

## PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA EDUKASI TERHADAP PISO SUHUL GADING KHAS SUKU BATAK SIMALUNGUN

Irenia Jastisia<sup>1</sup>, Annida Salsabila<sup>2</sup>, Siti Afifah<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain

<sup>1</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, <sup>2</sup>Universitas Negeri Medan

e-mail : ireniajastisia.dkv@gmail.com<sup>1</sup>, anidasalsabila500@gmail.com<sup>2</sup>,

afifahhasibuan312@gmail.com<sup>3</sup>

Paper received: 27-01-2022

revised: 19-04-2022

accepted: 22-04-2022

**Abstract:** Every region in Indonesia has a cultural heritage. Piso suhul gading is a legacy of traditional weapons typical of the lowly tribes that are historically but rarely known to the public. Piso suhul gading was used by the royal family but now used as a complement to the custom. Therefore, qualitative descriptive research is being done by conducting interviews and observations on ceremonies using the piso suhul gading. This research aims to analyze the piso suhul gading and create media education through an Instagram aimed at introducing piso suhul gading as one of Indonesia's cultural heritage.

**Keywords:** Social media, Piso suhul gading, Education

**Abstrak:** Setiap daerah di Indonesia memiliki warisan budaya. Piso suhul gading merupakan warisan berupa senjata tradisional khas suku batak simalungun yang bersejarah, namun jarang diketahui oleh masyarakat. Piso suhul gading konon digunakan oleh keluarga kerajaan namun kini digunakan sebagai pelengkap dalam upacara adat. Oleh sebab itu dilakukan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan pengamatan pada upacara yang menggunakan piso suhul gading. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa piso suhul gading serta membuat media edukasi melalui instagram yang bertujuan untuk memperkenalkan piso suhul gading sebagai salah satu warisan budaya Indonesia.

**Kata kunci:** Media sosial, Piso suhul gading, Edukasi

### 1. Pendahuluan

Masa Manusia dan kebudayaan memiliki kaitan yang erat. Kebudayaan tercipta akibat adanya interaksi antar manusia sehingga menciptakan sebuah identitas baru. Kebudayaan tersebut kemudian diaplikasikan dalam kehidupan manusia hingga akhirnya menjadi pedoman bermasyarakat. Mahdayeni, Muhammad dan Ahmad (2010) berpendapat bahwa kebudayaan akan terus hidup manakala ada manusia sebagai pendukungnya dan kebudayaan mempunyai kegunaan yang sangat besar bagi manusia di dalam kehidupannya.

Di zaman dahulu kehidupan berkebudayaan sangat kental, namun berbeda dengan sekarang dimana akibat adanya internet kebudayaan tradisional mulai digeser oleh kebudayaan luar sehingga pengetahuan terhadap kebudayaan Indonesia semakin menghilang. Masyarakat lebih menggemari kebudayaan asing bahkan bangga dan meninggalkan kebudayaan tradisional yang dianggap kuno.

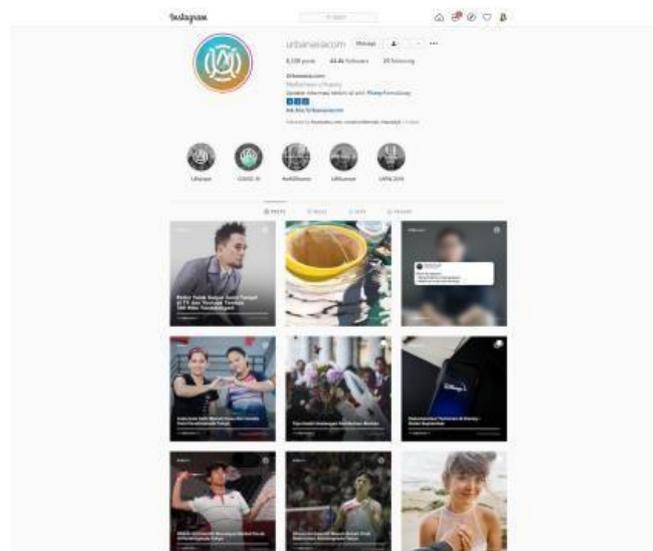
Setiap daerah memiliki peninggalan kebudayaannya masing-masing, salah satunya senjata tradisional. Piso suhul gading merupakan salah satu senjata tradisional yang berasal dari Pulau Sumatera khususnya suku Batak Simalungun.



**Gambar 1. Piso suhul gading**  
[sumber: koleksi pribadi bapak Rasulin]

Piso suhul gading merupakan senjata tradisional yang konon digunakan oleh keluarga kerajaan suku Batak Simalungun. Piso ini berfungsi untuk melindungi raja dan keluarganya dari ancaman. Selain itu, piso ini memiliki makna mendalam seperti kesiapan, keberanian, dan kesatria dari seorang Simalungun dalam mempertahankan kebenaran (Warisman dan Ramlan, 2020). Piso ini hanya digunakan dalam situasi yang mendesak. Namun pada masa kini, piso suhul dapat digunakan sebagai asesoris dalam upacara adat.

Kebudayaan modern yang mendominasi membuat piso suhul hanya dikenal sebagai pelengkap dalam berbusana. Pengetahuan terhadap makna piso suhul gading masih sangat minim. Bahkan kita akan kesulitan untuk mencari informasi mendalam mengenai piso suhul gading baik di media cetak maupun media digital.



**Gambar 2. Konten di media sosial Instagram**  
[sumber: data pribadi]

Media digital kini memegang peranan penting dalam berbagai kegiatan seperti edukasi. Zaenal (dikutip oleh Muhammad, Erik dan Bayyinah, 2020) menyatakan bahwa Instagram merupakan media

yang dapat digunakan sebagai tempat publikasi. Pengguna dapat menggunakan Instagram sebagai sarana membuat *microblogging*. *Microblog* adalah aktivitas menulis blog yang lebih pendek dan sederhana sehingga hanya menampilkan poin penting saja.

Salah satu media penyampaian konten adalah media sosial seperti Instagram. Salah satu yang dapat dilakukan pada Instagram adalah *microblogging*. *Microblog* adalah kegiatan penulisan *blog* namun dituangkan dalam versi yang sederhana dan menampilkan pesan yang penting. Tren *microblog* ini semakin berkembang dan dimanfaatkan sejumlah pengguna untuk menggaet perhatian dari pengguna lainnya.

Dilain sisi, peneliti melihat bahwa *microblog* hanya berfokus pada pengetahuan modern saja. Minimnya konten seputar peninggalan tradisional menjadi hal yang menarik untuk dibahas sehingga penelitian ini menggunakan Instagram sebagai media edukasi terhadap warisan budaya utamanya piso suhul gading sehingga semakin dikenal oleh masyarakat.

## 2. Metode

Penulisan Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui kajian pustaka dan wawancara terhadap seniman piso suhul yang bertujuan untuk mendapat pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai piso suhul gading sehingga peneliti dapat menyampaikan informasi yang tepat melalui produk digitalisasi. Sugiono (dikutip oleh Ditha Prasanti, 2018) menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan secara kualitatif dapat lebih menekankan makna daripada generalisasi dikarenakan analisis data bersifat induktif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggabungkan beberapa data.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.6. Media Sosial

Secara Hampir semua masyarakat Indonesia menggunakan internet dan telah memiliki media sosial. Media sosial adalah media yang dapat digunakan sebagai sarana pergaulan sosial secara daring (Muhammad Naufal Ishmat Aziiz, 2020). Awalnya media sosial hanya digunakan untuk kebutuhan internal. Namun seiring perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat modern, media sosial kini beralih fungsi sebagai sarana hiburan, pameran, penyebaran informasi, hingga pemasaran (Kolang, Kadek, 2019). Dian Prajarini (2020:3) membagi media sosial sesuai kategori, yaitu:

- a. *Social networking*  
Media sosial ini berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi secara santai atau bahkan membentuk sebuah jaringan. Media sosial yang populer adalah Facebook.
- b. *Microblog*  
Hampir sama dengan blog, namun *microblog* memiliki keterbatasan dalam jumlah teks yang dapat dibagikan. Media sosial yang populer adalah Twitter dan Tumblr, namun kini *microblog* juga dapat ditemui di Instagram.
- c. Berbagi video  
Pengguna dapat menggunakan sosial media sebagai media untuk mengunggah video atau melakukan *live streaming*. Youtube, Vimeo, Dailymotion merupakan media sosial yang populer untuk berbagi video. Namun kini juga telah dikenal Tiktok dan Instagram sebagai media yang dapat digunakan untuk berbagi video.
- d. Berbagi jaringan profesional  
Platform ini digunakan untuk kepentingan profesional seperti menemukan pekerjaan, magang, atau keterampilan lainnya yang berhubungan dengan karir. Platform yang terkenal adalah LinkedIn.
- e. Berbagi foto  
Platform ini dapat digunakan untuk mengunggah foto. Selain itu, pengguna juga dapat menangkap foto serta melakukan penyuntingan secara langsung dengan berbagai fitur yang disediakan seperti efek atau filter.

f. *Cooking*

Platform ini dapat digunakan untuk mencari atau mengunggah resep masakan. Cookpad dan Yummy merupakan platform yang sesuai dengan jenis ini.

Jefferly Helianthusonfri (2019) menyatakan bahwa ada beberapa alasan menggunakan sosial media, yaitu:

- a. Praktis, pengguna dapat mengakses sosial media melalui laptop/handphone.
- b. Murah, karena pengguna dapat mengunggah konten atau melakukan promosi dengan modal yang minim.

Jumlah pengguna yang besar sehingga konten yang disajikan dapat dinikmati oleh banyak pengguna.

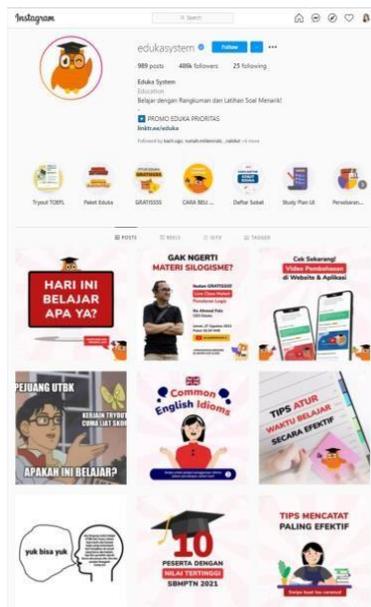
### 3.7. Instagram

Instagram merupakan platform yang digunakan untuk berbagi serta mengunggah foto maupun video. Pada menu *home* terdapat fitur *feed* yang berfungsi untuk mengunggah atau melihat foto maupun video yang telah diunggah oleh orang lain. Pengguna dapat melakukan *like*, *comment* atau *share* pada postingan yang mereka minati. Fitur *like* dapat dilakukan apabila pengguna menyukai konten tersebut. Pengguna juga dapat mengomentari sebuah postingan dengan fitur *comment* dan membagikannya pada temannya melalui fitur *share*. Pada fitur ini juga telah disediakan fitur untuk melakukan penyuntingan terhadap konten yang ingin diunggah, seperti filter atau efek lainnya.

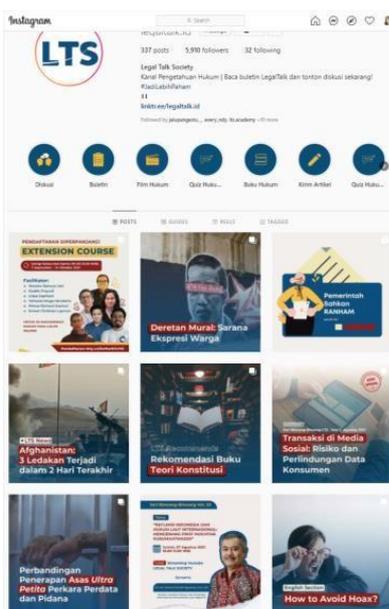
Instagram juga memiliki fitur lain seperti *story*. Hampir sama dengan *feeds*, pengguna juga dapat melihat unggahan orang atau mengunggah sesuatu yang menarik. *Feeds* juga memiliki fitur yang memungkinkan kita melakukan pembidikan serta penyuntingan dengan berbagai fitur seperti filter atau efek lainnya. Kelemahan dari fitur ini adalah konten yang hanya dapat bertahan maksimal 24 jam setelah pengunggahan. Namun pengguna dapat membuat konten ini bertahan lebih lama dengan menggunakan fitur *highlight*. Pengguna dapat mengelompokkan *story* sesuai dengan keinginan. Fitur ini juga baik digunakan pada akun penjualan karena memudahkan pelanggan untuk mencari informasi penting.

Fitur lain yang tak kalah menarik adalah *Direct Message (DM)* yang dapat digunakan sebagai media pengiriman pesan. Pada fitur ini pelanggan juga dapat mengunggah foto, video, atau konten yang mereka sukai. Sama halnya dengan sosial media lainnya, *direct message* juga dapat menampilkan informasi mengenai status pesan kita seperti diterima, dibaca, atau belum terbaca.

Menurut Komang dan Kadek (2019:114) Instagram menyajikan visual dengan sistem *single post* atau *multiple post*. *Single post* menampilkan sebuah informasi yang singkat dan padat. Konten dengan tipe *single post* dapat membuat audiens penasaran dengan lanjutan dari seri selanjutnya. *Multiple post* menciptakan pesan berantai yang saling tersambung antara satu konten dengan konten berikutnya. Konten dengan tipe *multiple post* sangat cocok untuk konten berupa informasi pengalaman, pengetahuan maupun tips. Dengan adanya *multiple post*, informasi dapat ditulis lebih lengkap. Namun sayangnya, Instagram hanya menyediakan maksimal sepuluh konten dalam sekali pengunduhan.



Gambar 2. Contoh *single post*  
[sumber: dokumen pribadi]



Gambar 3. Contoh *multiple post*  
[sumber: dokumen pribadi]

### 3.8. Hubungan Media Sosial dengan Budaya

Berdasarkan Media sosial merupakan sebuah media yang dapat memberikan informasi mengenai apapun kepada siapapun, seperti edukasi, hiburan, atau lainnya. Kebebasan mengakses media ini kemudian membawa berbagai dampak, salah satunya masuknya budaya asing. Tak sedikit pula pengguna yang terpengaruh dan bahkan mengagungkan budaya asing tersebut hingga melupakan kebudayaannya sendiri. Hal ini mengakibatkan punahnya kebudayaan Indonesia. Jumlah informasi kebudayaan asing yang semakin banyak membuat informasi kebudayaan Indonesia kalah saing. Bahkan kini sangat sedikit yang membahas kebudayaan tradisional sehingga pada akhirnya pemuda Indonesia tidak mengenali warisan yang mereka miliki.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan edukasi terhadap kebudayaan, utamanya piso suhul gading sebagai warisan kebudayaan khas suku batak simalungun melalui sosial media Instagram. Instagram digunakan karena kemudahan mengakses, mengunggah, modal yang sedikit serta dapat tersebar dengan cepat dan luas. Instagram juga dipilih karena merupakan media yang populer dikalangan pemuda sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan ini para pemuda lebih mengenali serta memahami mengenai warisan budaya serta melestarikan dan meneruskannya kepada generasi selanjutnya.

### 3.9. Wawancara

Wawancara dilakukan pada Selasa, 24 Agustus 2021 kepada bapak Rasullyn selaku seniman piso suhul gading melalui *video call Whatsapp*. Berikut penuturan hasil wawancaranya:

*Saya membuat piso suhul gading ini selama lima tahun terakhir. Piso suhul gading memiliki gagang yang berasal dari gading jadi namanya piso suhul gading. Piso bergagang gading. Tapi sekarang karena gading langka, jadi diganti tulang kerbau. Tapi bisa aja dari gading, tergantung pesanan. Dulu dipake sama raja, tapi sekarang ya bisa dipake masyarakat umum. Tapi biasanya untuk acara adat aja, kayak pernikahan atau bisa juga dibuat koleksi.*

*Keunikan lain piso ini ada di doramanya. Dorama ini seperti pengenalan derajat pemiliknya. Dorama itu yang bulet-bulet disini, nah itu ada maknanya dan biasanya jumlahnya ganjil. Kalau satu, berarti masyarakat umum dia, kalau tiga juga masyarakat umum, kalau lima itu partuanon seperti tokoh adat, kalau tujuh itu raja. Tapi sekarang seringnya lima doraman lah. Doraman ini dibuat dari alumunium baja atau perak. Kalau sarung pisonya dari kayu yang direkatkan dengan gulungan kuningan atau tembaga, tergantung pesanan. Besarnya juga nggak sama. Tapi ya sekitar satu jengkal dua jari lah. Lebarnya juga macam-macam, kurang lebih dua sentimeter lah. Orang jaman dulu mana kenal penggaris? Ini juga ada bagian namanya assing. Assing ini hanya hiasan saja, ga wajib. Kadang ada yang request ditambahkan assing, kita buat kanlah sebagai pemanis.*

*Nah biasanya yang pesan kalo nggak orang yang biasanya menyewakan ya kolektor. Kan biasanya disewakan bareng baju adat. Nah, cara pakainya gini, ditaro dia didepan. Kalau duduk ya tetap nyaman. Kenapa di depan? Dulu kan dipake raja, nah ini lambang kegagahan. Seperti kata orang tuh kalau ada masalah, selesaikan didepan. Jangan ada lagi masalah lain dibelakang. Langsung selesaikan, begitu. Apa adanya lah.*

*Piso suhul gading biasanya dibuat sekitar dua minggu. Bisa lebih cepat dari itu, tapi nggak detail hasilnya.*



**Gambar 2. Contoh pakaian adat suku batak simalungun**  
[sumber: id.pinterest.com]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, informan sebagai seniman piso suhul gading menyatakan bahwa piso tersebut kini ahnya digunakan sebagai pelengkap berbusana dalam acara adat. Piso ini diletakkan didepan pinggang sebagai bentuk kegagahan dari seorang raja simalungun. Namun pemahaman terhadap piso suhul gading masih minim sehingga peneliti melihat adanya sebuah potensi untuk melakukan kegiatan edukasi sehingga masyarakat lebih memahami mengenai hasil kebudayaan ini sama pentingnya dengan hasil kebudayaan lainnya.

### 3.10. Hasil

Piso suhul gading merupakan sebuah senjata tradisional khas suku batak simalungun. Pada zaman dahulu pisau ini digunakan oleh keluarga kerajaan sebagai senjata untuk melindungi diri dan sebagai simbol keagungan dan kebesaran raja. Di era modern seperti sekarang, piso suhul gading dapat digunakan dalam berbagai kegiatan upacara adat seperti pernikahan atau upacara lainnya.



**Gambar 2. Contoh piso suhul gading**  
[sumber: koleksi pribadi bapak Sully]

Keunikan piso suhul gading terletak pada sarungnya yang memiliki *dorama* sebagai tanda pengenalan derajat pemiliknya dan ukurannya yang beragam dikarenakan dalam proses pembuatannya dilakukan tanpa ukuran yang baku. Keunikan lain dari piso suhul gading modern yaitu terletak pada *sassing*, yaitu hiasan kecil pada piso.



**Gambar 2. Pencarian Piso Suhul Gading melalui Instagram  
[sumber: data pribadi]**

Penggunaan instagram sebagai media edukasi hanya memuat pengetahuan modern. Pengenalan kebudayaan utamanya piso suhul gading masih belum dapat ditemukan. Padahal, Instagram merupakan media yang mudah digunakan dan dapat menjangkau banyak audiens. Sebuah laporan berjudul *Digital 2021: The Latest Insight Into The State of Digital* itu menyebutkan bahwa dari 274,9 juta penduduk Indonesia, 170 juta diantaranya merupakan pengguna media sosial. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada sekitar 61,8 persen penduduk Indonesia menggunakan media sosial (Conney Stephanie, 2021).

Penulis melihat fenomena ini sebagai sebuah peluang untuk menggunakan media sosial Instagram untuk memperkenalkan kebudayaan utamanya piso suhul gading sehingga diharapkan kedepannya masyarakat tidak hanya menggunakan namun memiliki pemahaman mendalam terhadap makna dan penggunaannya sehingga kemudian dapat menjadi pengetahuan yang dapat diwariskan kepada generasi selanjutnya.

#### 4. Simpulan

Pada Kebudayaan memiliki kaitan yang erat dengan kehidupan manusia. Dalam praktiknya, kehidupan manusia modern masih menggunakan kebudayaan dalam berbagai upacara adat seperti kematian, pernikahan dan lainnya sehingga produk kebudayaan masih digunakan hingga kini. Namun masyarakat modern hanya menggunakannya sebagai pelengkap upacara adat tanpa mengetahui makna mendalam dibalikinya. Adapun metode yang digunakan yaitu berupa pengenalan melalui Instagram yang mana merupakan media yang sering digunakan oleh masyarakat modern utamanya pemuda. Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengenal kebudayaan lebih dalam lagi sehingga meningkatkan minat untuk memelihara dan melestarikan kebudayaan sebagai warisan untuk generasi selanjutnya.

#### Daftar Rujukan

- Aziiz, Muhammad. 2020. Media dan Perkembangan Budaya. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group).
- Hasby, A.M, Erik Armayuda dan Bayyinah Nurul Haq. 2020. Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda. Jurnal IKRA-ITH Humaniora, volume 4 (halaman 197).
- Helianthusonfri, Jefferly. 2019. Belajar Social Media Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Mahdayeni, Muhammad Roihan Alhaddad, Ahmad Syukuri Saleh. 2019. Manusia dan Kebudayaan (Manusia dan Sejarah Kebudayaan, Manusia dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan. TADBIR:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, volume 7 (halaman 155)
- Prajarini, Dian. 2020. Media Sosial Periklanan Instagram. Sleman: Deepublish
- Putra, I Komang Angga Maha, Kadek Angga Dwi Astina. 2019. Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. JURNAL NAWALA VISUAL, volume 1 (halaman 114).
- Sinaga, Rasulin. 2021. “Sejarah dan Pembuatan Piso Suhul Gading”. Hasil Wawancara Pribadi: 24 Agustus 2021, Medan.
- Sinaga, Warisman, Ramlan Damanik. 2020. Symbols, Functions and the Meaning of Wedding Clothes in Implanting Simalungun Cultural Values. International Journal of Research and Review, volume 7 (halaman 235).
- Prasanti, Ditha. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan. Jurnal LONTAR, volume 6 (halaman 16).
- Stephanie, C. (2021). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial. Diakses pada 5 September 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkaplebih-dari-separuh-pendudukindonesia-melek-media-sosial>