

ANALISIS BUDAYA TIONGHOA INDONESIA PADA VIDEO IKLAN IMLEK BCA 2022 "PESAN SINGKAT SINCIA WARRIOR"

BCA 2022 年春节广告视频《PESAN SINGKAT SINCIA WARRIOR》的印尼华人文化分析

Cecilia Tanuwijaya
&
Alpin Gadman Markali, S.S., M.A.

Program Studi Bahasa Mandarin Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: a12190007@john.petra.ac.id dan alpin@petra.ac.id

ABSTRAK

Penulis menemukan banyak hal menarik dalam video iklan yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya Tionghoa Indonesia ketika menyambut tahun baru Imlek. Selain itu, ada juga beberapa ciri khas yang dapat disimpulkan sebagai karakteristik yang melekat pada kalangan tertentu etnis Tionghoa Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etnis Tionghoa Indonesia masih memegang erat kebudayaan leluhur dan melestarikan perayaan Imlek dengan baik. Selain itu, ada beberapa ciri Tionghoa Indonesia yang menjadi stereotip di benak masyarakat seperti pekerja keras, ulet, pandai berbisnis dan suka mencari keuntungan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan kebudayaan Tionghoa Indonesia. Penulis juga ingin mengajak pembaca untuk melestarikan identitas budaya sebagai Indonesia Tionghoa dimanapun kita berada, serta saling bertoleransi.

Kata kunci: Video iklan, Budaya, Imlek, Tionghoa Indonesia

摘要

笔者发现了在广告视频中有很多有趣的事与印尼华人文化价值观相关，尤其是在迎接春节。除此之外，还有一些特征可以归结为某些印尼华人的固有特征。研究结果显示，印尼华人仍然坚持他们的祖传文化，并很好地保存了春节庆祝的文化。除此之外，印尼华人还有几个特点已经成为大众心目中的刻板印象，比如吃苦耐劳、坚韧不拔、善于经商、喜欢赚取利润。希望本研究能成为后续印尼华人文化相关研究的基础。笔者也希望读者无论在何处，都保持印尼华人的文化认同，也不要忘记包容存在的差异。

关键词：广告视频，文化，春节，印尼华人

PENDAHULUAN

BCA atau Bank Central Asia merupakan bank swasta terbesar di Indonesia dengan 28,5 juta nasabah pada tahun 2021 (Annur, 2022). Menariknya, dari begitu banyaknya jumlah nasabah yang terhitung, mayoritas nasabah bank BCA adalah etnis Tionghoa. Untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya mengirim angpao dengan efisien, bank BCA menghadirkan inovasi berupa fitur Bagi Bagi Angpao BCA yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Dalam rangka mempromosikan fitur Bagi Bagi Angpao, bank BCA merilis sebuah iklan berjudul "Pesan Singkat Sincia Warrior". Fokus utama dari video iklan ini adalah membagikan angpao digital yang sesuai dengan tujuan iklan untuk mempromosikan fitur Bagi Bagi Angpao. Video iklan ini memuat banyak unsur budaya Tionghoa, khususnya ketika menyambut tahun baru Imlek. Selain itu, ada juga beberapa keunikan dari etnis Tionghoa Indonesia yang menarik untuk diteliti.

Penelitian sebelumnya berkaitan dengan objek penelitian yaitu video iklan "Pesan Singkat Sincia Warrior" adalah penelitian yang dilakukan oleh Fidelia Valencia Ong dan Deddi Duto Hartanto (2022) yang berjudul "Analisis Penerapan Teori Model AISAS Pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022". Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa video iklan "Pesan Singkat Sincia Warrior" tidak secara langsung menerapkan teori AISAS, namun video iklan tersebut menggunakan kreatifitas yang mampu menarik minat orang untuk menonton. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa video iklan tersebut dinilai cukup kreatif dan menarik. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti tentang hal menarik video iklan "Pesan Singkat Sincia Warrior" dari segi kebudayaan Tionghoa Indonesia.

Apa sajakah budaya Tionghoa Indonesia dalam video iklan Imlek BCA 2022 "Pesan Singkat Sincia Warrior"?

KAJIAN PUSTAKA

Budaya Tionghoa Indonesia

Budaya berasal dari kebiasaan yang diturunkan oleh generasi ke generasi. Menurut Yang (2006), yang dapat dilihat dan dirasakan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya adalah budaya bangsa, suku atau kelompok tertentu. Menurut Xiao dan Pan (2020), budaya tradisional Tiongkok kaya akan makna dan bentuk, termasuk lentera, hiasan tahun baru, petasan, tarian singa, makanan, pengobatan Tiongkok, Pecinan, juga termasuk budaya religius salah satunya adalah festival tradisional.

Kebiasaan-kebiasaan yang membentuk pola dalam realita masyarakat Tionghoa di Indonesia juga dipandang sebagai suatu stereotip oleh orang-orang diluar etnis Tionghoa. Salah satu stereotip yang melekat pada etnis Tionghoa di Indonesia adalah pandai berbisnis atau berdagang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anugrahani (2014) terhadap beberapa pengusaha Tionghoa, mereka menerapkan enam nilai leluhur dalam kehidupan berdagangnya yaitu lahir untuk berdagang, dapat dipercaya, bekerja keras – tidak mudah menyerah, pandai mengelola keuangan, hemat, bijaksana dan menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis. Kebiasaan lain yang dipandang menjadi stereotip etnis Tionghoa di

Indonesia adalah karaoke. Berdasarkan penelitian Tsai (2019) pada komunitas Tionghoa Indonesia di Pulau Jawa, karaoke lagu-lagu pop Tionghoa merupakan kegiatan hiburan yang umum bagi Tionghoa Indonesia, dan juga sangat populer setiap kali mereka berkumpul.

Kebiasaan dan Makanan Tionghoa Indonesia Saat Imlek

Tahun baru Imlek atau festival musim semi memiliki sejarah yang cukup panjang hingga menyebar ke Indonesia. "Imlek" berasal dari bahasa Hokkian yaitu "阴历: Yīnli", yang berarti kalender lunar atau bulan. "Sincia" juga berasal dari bahasa Hokkian yaitu "新正: Xīnzhēng", yang berarti bulan pertama pada tahun baru (Pangemanan, 2023). Saat tahun baru Imlek tiba, ada beberapa kebiasaan yang dilakukan masyarakat Tionghoa Indonesia seperti menempel hiasan khas Imlek salah satunya lampion, makan malam bersama keluarga, mengucapkan salam tahun baru, dan berbagi angpao (Chen, 2020). Tidak hanya itu, kemeriahan tahun baru Imlek juga akan semakin terasa dengan adanya pertunjukan barongsai. Barongsai diilhami dari hewan singa yang dengan pengaruh penyebaran agama Buddha dipercaya sebagai lambang jimat yang agung, mantera pengusir roh jahat, dan tanda keberuntungan (Yu, 2008). Selain kebiasaan, hal yang tidak kalah penting adalah makna dari berbagai hidangan Imlek. Beberapa hidangan yang paling umum muncul menurut (Chen, 2020) adalah mie, ayam, ikan, dan jeruk. Mie melambangkan umur yang panjang, ayam melambangkan keberuntungan, ikan melambangkan kelebihan, jeruk melambangkan kekayaan dan kemakmuran (p.21-22). Hidangan lainnya yang mungkin muncul saat Imlek adalah *spring roll* atau lumpia yang melambangkan semangat menyambut tahun baru dan juga kue ku yang melambangkan umur panjang.

Makna Warna Dalam Budaya Tionghoa

Warna dapat memberikan makna dan pesan yang berbeda dalam setiap kebudayaan. Menurut Furuzi (2010), dalam kebudayaan Tionghoa, warna merah termasuk warna favorit yang melambangkan keberuntungan, kekayaan, dan kesetiaan. Oleh, karena itu warna merah sering menghiasi perayaan-perayaan tertentu. Warna kuning melambangkan kesucian, kekuasaan, kebangsawanan, dan keagungan. Di zaman Tiongkok kuno, kuning melambangkan bumi dan lima elemen, oleh sebab itu kuning termasuk dalam warna utama dalam kebudayaan Tionghoa. Warna putih melambangkan kesederhanaan dan status sosial yang rendah. Meski begitu, warna putih juga memiliki makna positif seperti kemurnian, keadilan, kebaikan, dan cahaya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana lingkungan alamiah sebagai sumber data dan peneliti sebagai alat kuncinya. Penelitian kualitatif menggunakan metode ilmiah untuk mengumpulkan data dalam latar ilmiah, yang dilakukan oleh peneliti yang secara alami tertarik pada suatu subjek (Moleong, 2004). Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif karena penulis menganalisis budaya Tionghoa Indonesia dalam video iklan untuk menemukan berbagai budaya Tionghoa Indonesia di dalamnya. Menurut Kountur (2009), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran

yang jelas tentang keadaan tanpa ada manipulasi subjek. Data yang terkumpul dalam penelitian ini tidak berupa angka-angka tetapi berbentuk deskripsi.

ANALISIS / PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis telah memilih beberapa adegan dalam video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior” yang mengandung budaya Tionghoa Indonesia dan menarik untuk dianalisis.



Gambar 1 Adegan pembukaan video iklan. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Di antara beberapa barang yang terdapat dalam adegan, hiasan yang paling menarik perhatian yaitu sepasang lampion hias berwarna merah yang digantung tepat di tengah dinding pembatas ruangan. Lampion sangat erat kaitannya dengan budaya Tionghoa. Selama perayaan tertentu, terutama festival musim semi atau tahun baru Imlek, lampion dipajang atau digantung di rumah, jalan, kuil, bahkan pusat perbelanjaan. Dalam budaya Tionghoa, lampion merah melambangkan keberuntungan, kekayaan, kebahagiaan, dan kemakmuran di tahun baru. Orang Tionghoa juga percaya bahwa warna merah dapat menangkal kekuatan jahat dari makhluk mitologi bernama Nian. Nian diyakini takut akan kebisingan, api, dan merah. Oleh karena itu, setiap malam tahun baru, banyak petasan akan dinyalakan, dan banyak benda bercahaya akan ditempatkan sebagai pengganti lampu, selain itu, banyak juga dekorasi berwarna merah seperti lampion merah yang dipajang



Gambar 2 Tarian barongsai. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Seperti namanya, Barongsai atau tarian singa terinspirasi dari hewan singa. Di Indonesia, tarian ini disebut 'Barongsai' yang merupakan gabungan dari dua kata yaitu 'barong' dan 'sai', 'barong' adalah pertunjukan wayang khas Bali, dan 'sai' berarti singa (Islam dan Hidayat, 2022). Menurut mitologi Tiongkok kuno, hewan singa memiliki jasa besar karena telah membantu rakyat mengalahkan makhluk jahat Nian. Untuk mengingat jasanya, masyarakat kemudian membuat kostum dan tarian

singa atau yang lebih akrab disebut Barongsai ini. Dalam kebudayaan Tionghoa, Barongsai terbagi menjadi khas Utara dan Selatan. Bentuk singa utara adalah singa jantan asli, sedangkan bentuk singa selatan sebagian besar didasarkan pada karakter Tiga Kerajaan dalam opera Kanton (Yu, 2008). Dalam video iklan ini, kategori Barongsai termasuk ke dalam Barongsai dari Selatan. Setiap warna dan bentuk dari kostum Barongsai mewakili karakternya.



Gambar 3 Kakek sedang memasak mie. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Mie dibuat dan dikembangkan di daratan Tiongkok lalu kemudian menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Bentuk dan cita rasa mie berubah menyesuaikan dengan selera masyarakat setempat. Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, mie juga menjadi salah satu makanan favorit segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Sebenarnya nama "bakmi" berarti mie babi, namun karena sebagian besar kerajaan di Indonesia pada zaman dulu mayoritas beragama Islam, maka bahannya diganti dengan ayam untuk menyesuaikan aturan agama dan budaya Timur (Universitas Ciputra, n.d.). Jika diperhatikan, di dinding terdapat tulisan "Bakmi" dan juga nomor telepon yang semuanya merupakan angka delapan. Angka delapan dianggap sebagai angka yang membawa keberuntungan dalam budaya Tionghoa. Delapan dalam bahasa Mandarin berbunyi *bā*, yang memiliki kemiripan bunyi dengan dengan “*fā*” yang terdapat dalam kata “*fā cái*” yang berarti kekayaan dan kemakmuran.

Di dalam adegan ini, kakek tengah mengenakan kaos dan handuk berwarna putih. Dalam budaya Tionghoa, warna putih dianggap negatif karena dikaitkan dengan ritual berkabung, pertanda buruk, dan kesedihan (Liang, 2007). Selain itu, warna putih juga identik dengan tampilan polos dan kosong. Putih adalah warna polos, dianggap sebagai tanda kesederhanaan, dan biasanya dipakai oleh rakyat jelata. Meski begitu, di Indonesia tidak jarang orang tua memakai kaos putih polos karena merasa nyaman atau sudah terbiasa, sama seperti kakek. Selain memiliki arti negatif, warna putih juga memiliki arti positif terkait dengan cahaya dan putih, yang melambangkan kesucian, keadilan, dan kebaikan.



Gambar 4 Nenek menjaga toko sambil karaoke. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Berdasarkan penelitian Tsai (2019) pada komunitas Tionghoa Indonesia di pulau Jawa, karaoke lagu pop Tionghoa merupakan kegiatan hiburan yang umum dilakukan oleh etnis Tionghoa Indonesia, karaoke juga sangat populer setiap kali ada kegiatan berkumpul bersama teman atau kerabat. Bagi para pendengar setia channel radio Strato FM, sudah hal yang wajar apabila mendengar para orang tua atau lansia bernyanyi karaoke lagu Mandarin. Hal ini juga didukung oleh beberapa ahli medis yang mengatakan bahwa karaoke baik untuk lansia karena dapat membantu mencegah penuaan dan mengurangi stres. Berkaraoke juga bisa digolongkan sebagai kebiasaan yang kemudian membekas di benak masyarakat, menjadi salah satu hal yang sering dilakukan para lansia untuk mengisi waktu luang, sama seperti nenek.



Gambar 5 Ayah dan Ibu di dalam toko obat Cina. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Toko obat Cina memiliki ciri khas tersendiri yang membuat orang mengingat keunikan tersebut. Umumnya, toko obat Cina akan memiliki lemari kayu dengan banyak rak kecil untuk menyimpan bahan obat-obatan herbal. Tidak hanya itu, berbagai jenis herbal juga disimpan dalam guci atau toples kaca agar tetap steril. Tidak hanya bahannya yang alami dan tradisional, namun teknik pengolahannya pun masih tradisional. Biasanya pemilik toko akan meramu obat dengan teknik menumbuk dengan alat penumbuk tradisional dan menggunakan timbangan tradisional yang masih menggunakan pemberat untuk menakarnya. Teknik pengolahan obat Cina terbilang masih asli atau tradisional, hal ini dikarenakan tradisi yang diwariskan secara turun-temurun oleh etnis Tionghoa.

Saat ini, teknik pengobatan Cina tidak hanya digunakan oleh masyarakat Tionghoa, tetapi juga banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Toko obat tradisional Cina biasanya dijalankan oleh orang keturunan Tionghoa yang paham tentang ramuan herbal, khasiat, cara pengolahan dan efek sampingnya. Dengan tersebarnya orang Tionghoa di Indonesia, skala toko obat Cina juga berkembang pesat.



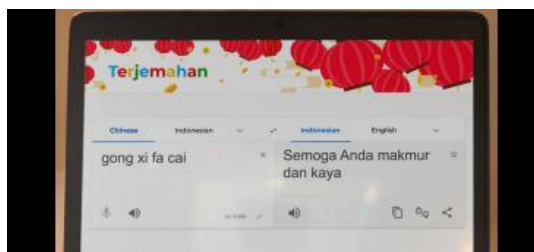
Gambar 6 Bibi di dalam salonnya. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Nama salon rambut bibi adalah salon "Tong Hua". Karena tidak ada karakter Mandarin di dalamnya serta tidak ada nada pinyin, maka penulis mempertimbangkan kemungkinan nama dari salon ako. "Tong Hua" disini dapat berarti "dongeng". Setiap wanita pasti ingin tampil baik dan cantik, sehingga kebanyakan wanita rela menghabiskan banyak uang untuk pergi ke penata rambut atau salon kecantikan agar terlihat lebih menarik. Seperti namanya, salon bibi memberikan pelayanan yang penuh perhatian dan membuat pelanggan tampil secantik putri di negeri dongeng. Selain itu, warna dekorasi salon bibi juga terlihat cerah dengan balutan warna kuning yang lembut. Selain membawa keberuntungan dan kesuksesan, kuning juga mirip dengan sinar matahari, memberikan perasaan hangat dan nyaman.



Gambar 7 Nenek buyut sedang marah. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Dalam adegan ini, penonton dapat melihat bahwa ruangan tersebut memiliki unsur Tionghoa, karena di dalamnya terdapat beberapa barang bernuansa Tionghoa, seperti guci dan piring gantung. Artikel mencatat bahwa sebagian besar kerajinan keramik berasal dari Tiongkok, lalu menyebar ke berbagai penjuru dunia lewat perdagangan. Kerajinan keramik seperti guci dan piring gantung berkembang dan menyebar ke seluruh wilayah Indonesia. Masyarakat Indonesia yang kreatif menghasilkan kerajinan keramik yang berasal dari Tiongkok kemudian dipadukan dengan berbagai budaya lokal. Setiap pola dan warna guci dan wajan gantung memiliki arti tersendiri. Di luar itu, motif atau karakter yang ada di dalamnya juga menjelaskan budaya dari mana benda itu berasal. Di Indonesia, ada suku bernama Biak di Papua yang menggunakan piring gantung sebagai barang berharga termasuk salah satunya sebagai mahar pernikahan. Selain di Papua, di berbagai pulau di Indonesia termasuk Jawa, kita juga bisa menemukan banyak sekali hiasan keramik, seperti guci, piring gantung, patung dan hiasan lainnya.



Gambar 8 Arti dari gongxi facai. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Setiap tahun baru Imlek tiba, "gongxi facai" adalah salah satu ucapan selamat yang paling sering terdengar. Hal ini membuat sebagian orang berpikir bahwa "gongxi facai" berarti "selamat tahun baru", padahal tidak demikian (Harianhaluan.com, 2023). "Gongxi" memiliki arti selamat dan mendoakan kebahagiaan bagi sang penerima, sedangkan "facai" berarti menjadi lebih kaya dan makmur. Kata "gongxi" yang berarti selamat memiliki sejarah yang cukup panjang dan berkaitan dengan banyak hal, termasuk keberhasilan pengusiran makhluk jahat "Nian" oleh orang Tiongkok kuno, dan kegembiraan menyambut musim semi setelah musim dingin yang panjang. Dalam perkembangannya, bahasa Mandarin telah menjadi salah satu ciri khas masyarakat Tionghoa di seluruh dunia. Namun faktanya, banyak orang Tionghoa di Indonesia yang tidak bisa berbahasa Mandarin. Seperti yang kita ketahui, hal ini terkait dengan politik asimilasi pada masa pemerintahan Orde Baru yang dipimpin oleh Suharto, yang berdampak besar terhadap masyarakat Tionghoa Indonesia. Saat itu, Suharto melarang tiga konten besar budaya Tionghoa, yaitu koran Mandarin, SMA Tionghoa, dan organisasi etnis Tionghoa. Akibatnya, bahasa Mandarin kian memudar, dan sebagian besar retnis Tionghoa campuran tidak fasih atau bahkan tidak bisa berbahasa Mandarin.



Gambar 9 Makan bersama menyambut Imlek. Sumber : Video iklan "Pesanan Singkat Sincia Warrior"

Kakek dan nenek sedang berbagi mie panjang umur layaknya anak muda, lalu ada seorang pemuda di antara kakek dan nenek yang menjadi penonton. Penampilan anak laki-laki itu sangat berbeda dari kakek dan nenek, namun demikian, mereka bertiga tampak akrab dan bahagia bersama. Perbedaan dalam video tersebut mengingatkan kita akan keberagaman yang ada di Indonesia. Sudah selayaknya setiap orang saling menghormati dan mentoleransi setiap perbedaan dimanapun kita berada, terlebih karena kita hidup di negara dengan budaya dan tradisi yang beragam.

Nuansa di dalam ruangan terlihat menyenangkan karena banyak sekali warna merah di dalamnya mulai dari dinding, kusen jendela, pakaian dan makanan (kue ku). Merah adalah warna yang paling menarik perhatian semua orang yang juga merupakan warna favorit orang Tionghoa. Selain warna merah, banyak juga orang Tionghoa yang menyukai keindahan lukisan. Ada sebuah lukisan dengan ciri khas lukisan Cina di belakang kakek. Menurut Chine-culture.com (nd), bunga dan burung serta lukisan pemandangan lainnya adalah tiga tema utama yang disukai oleh para pelukis Tiongkok.

Ada beberapa hidangan di meja makan yang sering muncul ketika makan bersama keluarga saat Imlek, yaitu mie panjang umur, ikan, ayam, *spring roll* atau lumpia, kue ku dan jeruk. Setiap hidangan memiliki makna di baliknya. Mie panjang umur yang panjang melambangkan panjang umur dan sehat; ayam

melambangkan keberuntungan; ikan melambangkan kelebihan setiap tahun; jeruk berbentuk bulat dan besar seperti emas, yang berarti kekayaan; lumpia memiliki makna semangat menyambut tahun baru; bentuk kue ku yang seperti kura-kura berarti umur panjang dan kelimpahan. Dapat dilihat bahwa setiap tahun baru Imlek, orang Tionghoa akan menyuguhkan berbagai hidangan yang melambangkan harapan baik mereka untuk tahun baru. Ada juga gelas keramik dan teko berisi teh di atas meja makan. Seperti yang kita ketahui, teh sangat erat kaitannya dengan budaya Tionghoa, dan hampir setiap hidangan tidak lepas dari teh. Biasanya, pada acara tahun baru atau perayaan lainnya (seperti lima belas hari setelah hari tahun baru), keluarga yang datang ke rumah orang tua atau kerabat akan membawa teh sebagai hadiah kepada tuan rumah.



Gambar 10 Mengucapkan salam tahun baru Imlek. Sumber : Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Setiap festival musim semi atau tahun baru Imlek, masyarakat Tionghoa di Indonesia akan mengenakan pakaian merah untuk merayakannya. Dalam budaya Tiongkok kuno, warna merah melambangkan keberuntungan, kekayaan, dan kesetiaan. Menurut mitologi Tiongkok, makhluk jahat "Nian" takut pada warna merah. Oleh karena itu, ketika Imlek tiba warna merah juga digunakan untuk mengusir hal-hal yang membawa sial. Selain mengenakan baju berwarna merah, kita juga biasanya memberikan salam tahun baru sambil mengepalkan tangan atau “拱手: gǒngshǒu”. Mengepalkan tangan seperti ini adalah semacam etiket di Tiongkok kuno, umumnya saat bertemu orang, mereka menyatukan kedua tangan di depan dada dan membungkuk sedikit. Gǒngshǒu biasanya digunakan untuk mengucapkan selamat tahun baru, mengucapkan selamat kepada pengantin baru, mengucapkan selamat atas usaha yang baru dibuka, mengucapkan selamat kepada orang lain atas keberhasilannya, menunjukkan rasa hormat kepada yang lebih tua, dan lain sebagainya (Tan, 2016). Ada perbedaan antara perempuan dan laki-laki, perempuan biasanya meletakkan tangan kanan di atas tangan kiri, sedangkan laki-laki meletakkan tangan kiri di atas tangan kanan. Tradisi ini mengacu pada status laki-laki yang lebih unggul di era Konfusius. Namun seiring dengan kemajuan zaman, derajat laki-laki dan perempuan telah setara, sehingga banyak juga perempuan yang meletakkan tangan kirinya di atas tangan kanan saat melakukan gǒngshǒu. Dalam video iklan tersebut, terlihat anak perempuan meletakkan tangan kirinya di atas tangan kanan, yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan, semuanya sama.



Gambar 11 Nenek buyut mengirim angpao digital saat tahun baru Imlek. Sumber :
Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”



Gambar 12 Kakek mengirim angpao digital saat tahun baru Imlek. Sumber :
Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”



Gambar 13 Nenek mengirim angpao digital saat tahun baru Imlek. Sumber :
Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior”

Yang tidak boleh terlewatkan ketika tahun baru Imlek tiba adalah angpao. Di sini, anggota keluarga yang lebih tua mengirimkan angpao digital menggunakan fitur Bagi Bagi Angpao BCA. Seiring berkembangnya teknologi, banyak orang mulai menggunakan mata uang digital daripada mata uang fisik. Kecenderungan ini juga berdampak pada angpao yang semula fisik, kini telah menjadi digital. Dari segi efisiensi, memang ada banyak keuntungan menggunakan angpao digital, seperti tidak perlu membeli amplop merah, dan tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Tak heran BCA meluncurkan fungsi Bagi Bagi Angpao untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam perkembangan teknologi. Sebenarnya, angpao digital sudah dikembangkan di Tiongkok jauh sebelum Indonesia mulai menggunakan mata uang digital. Pergeseran budaya ini juga didukung oleh munculnya pandemi Covid-19 yang memaksa masyarakat untuk menjaga jarak. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah struktur sosial, ekonomi dan budaya masyarakat di seluruh dunia.

KESIMPULAN

Video iklan “Pesan Singkat Sincia Warrior” memuat cukup banyak kebudayaan berupa kebiasaan etnis Tionghoa Indonesia ketika merayakan Imlek, diantaranya menggantung lampion, menonton pertunjukan Barongsai, makan bersama keluarga, mengucapkan salam Imlek, dan berbagi angpao. Alangkah baiknya apabila nilai-nilai kebudayaan ini dapat terus terlestarikan. Perkembangan teknologi juga merupakan hal yang baik dan memberikan kemudahan kepada kita semua, namun kebudayaan juga penting, dan hendaknya nilai-nilai budaya terus dipertahankan ditengah era digital ini. Selain itu, keberagaman budaya juga hendaknya menjadi pengingat bagi setiap orang untuk dapat saling menghargai dan bertoleransi.

Ada beberapa hal positif yang dapat kita tiru dari masyarakat etnis Tionghoa, seperti memiliki jiwa pengusaha, pekerja keras, ulet, pandai berbisnis dan suka mencari keuntungan. Beberapa hal positif ini dapat dilakukan untuk membangun Indonesia yang lebih maju dan mampu bersaing dengan negara-negara berkembang lainnya.

Dari penelitian ini, penulis menemukan beragam hal menarik seputar kebudayaan etnis Tionghoa yang ada di Indonesia. Diharapkan penelitian berikutnya dapat mengkaji kebudayaan etnis Tionghoa di Indonesia dengan lebih mendalam dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur C.M. (2022). *Terus Bertambah, Jumlah Nasabah Bank BCA Tembus 28,5 Juta Pada 2021*. Retrieved January, 1, 2023 from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/23/terus-bertambah-jumlah-nasabah-bank-bca-tembus-285-juta-pada-2021>
- Anugrahani, B. Y. (2014). Pemaknaan Etnis Tionghoa Dalam Mengaktualisasikan Nilai Leluhur Pada Bisnis Perdagangan. *Jurnal E-Communication*. Kediri, 4, 10.
- Chen, S.S. (2020). *Zhōngguó yǔ yìnní huárén chuántǒng jièrì wénhuà duì bì jí qí yǔyán wénhuà jiàoxué (shuòshì xuéwèi lùnwén, chóngqīng shīfàn xué)*. Retrieved May, 21, 2023 from <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202201&filename=1020647877.nh>
- Furuzi, H. (2010). *Qiǎn tán zhōngwén yánsè cí de wénhuà hányì*. Cáizhì (23), 160. DOI:CNKI:SUN:CAIZ.0.2010-23-142.
- Harianhaluan.com. (2023). *Makna Gong Xi Fa Cai Ternyata Bukan Selamat Tahun Baru Imlek, Ini Penjelasannya*. Retrieved June 25, 2023 from <https://www.harianhaluan.com/news/pr-106974705/makna-gong-xi-fa-cai-ternyata-bukan-selamat-tahun-baru-imlek-ini-penjelasannya>
- Islam, A. U., & Hidayat, A. (2022). Makna Filosofis Barongsai dalam Agama Konghucu. *Jurnal SUARGA: Studi Keberagamaan dan Keberagaman*, 1(1), 17-26.
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta: Buana Printing.
- Liang M.L. (2007). *Duō Cǎi Zhōngguó*. Běijīng : Wǔzhōu Chuánbō Chūbǎnshè.

- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi penulisan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ong, F.V., & Hartanto, D. D. (2022). Analisis Penerapan Teori Model AISAS Pada Praktek Pembuatan Campaign Imlek 2022 BCA. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, 5.
- Tan H. (2016). *Gongshou, Cara Penghormatan Tradisional Ala Tionghoa*. Tionghoa.info. Retrieved June 24, 2023 from <https://www.tionghoa.info/gongshou-cara-penghormatan-tradisional-ala-tionghoa/>
- Tsai, T. T. (2019). Music in Daily Life: Performance Location, Music Source, and Social Function of Karaoke Activities in Chinese-Indonesian Community Java. *The International Council For Traditional Music Study Group On Performing Arts of Southeast Asia*, 62.
- Universitas Ciputra. (n.d.). *Foodlore: Akulturasi Budaya Tionghoa dan Indonesia Dalam Semangkuk Mie Ayam*. Retrieved June, 24, 2023 from <https://www.uc.ac.id/fikom/foodlore-akulturasi-budaya-tionghoa-dan-indonesia-dalam-semangkuk-mie-ayam/>
- Xiao, Q. & Pan, Y. (2020). *21 Shìjì yǐlái yìnní huárén shèqū zhōnghuá wénhuà chuánchéng de tèdiǎn, chéngxiào yǔ jiànyì*. Bā guì qiáo kān (04), 30-39+93. Doi:CNKI:SUN:BGQK.0.2020-04-004.
- Yang, Q.G. (2006). *Shì lùn yìnní huárén wénhuà*.
- Yu, Z.J. (2008). *Zhōngguó wǔ shī de qǐyuán jí qí fāzhǎn yǎnbiàn*. Bójí. *Wǔshù kēxué*. Doi:CNKI:SUN:WSKX.0.2008-06-036.