

PEMAKNAAN SLOGAN KOTA “SEMARANG SETARA” DALAM PERSPEKTIF MULTIKULTURALISME

Slamet Subekti

Jurusan Sejarah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro

Abstract

The slogan made to support imaging for the organization or personal identity, as well as the slogan of the city. The study was based on literature sources that have been used to investigate about the meaning of the slogan of the city "of Semarang Setara" according to the stakeholders. Meaning has been officially determined by the local government which means that five years into the future endeavored Semarang able to place themselves equal to the other metropolitan cities in Indonesia, there is also an acronym SEmarang koTA sejahteRA (Semarang Welfare City). Many of the responses came from academics who want to become the city of Semarang as Renaissance city on the one hand, and others expect the city of Semarang build by environment-based for sustainable development paradigm. Meanwhile, there are many negative responses also looked at Semarang with other cities that faced profanity. Based on the background conditions multiculturalism Indonesia in general, then I proposed the perspective of multiculturalism in the slogan meaning "Semarang Setara". The proposed model autonomous and critical multiculturalism as a frame of reference for stakeholders to make Semarang as a place for people to live humanistic and harmonious.

Key Words: *slogan city, “Semarang Setara”, perspective of multiculturalism, to live humanistic and harmonious.*

I. PENDAHULUAN

Penetapan slogan merupakan fenomena universal yang diperlukan dalam rangka pencitraan identitas. Slogan secara literal berarti sebuah frase yang mengungkapkan tujuan atau sifat dari suatu organisasi, perusahaan maupun seorang kandidat. Menurut Margaret Sanger, slogan merupakan frase yang digunakan berulang kali, seperti dalam iklan atau promosi yang diciptakan masyarakat untuk kepentingan imperialisme. Slogan secara historis mengacu pada

teriakan perang di kalangan klan Skotlandia. (Dictionary of the English Language, 2000).

Penetapan slogan atau *nickname* berlaku pada semua negara bagian Amerika Serikat yang tidak terpisah dari simbol negara tersebut. Misalnya, Arizona dikenal dengan julukan *Copper State* (Negara Tembaga) karena keberhasilan pertambangan tembaga, juga dikenal sebagai *Apache State* (Negara Apache) dalam kaitan dengan suku Indian dan *Grand Canyon State* (Negara Grand Canyon). Akhir-akhir ini slogan baru diresmikan untuk pusat kota Las Vegas: "*Every City Has a Soul*" (Setiap Kota Memiliki Jiwa) sebagai hasil jajak pendapat online yang dipilih lebih dari 1.200 suara. Pesan yang ingin disampaikan bahwa kota Las Vegas telah merevitalisasi diri dimana para warganya memiliki ketulusan hati untuk menerima kunjungan tamu maupun wisatawan (<http://www.fox5vegas.com/story/15681817/downtown-las-vegas-hails-new-slogan>).

Pada umumnya penamaan slogan kota digunakan sebagai pencitraan identitas kota. Demikian halnya dengan Semarang, sekarang ini telah diluncurkan slogan "Semarang Setara". Oleh karena itu, menarik untuk dicermati: Bagaimana perkembangan pemaknaan slogan tersebut menurut para pemangku kepentingan, termasuk respon dari warga kota? Sehubungan dengan kajian ini, coba diberikan pemaknaan dalam perspektif multikulturalisme.

II. METODE

Kajian ini dilakukan dengan studi literatur. Langkah pertama, dilakukan pembacaan referensi tentang slogan serta slogan kota, dan khususnya berkenaan dengan slogan kota "Semarang Setara" di satu pihak; dan kerangka teoretis tentang multikulturalisme di lain pihak dari sumber teks, termasuk *website*. Langkah kedua, dilakukan analisis dan sintesis atas pembacaan referensi tersebut. Langkah ketiga, dilakukan refleksi atas hasil analisis dan sintesis tersebut, dan akhirnya dilakukan penulisan naratif.

III. PEMAKNAN RESMI PEMERINTAH KOTA TENTANG SLOGAN KOTA “SEMARANG SETARA”

Walikota Semarang Soemarmo HS pada 20 Juli 2011 telah meluncurkan *tagline* “Waktunya Semarang Setara”. Penggunaan istilah waktu mengacu pada rentang lima tahun ke depan untuk menjadikan Kota Semarang setara dengan kota-kota Metropolitan seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Ujung Pandang dan Palembang. Motivasi untuk menyetarakan posisi Semarang dengan kota metropolitan lain didasari komitmen yang tinggi dari masing-masing pihak demi mensejahterakan rakyat.

Semangat membangun Kota Semarang ini mensyaratkan sikap tanpa saling menyakiti tetapi saling menyayangi, tidak saling mencurigai tetapi saling menopang. Menurut Soemarmo bahwa akibat dari saling curiga akan menjadikan Semarang tertinggal dari kota lain dan akan selalu betengkar, sehingga berdampak pada kepentingan masyarakat akan terabaikan (<http://semarangkota.go.id/>).

Selaras dengan motto pembangunan Provinsi Jawa Tengah “Bali nDeso mBangun Deso” yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang ada di wilayah pedesaan, baik dari sisi sumber daya alam, sumberdaya manusia, sosial kemasyarakatan, keluhuran budaya serta kearifan lokal; maka “Waktunya Semarang Setara” merupakan Motto Kota Semarang untuk membangun motivasi guna mengoptimalkan potensi Kota Semarang melalui komitmen seluruh pemangku kepentingan (Pemerintah–masyarakat–swasta) untuk bersama membangun dan mensejajarkan dengan Kota metropolitan lainnya serta mempermudah implementasi Visi dan Misi Kota Semarang 2010-2015. “Waktunya Semarang Setara” juga dimaksudkan sebagai momentum kebangkitan seluruh masyarakat Kota Semarang agar mampu sejajar dengan kota-kota metropolitan lainnya dalam segala aspek kehidupan guna mencapai kesejahteraan bersama. “Setara” juga dimaknai sebagai akronim SEmarang KoTA SejahteRA yang merupakan sasaran akhir pembangunan (*Bappeda Kota Semarang*).

Langkah kongkrit untuk mewujudkan hal tersebut dilakukan dengan memprioritaskan program-program pembangunan yang diwujudkan dalam “Septa Program” yang terdiri dari: Penanggulangan Kemiskinan dan pengurangan

pengangguran, Rob dan banjir, Pelayanan publik, Tata ruang dan infrastruktur, Kesetaraan dan keadilan gender, Pendidikan serta Kesehatan. Sapta Program ini dimaksudkan sebagai langkah kongkrit untuk mencapai kedudukan Kota Semarang sejajar dengan Kota Metropolitan di Indonesia.

Rumusan motto tersebut kemudian dijabarkan dalam Visi dan Misi berikut ini. Visinya adalah terwujudnya Semarang kota perdagangan dan jasa, yang berbudaya menuju masyarakat sejahtera. Visi tersebut memiliki empat kunci pokok yakni Kota Perdagangan, Kota Jasa, Kota Berbudaya, dan Masyarakat yang Sejahtera.

Karakteristik pertama, Kota Perdagangan mengandung arti kota yang mendasarkan bentuk aktivitasnya pada pengembangan ekonomi yang lebih menitikberatkan pada aspek perniagaan sesuai dengan karakteristik masyarakat kota, yang didalamnya melekat penyelenggaraan fungsi jasa yang menjadi tulang punggung pembangunan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan tidak meninggalkan potensi lainnya. Pengembangan kota perdagangan diarahkan pada upaya untuk lebih meningkatkan produktifitas, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kota secara keseluruhan. Berdasarkan pemahaman tersebut, karakteristik Semarang sebagai kota perdagangan mengandung beberapa aspek penting, di antaranya: (1) pusat kegiatan (*Center Point*) distribusi dan transaksi barang dan jasa, (2) pengembangan jejaring (*networking*) dan kerjasama perdagangan, (3) pengembangan potensi ekonomi lokal, dan (4) pengembangan sarana prasarana penunjang.

Karakteristik kedua, Kota Jasa sebenarnya tidak lepas dari status kota perdagangan, karena perdagangan akan selalu terkait dengan persoalan perniagaan atau proses transaksi dan distribusi barang dan jasa. Kota Jasa lebih menekankan pada fungsi kota dalam pelayanan publik di berbagai bidang. Sebagai kota jasa dengan demikian mencakup kesiapan kota dalam melaksanakan berbagai fungsi, di antaranya:

1. Penyediaan jasa layanan publik secara memadai, baik mencakup standar pelayanan sesuai kualitas yang diharapkan masyarakat, pengaturan/

regulasi yang dapat memberikan jaminan mutu pelayanan, maupun kualitas sumber daya manusia dalam pelayanan.

2. Penyediaan fasilitas penunjang yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik, seperti hotel, perbankan, transportasi, kesehatan (Rumah Sakit), pendidikan, telekomunikasi, Ruang Pamer Ruang Pertemuan, dan lain sebagainya.
3. Berorientasi dan mengutamakan kepentingan masyarakat sebagai pelanggan, dalam arti menempatkan masyarakat sebagai pelanggan yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya (*Customer engagement*)
4. Pola berpikir (*Mindset*) dan perilaku melayani bagi masyarakat yang dapat mendorong terciptanya budaya pelayanan

Karakteristik ketiga, Kota Berbudaya mengandung arti bahwa penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan senantiasa dilandasi seluruh aspek kebudayaan yang terdiri dari Cipta, Rasa dan Karsa yang telah tumbuh menjadi kearifan masyarakat seperti pelaksanaan nilai-nilai religiusitas, kemanusiaan, kebersamaan, persaudaraan, ketertiban dan sikap ketauladanan lainnya dalam lingkungan budaya masyarakat, sehingga menghasilkan pembangunan karakter yang mengedepankan kehalusan budi dan perasaan, manusiawi, dan penghormatan terhadap hak azazi manusia.

Percepatan pembangunan yang dilaksanakan tentunya tidak serta-merta melahirkan kesejahteraan dan kemaslahatan bagi orang banyak. Namun kadangkala menimbulkan ekses negatif terhadap tatanan sosial kemasyarakatan, khususnya menyangkut kesenjangan, konflik sosial, kekerasan kolektif, dan materialisme tanpa hati nurani. Pendekatan budaya seyogyanya menjadi aras utama berbagai upaya solusi persoalan tersebut karena pendekatan budaya pada hakikatnya adalah pendekatan kemanusiaan dan sesungguhnya budaya itu memiliki sifat kekinian dan aktif sebagai proses penataan sosial, ekonomi, politik, dan teknologi.

Karakteristik keempat, Kota Sejahtera karena pemberian otonomi kepada daerah pada hakikatnya merupakan proses pemberdayaan kolektif bagi seluruh pemangku kepentingan yang terkait dengan penyelenggaraan Pemerintahan

Daerah, agar pada satu sisi tercipta ruang lebih leluasa bagi segenap jajaran birokrasi Pemerintah Daerah untuk memenuhi seluruh tugas dan tanggung jawabnya dengan baik dan benar, sedangkan pada sisi lain terbuka peluang bagi warga masyarakat dan dunia usaha untuk meningkatkan keberdayaannya sehingga mampu dan mau secara mandiri memenuhi segala kebutuhan hidup dan kehidupannya.

Sejahtera dalam visi ini, mengarah pada tujuan terlayani dan terpenuhinya kebutuhan dasar hidup dan rasa aman dan tentram serta adil dalam segala bidang. Dengan demikian, Visi tersebut mengandung pengertian bahwa lima tahun ke depan Kota Semarang diharapkan menjadi Kota Perdagangan dan Jasa yang dapat melayani seluruh aktivitas masyarakat kota dan daerah *hinterland*-nya, yang memiliki derajat kualitas budaya masyarakat yang tinggi baik dari segi keimanan dan ketaqwaan, keunggulan dan berdaya saing tinggi, berperadaban tinggi, profesional serta berwawasan ke depan dengan tetap menjamin keberlanjutan pengelolaan sumberdaya manusia dan kearifan lokalnya secara bertanggungjawab yang mendasarkan pada aspek perdagangan dan jasa sebagai tulang punggung pembangunan dalam pencapaian kesejahteraan masyarakat.

Dalam rangka mewujudkan Visi “Terwujudnya Semarang Kota Perdagangan dan Jasa, yang Berbudaya menuju Masyarakat Sejahtera” ditempuh melalui 5 (lima) misi pembangunan daerah sebagai berikut. *Misi pertama*, mewujudkan sumberdaya manusia dan masyarakat Kota Semarang yang berkualitas. Pembangunan yang diarahkan pada peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang memiliki tingkat pendidikan dan derajat kesehatan yang tinggi, berbudi luhur disertai toleransi yang tinggi dengan didasari keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan YME (*Bappeda Kota Semarang*).

Misi kedua, mewujudkan Pemerintahan Daerah yang efektif dan efisien, meningkatkan kualitas pelayanan publik, serta menjunjung tinggi supremasi hukum. Penyelenggaraan Pemerintah yang diarahkan pada pelaksanaan otonomi daerah secara nyata, efektif, efisien dan akuntabel dengan menerapkan prinsip-prinsip pemerintahan yang baik (*Good Governance*) dan Pemerintah yang bersih (*Clean Governance*) sehingga mampu memberikan pelayanan yang prima kepada

masyarakat yang disertai dengan penegakan supremasi hukum dan Hak Asasi Manusia. Perwujudan pelayanan publik mencakup beberapa aspek, yaitu sumber daya aparatur, regulasi dan kebijakan serta standar pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Misi ketiga, mewujudkan kemandirian dan daya saing daerah. Pembangunan yang diarahkan pada peningkatan kemampuan perekonomian daerah dengan struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif yang berbasis pada potensi unggulan daerah, berorientasi ekonomi kerakyatan dan sektor ekonomi basis yang mempunyai daya saing baik ditingkat lokal, nasional, regional, maupun internasional.

Misi keempat, mewujudkan tata ruang wilayah dan infrastruktur yang berkelanjutan. Pembangunan yang diarahkan pada peningkatan pemanfaatan tata ruang dan pembangunan infrastruktur wilayah secara efektif dan efisien dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat kota dengan tetap memperhatikan konsep pembangunan yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan.

Misi kelima, mewujudkan Kesejahteraan Sosial Masyarakat. Pembangunan yang diarahkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang memiliki kehidupan yang layak dan bermartabat serta terpenuhinya kebutuhan dasar manusia dengan titik berat pada penanggulangan kemiskinan, penanganan penyandang masalah kesejahteraan sosial, pengarusutamaan gender dan perlindungan anak serta mitigasi bencana.

IV. RESPON PARA PEMANGKU KEPENTINGAN TERHADAP SLOGAN KOTA SEMARANG

Para pemangku kepentingan (*stakeholders*) memberikan respon terhadap peluncuran slogan kota “Semarang Setara”. Respon di antaranya datang dari kalangan akademisi seperti Prof. Eko Budihardjo, budayawan dan mantan Rektor Universitas Diponegoro; serta Prof. Sudharto P. Hadi, pakar lingkungan hidup dan sekarang Rektor Universitas Diponegoro. Eko Budihardjo memberikan inspirasi untuk menciptakan Semarang dengan model acuan kota Renaissance, sementara Sudharto P Hadi mengingatkan arti penting kota sebagai ruang sosial yang

mengandaikan pembangunan lingkungan hidup berbasis paradigma pembangunan berkelanjutan.

Menurut Eko Budihardjo, kota mirip dengan jasad hidup. Jaringan transportasi dapat diibaratkan seperti otot-otot di tubuh yang mengalirkan darah agar selalu lancar menuju ke berbagai bagian tubuh. Selain itu, tidak kalah penting dalam penciptaan kota Renaisans adalah yang berkaitan dengan Gerakan Hijau (meminjam istilah Patricia Martin “*environmentally progressive cities* “). Seperti diamanatkan dalam Undang-undang nomor 26 tahun 2007, bahwa setiap kota wajib menyisihkan 30 % dari lahan kota untuk Ruang Terbuka Hijau. Akan tetapi, itu saja tidak cukup karena mesti diatur persebaran atau distribusinya, tata lingkungannya, jenis tanamannya, dan perabot tamannya (<http://id-id.facebook/Prof.Eko Budihardjo>).

Penyelenggaraan sayembara-sayembara perancangan kawasan seperti Pasar Johar (Semarang) dan perancangan koridor Jalan Jenderal Soedirman antara Keraton Kasunanan sampai dengan Pasar Gede (Solo), layak mendapat acungan jempol. Melalui sayembara perancangan yang profesional semacam itu diperoleh paling tidak dua manfaat. Pertama, akan diperoleh alternatif-alternatif yang segar, bahkan bisa mengejutkan di luar dugaan. Kedua, menggalang partisipasi masyarakat secara aktif, sebagai wujud demokratisasi perencanaan dan pembangunan kota.

Sudah saatnya dikumandangkan perubahan paradigma dalam membangun kota. Paradigma pembangunan kota semula berkaidah *Predict and Provide*, pada era millennium ini perlu digantikan kaidah baru *Debate and Decide*. Kota Semarang diharapkan dapat mengejawantahkan niat menuju kota Renaisans, dan menjadi contoh bagi kota-kota lain di segenap pelosok tanah air.

Sudharto P Hadi mengingatkan perlunya perhatian serius atas pilar ketiga dari pembangunan berkelanjutan, yakni bidang lingkungan hidup. Harus diakui bahwa kota Semarang ini masih sarat dengan berbagai persoalan lingkungan seperti banjir, rob, tanah longsor, abrasi pantai, pencemaran air, pencemaran udara, sampah, dan di beberapa simpul sudah mulai dihantui kemacetan lalu lintas. Namun kalau melihat kota lain, persoalan senada juga muncul, bahkan

dalam skala dan intensitas lebih tinggi (Wacana 29 Oktober 2010 diunduh dari <http://m.suaramerdeka.com>).

Akhir-akhir ini, media massa terus memberitakan tentang kegagalan Jakarta menjadi hunian yang nyaman. Hujan dalam hitungan jam telah membuat Ibu Kota lumpuh oleh banjir. Ruang terbuka hijau yang seharusnya mencapai 30% hanya tersisa 9 %, sehingga tumpahan air hujan menjadi air larian (*run off*) yang menggenangi sudut-sudut kota. Hal ini diperburuk oleh kondisi drainase dan sungai yang penuh sampah. Jakarta juga gagal menyediakan transportasi publik yang memadai. Jalan-jalan lebih didominasi kendaraan pribadi dengan rasio penumpang rendah (hanya 1-2 penumpang). Akibatnya kemacetan terjadi di mana-mana dan tingkat pencemaran udara makin buruk.

Mengapa kota-kota di Indonesia terjerembab dalam kubangan lingkungan yang buruk? Kota-kota ini semuanya menempatkan modernitas sebagai basis pengembangannya. Modernitas hanya terfokus pada pengembangan ruang kota sebagai aktivitas ekonomi seperti mal, ruko, jalan tol, gedung pencakar langit, apartemen, mobil pribadi. Orientasi ini dipicu oleh cara berpikir bahwa kemajuan pembangunan semata-mata diukur dari tingginya pertumbuhan ekonomi dan PAD.



Para petinggi kota melupakan hakikat kota sebagai ruang sosial, bukan hanya ruang fisik. Ketika pembangunan fisik menimbulkan kerusakan dan pencemaran lingkungan, maka kota menjadi hunian yang tidak nyaman dan masyarakat miskin yang harus menanggung akibatnya. Oleh karena itu, menyetarakan Semarang harus dimulai dengan mengembalikan paradigma pembangunan berkelanjutan sebagai basisnya.

Sementara itu, respon dari warga kota disalurkan lewat jajak pendapat (*polling*) yang dilakukan atas inisiatif Opojal.com bersama dengan Telkomsel dan [Teracotta Coffee House](http://Teracotta_Coffee_House). Jajak pendapat berlangsung dari awal Februari dan ditutup 20 Februari 2011 pukul 00.00 WIB. Pertanyaan kunci jajak pendapat ini: Apa pendapat Anda tentang slogan "Saatnya Semarang Setara"? Pilihan jawaban yang disediakan: (1) *Jos Gandhos*, (2) *Biasa Wae*, dan (3) *Njelehi*. Selama berlangsung jajak pendapat telah berpartisipasi sejumlah 40 suara

(http://tentukan.com/polling/apa_pendapat_anda_tentang_slogan_saatnya_semarang_setara).

Partisipan jajak pendapat berturut-turut sejumlah: 22 suara (9 Februari 2011), 6 suara (10 Februari 2011), 3 suara (11 Februari 2011), 6 suara (12 Februari 2011), dan 1 suara (14 Februari 2011). Hasil jajak pendapat ini menunjukkan bahwa sebesar 40% responden berpendapat bahwa slogan kota sangat baik (*jos gandhos*), 45% berpendapat biasa (*biasa wae*), dan 15% berpendapat membosankan (*njelehi*). Menarik untuk dicermati berbagai komentar warga di Facebook, keseluruhan terdapat 33 komentar.

Berikut ini dikutip beberapa komentar warga yang dianggap mewakili suara warga kota Semarang pada umumnya:

-  [Endah](#)
18 Februari 2011, 11:55
Biasa Wae - Ah, biasa wae. Kalo menurutku slogan "SEMARANG SETARA" bukanlah slogan yang istimewa. Yang dibutuhkan masyarakat Semarang adalah bukti, bukan slogan. 😊
-  [ben2](#)
14 Februari 2011, 09:56
Biasa Wae - Semarang Setara ini maksudnya: Semarang SETARA dengan ketinggian air laut, jadi kalo air pasang dikit, banjir semua kota. heheh bercanda. Mungkin maksudnya: Semarang setara dengan kebanyakan kota di Indonesia yang kacau balau penataan kotanya dan sarat korupsi. Jadi kalo dah setara alias sama dah cukup! Ga usah ada pembangunan lagi ga usah ada terobosan baru lagi, kan sudah setara? Heran juga nih, kenapa pak Marmo & pak Hendy gak PD bikin slogan 'Saatnya Semarang jadi yang Terbaik'. Padahal orang tua kita sering memberi nasehat: gantung cita-citamu setinggi langit. Nah kalo 'cuma mau setara' sama aja gantung cita-cita setinggi plafon aja (boro-boro genteng atau atap). Kalo melihat dari aspek pariwisata atau investasi, slogan ini makin ga jelas. Kira-kira apa yang membuat orang asing tertarik datang ke Semarang dengan membaca slogan ini? Apa slogan ini menngambarkan iklim bisnis yang sehat

dan potensi bisnis kota Semarang?. Gak tahu lah, saya juga bukan orang asing dan bukan investor yang mau masuk Semarang...

-  [bimastyaji](#)

13 Februari 2011, 22:38

Saatnya Semarang Setara? SAATNYA??? Memang dari dulu Semarang tidak pernah setara? Lalu, SETARA??? Setara dengan apa ya maksudnya??? Saya rasa slogan ini terkesan ambigu dan tidak terfokus pada harapan dan pencapaian kota Semarang. Semarang memiliki banyak potensi yang seharusnya bisa dikaji dan digali lebih mendalam. Letak kota yang strategis sebenarnya memberikan peluang bagi kota ini untuk terus berkembang, dan tidak hanya 'SETARA' dengan kota-kota besar yang lain. Saya lebih setuju dan berharap ada tindak lanjut yang lebih dengan slogan 'Semarang Pesona Asia' karena slogan ini sangat mencitrakan kota Semarang tercinta.

-  [erick](#)

12 Februari 2011, 23:46

Jos Gandhos - Niat yang baik selalu harus kita dukung apalagi niat dari seorang pemimpin harus terwujudkan. Mari sebagai warga Semarang dengan slogan "Saatnya Semarang Setara" semarang akan menjadi setara/sama derajatnya dengan dengan kota-kota besar yang lain yang dulunya semarang yang kota yang identik dengan kota yang jelek, kotor, rakyatnya kurang sejahtera dan ..., kini kan berubah jadi semarang kota yang indah, bersih, nyaman untuk ditempati dan warganya sejahtera. Di samping itu slogan "Saatnya Semarang Setara" dapat diartikan tidak ada perbedaan antara miskin-kaya, tua-muda, islam-non islam semuanya sama, yaitu sama-sama warga Semarang yang ingin sejahtera hidupnya di dunia maupun akhirat ...

-  [ipehs](#)

11 Februari 2011, 22:54

Njelehi - dari zaman aku kuliah sampek punya buntut 3, slogan selalu berubah tapi kenyataane nggak pernah terwujud, bosen denger slogan slogan itu, awalnya pasti ada greget eh... giliran udah berjalan ya begitu dech, nggak pernah selesai nyampe finis alias berhenti di tengah jalan.

V. PEMAKNAAN “SEMARANG SETARA” DALAM PERSPEKTIF MULTIKULTURALISME

Bertolak dari penegasan Prof. Sudharto P Hadi bahwa kota pada hakikatnya merupakan ruang sosial, sehingga dapat dipahami bahwa manusia sebagai penghuni kota merupakan faktor yang penting. Pada kenyataannya, manusia membentuk entitas kota untuk memenuhi kebutuhannya akan ruang hidup yang manusiawi. Sebagaimana penegasan Prof. Eko Budihardjo bahwa kota mirip dengan jasad hidup yang mengalami perkembangan. Perkembangan Kota Semarang sesuai dengan teori Branch (1995), yakni perkembangan kota yang sangat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi internal (Aulia Ayu Riandini Bulkia dkk, tt.).

Kondisi geografis Semarang dengan Pelabuhan Tanjung Emas yang merupakan simpul jalur transportasi regional menjadikan Semarang merupakan kota yang strategis di jalur pantai utara Jawa sejak masa penjajahan kolonial hingga kini. Topografi Semarang yang juga merupakan dataran alluvial menjadikan Kota Semarang subur sehingga dapat berkembang dengan pesat dan adanya pergerakan massa untuk mencari penghidupan.

Perkembangan Kota Semarang juga melalui proses panjang hingga terbentuk saat ini. Perkembangan Kota Semarang kini dapat dilihat pada kawasan pusat kota, dimana terjadinya peningkatan perkembangan fisik spasial kota, pemanfaatan ruang kota maupun aktivitas-aktivitas kota seperti pada sektor perdagangan dan industri (Aulia Ayu Riandini Bulkia dkk, tt.).

Berdasarkan perkembangan kota Semarang berikut manusia penghuni kota, ditawarkan perspektif multikulturalisme dalam pemaknaan “Semarang Setara”. Kerangka acuan bagi perwujudan masyarakat Indonesia yang multicultural adalah multikulturalisme, yaitu sebuah ideology yang mengakui dan mengagungkan perbedaan dalam kesederajatan, baik secara individual maupun secara kebudayaan. Dalam model multikulturalisme ini, sebuah masyarakat (termasuk masyarakat bangsa Indonesia) dilihat mempunyai kebudayaan yang berlaku umum dalam masyarakat tersebut yang coraknya seperti sebuah mozaik. Di dalam mozaik tercakup semua kebudayaan dari masyarakat-masyarakat lebih

kecil yang membentuk terwujudnya masyarakat yang lebih besar, yang mempunyai kebudayaan seperti sebuah mozaik tersebut (Suparlan, 2002)

Menurut Parsudi Suparlan, model multikulturalisme ini sebenarnya telah digunakan sebagai acuan oleh para pendiri bangsa Indonesia dalam mendesain apa yang dinamakan sebagai kebudayaan bangsa, seperti turunkan dalam penjelasan Pasal 32 UUD 1945 yang berbunyi: “kebudayaan bangsa (Indonesia) adalah puncak-puncak kebudayaan di daerah”.

Multikulturalisme pada dasarnya adalah pandangan dunia yang kemudian dapat diterjemahkan dalam berbagai kebijakan kebudayaan yang menekankan tentang penerimaan terhadap realitas keagamaan, pluralitas, dan multikultural yang terdapat dalam kehidupan masyarakat. Multikulturalisme dapat juga dipahami sebagai pandangan dunia yang kemudian diwujudkan dalam kesadaran politik. Masyarakat multikultural adalah suatu masyarakat yang terdiri dari beberapa macam komunitas budaya dengan segala kelebihannya, dengan sedikit perbedaan konsepsi mengenai dunia, suatu sistem arti, nilai, bentuk organisasi sosial, sejarah, adat serta kebiasaan. Multikulturalisme mencakup suatu pemahaman, penghargaan serta penilaian atas budaya seseorang, serta suatu penghormatan dan keingintahuan tentang budaya etnis orang lain (<http://id.wikipedia.org/wiki/Multikulturalisme>).

Multikulturalisme secara historis bertentangan dengan *monokulturalisme* dan *asimilasi* yang telah menjadi [norma](#) dalam paradigma [negara-bangsa](#) (*nation-state*) sejak awal [abad ke-19](#). Monokulturalisme menghendaki adanya kesatuan budaya secara [normatif](#), istilah “monokultural” juga dapat digunakan untuk menggambarkan homogenitas yang belum terwujud (*pre-existing homogeneity*). Sementara itu, [asimilasi](#) adalah timbulnya keinginan untuk bersatu antara dua atau lebih kebudayaan yang berbeda dengan cara mengurangi perbedaan-perbedaan sehingga tercipta sebuah kebudayaan baru.

Multikulturalisme mulai dijadikan kebijakan resmi di negara [berbahasa-Inggris](#) (*English-speaking countries*), yang dimulai di [Kanada](#) pada tahun [1971](#). Kebijakan ini kemudian diadopsi oleh sebagian besar anggota [Uni Eropa](#), sebagai kebijakan resmi, dan sebagai konsensus sosial di antara [elit](#). Namun beberapa

tahun belakangan, sejumlah negara Eropa, terutama [Belanda](#) dan [Denmark](#), mulai mengubah kebijakan mereka ke arah kebijakan monokulturalisme. Pengubahan kebijakan tersebut juga mulai menjadi subyek debat di [Britania Raya](#) dan [Jerman](#), dan beberapa negara lainnya (Bissoondath, 2002).

Berbagai macam pengertian dan kecenderungan perkembangan konsep serta praktek multikulturalisme yang diungkapkan oleh para ahli, membuat seorang tokoh bernama Parekh (1997:183-185) membedakan lima macam multikulturalisme. *Pertama*, multikulturalisme isolasionis, mengacu pada masyarakat dimana berbagai kelompok kultural menjalankan hidup secara otonom dan terlibat dalam interaksi yang hanya minimal satu sama lain. *Kedua*, multikulturalisme akomodatif, yaitu masyarakat yang memiliki kultur dominan yang membuat penyesuaian dan akomodasi-akomodasi tertentu bagi kebutuhan kultur kaum minoritas. Masyarakat ini merumuskan dan menerapkan undang-undang, hukum, dan ketentuan-ketentuan yang sensitif secara kultural, dan memberikan kebebasan kepada kaum minoritas untuk mempertahankan dan mengembangkan kebudayaan mereka. Begitupun sebaliknya, kaum minoritas tidak menantang kultur dominan. Multikulturalisme ini diterapkan di beberapa negara Eropa.

Ketiga, multikulturalisme otonomis, masyarakat plural dimana kelompok-kelompok kultural utama berusaha mewujudkan kesetaraan (*equality*) dengan budaya dominan dan menginginkan kehidupan otonom dalam kerangka politik yang secara kolektif bisa diterima. Perhatian pokok-pokok kultural ini adalah untuk mempertahankan cara hidup mereka, yang memiliki hak yang sama dengan kelompok dominan; mereka menantang kelompok dominan dan berusaha menciptakan suatu masyarakat dimana semua kelompok bisa eksis sebagai mitra sejajar. *Keempat*, multikulturalisme kritis atau interaktif, yakni masyarakat plural dimana kelompok-kelompok kultural tidak terlalu terfokus (*concern*) dengan kehidupan kultural otonom; tetapi lebih membentuk penciptaan kolektif yang mencerminkan dan menegaskan perspektif-perspektif distingtif mereka. *Kelima*, multikulturalisme kosmopolitan, berusaha menghapus batas-batas kultural sama sekali untuk menciptakan sebuah masyarakat di mana setiap

individu tidak lagi terikat kepada budaya tertentu dan, sebaliknya, secara bebas terlibat dalam percobaan-percobaan interkultural dan sekaligus mengembangkan kehidupan kultural masing-masing (Mubarak, 2008).

Kalau kita cermati masyarakat Indonesia merupakan masyarakat dengan tingkat keanekaragaman yang sangat kompleks. Masyarakat dengan berbagai keanekaragaman tersebut dikenal dengan istilah masyarakat multikultural. Bila kita mengenal masyarakat sebagai sekelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama sehingga mereka mampu mengorganisasikan dirinya dan berfikir tentang dirinya sebagai satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu, maka konsep masyarakat tersebut jika digabungkan dengan multikultural memiliki makna yang sangat luas dan diperlukan pemahaman yang mendalam untuk dapat mengerti apa sebenarnya masyarakat multikultural itu.

Inti multikulturalisme adalah mengenai penerimaan dan penghargaan terhadap suatu kebudayaan, baik kebudayaan sendiri maupun kebudayaan orang lain. Setiap orang ditekankan untuk saling menghargai dan menghormati setiap kebudayaan yang ada di masyarakat. Apapun bentuk suatu kebudayaan harus dapat diterima oleh setiap orang tanpa membedakan antara satu kebudayaan dengan kebudayaan yang lain.

Pada gilirannya, multikulturalisme yang terbentuk di Indonesia merupakan akibat dari kondisi sosio-kultural maupun geografis yang begitu beragam dan luas. Menurut kondisi geografis, Indonesia memiliki banyak pulau dimana setiap pulau tersebut dihuni oleh sekelompok manusia yang membentuk suatu masyarakat. Dari masyarakat tersebut terbentuklah sebuah kebudayaan mengenai masyarakat itu sendiri. Sudah barang hal ini berimbas pada keberadaan kebudayaan yang sangat banyak dan beraneka ragam. Dalam konsep multikulturalisme, terdapat kaitan yang erat bagi pembentukan masyarakat yang berlandaskan "*Bhinneka Tunggal Ika*" serta mewujudkan suatu kebudayaan nasional yang menjadi pemersatu bagi bangsa Indonesia. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat berbagai hambatan yang menghalangi terbentuknya multikulturalisme di masyarakat.

Menurut hemat penulis, pemaknaan terhadap slogan kota “Semarang Setara” dapat didasarkan pada perspektif multikulturalisme dengan mengacu pada dua alternatif model multikulturalisme. Alternatif pertama, *multikulturalisme otonomis* yang ditandai dengan masyarakat plural dimana kelompok-kelompok kultural utama berusaha mewujudkan kesetaraan (*equality*) dengan budaya dominan dan menginginkan kehidupan otonom dalam kerangka politik yang secara kolektif bisa diterima sebagai mitra sejajar. Alternatif kedua, *multikulturalisme kritikal* atau *interaktif* sebagai penanda masyarakat plural dimana kelompok-kelompok kultural tidak terlalu terfokus (*concern*) dengan kehidupan kultural otonom; tetapi lebih membentuk penciptaan kolektif yang mencerminkan dan menegaskan perspektif-perspektif distingtif mereka.

Berdasarkan pemaparan tentang perspektif multikulturalisme terhadap slogan kota “Semarang Setara” ini dimungkinkan penciptaan kehidupan sosial para warga kota berlangsung secara humanis dan harmonis. Sudah barang tentu jalan menuju ke arah itu mensyaratkan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan. Berbagai respon terhadap peluncuran slogan kota ini perlu didengarkan untuk menciptakan hubungan dialogis yang didasari semangat kebersamaan untuk membangun.

VI. SIMPULAN

Usaha penciptaan slogan kota berkaitan dengan pencitraan tentang tujuan untuk menjadikan sebuah kota ideal. Seiring dengan perkembangan kota Semarang sekarang diluncurkan slogan kota “Semarang Setara”, menurut pemerintah kota dimaknai bahwa dalam jangka lima tahun akan berusaha untuk mensejajarkan diri dengan kota metropolitan lain di Indonesia. Selain itu, dikembangkan pula makna sebagai akronim dari SEmarang koTA sejahteRA. Berbagai respon datang dari para pemangku kepentingan, baik yang menyambut positif seperti kalangan akademisi yang mencitrakan Semarang agar menjadi kota Renaisans di satu pihak maupun kota yang membangun lingkungan hidup berbasis paradigma pembangunan berkelanjutan. Sementara respon bernada sinis mengungkapkan bahwa Semarang Setara dengan ketinggian air laut jadi biasa

banjir dan setara dengan carut-marut wajah kota lain. Sehubungan dengan pemaknaan slogan ini, penulis menawarkan perspektif multikulturalisme yang memungkinkan penciptaan kota sebagai ruang bagi warganya untuk hidup humanis dan harmonis.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia Ayu Riandini Bulkia, Junita Cahyawati, Nurul Farhanah H, Risha Aisyha dan Stevani Anggina. tanpa tahun. “Sejarah Perkembangan Struktur Ruang Kota Semarang, Jawa Tengah”, Makalah Geografi Perkotaan pada Departemen Geografi FMIPA UI.

Mubarak, Zakki, dkk. 2008. Buku Ajar II, Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Terintegrasi (MPKT): *Manusia, Akhlak, Budi Pekerti dan Masyarakat*, Depok: Penerbit FE UI.

Neil Bissoondath. 2002. *Selling Illusions: The Myth of Multiculturalism*. Toronto: Penguin. [ISBN 978-0-14-100676-5](#).

Suparlan, Parsudi. 2002. “Menuju Masyarakat Indonesia yang Multikultural” makalah pada Jurnal Antropologi Indonesia edisi Nomor 69.

The American Heritage® Dictionary of the English Language, Fourth Edition copyright ©2000 published by Houghton Mifflin Company.

<http://www.fox5vegas.com/story/15681817/downtown-las-vegas-hails-new-slogan> diunduh 25 September 2011.

<http://semarangkota.go.id/> diunduh 11 Juli 2011.

http://tentukan.com/polling/apa_pendapat_anda_tentang_slogan_saatnya_semarang_setara diunduh 24 September 2011.

<http://id-id.facebook/Prof.Eko> diunduh 27 Agustus 2011.

<http://m.suaramerdeka.com> diunduh 10 Agustus 2011.