi sebelah kiri ditarik kemuka sehingga cahaya matahari tidak bisa mengenai wajah. Jenis *rimpu* ini merupakan hasil dari kreativitas perempuan Bima yang berupaya untuk melindungi tubuhnya khususnya bagian wajah dari panasnya sinar matahari. *Rimpu colo* juga ini biasa dipakai oleh kaum perempuan baik kaum ibu maupun para gadis ketika turun ke sawah karena pada umumnya perempuan Bima biasa bekerja di sawah sebagai mata pencaharian.
- b. *Rimpu mpida* dibagi dalam tiga macam;
- 1) *Rimpu cili* adalah jenis *rimpu* yang biasa dipakai oleh perempuan yang masih gadis atau belum menikah dengan menggunakan sarung sebagai penutup kepala dan wajah sehingga yang terlihat hanya mata saja. Jenis *rimpu* ini dipakai oleh para gadis yang sudah dilamar selama waktu antara hari pertama lamaran dari laki-laki diterima sampai hari pelaksanaan pernikahan. Sang gadis tidak boleh melepas *rimpu cili* bahkan penempakan bola mata itu merupakan simbol bahwa wanita tersebut betul-betul tidak bisa lagi dikenal oleh laki-laki lain.
 - 2) *Rimpu mpida* jenis ini hampir sama dengan *rimpu cili*, jika *rimpu cili* yang terlihat hanya mata saja sedangkan *rimpu mpida* yang terlihat mata dan hidung saja. Jenis *rimpu* ini digunakan para gadis Bima yang belum dipinang oleh lelaki mana pun. Jenis *rimpu* ini akan terus dikenakan hingga orang tua si gadis menerima pinangan untuk dirinya.
 - 3) *Rimpu gala* yaitu jenis *rimpu* yang dipakai oleh gadis ketika (*Lamba Reana*) acara mengantar pengantin menuju rumah mertua. Acara ini biasa dilakukan satu hari setelah acara pernikahan.
- Perempuan Bima hanya menggunakan *tembe* (sarung) khas Bima untuk *Rimpu*. Budaya *Rimpu* ini juga melahirkan budaya baru yakni budaya menenun sarung (*muna tembe*), menenun merupakan salah satu bentuk mata pencaharian bagi masyarakat Bima pada umumnya, khususnya bagi para perempuan. Budaya *muna tembe* ini dilakukan secara terus menerus, tidak hanya bagi ibu-ibu bahkan para remaja juga menekuni tenunan tradisional Bima ini, meskipun hanya sebagian kecilnya saja.
- Alat yang digunakan untuk menenun disebut *muna*, alat ini masih sangat tradisional yang terbuat dari kayu dan bambu. Sedangkan bahan untuk membuat *tembe* sendiri hanya benang dengan berbagai warna dan ada juga dengan benang emas. Sebelumnya masyarakat menanam sendiri kapas untuk memital benang, namun dewasa ini tidak ada lagi petani kapas, sehingga para penenun menggunakan benang-benang yang tersedia di pasar-pasar.

PEMBAHASAN

Penyajian hasil penelitian ini dimulai dengan temuan di lapangan berbagai jenis motif-motif *tembe* serta makna-maknanya, kemudian pemaknaan para narasumber terhadap pemakaian *rimpu* yang diinterpretasikan peneliti dengan menggunakan teori komunikasi dan konsep-konsep yang berkaitan lainnya.

Makna Sarimpu dalam Konteks Komunikasi Nonverbal

Seperti yang pernah dikemukakan sebelumnya bahwa pakaian tidak hanya sekedar pelindung tubuh dari sinar matahari

atau cuaca yang dingin, melainkan memiliki makna. Begitu pula dengan *sarimpu* yang merupakan pakaian adat keseharian kaum perempuan di Desa Simpasai memiliki makna nonverbal sebagai salah satu bagian dari komunikasi nonverbal. Makna *sarimpu* dalam konteks komunikasi nonverbal bagi kaum perempuan di Desa Simpasai.

1. Ekspresi individu, melalui *sarimpu* perempuan Simpasai mengekspresikan diri mereka secara individu. *Sarimpu* sekarang merupakan jenis pakaian yang mulai ditinggalkan oleh sebagian besar kaum perempuan Simpasai. Namun bagi mereka *sarimpu* merupakan pembeda antara dirinya dengan orang lain yang tidak memakai *sarimpu* sebagai penutup auratnya. Melalui *sarimpu* juga seseorang dapat mengekspresikan nilai-nilai yang dianutnya, yakni nilai-nilai islami yang berusaha diaplikasikan dalam pemakaian *sarimpu* meskipun bagi sebagian orang dianggap sudah tidak sesuai dengan perkembangan zaman, namun mereka memiliki keteguhan atas nilai yang dianutnya. Selain itu, dengan tetap memakai *sarimpu* mampu memberikan rasa aman dan nyaman, dan yang terpenting pelestarian budaya leluhur yang syarat akan nilai-nilai Islam sebagai agama yang benar.
2. Nilai sosial atau status, seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa dalam pandangan masyarakat Simpasai, umumnya seorang perempuan yang memakai *sarimpu* akan dinilai sebagai wanita baik-baik dan berasal dari keluarga yang terhormat. Penampilan seorang perempuan di Desa Simpasai akan menentukan nilai dalam lingkungan sosialnya sebagai anggota suatu masyarakat. Kaum perempuan yang masih memakai *sarimpu* akan tetap

menjadi identitas pembeda dengan anggota suatu masyarakat lainnya dan yang dulunya merupakan golongan yang mayoritas, kini menjadi golongan minoritas. Pada umumnya perempuan yang masih memakai *sarimpu* berasal dari keluarga menengah ke bawah dengan tingkat pendidikan maksimal sampai sekolah dasar hingga sekolah lanjutan tingkat pertama dan bekerja sebagai penenun, petani dan ibu rumah tangga. Sedangkan kaum perempuan dari kalangan menengah ke atas dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil merasa bahwa *sarimpu* sudah tidak bisa dipakai lagi karena sudah ketinggalan zaman.

3. Nilai ekonomi, *sarimpu* yang masih dilestikan dari kalangan bawah menunjukkan bahwa *sarimpu* juga mampu menunjukkan status ekonomi seseorang. *Sarimpu* banyak dipakai oleh kalangan ibu rumah tangga yang notabeneanya merupakan petani dan penenun. Selain itu juga jenis sarung yang dipakai untuk *sarimpu* pun berbeda-beda bergantung pada kemampuan ekonomi. Faktanya jarang sekali jenis sarung songket yang dipakai untuk *sarimpu* karena harganya yang relatif mahal. Pada umumnya perempuan Simpasai hanya menggunakan sarung *dega* atau *nggoli* yang harganya terjangkau oleh kalangan ekonomi bawah.
4. Kondisi magis religi, dengan memakai *sarimpu* menunjukkan ketaantannya kepada Allah SWT dengan menutup auratnya *sarimpu* karena dipahami dengan benar bahwa menutup aurat merupakan kewajiban setiap wanita dan jika tidak melakukannya dianggap sebagai dosa besar dan pertanggungjawabannya

di akhirat kelak. Dengan demikian dapat dilihat bahwa sarimpu mampu mengkomunikasikan agama apa yang dianutnya. Karena hanya dalam agama Islam saja adanya kewajiban untuk menutup aurat dengan sempurna.

5. Ritual sosial, *sarimpu* di Simpasai biasanya dipakai pada acara-acara khusus yang berada di lingkungan masyarakatnya saja. Perempuan simpasai biasa memakai *sarimpu* ketika menghadiri acara akad nikah, ta'ziah, dan acara Maulud Nabi Muhammad SAW.

Pergeseran Makna Rimpu dalam Masyarakat

Setiap saat kehidupan manusia selalu mengalami perubahan sehingga terjadi pergeseran makna dalam kehidupan social masyarakat terhadap segala sesuatu yang berada disekitarnya. Maka tidaklah mengherankan jika pemaknaan kaum perempuan terhadap *sarimpu* mengalami perubahan makna. Sebelumnya hampir semua perempuan di Desa Simpasai memakai *sarimpu* untuk menutup auratnya, namun seiring dengan perkembangannya banyak perempuan di Desa Simpasai mempunyai kesempatan untuk melanjutkan pendidikannya di luar baik di Kota Bima maupun di luar Bima sehingga terjadi perubahan paradigma tentang menutup aurat.

Bagi ibu rumah tangga biasa atau perempuan yang tidak mengecap dunia luar mereka tetap memakai *sarimpu* sebagai pelindung tubuh dan juga penutup auratnya, berbeda halnya dengan perempuan yang sudah berpendidikan. Bagi mereka *sarimpu* sudah tidak cocok lagi dipakai sekarang meskipun merasa bahwa sarimpu merupakan suatu kebanggaan.

"Harus saya akui bahwa sarimpu merupakan salah satu kebanggaan yang

kita miliki, lebih lagi perempuan di Desa Simpasai yang masih memakainya. Namun tidak mungkin saya ke kantor harus menggunakan sarimpu. Tetapi kalau di rumah atau sedang berada di lingkungan sekitar rumah saya masih sering memakainya" (Wawancara ibu Ira 32 tahun Desa Simpasai 2 Maret 2010)

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pada perkembangannya sarimpu tidak mampu bersaing dengan mode-mode pakaian yang baru serta tidak sesuai dengan perkembangan yang terjadi sehingga semakin ditinggalkan, dapat pula dilihat bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang maka akan semakin jauh dia meninggalkan pakaian adat keseharian tersebut. *Sarimpu* tidak bisa diterima oleh masyarakat umum di dalam tempat-tempat formal, karena setiap institusi memiliki seragam tertentu dan bersifat formil.

Sebelumnya *sarimpu* selalu dipakai oleh kaum perempuan di Simpasai kapan pun, di mana pun dan dalam acara apa pun. Namun dalam perkembangannya seperti yang dijelaskan sebelumnya *sarimpu* hanya dipakai apabila menghadiri acara-acara yang diadakan di lingkungan desa setempat. Seperti menghadiri acara akad nikah, ta'ziah, maulud nabi, MTQ (Musabakah Tilawatil Quran) atau mengikuti upacara *Ua Pua* dalam rangka merayakan milad Bima yang ditandai dengan lomba *Kareku Kande* di mana setiap peserta harus memakai *sarimpu*.

Sarimpu tidak lagi dipahami sebagai simbol kehormatan kaum perempuan, bukan lagi simbol kehormatan keluarga, tidak lagi dipahami sebagai penutup aurat sebagaimana tuntunan dalam agama Islam melainkan jenis pakaian yang dipakai yang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman sekarang. Hanya jenis pakaian yang simpel di pakai untuk acara-

acara di lingkungan masyarakat sendiri. *Sarimpu* dinilai sebagai pakiaian yang kolot dan kampungan sehingga para perempuan di Simpasai merasa malu jika memakainnya di luar Desa Simpasai karena khawatir dinilai sebagai orang udik dan ketinggalan zaman. Jika sebelumnya wanita yang memakai *sarimpu* dinilai sebagai wanita baik-baik dan dari keluarga yang baik maka sekarang masyarakat umumnya sudah bisa menerima seorang perempuan yang keluar rumah tanpa menutup auratnya sebagai hal biasa sebagai dampak perkembangan zaman. Dan orang tua pun sudah tidak lagi merasa malu jika mempunyai anak perempuan yang meninggalkan rumah tanpa memakai *sarimpu*. Karena dianggap biasa maka lama kelamaan budaya *sarimpu* semakin terkikis dan lama kelamaan akan punah seperti di daerah lainnya.

Perubahan pemaknaan terhadap *sarimpu* disebabkan oleh beberapa faktor yakni adanya jenis model pakaian yang baru yang lebih moderen dan modis. Semakin banyaknya perempuan Simpasai yang melanjutkan pendidikannya di luar sehingga mereka menyesuaikan jenis pakaiannya sesuai dengan tempat di mana dia berada. Sudah punahnya budaya *sarimpu* di daerah lainnya.

Budaya ini harusnya dilestarikan dengan memodifikasi busana yang sejenis tanpa menghilangkan nilai-nilai di dalamnya dan tentu tidak menghilangkan ciri khas dari *sarimpu* sebagai budaya yang lahir dari masyarakat Bima.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan pudarnya budaya *sarimpu* dalam masyarakat Bima (wawancara dengan Hilir Ismail Budayawan dan sejarawan Bima pada tanggal 7 Maret 2010). Pertama digantinya dasar Negara dari al-quran dan as-sunnah menjadi Negara dengan dasar Pancasila, karena sebelum terintegrasi dalam Negara Kesatuan

Republik Indonesia (NKRI) kesultanan Bima berasaskan hukum Islam. Sehingga al-quran, hadits, ijma', kiat diganti dengan UUD 1945. Kemudian pada abad ke-19 diambil alih oleh Barat Sekuler, masuknya budaya global yang dibawa oleh penjajah. Selain itu, sistem pendidikan pada tahun 1920 tentang hukum islam mempelajari tentang kitab dilakukan di Masjid atau dilanggar.

Kemudian berdiri sekolah-sekolah sekuler yang mengajarkan pemisahan adat yang islami dengan masyarakat. Hal itu juga merupakan strategi kaum pejahah untuk menjatuhkan Islam. Bahkan Van Valen Hoten (1898) sudah melakukan penelitian selama 3 tahun di Bima, Bugis, dan Makassar. Dan berdasarkan penemuannya yang paling kental keislamannya adalah Bima. Berdasarkan hasil penelitiannya tersebut Kesultanan Bima bisa ditaklukan apabila rakyat mulai menjauhkan diri dari kehidupan yang bernafaskan islam. Maka berbagai upaya dilakukan untuk menjauhkan Islam dari rakyat Bima baik secara halus maupun kekerasan. Salah satunya melalui perubahan sistem pendidikan, media ini untuk merasuki pola pikir rakyat Bima. Menggap bahwa *rimpu* merupakan model pakaian yang kolot, tidak sesuai dengan perkembangan zaman maka mulailah terjadi pergeseran nilai budaya, kebudayaan Mbojo yang islami berganti menjadi sekuler dan dikenal dengan istilah budaya *dou kafi* dengan alasan perubahan zaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal yakni pertama tentang makna *rimpu* sendiri bagi pemakainya. Pertama, *Sarimpu* merupakan pakaian adat keseharian kaum perempuan Simpasai yang masih ada hingga sekarang. Kedua, *Sarimpu* sebagai simbol kehormatan

bagi kaum perempuan dan juga bagi keluarganya, di mana seseorang memakai *sarimpu* untuk menutup auratnya ketika meninggalkan lingkungan rumahnya yang mencerminkan nilai-nilai agama Islam. Ketiga, *Sarimpu* sebagai wujud kepatuhan seorang istri terhadap suaminya serta wujud ketaatan kepada Allah SWT. Keempat, *Sarimpu* sebagai ciri khas yang memiliki nilai budaya tinggi dan nilai luhur sehingga harus dilestarikan oleh masyarakat. Sehingga secara umum dapat disimpulkan bahwa *Sarimpu* dalam konteks komunikasi nonverbal mengandung makna ekspresi individu, nilai sosial, nilai ekonomi dan kondisi magis atau religi pemakaiannya, serta ritual sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Rulam. 2005. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Ismail, M. Hilir dan Nyonya Siti Linda Yuliarti. 2007. *Seni Budaya Mbojo*. Bogor: Binasti.
- Liliweri, Alo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Jokjakarta: LKis.
- Loir, Henri Chambert dan Siti Maryam R. Salahuddin. *Bo' Sangaji Kai Catatan Kerajaan Bima*. Jakarta : Ecole Francaise d' Extreme-Orient.
- Maryaeni. 2005. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rogers, F Mary. 1999. *Barbie Culture*. Sage Publication. Alih bahasa Medhy Aginta Hidayat. 2009. *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. Jokjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Sahidu, Djamaluddin. 2008. *Kampung Orang Bima*. Mataram: Studio 15 Mataram.
- Soekanto, Soerjono. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Tajib, Abdullah. 1995. *Sejarah Bima Dana Mbojo*. Jakarta: Harapan Masa PGRI