

# **Eksistensi Komunikasi sebagai Representasi Budaya (Studi Kasus pada Perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang Tahun 2024)**

**Dea Varanida**

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia  
dea.varanida@fisip.untan.ac.id

---

## **ABSTRAK**

Keberagaman suku bangsa atau etnis ini di satu sisi membawa pengaruh positif untuk kekayaan kebudayaan, seni, serta dinamika sosial kehidupan masyarakat Indonesia. Perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang mempunyai daya tarik sendiri pada konteks komunikasi lintas budaya. Singkawang berhasil mempertahankan kota toleran selama dua tahun berturut-turut. Maka dari itu, peneliti ingin menganalisis eksistensi komunikasi dalam mempengaruhi representasi budaya pada perayaan Cap Go Meh di kota Singkawang. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada perayaan Cap Go Meh tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan agenda perayaan tahun 2024 yang bertepatan dengan pemilihan presiden. Namun, representasi budaya yang ada di Kota Singkawang berhasil membentuk pemaknaan yang baik kepada masyarakat maupun wisatawan. Kota Singkawang dengan berbagai latar belakang budaya yang beragam berhasil mendapatkan apresiasi dari Menparekraf Sandiaga Uno dalam perayaan Cap Go Meh tahun 2024. Perayaan Cap Go Meh kota Singkawang juga berhasil meraih peringkat 10 besar dalam Karisma Event Nusantara (KEN) tahun 2024. Peran komunikasi dalam merepresentasikan budaya Cap Go Meh terlihat dari masing-masing unsur komunikasi dari komunikator, yaitu Pemerintah Daerah, Masyarakat, hingga wisatawan. Maka dari itu Representasi budaya sangat penting dalam sebuah masyarakat karena dengan adanya representasi budaya maka akan membentuk citra yang unik dari setiap kebudayaan dan komunikasi juga berhubungan erat dalam merepresentasikan budaya karena komunikasi menjadi medium dalam menyampaikan nilai dan identitas budaya.

**Kata Kunci** : Komunikasi, Representasi Budaya, *Cap Go Meh*, Singkawang

---

## **PENDAHULUAN**

Bentuk perbedaan yang harus dihadapi oleh setiap individu manusia dalam realitas sosialnya sangatlah beragam. Ketika berinteraksi dengan individu lain maka setiap individu bisa jadi akan menjumpai perbedaan pola perilaku, cara pandang, standar hidup, hingga yang paling kompleks dan sistemis adalah perbedaan budaya. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan yaitu terdiri dari berbagai macam etnis, ras, budaya yang tersebar di berbagai pulau di seluruh nusantara.

Terkadang sulit untuk memahami komunikasi bila kita selalu memandang hal selain kita selalu salah. Dengan hal ini kebutuhan untuk mempelajari komunikasi sangat penting karena Indonesia adalah negara yang masyarakatnya multikulturalisme. Keberagaman suku bangsa atau etnis ini di satu sisi membawa pengaruh positif untuk kekayaan kebudayaan, seni, serta dinamika sosial kehidupan masyarakat Indonesia.

Komunikasi antar budaya merupakan suatu proses interaksi yang melibatkan individu-individu atau kelompok-kelompok yang memiliki persepsi dan cara bertingkah laku yang berbeda sedemikian rupa, sehingga akan sangat mempengaruhi cara berlangsungnya dan hasil dari komunikasi tersebut. Perbedaan kebudayaan dan gaya-gaya komunikasi sangat berpotensi untuk menimbulkan masalah-masalah dalam berkomunikasi antarbudaya.

Mengangkat kota toleransi yang diraih oleh kota Singkawang, dengan melansir dari Badan Pusat Statistik Kota Singkawang tahun 2021 dengan jumlah etnis Tionghoa sebesar 40,34 %, etnis Melayu sebesar 36.72%, etnis Dayak sebesar 7.26%, dan lainnya sebesar 15.64%. Maka dari itu bisa dibilang Etnis Tionghoa cukup mendominasi dari jumlah penduduknya. Etnis Tionghoa adalah salah satu contoh keberagaman etnis yang ada di Indonesia. Etnis Tionghoa merupakan masyarakat yang dikenal dengan suka merantau. Kebiasaan merantau ini disebabkan oleh latar belakang kehidupan ekonomi sulit di negeri leluhurnya. Orang Tionghoa paling banyak berhijrah Asia Tenggara dan di Indonesia merupakan persinggahan mereka.

Etnis Tionghoa di Indonesia telah diakui seiring dengan peran pentingnya dalam bidang ekonomi. Dalam perkembangannya peran ini tidak terbatas pada bidang ekonomi saja, tetapi meluas ke bidang budaya, sosial, politik, perdagangan, jasa, hingga pariwisata. Keberagaman budaya sehingga menciptakan akulturasi, membuat kota Singkawang semakin menjadi banyak mencuri perhatian untuk perayaan Cap Go Meh yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali setelah 15 hari Hari Imlek.

Namun, tahun 2024 ada yang berbeda karena bertepatan dengan dekatnya pelaksanaan pemilu Presiden di tanggal 14 Februari 2024. Hal ini menyebabkan perayaan Cap Go Meh dilaksanakan dengan sederhana. Melansir dari berita dari Hi Pontianak mengungkapkan "Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kalbar, Windy Prihastari mengatakan "Arahan dari Kemenparekraf, Event Cap Go Meh Tetap Ada di Singkawang," katanya, Jumat 15 Desember 2023. Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kalimantan Barat, Windy Prihastari, mengatakan, event perayaan Cap Go Meh di Singkawang tetap akan ada, sesuai arahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Pelaksanaan perayaan yang tidak digelar seperti tahun-tahun sebelumnya, namun kota Singkawang tetap konsistensi untuk menggelar kegiatan yang tiap tahunnya dapat mendatangkan ribuan wisatawan. Namun, ketika disikapi dari berbagai sektor yaitu pariwisata, perdagangan dan jasa terdapat hal-hal yang belum maksimal seperti tahun-tahun sebelumnya. Jelas hal ini berdampak signifikan untuk sektor-sektor tersebut, maka dari itu peneliti tertarik dilihat dari konteks studi kasus Perayaan Cap Go Meh pada sektor Pariwisata, Perdagangan dan Jasa. Tahun 2024 juga terdapat kasus di salah satu daerah yang dekat dengan Singkawang yaitu daerah Pemangkat. Kasus ini sampai viral karena video yang tersebar menjelang Perayaan Cap Go Meh kota Singkawang.

Pada konteks komunikasi, understanding komunikasi yaitu berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing orang menyebutnya *the communication is in tune*, yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama mengerti apa pesan yang disampaikan. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.

Terdapat berbagai sektor yang mempengaruhi perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang. Hal ini tak luput dari perkembangan yang terjadi dalam teknologi komunikasi dan informasi tidak bisa serta merta dilepaskan dari dimensi budaya yang ada

dalam suatu negara. Adanya kemajuan cara komunikasi semacam ini menimbulkan masifnya pertukaran lintas budaya antar etnis di Kota Singkawang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena analisis data dipaparkan secara verbal, untuk mendapatkan informasi secara menyeluruh. Komponen dalam metode penelitian kualitatif meliputi antara lain; alasan menggunakan metode kualitatif, tempat atau lokasi penelitian, instrumen penelitian, informan dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data rencana pengujian keabsahan data (Sugiyono, 2010, hlm. 145).

Sugiyono (2013:1) mendefinisikan “metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi”.

Studi Kasus menjadi pilihan peneliti dalam metode penelitian Eksistensi Komunikasi Sebagai Representasi Budaya. Louis Smith, Stake menjelaskan kasus (case) yang dimaksudkan sebagai a “bounded system”, sebuah sistem yang tidak berdiri sendiri. Sebab, hakikatnya karena sulit memahami sebuah kasus tanpa memperhatikan kasus yang lain. Ada bagian-bagian lain yang bekerja untuk sistem tersebut secara integratif dan terpola. Karena tidak berdiri sendiri, maka sebuah kasus hanya bisa dipahami ketika peneliti juga memahami kasus lain. Jika ada beberapa kasus di suatu lembaga atau organisasi, peneliti Studi Kasus sebaiknya memilih satu kasus terpilih saja atas dasar prioritas. Tetapi jika ada lebih dari satu kasus yang sama-sama menariknya sehingga penelitiannya menjadi Studi Multi-Kasus, maka peneliti harus menguasai kesemuanya dengan baik untuk selanjutnya membandingkannya satu dengan yang lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Representasi Budaya Melalui Komunikasi**

Menurut Hall (2005:18-20), representasi adalah kemampuan untuk menggambarkan atau membayangkan. Artinya suatu budaya merupakan sebuah simbol yang memiliki makna dan bahasa, sehingga budaya menjadi sebuah simbol dalam representasi. Representasi menurut Chris Barker (cultural studies: theory and practice) adalah konstruksi sosial yang mengharuskan kita mengeksplorasi pembentukan makna tekstual dan menghendaki penyelidikan tentang cara dihasilkannya makna pada beragam konteks. Representasi memiliki arti yang lebih luas dari sekedar menampilkan sesuatu. Representasi tidak berkuat kepada objek yang ditampilkan saja, melainkan representasi menampilkan sekaligus memberikan gambaran makna dari suatu objek. Dalam representasi budaya, budaya menjadi objek yang ditampilkan dan dimaknai oleh manusia. Representasi merujuk kepada cara manusia memaknai budaya yang ada di suatu daerah.

Representasi budaya tidak akan terjadi tanpa adanya komunikasi. Komunikasi menjadi sarana bagi seseorang untuk memaknai sebuah budaya tertentu. Komunikasi merupakan proses penyampaian, proses pertukaran informasi, menyampaikan pesan dan menampilkan sebuah gagasan. Representasi budaya melalui komunikasi adalah bagaimana komunikasi mampu menyampaikan, tukar-menukar informasi budaya, menampilkan dan membentuk makna dari suatu budaya.

Tanpa komunikasi, suatu budaya tidak dapat sampai kepada masyarakat luas. Melalui komunikasi setiap individu bisa saling bertukar informasi terkait budaya

masing-masing. Dari situlah representasi budaya dapat terwujud. Dalam riset ini, salah satu kota yang ada di provinsi Kalimantan Barat yaitu Kota Singkawang merepresentasikan budaya yang sudah dimaknai oleh banyak masyarakat. Kota Singkawang sering disebut sebagai kota Tidayu. Tidayu sendiri merupakan singkatan dari Tionghoa, Dayak, dan Melayu. Representasi budaya yang ada di kota Singkawang berhasil dimaknai memiliki kerukunan antar keberagaman yang sangat tinggi. Semua orang mengetahui bahwa toleransi yang ada di kota singkawang tidak perlu diragukan lagi. Tingginya toleransi tersebut dapat dilihat dari tempat ibadah umat Beragama yang dibangun berdampingan. Yaitu Masjid Raya dan Vihara Tri Dharma Bumi Raya. Kedua tempat ibadah tersebut dibangun berseberangan. Bukti tingginya toleransi yang ada di kota Singkawang bukan hanya itu saja, melainkan masih banyak ragam kebudayaan yang dapat direpresentasikan melalui komunikasi.

Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang bagaimana peran komunikasi dapat mempengaruhi representasi dari sebuah budaya yang ada di Provinsi Kalimantan Barat tepatnya di kota Singkawang. Kota Singkawang menjadi sebuah kota yang dihuni oleh etnis Tionghoa terbesar di Indonesia. Singkawang berasal dari kata San Kew Jong, yang memiliki arti kota di kaki gunung, tapi dekat dengan muara laut. Walaupun Kota Singkawang banyak dihuni oleh etnis Tionghoa tapi sebenarnya ada etnis lain yang menjadi sorotan di kota Singkawang yaitu etnis Dayak dan juga Melayu. Singkawang merupakan destinasi wisata yang namanya sering dijuluki sebagai kota Amoy, Kota Tidayu (singkatan dari Tionghoa, dayak dan Melayu), dan Kota seribu kelenteng serta Hong Kong Van Borneo.

Salah satu destinasi wisata yang dikenal oleh para wisatawan adalah Festival/Perayaan Cap Go Meh. Perayaan Cap Go Meh merupakan perayaan yang dirayakan setiap tahun tepatnya pada hari ke-15 setelah Imlek. Tahun ini, perayaan Cap Go Meh dirayakan pada tanggal 24/04/24 dengan konsep perayaan yang berbeda dari tahun-tahun sebelumnya. Jika di tahun-tahun sebelumnya perayaan Cap Go Meh dirayakan dengan meriah dan dihadiri oleh wisatawan-wisatawan lokal maupun mancanegara, tahun ini Cap Go Meh dirayakan dalam konsep mini event. Hal tersebut dikarenakan perayaan Cap Go Meh tahun ini bertepatan dengan pemilu 2024.

Ada beberapa event yang tidak diberlangsungkan dalam perayaan Cap Go Meh tahun ini ada tiga agenda yaitu parade tatung, pawai lampion dan pameran UMKM/panggung hiburan. Hal ini diungkapkan oleh PJ Wali Kota Singkawang, Sumastro usai memimpin rapat Lintas Sektoral Imlek dan Cap Go Meh. Sumastro juga mengungkapkan alasan tiga agenda tersebut tidak dapat digelar yaitu karena keamanan Cap Go Meh harus berjalan selaras dan harmonis dengan pemilu 2024. Walaupun Cap Go Meh tahun ini diadakan secara sederhana, tetapi kemeriahannya tetap bisa dirasakan. Adapun beberapa simbol budaya yang identik dengan perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang diantaranya :

1) Festival lampion.

Seperti biasa, lampion memiliki warna khas yaitu merah. Warna merah pada lampion diyakini sebagai pembawa keberuntungan. Festival lampion direpresentasikan sebagai simbol harapan. Festival lampion juga dimaknai sebagai festival melepaskan yang lalu dan menapaki jejak langkah baru di tahun baru.

2) Pawai Tatung

Perayaan Cap Go Meh selalu identik dengan pawai tatungnya. Pawai tatung di sini bukan hanya semata-mata untuk menghibur, tetapi pawai tatung mempunyai representasi budaya yang cukup dalam. Pawai tatung dipercaya dapat mengusir kemalangan sepanjang sisa tahun dan menolak roh jahat.

3) Acara lelang

Acara lelang merupakan salah satu agenda dalam perayaan Cap Go Meh yang tak kalah meriah. Agenda ini menggelar acara untuk melelang berbagai barang yang telah diberkati oleh para dewa. Acara lelang juga memiliki nilai seperti keberkahan, keberuntungan, keperkasaan, nilai sejarah dan dianggap sebagai pembawa keberuntungan bagi pemiliknya.

4) Bazar kuliner

Kuliner sudah menjadi hal utama yang senantiasa tidak pernah absen dalam suatu acara atau festival perayaan budaya. Bazar kuliner yang ada pada perayaan cap go meh menghadirkan berbagai macam kuliner khas yang ada di kota Singkawang. Adapun jenis-jenis kuliner yang dapat dirasakan yaitu bubur gunting, kembang tahu, kwetiau, bakmi, rujak dan masih banyak lagi.

5) Tarian tidayu

Tarian tidayu sering ditampilkan pada perayaan Cap Go Meh yang ada di kota Singkawang. Tarian tidayu melambangkan persatuan tiga suku utama yaitu Tionghoa, Dayak, Melayu yang saling hidup rukun berdampingan dan dikreasikan melalui tarian daerah.

6) Pawai budaya

Pawai budaya termasuk ke dalam 5 jenis agenda yang ada pada perayaan cap go meh, yaitu pawai tatung, kuliner, tarian tidayu, festival lampion dan acara lelang. Perayaan cap go meh merupakan tradisi khas dari etnis Tionghoa sehingga di dalam perayaan tersebut sudah pasti menjadi pawai budaya yang indah.

Perayaan Cap Go Meh di Singkawang menjadi perayaan etnis Tionghoa yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Ketertarikan wisatawan yang berkunjung ke Kota Singkawang mendatangkan keuntungan bagi sektor pariwisata Pemerintah Kota Singkawang. Ketertarikan wisatawan dalam menjadikan Kota Singkawang sebagai destinasi budaya tidak akan terjadi jika pemerintah tidak memiliki cara yang efektif untuk mempromosikan budaya Kota Singkawang. Namun, nyatanya Kota Singkawang sudah sangat dikenal banyak orang dan memiliki banyak julukan yang unik yang berarti pemerintah kota mampu merepresentasikan budaya Kota Singkawang kepada wisatawan.

Representasi budaya yang ada di Kota Singkawang berhasil membentuk pemaknaan yang baik kepada masyarakat maupun wisatawan. Kota Singkawang dengan berbagai latar belakang budaya yang beragam berhasil mendapatkan apresiasi dari Menparekraf Sandiaga Uno dalam perayaan Cap Go Meh tahun 2024. Perayaan Cap Go Meh kota Singkawang juga berhasil meraih peringkat 10 besar dalam Karisma Event Nusantara (KEN) tahun 2024.

### **Peran Komunikasi dalam Representasi Budaya Cap Go Meh**

Peran komunikasi dalam merepresentasikan budaya Cap Go Meh dapat dilihat dari unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell :

#### **Komunikator**

Komunikator dalam perayaan cap Go Meh kota singkawang adalah orang-orang yang menyampaikan pesan budaya kepada komunikan. Bukan hanya sekedar menyampaikan pesan budaya, tetapi komunikator bertugas sebagai pihak utama informasi mengenai perayaan cap go meh digelar. Adapun yang menjadi komunikator dalam hal ini adalah :

- **Pemerintah Daerah**

Pemerintah daerah sudah sepastinya menjadi komunikator dalam merepresentasikan kebudayaan Kota Singkawang. Dukungan dan aksi yang diberikan pemerintah kota dalam mengkomunikasikan perayaan Cap Go Meh adalah mendukung acara terjadi, menyediakan fasilitas, dan mempromosikan perayaan kepada masyarakat luas.

- **Masyarakat Etnis Tionghoa**

Perayaan cap go meh merupakan perayaan khas masyarakat etnis Tionghoa. Oleh sebab itu, masyarakat etnis tionghoa menjadi salah satu komunikator yang menyebarkan informasi terkait perayaan cap go meh tersebut.

- **Panitia atau penyelenggara perayaan**

Informasi akan lebih cepat tersebar jika ada orang dalam. Begitulah peran panitia atau penyelenggara acara saat menjadi komunikator. Sebagai penyelenggara acara sudah pasti mengetahui segala macam rancangan kegiatan yang akan ada dalam perayaan, sehingga penyelenggara perayaan bisa menjadi komunikator yang komunikatif menyampaikan informasi tentang perayaan cap go meh kota singkawang.

- **Wisatawan dan pengunjung**

Wisatawan dan pengunjung yang sudah mempunyai pengalaman dalam perayaan pasti akan menyebarkan informasi melalui berbagai macam bentuk, bisa saja sebuah gambar, tulisan dan lain sebagainya. Dengan begitu wisatawan dan pengunjung dapat menjadi komunikator.

## **Pesan**

Tentunya seorang komunikator mengkomunikasikan sesuatu tanpa adanya sebuah pesan di dalam proses komunikasi tersebut. pesan dari komunikator adalah komunikator ingin menyampaikan bahwa perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang memiliki banyak keunikan budayanya. Mulai dari pawai Tatung, bazar kuliner khas Kota Singkawang, festival lampion dan lain sebagainya. Di setiap informasi agenda perayaan memiliki maknanya tersendiri. Selain itu, komunikator ingin menyampaikan sebuah pesan mengenai toleransi yang tinggi. Kota singkawang menjadi kota yang memiliki toleransi sangat besar. Sehingga melalui acara cap go meh komunikator berharap pesan-pesan tersebut dapat tercapai.

## **Media**

Zaman sekarang, perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih. Sehingga banyak komunikator yang menyampaikan sebuah pesan melalui media sosial atau media massa. Perayaan cap go meh di kota singkawang banyak dikenal wisatawan melalui media sosial. “pemerintah mengkomunikasikan perayaan cap go meh melalui media sosial”, ungkap Bapak David Peterson dalam video wawancara penelitian. Selain itu media yang digunakan dalam mengkomunikasikan perayaan cap go meh mini tahun 2024 adalah dengan menyebarkan baliho-baliho di tempat yang strategis dan mudah dijangkau masyarakat.

## **Komunikasikan**

Sasaran dari komunikasi tersebut adalah wisatawan dan pengunjung, serta masyarakat yang tertarik dengan perayaan cap go meh. Karena media yang digunakan pemerintah dalam mengkomunikasikan perayaan cap go meh adalah media sosial, maka tentu saja komunikasi akan lebih banyak ditujukan kepada anak-anak muda yang aktif bermedia sosial.

## Effect

Effect yang ditimbulkan adalah respon baik wisatawan dan pengunjung dalam perayaan cap go meh tahun 2024. Walaupun digelar dengan sederhana, tetap pengunjung yang datang untuk melihat perayaan tetap ramai. Akomodasi seperti hotel pun banyak diboooking oleh wisatawan dan pengunjung luar kota singkawang. Selain itu, effect yang ditimbulkan adalah bagaimana masyarakat dapat memaknai budaya cap go meh sebagai budaya yang memiliki toleransi yang tinggi. Perayaan cap go meh yang berlangsung di kota singkawang serta bersamaan dengan pemilu 2024 menciptakan sebuah keharmonisan. Perayaan budaya tetap berjalan dengan lancar seiring dengan pemilu, walaupun ada beberapa agenda yang dihilangkan, tetapi tidak banyak menutup kemungkinan suksesnya perayaan cap go meh tahun 2024.

## KESIMPULAN

Komunikasi berperan sebagai alat yang bisa digunakan oleh komunikator untuk merepresentasikan budaya Kota Singkawang melalui perayaan Cap Go Meh. Peranan komunikasi berhasil menciptakan representasi budaya kepada masyarakat. Di mana pada saat ini masyarakat sangat mengenal Kota Singkawang sebagai kota yang memiliki beragam kebudayaan namun masyarakatnya menjunjung toleransi yang sangat besar. Masyarakat dengan tiga etnis yaitu Tionghoa, dayak dan melayu bersatu menciptakan keharmonisan budaya yang kental. Pemaknaan tersebut mengakibatkan kota singkawang memiliki image yang baik di pandangan wisatawan mancanegara.

## Ucapan Terima Kasih

Terima Kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tanjungpura yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuangkan temuan sehingga menjadi penelitian dengan luaran artikel ilmiah.

## REFERENSI

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.
- ANTARA Foto. (n.d.). **Tidayu, tarian khas Kalimantan Barat**. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://www.antarafoto.com/id/view/1868682/tidayu-tarian-khas-kalimantan-barat>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019*.
- Bungin, Burhan. 2008. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Butler, R. (1980). The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of resources. *Canadian Geographer*, XXIV, 1: 5-12. University of Western Ontario
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2021, Juli 13). **Kota Singkawang: Mutiara terpendam di Kalimantan Barat**. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-singkawang/baca-artikel/14166/Kota-Singkawang-Mutiara-Terpendam-di-Kalimantan-Barat.html>
- Fotiadis, A. etc. (2021). The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103117>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (n.d.). **10 Fakta unik Kota Singkawang, simbol kerukunan beragama**. Diakses pada 30 September 2024, dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/10-fakta-unik-kota-singkawang-simbol-kerukunan-beragama/>

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (n.d.). **Membumi di antara lentera: Tatung action di Cap Go Meh Singkawang.** Diakses pada 30 September 2024, dari <https://eventdaerah.kememparekraf.go.id/cerita-ken/cerita/membumi-di-antara-lentera-tatung-action-di-cap-go-meh-singkawang/>
- Klasika Kompas. (2021, Februari 26). **Cap Go Meh: Perayaan malam cinta di hari kelima belas.** Diakses pada 30 September 2024, dari <https://klasika.kompas.id/baca/cap-go-meh-perayaan-malam-cinta-di-hari-kelima-belas/>
- Lexy J., (2001), Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : PT Remaja Rosdakarya. Muhadjir, Media Center Kota Singkawang. (2023, Februari 7). **Jeruk Bali di altar lelang CGM terjual Rp498 juta.** Diakses pada 30 September 2024, dari <https://mediacenter.singkawangkota.go.id/berita/jeruk-bali-di-altar-lelang-cgm-terjual-rp498-juta/>
- Media Center Kota Singkawang. (2024, April 4). **Singkawang diusulkan jadi venue Cap Go Meh nasional.** Diakses pada 30 September 2024, dari [https://mediacenter.singkawangkota.go.id/berita/singkawang-diusulkan-jadi-venue-cap-go-meh-nasional/#:~:text=Singkawang%2C%20MC%20%E2%80%93%20Perayaan%20Cap%20Go,4%2F2024\)%20berlangsung%20meriah](https://mediacenter.singkawangkota.go.id/berita/singkawang-diusulkan-jadi-venue-cap-go-meh-nasional/#:~:text=Singkawang%2C%20MC%20%E2%80%93%20Perayaan%20Cap%20Go,4%2F2024)%20berlangsung%20meriah)
- Miles, M. & M. Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage. Moleong,
- Noeng, (2000), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rake Sarasin.
- Payangan, Otto R. 2018. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sanglah Institute. (2020, April). **Sekilas representasi menurut Stuart Hall.** Diakses pada 30 September 2024, dari <https://www.sanglah-institute.org/2020/04/sekilas-representasi-menurut-stuart-hall.html?m=1>
- Sugiyono. 2007. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.