

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perempuan muda pada umumnya tertarik dengan unsur kecantikan yang banyak berpengaruh dalam kehidupan. Sebagai perempuan, sejak kecil pasti sudah terbiasa dengan kata cantik. Semakin bertambah usianya, konsep cantik telah menjadi pemahaman yang sehari-hari akrab didengar serta diperbincangkan. Begitu juga mengenai tubuhnya, perempuan muda pada umumnya mempunyai konsep dan pemahaman mengenai keindahan tubuhnya. Karena kecantikan dan keindahan tubuh perempuan ini sudah dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang berkembang dari jaman ke jaman, maka kemudian kecantikan dan keindahan tubuh perempuan menjadi seolah seragam diberbagai tempat dan budaya.

Kecantikan dan keindahan tubuh perempuan menjadi daya tarik yang menonjol, karena perempuan lebih dinilai secara fisik dibandingkan dengan daya tariknya dalam hal intelektualitas maupun mengenai kontribusinya pada wilayah publik. Kecantikan dan keindahan tubuh perempuan selalu menarik untuk diperhatikan dalam setiap bidang, misalnya bidang ekonomi. Perempuan menjadi sosok yang mampu menarik perhatian konsumen sehingga produk yang ditawarkan akan laris terjual. Contohnya banyak perusahaan yang menggunakan jasa *sales promotion girl* untuk menawarkan dan menjual produknya dan hasilnya banyak produk yang terjual. Dari situlah, dapat dilihat bahwa perempuan

mempunyai peranan besar dalam menarik konsumen. Daya tarik perempuan yang terlihat dari kecantikan dan keindahan tubuhnya menjadi sosok yang persuasif, komersil, dan merupakan salah satu trik yang efektif digunakan dalam sektor apapun.

Perempuan juga mempunyai hasrat untuk berkembang sesuai dengan kemajuan jaman dan teknologi. Salah satu sarana untuk publik adalah media, baik itu media cetak, elektronik maupun internet. Surat kabar merupakan media cetak yang telah ada sejak jaman dulu. Salah satu media cetak yang terbit di Yogyakarta sejak dulu adalah Surat Kabar Minggu pagi yang terbit sejak tahun 1947. Minggu Pagi adalah surat kabar mingguan yang mulai terbit sejak hari Kamis. Minggu Pagi merupakan surat kabar yang memuat berita dan informasi yang ringan. Minggu Pagi merupakan media jurnalistik yang telah lama eksis dan terus berkembang hingga saat ini. Minggu Pagi menempatkan foto perempuan muda di halaman depan dengan porsi yang cukup besar, yaitu seperempat halaman. Foto ini seolah dijadikan sebagai suatu kelebihan yang ditawarkan oleh Minggu Pagi.

Perempuan muda dalam foto menunjukkan pose dan senyum yang menarik tanpa kaku dan tidak begitu formal. Perempuan muda yang terdapat di foto halaman depan ini, selalu berganti setiap edisinya. Foto perempuan-perempuan muda yang terdapat di surat kabar Minggu Pagi seringkali mengenakan pakaian yang minim dan dengan pose yang cenderung seksi. Disertai juga dengan informasi mengenai biografinya di halaman yang sama ataupun halaman berbeda dengan porsi tulisan yang sedikit. Porsi tulisan ini sangat sedikit dibandingkan dengan porsi foto yang besar. Di wilayah Yogyakarta, surat kabar

Minggu Pagi merupakan satu-satunya surat kabar yang selalu menyertai foto perempuan muda di halaman depan dan disetiap edisinya. Mengingat kota Yogyakarta adalah kota pelajar, tentunya banyak terdapat perempuan muda yang mengenyam pendidikan di kota ini, baik yang berasal dari dalam maupun luar provinsi. Perempuan-perempuan muda ini mempunyai banyak ketertarikan untuk mengisi masa mudanya dalam mencari pengalaman dan menuai prestasi. Salah satunya adalah dunia modeling.

Surat kabar Minggu Pagi merupakan salah satu sarana untuk menuai prestasi dalam dunia modeling. Perempuan-perempuan muda ini menjadi salah satu daya tarik surat kabar Minggu pagi dalam menarik konsumennya. Ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti lebih dalam, agar dapat mengetahui apakah tujuan dari surat kabar Minggu Pagi dalam menampilkan sosok perempuan muda dalam setiap edisinya. Minggu Pagi merupakan media cetak yang menyajikan berita ringan dan aktual. Sebagai surat kabar yang terbit setiap minggu, pasti banyak berita yang seharusnya dapat disajikan di surat kabar Minggu Pagi, namun surat kabar ini lebih memilih memajang foto perempuan muda sebesar seperempat halaman. Dari sisi jurnalistiknya, Minggu Pagi menggunakan foto perempuan untuk menjadi daya tarik bagi pembaca. Sebagai media industri, foto perempuan dihalaman muka ini tentunya menambah nilai ekonomi sehingga dapat menjadi daya jual yang tinggi dan menghasilkan pendapatan yang besar.

Foto perempuan ini tentunya tidak memiliki nilai berita yang begitu besar yang dibutuhkan oleh masyarakat, namun foto ini sangat menarik karena jarang

sekali surat kabar yang mempunyai bagian *cover story* seorang perempuan yang muda belia. Hal ini berhubungan dengan bagaimana sebuah media yang cukup berpengaruh dalam rentang waktu yang cukup lama dalam masa penerbitannya merepresentasikan sosok perempuan. Mengingat surat kabar Minggu Pagi merupakan media jurnalistik yang telah lama berdiri dan menunjukkan eksistensinya di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya yang dihuni oleh masyarakat yang berasal dari berbagai daerah, baik dalam ataupun luar negeri. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimanakah surat kabar Minggu pagi merepresentasikan perempuan melalui foto dan artikel yang tercantum di setiap edisinya. Juga untuk mengetahui adakah tujuan lainnya yang ingin dicapai oleh surat kabar Minggu Pagi melalui peran perempuan muda yang terdapat di *cover story*. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimana sisi jurnalistik dalam surat kabar merepresentasikan sosok perempuan. Hal ini menarik untuk diteliti, karena tidak banyak surat kabar yang selalu menampilkan foto perempuan muda yang menarik dengan pose yang beragam dan kostum kasual yang terkadang agak terbuka di setiap edisinya. Meskipun rubrik *Cover Story* menjadi ajang modeling yang juga menguntungkan perempuan-perempuan muda sebagai modelnya, namun tentunya juga memberikan keuntungan bagi surat kabar Minggu Pagi. Sebagai industri media, keuntungan yang diperoleh oleh surat kabar Minggu Pagi ini merupakan hal yang penting. Berbagai strategi akan dilakukan demi mencapai keuntungan. Dalam hal ini surat kabar Minggu Pagi memanfaatkan foto perempuan muda pada bagian *cover*-nya dan mengeksploitasi tubuh perempuan. Foto tersebut dieksploitasi dan dijadikan daya jual yang dapat memberikan keuntungan pada

setiap edisinya. Sebagai media cetak surat kabar yang biasanya menampilkan foto suatu peristiwa aktual, Minggu Pagi lebih memilih memanfaatkan model perempuan yang selalu berbeda setiap edisi. *Cover story* yang memajang foto perempuan dalam ukuran cukup besar ini membedakan Minggu Pagi dengan surat kabar lainnya, sehingga ini menjadi strategi tersendiri untuk menarik perhatian pembaca. Dalam foto *Cover Story* ini, perempuan dan tubuhnya dieksploitasi menjadi objek komoditas industri media yang bermanfaat mendatangkan laba yang besar setiap edisinya.

Media massa menggambarkan perempuan sebagai objek yang indah dipandang, hal tersebut seperti dikemukakan Kasiyan berikut ini:

Media massa mengeksploitasi tubuh perempuan dengan menghadirkan bagian-bagian tubuh perempuan yang selama ini difetiskan tanpa vulgarisasi. Objek-objek fetis ini meliputi rambut panjang, mata lentik, dua lengan tangan mulus yang terbuka, dan tentu sepasang payudara. Itu belum cukup. Semuanya itu didukung dengan ekspresi wajah yang hampir *innocent* dan posisinya yang hanya duduk serta memandang tanpa agresivitas. Pandanglah aku tanpa malu, lihatlah aku karena di sini tidak ada tabu. Demikianlah sosok perempuan itu menyapa kita (Kasiyan, 2008:xxv).

Dengan adanya eksploitasi tubuh perempuan yang dihadirkan oleh media massa, maka akan mempengaruhi persepsi, perilaku, serta cara pandang baru atas pelbagai persoalan sosial budaya mengenai perempuan. Media massa sangat berpengaruh mengenai representasi perempuan dalam suatu wilayah sejauh mana media tersebut diakses oleh masyarakat secara luas. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Kasiyan yaitu:

Pada era ini, media massa mempunyai peran yang amat strategis dan vital bagi masyarakat, yakni tidak hanya sebatas sebagai sebuah alat untuk menyampaikan pesan atau berkomunikasi, sebagaimana makna fungsi pada awal kehadirannya di masyarakat, tetapi menjadi variabel sosial yang

dahsyat dan dominan, yang mampu mempengaruhi persepsi, perilaku, serta cara pandang baru atas pelbagai persoalan sosial budaya dalam hidup manusia (Kasiyan,2008:xxxv).

Eksplotasi perempuan didukung oleh budaya patriarki, dimana laki-laki berkuasa dan perempuan berada dibawah laki-laki. Perempuan mengalami ketidakadilan yang membelenggu hidupnya.

Contoh lain penelitian yang serupa misalnya Representasi Perempuan Bali dan Olahraga dalam Bog-Bog Bali Cartoon Magazine tulisan Irine Yusiana Roba Putri. Penelitian ini dilakukan dalam upaya mendapatkan pemahaman posisi perempuan dalam masyarakat dengan cara melihat bagaimana mereka direpresentasikan dalam kartun melalui wacana olahraga. Hasil penelitian ini kartun Bog-Bog memperlihatkan makna bahwa perempuan Bali dalam wacana olahraga masih dilekatkan dengan peran-peran dan sifat yang sudah ada dalam masyarakat dalam kehidupan manusia sejak jaman dahulu (Roba Putri, 2007: xii). Contoh penelitian lainnya adalah Representasi Perempuan dalam Media Olahraga yang dituliskan oleh Katherinus Harley Ikhsan. Penelitian ini mengambil objek tabloid Bola rentang waktu Juli sampai Desember 2003. Dalam penelitian ini, kartun-kartun yang ada di dalam tabloid membawa makna bahwa perempuan dalam olahraga masih dilekatkan dengan peran-peran dan sifat yang membuat mereka subordinat terhadap laki-laki. Peran dan sifat yang sudah terstrukturkan dalam masyarakat lewat sejarah kehidupan manusia (Ikhsan, 2004: ix).

I.2. Rumusan Masalah

Bagaimana representasi perempuan yang ditunjukkan oleh surat kabar Minggu Pagi dalam rubrik *Cover Story* dilihat dari semiotika Roland Barthes?

I.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui representasi perempuan pada *cover story* surat kabar Minggu Pagi dilihat dari studi semiotika Roland Barthes.

I.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

I.4.1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pada ilmu komunikasi khususnya pada konsentrasi studi jurnalisme mengenai representasi perempuan di media massa khususnya media cetak.

I.4.2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah khasanah di bidang ilmu komunikasi berkaitan dengan jurnalis pada media cetak khususnya mengenai representasi perempuan.

I.4.3. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat khususnya perempuan agar dapat mengetahui dan dapat memahami bagaimana media merepresentasikan perempuan. Dan sebaliknya, diharapkan media massa dapat memberikan representasi perempuan yang lebih baik kepada masyarakat

luas. Agar perempuan menjadi manusia seutuhnya yang dihargai penuh, tidak hanya sebagai objek laki-laki ataupun sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai daya jual bagi media.

I.5. Kerangka Teori

Penggambaran adalah suatu cara menampilkan *image* terhadap suatu hal. Dalam penelitian ini yaitu penggambaran mengenai perempuan, hal yang sama dengan representasi. Sehingga representasi merupakan teori yang sesuai dengan penelitian ini.

I.5.1. Representasi

Dalam proses pemaknaan pesan media massa tidak bisa dibebaskan dari apa yang disebut representasi. Representasi berarti proses sosial dari *representing*, sekaligus juga produk dari proses sosial *representing* itu sendiri. Istilah representasi ini mengacu baik kepada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Dengan kata lain, representasi merupakan proses pengkonkritan dari konsep-konsep ideologi yang abstrak (Fiske, 1994: 256).

Representasi memiliki dua proses utama. Pertama representasi mental yaitu konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing dan masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua adalah representasi bahasa yaitu konsep abstrak yang ada di kepala kita diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, sehingga kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang sesuatu dengan tanda atau simbol-simbol tertentu. Jalinan hubungan antara sesuatu, peta konseptual, dan tanda (melalui bahasa) inilah yang kemudian disebut sebagai representasi (Hall,

1997: 17). Dua proses tersebut merupakan tahapan yang menjadi kunci proses representasi sehingga proses produksi makna dari konsep-konsep yang ada dalam pikiran kita dapat diungkapkan melalui bahasa yang dimengerti oleh orang lain.

Di dalam melihat pola representasi suatu media massa, maka tidak terlepas dari bagaimana hubungan realitas, bahasa dan makna. Terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk menjelaskan proses pembentukan makna melalui bahasa yaitu *reflective*, *intentional*, dan *constructionist*. Pendekatan pertama yaitu reflektif, bahwa fungsi bahasa adalah untuk merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Bahasa merekam apa adanya realitas, dari sinilah makna lahir. Relasi antara tanda dan referensi (*benda/things*) terjalin secara langsung dan transparan (Hall, 1997: 13). Pendekatan yang secara langsung dan transparan menjadikan bahasa menjadi refleksi sederhana mengenai kebenaran sesungguhnya yang terjadi dalam kehidupan normal sesuai dengan ukuran normatif yang ada di dalam masyarakat.

Pendekatan yang kedua adalah intensional. Pada pendekatan ini bahasa digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang obyek terhadap sesuatu tersebut. Dengan kata lain bahwa bahasa dan fenomenanya dipakai untuk mengatakan maksud dan memiliki pemaknaan atas pribadinya. Ia tidak merefleksikan, tetapi ia berdiri atas dirinya dengan segala pemaknaannya. Kata-kata diartikan sebagai pemilik atas apa yang ia maksudkan (Hall, 1997: 24). Bahasa merupakan sesuatu yang berdiri sendiri sehingga ia memiliki maknanya sendiri. Makna dari bahasa tidak selalu berarti menyampaikan pesan dari simbol sebelumnya. Bahasa juga dapat menjadi petunjuk makna berikutnya.

Terakhir pendekatan konstruksionis, lebih banyak ditekankan proses konstruksi makna lewat bahasa yang digunakan. Terdapat suatu jalinan kompleks antara referensi (benda/*things*), konsep di pikiran, dan tanda melalui bahasa. Jalinan antara ketiga level-material, konseptual dan penandaan inilah yang kemudian mengkonstruksi makna yang hubungan ketiganya terikat oleh suatu kode sesuai konteks sosial dan historis tertentu. Dalam pendekatan ini, bahasa dan penggunaannya harus dihadapkan dengan sesuatu yang lain hingga memunculkan apa yang disebut dengan interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui masyarakat yang memakai sistem konsep kultur serta bahasa yang dikomunikasikan oleh sistem representasi yang lain, salah satunya media (Hall, 1997: 35). Dalam pendekatan konstruksionis bahasa dan penggunaannya tidak dapat semena-mena menetapkan makna, karena makna juga terdapat pada konteks sosial dan historis yang ada dalam masyarakat. Pengaruh budaya yang ada di dalam lingkungan masyarakat mengkonstruksi sebuah makna sehingga makna tersebut akan berbeda dari satu tempat ke tempat lainnya.

Terdapat dua pendekatan *constructionist* menurut Stuart Hall, yaitu: *discursive approach* dan *semiotic approach*. Pada *discursive approach*, konstruksi makna dibentuk melalui wacana/*discourse* bukan lewat bahasa. Produksi makna yang ada pada suatu kultur dihasilkan oleh wacana yang diangkat individu-individu yang berinteraksi dalam masyarakat dan diidentifikasi atas kultur yang ditentukan oleh wacana-wacana yang diangkat. Pendekatan yang kedua adalah pendekatan semiotik atau *semiotic approach*. Pada pendekatan ini teori konstruksionis menjabarkan pembentukan tanda dan makna melalui medium

bahasa. Pada pendekatan ini bahasa beserta fenomenanya bekerja pada lingkaran kultur dimana makna yang dikonstruksikan ini tidak selalu tetap maknanya. Relasi antara tanda dan konsep mental pembacanya akan menjabarkan maknanya (Hall, 1997: 35). Makna tidak tetap karena setiap wilayah memiliki kultur yang berbeda sehingga suatu fenomena atau objek memiliki makna yang berbeda-beda sesuai dengan bagaimana kultur yang berkembang dalam masyarakat tertentu.

Penelitian ini dijalankan atas dasar pendekatan semiotik dalam konstruksionis. Salah satu asumsi yang mendasarinya adalah karena makna sebenarnya dikonstruksi oleh material, konseptual dan tanda melalui bahasa. Dimana hubungan ketiganya terikat oleh suatu kode sesuai konteks sosial dan historis tertentu. Dan media massa sebagai institusi sosial di dalam masyarakat merupakan salah satu agen dalam proses pembentukan makna tersebut.

Realitas sosial dan realitas media adalah dua hal yang berbeda. Media massa tidak hanya sekedar merekam peristiwa dan menghadirkan pesan yang yang sama persis seperti realitas yang ada. Ada proses seleksi dan konstruksi atas realitas sosial yang kemudian menjadi sajian pesan dalam media massa. Dalam proses mengkonstruksi proses sosial menjadi realitas media, selalu saja ada hal-hal yang menjadi fokus dan hal-hal yang luput dari pantauan kerja jurnalistik. Inilah yang menjadi asumsi mengapa realitas media tidak sama dengan realitas sosial. Melalui pendekatan representasi yang konstruksionis sebagai salah satu kerangka berpikir penelitian ini, akan dilihat bagaimana sebenarnya media massa "menghadirkan" realitas sosial hingga dapat melahirkan makna tertentu. Tentu saja, realitas media yang "dihadirkan" berkaitan dengan kepentingan pribadi

sebuah media massa, baik itu dalam citra/*image* media massa itu sendiri ataupun dalam hal perekonomian industri media massa tersebut.

I.5.2. Feminisme

Menurut Naomi Wolf, 'feminisme' adalah sebuah teori yang mengisahkan harga diri pribadi dan harga diri seluruh kaum perempuan. Oleh karena itu, 'menjadi feminis' mestinya serupa maknanya dengan 'menjadi manusia'. Feminisme mengarah pada pengertian sebagai ideologi pembebasan perempuan, karena yang melekat dalam semua pendekatannya adalah keyakinan bahwa perempuan mengalami ketidakadilan karena jenis kelaminnya. (Kasiyan, 2008: 73-74).

Feminisme merupakan suatu tindakan untuk membebaskan perempuan dari belenggu yang menekan kebebasannya untuk dapat bergerak maju dan sejajar dengan kemampuan dan kesempatan yang diberikan untuk kaum laki-laki. Budaya patriarki telah membentuk dan mengatur pola hidup perempuan sehingga pemikiran dan pandangan perempuan telah diarahkan untuk lebih fokus kepada urusan domestik. Sehingga perempuan merasa lebih layak dihormati dan dihargai saat mereka melakoni peran yang baik di ranah sumur, dapur dan kasur.

Feminisme tidak lepas dari feminitas. Feminitas merupakan istilah yang mendeskripsikan konstruksi 'keperempuanan' oleh masyarakat dan mempunyai konotasi daya tarik seksual bagi laki-laki. Ideologi menempatkan posisi perempuan sebagai '*the other*', yang berbeda dengan maskulinitas, yang dianggap oleh masyarakat sebagai lebih kompeten (Kasiyan, 2008: xvii). Perempuan selama

ini dianggap makhluk nomor dua yang kalah penting dari laki-laki. Peranan dan kekuatan perempuan dianggap tidak sejajar dengan laki-laki sehingga harga diri perempuan berada dibawah laki-laki.

Feminisme berpendapat bahwa subordinasi atas perempuan terjadi di semua institusi dan praktik sosial, jadi dia bersifat struktural. Subordinasi struktural yang menimpa perempuan ini disebut feminis dengan patriarki, dengan makna turunannya berupa keluarga yang dikepalai laki-laki, penguasaan, dan superioritas. Feminisme liberal menekankan kesetaraan kesempatan bagi perempuan, memandangnya sebagai satu hal yang dapat dicapai dalam struktur luas dari kerangka kerja ekonomi dan hukum. Sebaliknya, feminisme sosialis menunjuk pada kesalingtertarikan antara kelas dan gender, termasuk tempat fundamental ketimpangan gender dan peran ganda (kerja domestik dan kerja upahan) perempuan dalam reproduksi kapitalisme. Alih-alih penekanan feminis liberal dan sosial terhadap kesetaraan dan kesamaan, feminisme radikal atau feminisme perbedaan menegaskan perbedaan mendasar antara laki-laki dan perempuan yang dipandang merepresentasikan perbedaan kreatif perempuan dan superioritas nilai-nilai 'feminin' (Barker, 2000: 26).

Teori feminisme berpendapat bahwa gender merupakan suatu konstruksi sosial tertentu yang dibuat dan diimplementasi serta dihidupkan terus menerus oleh struktur-struktur dan organisasi-organisasi sosial daripada sesuatu yang sekedar 'benar', sesuatu yang dibawa sejak lahir seperti tubuh pada tingkatan biologis.

Media telah membangun realitas kepada seluruh masyarakat mengenai perempuan dan posisinya. Perempuan merupakan makhluk indah yang lemah lembut. Makhluk emosional yang sangat potensial untuk melakukan pekerjaan rumah, mengurus anak dan melayani suami. Media tidak banyak memberikan gambaran perempuan yang aktif dalam dunia kerja dan urusan politik. Media sering kali menilai perempuan adalah sosok yang memiliki nilai yang tinggi saat perempuan tersebut memiliki kecantikan lahiriah dan dapat tampil *fashionable*. Perempuan yang cantik, ramah, lembut dan memiliki daya tarik adalah perempuan yang mempunyai derajat yang tinggi, terlebih lagi disaat mereka dapat mendampingi dan melayani para lelaki sukses yang berpengaruh di mata masyarakat luas. Dengan kondisi seperti ini, masyarakat menjadi terlena oleh peran gender yang selama ini terus dipercayai. Sedikit sekali ruang dan kesempatan untuk perempuan dalam bidang karier. Laki-laki terus menjadi pemeran dalam segala bidang. Laki-laki menjadi penguasa dan di sanalah laki-laki menjadi sosok yang memiliki kekuatan untuk terus berkuasa tanpa ada perempuan yang menjadi tandingan. Realitas ini didukung oleh media yang secara terus-menerus menampilkan posisi perempuan sebagai *'the other'*. Kecantikan dan keindahan tubuh perempuan jauh lebih diperlihatkan daripada kemampuan perempuan dalam dunia kerja.

I.5.4. Semiotika sebagai Kerangka

Kata semiotika berasal dari bahasa Yunani *'semeon'*, yang berarti tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan

segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi pengguna tanda (Van Zoest, 1993:1). Ilmu semiotika dipelopori oleh Charles Sanders Peirce seorang filsuf berkebangsaan Amerika dan Ferdinand de Saussure seorang linguis berkebangsaan Swiss. Dengan dua tokoh tersebut, kajian semiotika melahirkan dua tradisi besar yaitu mazhab Saussurian dan Piircian. Peirce mengusulkan kata semiotika sebagai sinonim kata logika. Menurut Peirce, logika harus mempelajari bagaimana orang bernalar. Penalaran itu, menurut hipotesis teori Peirce yang mendasar, dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain, dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta. Hal yang berlaku bagi tanda pada umumnya, berlaku pula bagi tanda linguistik, dan tidak sebaliknya.

Mahzab Saussurian populer di daratan Eropa, dimana kajian semiotika lebih dikenal dengan istilah dengan istilah semiologi. Mahzab ini memberikan perhatian pada cara tanda-tanda berhubungan dengan tanda-tanda lain. Sehingga mahzab ini memfokuskan pada tanda itu sendiri.

Saussure mengembangkan dasar-dasar teori linguistik umum. Kekhasan teorinya terletak pada kenyataan bahwa ia menganggap bahasa sebagai sistem tanda. Ia menyatakan bahwa teori tentang tanda linguistik perlu menemukan tempatnya dalam sebuah teori yang lebih umum, dan untuk hal ini ia mengusulkan nama semiologi.

Semiotika mempunyai tiga fokus utama yaitu:

1. Tanda itu sendiri. Bagaimana tanda-tanda yang berbeda tersebut menyampaikan makna dan cara tanda-tanda tersebut terkait dengan manusia yang menggunakannya.

2. Kode atau sistem yang mengorganisasi tanda. Mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi suatu kebutuhan masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikan.
3. Kebudayaan tempat kode atau tanda bekerja. Bergantung pada penggunaan kode-kode atau tanda ini untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 1990: 60-61).

Tanda harus menunjuk sesuatu yang lain. Artinya bisa menggantikan, mewakili, dan menyajikan. Jadi memiliki sifat representatif. Seperti yang diutarakan oleh Umberto Eco, semiotikus dari Italia (Hawkes, 1977: 134). Namun menurut Saussure, tanda selalu mempunyai tiga wajah: tanda itu sendiri (*sign*), aspek material (entah berupa suara, huruf, bentuk, gambar, gerak) dari tanda yang berfungsi menandakan atau yang dihasilkan oleh aspek material (*signifier*), dan aspek mental atau konseptual yang ditunjuk oleh aspek material (*signified*) (Sunardi, 2002: 47-48).

Relasi antara penanda dan petanda ini adalah abriter, tidak bermotif dan tidak alami. Tidak ada kaitan logis antara kata dengan konsep. Hal ini membuat pencarian makna dalam teks menjadi sangat menarik dan problematis. Jika relasi antara penanda dan petanda bersifat abriter (semena-mena), maka makna yang dibawa oleh penanda harus dipelajari, dimana terdapat asosiasi dengan struktur tertentu atau kode, dan itu membantu kita untuk menginterpretasikan makna.

Ahli semiotika dari kubu Saussure menggunakan kosakata yang berbeda. Mereka menggunakan istilah-istilah pinjaman dari linguistik. Pada masa sesudah Saussure, teori linguistik paling banyak menandai studi semiotik adalah teori Hjelmslev, seorang strukturalis Denmark. Pengaruh itu tampak terutama dalam "semiologi komunikasi". Teori ini merupakan pendekatan kaum semiotika yang

hanya memperhatikan tanda-tanda yang disertai maksud (*signal*), yang digunakan dengan sadar oleh mereka yang mengirimkannya (si pengirim) dan mereka yang menerimanya (si penerima).

Roland Barthes adalah pemuka yang paling terkenal dari aliran semiotika ini, salah satu ciri dari semiotika yang dikembangkan oleh Barthes adalah konsep tentang signifikasi. Signifikasi (makna) dimiliki oleh tanda karena ia berhubungan dengan tanda lain, baik secara vertikal maupun secara horizontal, baik secara internal maupun eksternal.

Dalam bagan ini, penandaan tingkat pertama dikenal dengan denotasi, dan penandaan tingkat kedua dikenal dengan konotasi. Denotasi merupakan penunjukkan arti literatur atau yang eksplisit dari kata-kata dan fenomena yang lain. Sedangkan konotasi mengarah pada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata. Konotasi melibatkan simbol-simbol, historis dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Denotasi merupakan penandaan primer (sistem penandaan tingkat pertama), dan konotasi merupakan sistem penandaan tingkat kedua. Denotasi menjadi 'landasan' ekspresi atau penandaan konotasi. Pada tingkat kedua inilah kita menghubungkan penanda dan petanda sesuai dengan kondisi atau pengalaman kita.

Denotasi merupakan gambaran dari apa yang terlihat arti gambar. Dalam foto, pemaknaan denotasi bukanlah suatu hal yang problematis. Hal ini dipahami karena melihat foto sama seperti kita melihat realitas. Foto memberikan gambaran serupa dengan realitas yang 'diambil', realitas yang berada di depan kamera, walaupun realitas yang hadir tidak benar-benar serupa (perbedaan ukuran atau

warna). Begitu juga dengan gambar hasil lukisan seseorang. Walaupun gaya pelukis menciptakan pesan-pesan tertentu, isi dari lukisan tersebut masih berhubungan dengan realitas. Dengan kata lain, makna denotatif dari gambar didapat setelah kita 'mengenal' apa yang ada dalam gambar tersebut.

Proses 'mengenal' apa yang ada dalam gambar dapat dilakukan bila kita sudah memiliki pengetahuan terhadap obyek tersebut. Hal tersebut sudah cukup untuk memperoleh makna denotatif. Karena itu, pemaknaan denotatif yang dilakukan berbagai orang berbeda, terhadap sebuah gambar terkadang menghasilkan sebuah makna yang general (Van Leeuwen & Jewitt, 2001: 94). Pemaknaan gambar akan lekat dengan bagaimana pengetahuan kita terhadap objek dalam gambar. Pada gambar yang sama, dua orang yang memiliki tingkat pendidikan berbeda dapat memaknai gambar tersebut dengan cara yang berbeda. Hal itu dapat terjadi apabila seseorang awam terhadap objek yang dilihatnya, maka pemaknaannya akan berbeda dengan seorang ahli yang telah menguasai bidang yang berhubungan dengan objek tersebut.

Tingkat penandaan kedua adalah konotasi. Makna konotasi disebut Barthes sebagai 'mitos', yaitu makna yang diperoleh seseorang berdasar referensi kultural yang dimilikinya. Makna konotasi dimiliki oleh tanda, misalnya foto atau gambar lukisan. Makna konotatif dimiliki oleh foto, karena ada pemilihan *framing*, jarak, cahaya, fokus, atau kecepatan, dan dalam lukisan gambar berdasar referensi gaya lukis yang dimiliki si pelukis (Van Leeuwen & Jewitt, 2001: 98). Latar belakang budaya yang dimiliki seseorang dapat menjadi tolak ukur makna konotasi yang dihasilkan karena konstruksi budaya menjadi cara pandang

seseorang terhadap hal-hal yang ditemuinya sehingga makna konotasi dapat berbeda-beda tergantung dimana objek itu berada.

Barthes mendefinisikan mitos sebagai "*a type of speech*". Yaitu cara orang berbicara, jadi bahasa sebagaimana kita pakai. Mitos dipakai untuk mendistorsi atau mendeformasi kenyataan (*meaning* atau *signification* dari system tanda semiotik tingkat pertama). Akan tetapi distorsi atau deformasi ini terjadi sedemikian rupa sehingga pembaca mitos tidak menyadarinya. Akibatnya, lewat mitos-mitos itu akan lahir berbagai *stereotype* tentang sesuatu hal atau masalah. Mitos dibuat dengan menggunakan sistem semiotik tingkat pertama sebagai *signifier* bagi sistem semiotik tanda tingkat kedua. *Signifier* baru ini disebut *form* dan *signified* disebut *concept*. Hubungan antara *form* dan *concept* disebut *signification* atau mitos itu sendiri (Sunardi, 2002: 86-87). Dengan adanya mitos terlahirlah stereotip yang berkembang di masyarakat. Stereotip diyakini sebagai suatu kebenaran yang sulit untuk diluruskan.

Mitos disebut sebagai sistem semiologi tingkat kedua. Analisis mitos dipusatkan pada analisis tentang sistem signifikasi pada tingkat konotasi. Sebagai sistem semiotik, mitos dapat diuraikan ke dalam tiga unsur, yaitu penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan tanda itu sendiri (*sign*). Barthes menggunakan istilah *form*, *concept*, dan *signification*. Penggunaan istilah yang berbeda ini diperlukan, karena sistem mitos merupakan sistem tingkat dua, sehingga perlu dibedakan dengan sistem tingkat pertama (Sunardi, 2002: 104). Perbedaan ini bertujuan agar tidak ada kerancuan pada penandaan sistem pertama dan sistem

kedua dimana terdapat dua makna yang berbeda yaitu makna denotasi dan makna konotasi.

Menurut Bathes bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua (*the second order semiological system*). Maksudnya, pada tataran bahasa atau sistem semiologis tingkat pertama (*the first order semiological system*), penanda-penanda berhubungan dengan petanda-petanda pada tataran kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos bercokol. Aspek material mitos, yakni penanda-penanda pada *the second order semiological system* itu, dapat disebut sebagai retorik atau konotator-konotator, yang tersusun dari tanda-tanda pada sistem pertama; sementara petanda-petandanya sendiri dapat dinamakan sebagai framen ideologi. Di dalam tataran bahasa (*language*), yaitu sistem semiologis lapis pertama, penanda-penanda berhubungan dengan petanda-petanda sedemikian sehingga menghasilkan tanda. Selanjutnya, di dalam tataran mitos, yakni sistem semiologis lapis kedua, tanda-tanda pada tataran pertama tadi menjadi penanda-penanda yang berhubungan lagi dengan petanda-petanda.

Mitos adalah salah satu jenis sistem semiotik tingkat dua. Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos mengambil sistem semiotik tingkat pertama sebagai landasannya. Jadi, mitos adalah sejenis sistem ganda dalam sistem semiotik yang terdiri dari sistem linguistik dan sistem semiotik (Sunardi, 2002 : 104).

Dengan demikian, apa yang disebut sebagai mitos tidak lain adalah wacana berkonotasi, wacana yang memasuki lapisan konotasi dalam proses

signifikasi. Dalam proses signifikasi berlapis dua ini memang dapat digambarkan melalui perangkat konseptual yang mungkin lebih familiar, yakni *denotasi* dan *konotasi*.

Dalam antropologi struktural yang dikembangkan Levis-Strauss, mitos digunakan untuk memahami budaya suatu masyarakat. Ia melihat mitos memiliki persamaan dengan bahasa. Persamaannya adalah bahwa bahasa merupakan media, sarana untuk berkomunikasi, untuk menyampaikan pesan-pesan. Begitu juga mitos. Mitos disampaikan lewat bahasa dan mengandung pesan-pesan (Ahimsa, 2001:80). Persamaan tersebut membantu dalam merepresentasikan suatu objek tanda sehingga makna yang terdapat dapat diungkapkan melalui bahasa sesuai dengan mitos yang berkembang dalam suatu budaya.

Semiotika tidak hanya mengkaji tanda-tanda berupa bahasa, namun juga mengkaji tanda-tanda berupa gambar. Semiotika visual merupakan salah satu bidang semiotika yang mengkaji segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra penglihatan (*visual sense*). Maka semiotika visual tidak lagi terbatas pada pengkajian seni rupa (seni lukis, patung, dst) (Budiman, 2004:13). Foto merupakan suatu objek tanda yang dapat dikaji menggunakan semiotika visual karena dalam foto terdapat makna yang dihasilkan oleh tanda-tanda yang ada pada foto tersebut.

Barthes juga menjelaskan hubungan antara citra dan teks. Dalam sebuah citra (*image*) terdapat dua tipe amanat (*message*). Citra itu sendiri sebagai amanat ikonik (*iconic message*) yang dapat kita lihat, entah berupa adegan (*scene*), lanskap, atau realitas harfiah yang terekam. Citra dapat dibedakan menjadi dua

tataran yaitu: amanat harfiah atau amanat ikonik tak berkode, merupakan tataran denotasi dari citra yang berfungsi untuk menaturalkan amanat simbolik.

Jadi kehadiran teks bukanlah untuk menduplikasi citra, melainkan untuk mengeksplisitkan atau menegaskan seperangkat konotasi yang telah ada dalam citra. Kedua amanat berfungsi untuk saling melengkapi. Di dalam film/iklan, misalnya, fungsi dialog bukanlah semata-mata untuk menjelaskan, melainkan terutama untuk mengembangkan tindakan melalui makna-makna yang tidak dapat dikemukakan semata-mata di dalam citra itu sendiri. Oleh karena itu, para pakar semiotika beranggapan bahwa relasi tanda visual dan objeknya bukan bersifat ikonik semata-mata, melainkan juga simbolik atau bersifat konvensional (Budiman, 2004:20). Pada tulisan dan foto, tidak selalu berkaitan sebagai penjelasan dari objek yang terdapat dalam foto, namun tulisan (teks) juga dapat berfungsi memberikan informasi lain sehingga terdapat penjelasan yang lebih luas mengenai topik yang sedang dibahas dalam suatu wacana.

I.6. Kerangka Konsep

I.6.1. Gender

Gender adalah suatu konsep kultural yang berupaya membuat perbedaan (*distinction*) dalam hal peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Kasiyan, 2008: xvii). Gender tidak sama dengan seks, karena seks adalah hal yang mutlak, yaitu laki-laki dan perempuan. Sedangkan gender adalah hal yang dapat berubah dan tidak mutlak, karena dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial.

Perempuan tidak harus terlihat feminin, dengan riasan wajah yang membuatnya tampak lebih cantik dan pakaian yang selama ini terlihat manis sesuai dengan fashion mode yang berkembang. Namun perempuan juga boleh untuk berpenampilan yang seperti laki-laki dalam kesehariannya. Cara berpenampilan ini adalah konstruksi gender yang sesungguhnya dapat dipertukarkan, yaitu perempuan tidak harus berpenampilan dengan pakaian yang sesuai mode dan riasan serta rambut panjang yang identik dengan stereotip perempuan yang selama ini telah tertanam menjadi budaya turun temurun.

Perbedaan gender adalah perbedaan sosial, yang berbasiskan konsep 'feminitas' dan 'maskulinitas'. Dalam ungkapan yang lain, bahwa perbedaan seks itu alami, tidak diadakan oleh masyarakat, dan kepentingannya berhubungan dengan reproduksi, sedangkan gender merupakan istilah dari gramatika yang diambil alih oleh kaum feminis dan yang lain, untuk melukiskan struktur sosial tertentu. Perbedaan gender adalah sifat yang melekat pada laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural misalnya, bahwa perempuan itu dikenal lemah lembut dan emosional, sementara laki-laki dianggap kuat dan rasional. Ciri dari sifat-sifat itu sendiri, sebenarnya adalah sifat-sifat yang dapat saling dipertukarkan. Dalam arti, ada perempuan yang kuat dan rasional, serta sebaliknya pula ada laki-laki yang lemah lembut dan emosional (Kasiyan, 2008: 30-32).

Namun yang berkembang di dalam masyarakat adalah stereotip gender yang berlaku sejak jaman dahulu, yaitu bahwa perempuan adalah kaum yang lemah dan laki-laki memiliki kekuatan untuk melindungi. Tidak hanya itu saja,

laki-laki memiliki kesempatan untuk mendominasi struktur masyarakat. Ini disebabkan oleh budaya patriarki yang berlaku, dimana laki-laki dilihat sebagai makhluk yang logis dan realistis dibandingkan dengan perempuan yang lebih banyak menggunakan perasaan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya.

Kebanyakan mitos-mitos yang berkembang di masyarakat memberi keuntungan bagi kaum laki-laki dan sebaliknya meminggirkan kaum perempuan. Hal ini karena pada masyarakat khususnya Indonesia menganut hukum hegemoni patriarki. Hukum hegemoni patriarki menggambarkan dominasi laki-laki atas perempuan. Di dalam patriarki memegang kekuasaan atas semua peran penting dalam banyak bidang seperti militer, pemerintahan dan sebagainya. Selain budaya patriarki ketidakadilan gender juga didukung oleh adanya sistem kapitalis. Dimana pihak yang memiliki modal besar sebagai pemenang (Handayani, 2001: 10-11). Hal ini mengakibatkan laki-laki yang dilambangkan lebih kuat karena sifat-sifat biologis yang secara umum akan memiliki peran dan fungsi yang lebih besar dibandingkan dengan perempuan.

Dalam media, perempuan lebih banyak diposisikan sebagai objek. Hal ini didukung oleh kekuatan laki-laki sebagai penguasa dan pemilik modal besar. Kenikmatan yang diinginkan laki-laki diwujudkan dengan peran perempuan menjadi objek pandangan seperti di dalam iklan ataupun bagian media cetak yang memuat gambar perempuan. Keberadaan perempuan di sini adalah wujud pemuas hasrat laki-laki yang terus menjamur menjadi suatu realitas yang ditampilkan secara terus menerus.

Perbedaan gender sesungguhnya tidaklah menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Namun akan menjadi persoalan jika perbedaan gender telah melahirkan berbagai ketidakadilan, walaupun laki-laki tidak menutup kemungkinan akan menjadi korban ketidakadilan gender tetapi perempuan masih tetap menduduki posisi tertinggi sebagai korban ketidakadilan gender (Fakih, 1996: 12).

Kekuatan yang dimiliki oleh laki-laki membuat perempuan tampak lemah dan menjadi manusia kelas dua atau biasa juga disebut *'the other man'*. Perempuan menjadi makhluk sosial yang *'dinikmati'*, bukan *'penikmat'* atau *'penguasa'*.

I.7. Metodologi Penelitian

I.7.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah suatu kajian interpretatif atas teks dengan analisis yang bersifat kualitatif. Objek penelitian ini adalah teks media, yaitu media cetak surat kabar Minggu Pagi. Dimana teks media merupakan kombinasi tanda-tanda, baik visual maupun verbal.

Penelitian ini didasarkan pada pendekatan representasi yang ketiga yaitu konstruksionis. Dalam pendekatan ini, representasi bisa diartikan sebagai sebuah proses yang meliputi perolehan/produksi makna dengan cara membuat hubungan antara tiga hal, yaitu antara apa yang secara luas kita sebut sebagai alam benda (*things*, orang, peristiwa, dan pengalaman), alam konseptual (konsep mental yang

tertanam di dalam pikiran), dan tanda-tanda yang telah tersusun menjadi bahasa yang mewakili atau mengkomunikasikan konsep-konsep tersebut (Hall, 1997: 61).

Dalam aplikasinya, representasi konstruksionis dapat dijalankan melalui dua jenis analisis, yaitu analisis semiotik dan analisis wacana (*discourse*). Analisis semiotik menitikberatkan perhatian pada 'bagaimana' dari representasi, yaitu bagaimana bahasa dan penandaan beroperasi dalam memproduksi makna. Sedangkan, pada analisis wacana menitikberatkan pada aspek dan 'efek dan konsekuensi' dari representasi. (Hall, 1997: 62).

Dalam penelitian ini fokus kajian berupa representasi perempuan pada rubrik *Cover Story* di surat kabar Minggu Pagi, maka analisis yang sesuai adalah semiotik. Hal ini juga didasarkan pada tujuan penelitian yang telah dikemukakan di awal. Untuk mendapatkan makna yang berkaitan dengan citra perempuan yang ditampilkan oleh surat kabar Minggu Pagi, maka dijalankan penelitian interpretatif dengan menguraikan proses bagaimana representasi tersebut dapat hadir dan terkonstruksi. Dengan demikian, semiotik yang merupakan studi mengenai tanda-tanda menjadi jenis analisis yang paling sesuai untuk diterapkan pada penelitian ini.

I.7.2. Semiotika sebagai Metode Analisis

Agar dapat menemukan relasi terhadap bentuk konkrit atas makna yang telah diperkirakan sebelumnya, suatu representasi hanya dapat dianalisis secara tepat apabila dijalankan melalui praktek penandaan (*signifying*), 'pembacaan', dan penafsiran yang konkrit pula. Dan ini semua memerlukan analisis tanda-tanda

aktual yang wujudnya dapat berupa simbol, angka gambar (*picture* atau *motion picture*), narasi, kata-kata (terucap atau tertulis), dan suara (Hall, 1997:9). Oleh karena itu, pada penelitian ini analisis akan diarahkan pada elemen dan relasi tanda-tanda yang hadir secara nyata *cover story* empat edisi surat kabar Minggu Pagi.

Bahasa itu sendiri merupakan segala suara, kata, gambar, atau objek yang berfungsi sebagai tanda dan diorganisir dengan tanda-tanda lain ke dalam satu sistem dimana mampu membawa dan mengekspresikan makna (Hall, 1997:19). Dengan demikian, peran analisis semiotika memang sangat dibutuhkan dalam proses produksi makna atas representasi perempuan yang ditampilkan dalam *cover story* surat kabar Minggu Pagi. Terutama untuk menggali makna-makna yang tersembunyi di dalam *visual sign* foto di *cover story* surat kabar Minggu Pagi.

Analisis semiotika yang digunakan pada penelitian ini terutama didasarkan pada pemikiran Roland Barthes. Pemikir asal Prancis ini memperlakukan citra-citra dalam media massa sebagai tanda-tanda, sebagai bahasa darimana makna kemudian dikomunikasikan. Tanda berarti atau mewakili konsep-konsep, ide, dan perasaan kita dalam cara tertentu sehingga memungkinkan orang lain untuk 'membaca', menyandi balik (*decode*), atau menafsirkan makna mereka dalam cara yang kira-kira sama dengan yang kita lakukan. Dari sinilah dapat dengan jelas diketahui bahwa fungsi tanda yang demikian menunjukkan perannya dalam mengkonstruksi makna dan sekaligus membawa pesan (Hall, 1997:37).

Barthes mengembangkan semiotika dengan mengembangkan sistem penandaan bertingkat yang disebut sistem denotasi dan konotasi, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemaknaan tingkat pertama (*first order of signification*)

Menggambarkan hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam suatu tanda dengan realitas eksternal yang ditujunya, yang disebut denotasi. Denotasi merupakan penandaan tingkat pertama yang menunjukkan literatur atau yang eksplisit dari gambar, kata-kata, dan fenomena lain. Denotasi menjadi landasan dari tahap kedua (konotasi).

2. Pemaknaan tingkat dua (*second order of signification*)

Pada tingkat kedua ini, sistem penandaan disebut konotasi. Konotasi menggambarkan hubungan yang terjadi ketika suatu tanda dilihat dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan dengan nilai-nilai budaya mereka. Konotasi melibatkan simbol-simbol sejarah, dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Makna konotasi ini oleh Barthes disebut mitos yaitu makna yang didapat seseorang berdasarkan referensi kultural yang dimilikinya (Elliot, 2001:169).

Pada tatanan tingkat pertama, hubungan antara *signifier* dan *signified* akan membentuk *sign*. *Sign* pada tingkat pertama menjadi *form* pada tatanan tingkat yang kedua. Hubungan antara *form* dan *concept* pada tatanan tingkatan kedua akhirnya akan membentuk *signification*.

Pendekatan semiotika yang digagas oleh Roland Barthes sebagai penandaan bertingkat tertuju pada mitos. Bahasa membutuhkan kondisi tertentu

untuk menjadi mitos. Dan secara semiotik hal ini ditandai oleh adanya semiologis tingkat kedua. Aspek material mitos, yakni penanda-penanda pada *the second order semiological system* itu, dapat disebut sebagai retorik atau konotator-konotator, yang tersusun dari tanda-tanda pada sistem pertama, sementara petanda-petandanya sendiri dapat dinamakan sebagai fragmen ideologi (Budiman 2003: 63-64). Petanda-petanda ini menjalin komunikasi dengan kebudayaan, pengetahuan, atau sejarah, karena melaluinyalah dunia sekitar dapat memasuki sistem.

Mitos muncul dalam berbagai objek maupun materi. Dengan demikian suatu mitos dapat berupa tulisan maupun gambar atau foto. Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos mengambil semiotik tingkat pertama sebagai landasannya. Untuk menghasilkan sistem mistis, sistem semiotika tingkat dua mengambil seluruh sistem tanda tingkat pertama sebagai *signifier* atau *form*. Sign menjadi *form* dan *concept* diciptakan oleh pembuat atau pengguna mitos (Sunardi, 2002: 104).

Barthes menjelaskan bahwa mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek dari realitas atau dapat juga didefinisikan sebagai cerita yang kita ceritakan tentang kita sendiri, sebagai suatu budaya untuk menghilangkan kontradiksi dan membuat dunia menjadi bisa dipahami dan dihuni (Storey, 2003: 111). Di sini mitos membantu kita dalam memahami pengalaman-pengalaman kita dalam satu konteks kebudayaan tertentu.

Di samping itu sebuah citra sebenarnya bukanlah suatu struktur yang tertutup karena citra juga berkomunikasi dengan teks. Dalam hal ini, apa yang dimaksud dengan teks adalah susunan kata-kata, perkataan-perkataan, atau kalimat-kalimat yang bersifat parasitik dan sengaja didesain untuk mengkonotasikan citra. Oleh karena itu, tipe pesan ini disebut sebagai pesan lingual (*linguistic message*) yang hadir di dalam nyaris setiap citra, sebagai judul, *caption*, artikel berita pendamping, dialog dalam film, balon kata di dalam komik dan sebagainya. Sebagaimana halnya citra, pesan lingual ini pun tersusun dari dua tataran yaitu denotasi dan konotasi (Barthes, 1977: 37). Pesan lingual ini sendiri memiliki dua fungsi. Pertama adalah fungsi 'membatasi' (penambat/*anchorage*), sebagai *anchorage* teks berfungsi untuk menghentikan *signifier* (petanda) yang 'mengapung' di lautan *signified*. Di dalam hal ini, teks atau pesan lingual yang hadir bersamaan dengan citra berfungsi untuk mengarahkan interpretasi, mengarahkan pembaca kepada petanda-petanda tertentu, kepada makna-makna tertentu karena citra itu bersifat polisemi (*interpretable*) sehingga teks di sini membuat makna menjadi pasti. Fungsi ini dirancang untuk mengkonotasikan citra, mengikatnya pada petanda-petanda pada tataran kedua (*second order signified*) serta membebaninya dengan suatu kultur, moral, maupun imajinasi.

Jadi kehadiran teks bukanlah untuk 'menduplikasi' citra, melainkan untuk sekedar memperjelas atau menegaskan seperangkat konotasi yang telah ada dalam citra (Barthes, 1984 dalam Budiman, 2007: 73). Fungsi pesan lingual yang kedua adalah fungsi 'mempercepat' (pemancar/*relay*). Pada fungsi kedua ini teks dimaksudkan untuk menghindari ketidakjelasan makna denotatif (Sunardi, 2004:

160). Di dalam fungsi yang kedua ini, teks dan citra berada dalam saling melengkapi karena makna-makna yang terdapat di dalam teks tidak dapat ditemukan dalam citra itu atau sebaliknya makna-makna yang terdapat dalam citra tidak bisa ditemukan dalam teks.

Skema semiotika Barthes

1. Signifier	2. Signified
3. Sign (meaning)	
I. Signifier FORM	II. Signified CONCEPT
III. Sign SIGNIFICANT	

Sumber : Sunardi 2004 : 105

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi perempuan dalam *cover story* di surat kabar Minggu Pagi yang terdiri dari teks tulisan dan foto. Bagi Barthes dengan mengkaji foto (gambar) kita harus bergerak dari tataran makna denotasi menuju tataran konotasi, dengan demikian foto memiliki segala kemungkinan untuk menjadi mitos. Hal ini terjadi karena sebuah foto yang ada dalam sebuah media berarti foto ini telah diseleksi, diposisikan, ditampilkan

dalam ukuran tertentu berdasarkan nilai-nilai profesional sekaligus nilai ideologi tertentu (Sunardi, 2004: 184).

I.6.3. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek penelitian berupa gambar foto dan teks tulisan dalam rubrik *cover story* Surat Kabar Minggu Pagi. Objek penelitian akan diambil berupa empat edisi yang meliputi edisi tahun 2009 dan 2010. Penelitian ini mengambil objek sebanyak empat edisi karena dalam penelitian analisis semiotik tidak memerlukan banyak sampel objek yang diteliti. Sehingga edisi pada tahun 2009 dan 2010 sudah cukup mewakili objek yang diteliti. Selain itu, data arsip yang dimiliki oleh Minggu Pagi sangat terbatas, tidak lengkap setiap edisi.

I.7.4. Jenis Data Penelitian

I.7.4.1. Data Primer

Data primer akan diambil dari rubrik *cover story* surat kabar Minggu Pagi pada edisi minggu ke-3 Juni 2009, minggu ke-4 Januari 2010, minggu ke-1 Agustus 2010 dan minggu ke-1 Oktober 2010.

Penelitian ini mengambil empat sample penelitian karena data yang terbatas dari pihak objek penelitian. Persediaan yang terdapat di bagian data arsip surat kabar Minggu Pagi hanyalah data Minggu Pagi yang terbit di akhir tahun 2008 yang kondisi gambar sudah tidak memadai, hingga edisi yang terbaru. Peneliti memutuskan untuk meneliti edisi ini karena data yang tersedia cenderung

sama, sejenis dan tidak beragam. Sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil sampel berjumlah empat, yang peneliti anggap cukup untuk mewakili objek penelitian selama dua tahun terakhir.

1.7.4.2. Data Sekunder

Data sekunder menggunakan data mengenai isu-isu perempuan yang tersedia melalui internet, buku ataupun media cetak lainnya seperti majalah dan surat kabar.

I.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data akan diperoleh melalui:

I.7.5.1. Analisis Teks

Alat utama yang menjadi objek penelitian adalah rubrik *cover story* surat kabar Minggu Pagi edisi minggu ke-3 Juni 2009, minggu ke-4 Januari 2010 minggu ke-1 Agustus 2010 dan minggu ke-1 Oktober 2010. Penelitian dilakukan dengan mengamati dan menganalisis tanda-tanda dalam rubrik *cover story* yang meliputi tulisan artikel dan foto mengenai representasi perempuan.

I.7.5.2. Studi Pustaka dan Dokumen

Data utama dalam penelitian ini adalah artikel (tulisan dan foto) rubrik *cover story* surat kabar Minggu Pagi. Setiap artikel yang menghadirkan perempuan muda dan isu-isu perempuan akan dipergunakan sebagai data utama dalam penelitian.

Dalam penelitian ini sumber-sumber pustaka yang memadai dan sesuai dengan konsep yang menjadi dasar penelitian akan digunakan sebagai salah satu

data dalam penelitian. Referensi mengenai perempuan dan media akan digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis data.

I.7.6. Tahap-Tahap Penelitian

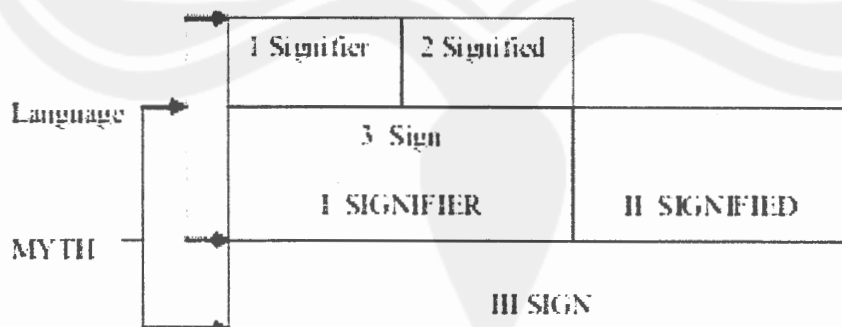
I.7.6.1. Pengumpulan Data

Sumber data penelitian adalah dokumentasi teks tulisan dan foto pada empat edisi surat kabar Minggu Pagi yang meliputi edisi pada tahun 2009 dan pada tahun 2010. Sumber data di akses dari data arsip Kantor Pusat Kedaulatan Rakyat yang membawahi surat kabar Minggu Pagi.

I.7.6.2. Analisis Data

Agar dapat lebih memudahkan penjelasan mengenai analisis data, pertama penulis akan memberikan penjelasan mengenai gambar pemaknaan tanda yang dikemukakan oleh Barthes sebagai berikut:

Second order signification digambarkan sebagai berikut:



(sumber: <http://islamicgraphicdesign.blogdetik.com/2009/02/05/membaca-“teks”-desain-komunikasi-visual-3/>)

Pemaknaan disini berlangsung dua tahap. *Signifier* dan *signified* pada tingkat pertama akan menghasilkan sebuah sign yang akan menjadi landasan dalam melakukan analisis *second order signification*. Proses inilah yang disebut signifikasi (*signification*). *Sign* tersebut kemudian akan menghasilkan *signifier* yang kemudian akan terjadi proses signifikasi bentuknya hingga menghasilkan *sign* lagi, yang pada level ini merupakan mitos atau ideologi yang dicari.

Pemaknaan tingkat pertama (*first order of signification*) disebut sebagai denotasi. Denotasi merupakan makna tanda yang terlihat jelas. dalam analisis data ini denotasi dilakukan dengan mendeskripsikan gambar secara jelas yang menguraikan makna yang eksplisit yang ada pada *Cover Story* surat kabar Minggu Pagi.

Pemaknaan tingkat kedua (*second order of signification*) disebut juga sebagai konotasi. Konotasi menggambarkan hubungan yang terjadi ketika suatu tanda dilihat dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan dengan nilai-nilai budaya mereka. Dalam penelitian ini, analisis konotasi tidak hanya dilakukan dengan dasar perasaan atau emosi penulis, akan tetapi yang berhubungan dengan interteks yang berupa artikel atau bacaan lain dari internet dan buku-buku untuk mengetahui latar belakang munculnya artikel di *cover story* yang meliputi tulisan dan foto.

Makna konotasi disebut sebagai mitos yaitu makna yang didapat seseorang berdasarkan referensi kultural yang dimilikinya. Konotasi sebagai *second order of signification* berkaitan dengan aspek mitos yang merupakan ideologi dominan

masyarakat. Kombinasi signifikasi antara denotasi dan konotasi memproduksi suatu ideologi.

Seperti halnya pemaknaan pada gambar, pemaknaan pada teks atau pesan lingual melalui dua tataran yaitu tataran denotasi dan konotasi. Pada tataran denotasi, analisis teks akan dilakukan dengan mendeskripsikan makna eksplisit secara jelas dari teks yang terdapat dalam rubrik *Cover Story* Minggu Pagi. Sedangkan pada tataran konotasi analisis akan dilakukan dengan melihat hubungan interteks yang berupa bacaan lain dalam bentuk artikel. Menurut Barthes teks mempunyai dua fungsi yaitu fungsi 'membatasi' (penambat/*anchorage*) dan fungsi 'mempercepat' (pemancar/*relay*) (Sunardi, 2002:160). Pada fungsi yang pertama, teks atau pesan lingual yang hadir bersamaan dengan citra berfungsi untuk mengarahkan interpretasi, mengarahkan pembaca kepada petanda-petanda tertentu, kepada makna-makna tertentu karena citra itu dapat memiliki banyak arti sehingga teks disini membuat makna menjadi pasti. Fungsi kedua teks dan citra hadir dalam hubungan yang saling melengkapi atau komplementer karena makna yang terdapat di dalam teks tidak dapat ditemukan dalam citra itu sendiri atau sebaliknya. Analisis pada teks dalam penelitian ini juga untuk melihat fungsi apa yang dimiliki oleh teks dalam citra tersebut.

Langkah-langkah menganalisa data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan interpretasi secara semiotik terhadap artikel-artikel *cover story* Minggu Pagi yang meliputi tulisan (pesan lingual) dan foto (citra). Setelah teks tersebut terkumpul, kemudian dihubungkan dan dianalisa dengan kerangka

teoritik yang digunakan dalam penelitian ini. Analisa yang dilakukan didasarkan kepada alur pemikiran yang disusun dalam kerangka teori.

I.7.6.3.Membuat Kesimpulan

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah membuat kesimpulan. Setelah data dianalisis dan diinterpretasikan, maka penelitian akan membuat uraian-uraian yang telah ditemukan oleh peneliti mengenai representasi perempuan di bagian *Cover Story* surat kabar Minggu Pagi.