

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang terdiri dari keberagaman etnis. Ada etnis Jawa, Sunda, Manado, Batak, dan lain-lain. Masing-masing etnis mempunyai ciri khas atau identitasnya sendiri-sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari, ciri-ciri itu sering dicampuradukkan dengan ras. Padahal ras dan etnis adalah dua konsep yang berbeda. Ras lebih cenderung melihat pada tampilan fisik, seperti berkulit putih, kuning, hitam, ataupun yang lainnya. Sedangkan etnis cenderung pada kesamaan budaya (Liliweri, 2005:3). Etnis secara umum dipahami sebagai masyarakat suku, atau masyarakat yang secara tradisi memiliki kesamaan identitas. Wujud identitas itu misalnya bahasa, tempat tinggal, pola kekerabatan, dan lain-lain.

Keanekaragaman etnis sering diangkat oleh media. Contohnya saja dalam dunia perfilman yang memasukkan kelompok-kelompok etnis Jawa, Batak, Manado, dan lain sebagainya dalam suatu bingkai cerita. Masing-masing etnis itu oleh media diperlihatkan melalui bahasa, dialek ataupun karakteristik yang dibawakan oleh masing-masing tokoh. Lalu, bagaimanakah etnis-etnis tersebut digambarkan dalam media?

Untuk memahami dan menjawab pertanyaan tersebut, peneliti mencoba untuk merujuk pada apa yang diungkapkan oleh IGAK Satrya Wibawa dalam

artikelnnya yang berjudul “Keragaman Dialektika Isu Minoritas dalam Sinema Indonesia”.

“Dulu, saat jaya-jayanya Film Indonesia dan TVRI, kita selalu terbahak-bahak dengan polah dan logat Madura Mbok Bariah, logat Tionghoa Babah Akong, atau polah Kasino Warkop saat berceloteh dengan logat Bali. Kita tertawa dan menempatkan posisi mereka, atau mungkin dialek mereka, semata menjadi sumber kelucuan. Tak lebih dari itu. tanpa sadar, kita menempatkan dialek-dialek itu menjadi sesuatu yang tidak lebih dari lawakan slapstick, terjatuh karena menginjak kulit pisang atau tertimpa ember berisi cat. Dialek daerah, dalam konteks dialektika kebudayaan, sesungguhnya tidak seharusnya pada posisi semarginal itu” (Wibawa, 2009: iii).

Dialek daerah yang dimaksud oleh Wibawa di atas adalah dialek daerah di luar dialek Jakarta. Hal ini dikarenakan media selalu menempatkan penggunaan dialek Jakarta sebagai suatu hal yang utama dalam setiap acaranya. Hal ini dapat membuktikan pernyataan Wibawa yang mengatakan bahwa media juga melakukan penyempitan identitas Indonesia menjadi hanya Jakarta (Wibawa, 2009:VI). Pernyataan tersebut juga dikuatkan dengan pemberitaan di Antaranews, 21 November 2009, yang mengatakan bahwa

“unsur-unsur dialek Jakarta sekarang menjadi bagian yang menonjol dari ragam tak resmi, baik lisan maupun tulisan, dalam bahasa Indonesia dewasa ini di Jakarta maupun di luar Jakarta. Itu disebabkan Jakarta adalah ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang lebih dominan dan berwibawa dari daerah lain, bukan hanya di bidang politik, melainkan juga dalam segala aspek kehidupan cultural”.

Antaranews, 21 November 2009 juga melansir pendapat Harimurti yang mengatakan bahwa “Gaya hidup orang Jakarta menjadi standar bagi orang-orang di luar Jakarta. Segala polah dan tingkah orang Jakarta ditiru”. Dari pernyataan itu terlihat jelas bahwa posisi dialek Jakarta bersifat superior apabila dibandingkan dengan dialek-dialek daerah lainnya yang menggambarkan suatu etnis tertentu. Hal ini juga membuat kedudukan etnis daerah termarginalkan dalam sebuah media.

Pemarginalan yang dimaksud disini merujuk pada pengertian Routled M. Dennis dalam artikelnnya yang berjudul “*The Age of Marginality*”, yang

mengatakan bahwa konsep marjinalisasi sangat dekat hubungannya dengan identitas. Alasannya, bahwa kita cenderung memaknai hidup dalam dan melalui sebuah identitas, baik itu pria-wanita, maupun dominan-nondominan (Dennis, 2005:5). Robbert Dunne membingkai masalah marjinalisasi ke dalam isu kelas pekerja, modernisasi, pertumbuhan penduduk, maupun dominasi sosial, serta mengatakan bahwa marginalitas merupakan skema dialektikal antara sentralisasi dengan marjinalisasi (Dennis, 2005:7). Jika dikaitkan dengan fenomena ini, maka masalah marjinalisasi merujuk pada keadaan dominasi sosial dimana terdapat hubungan antara sentralisasi dengan marjinalisasi. Dominasi sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dominasi Jakarta, sehingga etnis-etnis daerah di luar Jakarta mendapatkan posisi yang non-dominan. Marjinalisasi terjadi karena posisinya yang non-dominan.

Marjinalisasi terhadap kaum etnis yang non-dominan dalam media ini merupakan kerja dari para pelaku media. Etnisitas dalam konteks media ini didefinisikan sebagai sebuah konsep yang beroperasi dalam kekuatan sosial politik dan ekonomi (Surya, 2009:17). Maksudnya, dengan kuasa yang dimilikinya, media mampu merepresentasikan apa yang disebut dengan etnis Batak, Manado, Jawa serta etnis mana saja yang dianggapnya dominan atau tidak dalam masyarakat.

Hal tersebut mengakibatkan adanya peran dan karakteristik tertentu yang melekat pada suatu etnis. Menurut Yuyun W.I Surya, tak terhitung lagi berapa banyak sinetron dengan keberagaman genre selalu memberikan peran sebagai

pembantu rumah tangga dengan logat Jawa yang sangat kental atau mungkin dari namanya (Surya, 2009:16). Contohnya saja etnis Jawa, dimana melalui nama tokoh, atau dialek yang diucapkan, tak jarang orang Jawa ditempatkan sebagai pembantu rumah tangga, seperti pada film “Inem Pelayan Seksi”. Nama “Inem” sangat identik dengan etnis Jawa. Hal ini juga terdapat dalam sinetron atau FTV-FTV lain yang juga tak jarang menampilkan peran pembantu dengan dialek Jawa yang sangat kental, atau ditampilkan sebagai sosok yang *ndeso*, seperti pada FTV yang ditayangkan di SCTV pada 22 Agustus 2010 yang berjudul “Pacarku Selebritis Kampung”.

Dalam FTV tersebut, terdapat sosok Teguh yang diperankan oleh Dimas Andrean, yang tinggal di sebuah desa di daerah Magelang. Dalam FTV itu Teguh yang menggunakan dialek Jawa yang sangat kental digambarkan sebagai sosok yang *ndeso*, miskin dan selalu dianggap bodoh. Dia menjalin hubungan dengan seorang wanita kaya bernama Astri yang digambarkan sedang kuliah di fakultas kedokteran dan tinggal di kota serta tidak menggunakan dialek Jawa yang kental meskipun mereka diceritakan tinggal dalam satu daerah. Hubungan mereka selalu dihalang-halangi orang tua si perempuan karena Teguh dianggap miskin, bodoh, dan tidak *selevel*. Sampai pada akhirnya Teguh harus membuktikan kemampuannya bahwa dia bisa mendapatkan beasiswa ke Jepang, barulah posisinya diterima di lingkungan keluarga Astri.

Dari FTV itu terlihat jelas bagaimana dialek daerah direpresentasikan, yaitu ketika dia menggunakan dialek daerah, dia akan diberikan label *ndeso*,

miskin, dan bodoh. Selain kedua contoh yang telah disebutkan, tak jarang juga digambarkan bahwa ketika orang Jawa yang merantau ke Jakarta, dimana Jakarta selalu diposisikan sebagai sebuah kota besar dalam media, mereka sering sekali digambarkan sebagai sosok yang lugu, kurang gaul, dan kuno. Tetapi tak jarang pula terdapat orang Jawa yang diposisikan sebagai orang yang kaya dan mempunyai kedudukan. Namun, kebanyakan orang Jawa yang diposisikan demikian adalah orang yang dekat dengan lingkungan atau masih berada dalam suatu silsilah keraton.

Hal tersebut dikarenakan bahwa jaman Jawa Kuno, kekuasaan keraton-keraton Jawa selalu dipegang oleh kaum bangsawan atau yang dikenal dengan darah biru. Perlu diakui, bahwa kaum darah biru ini memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh kaum jelata. Baik dari cara kerja, cara berpikir, dan pandangan dunia darah biru memang selangkah lebih maju dibandingkan dengan rakyat jelata (Widyawati, 2010:21). Masyarakat Jawa pun dikenal sebagai masyarakat yang *feodal*. *Feodalisme* tak lain ialah suatu *mental attitude*, sikap mental terhadap sesama dengan mengadakan sikap khusus karena adanya pembedaan dalam usia atau kedudukan (Hardjowirogo, 1983:11).

Meskipun telah diungkapkan di atas bahwa bagaimana media merepresentasikan suatu etnis itu adalah hak dari pelaku media, namun yang menjadi persoalan disini adalah bagaimana penggambaran media akan fenomena tersebut berdampak memunculkan stereotip-stereotip yang kemudian bisa berkembang ditengah masyarakat. Hal tersebut dikarenakan

media sangat berperan penting dalam pembentukan opini publik dan fakta yang ditampilkan dimana sering dianggap sebagai sebuah kebenaran oleh khalayak (Surya, 2009:16). Oleh karena itu, meskipun penggambaran fenomena tersebut hanya terdapat dalam sebuah *frame* media, namun dampak stereotipnya akan meluas.

Berangkat dari apa yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti ingin mencoba melakukan studi kasus dalam sebuah komedi situasi yang berjudul “Kejar Tayang”. Melalui komedi itu, peneliti ingin melihat bagaimana penggambaran marginalisasi etnis Jawa dalam tayangan tersebut. Penelitian ini berfokus pada proses representasi. Menurut Stuart Hall, representasi adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan konsep dan bahasa yang menggambarkan objek, orang, maupun fisik (Hall, 1997:15).

Alasan peneliti mengambil komedi situasi sebagai objek penelitian adalah karena adanya ketetapan karakter di setiap episodenya, sehingga semakin menjelaskan representasi yang ada. Ketetapan karakter disini adalah hal yang mendasar dalam sebuah komedi situasi. Maksudnya, ketika tokoh A memerankan kepala rumah tangga dengan ketetapan karakteristik yang kekanak-kanakan, maka sampai kapanpun akan tetap demikian. Selain itu, situasi yang dibangun dalam komedi situasi ini sangatlah jelas, yaitu situasi yang terjadi dalam sebuah *production house*.

'Kejar Tayang' adalah sebuah komedi situasi yang diproduksi oleh sebuah *production house* yang bernama *Bros Picture* dan merupakan program dari Trans TV. Komedi Situasi ini tayang setiap hari Senin-Jumat, dan sudah 4 kali ganti jam tayang, yaitu jam 17.30, kemudian jam 16.00, jam 18.30, dan sekarang kembali lagi ke jam 16.00. Acara ini merupakan sebuah komedi yang menceritakan tentang kegiatan dalam sebuah rumah produksi yang bernama BB Production dengan segala permasalahan yang dihadapi. Dalam komedi situasi ini, diceritakan bahwa BB Production telah selesai menggarap acara kejar tayang yang berjudul "Arini", kemudian "Kimmie Show", dan yang sekarang sedang digarap adalah "Bibit Show". Masing-masing tayangan memberikan konsep yang berbeda.

Namun, dalam penelitian ini, yang akan peneliti ambil untuk dijadikan objek penelitian adalah ketika BB Production sedang menyelesaikan sebuah sitkom yang berjudul "Arini". Alasan peneliti memilih bagian ini adalah karena menurut peneliti, cerita ini adalah cerita perdana. Selain itu, peneliti menilai bahwa cerita yang terdapat di episode ini terkesan jauh lebih nyata, dimana aktivitas yang terjadi benar-benar mencerminkan aktivitas dalam sebuah PH, dibandingkan dengan ketika komedi situasi ini menceritakan penggarapan "Kimmie Show" dan "Bibit Show".

Dalam tayangan ini terdapat sosok Nicole yang fasih berbicara dengan dialek Jawa. Bahkan tak jarang iapun berceloteh dengan menggunakan bahasa Jawa. Uniknya, meskipun nama "Nicole" tidaklah mencerminkan nama orang Jawa, namun melalui dialek Jawa yang sangat

fasih, Nicole yang juga mempunyai wajah bule itu ditempatkan sebagai orang yang beretnis Jawa. Logat Jawa yang sangat kental ini merupakan cara untuk membentuk Nicole sebagai seorang yang beretnis Jawa (*sumber: produser Bros Picture*). Untuk menguatkan posisi Nicole sebagai etnis Jawa ini, maka ada satu episode, yaitu episode ke 82, yang berjudul ‘Nicole Bukan Siti Nurbaya’, dimana dalam cerita itu, terdapat Yati Pesek dan Tessi yang berperan sebagai budhe dan pak dhe dari Nicole yang berasal dari Jogja. Budhe Nicole itu menggunakan baju kebaya yang merupakan salah satu identitas dari etnis Jawa. Budhe Nicole datang dengan tujuan hendak menjodohkan Nicole. Budhe adalah sebutan untuk kakak perempuan dari orang tua kita bagi orang Jawa.

Karena posisinya yang ditempatkan sebagai etnis Jawa itulah, “Nicole” selalu diposisikan sebagai seseorang yang lugu, dan kurang begitu tanggap akan suatu masalah, dan hal tersebut dijadikan sebagai suatu lelucon. Meskipun semua tokoh dalam acara ini ditempatkan sebagai lelucon, karena tayangan ini bergenre komedi, namun sosok Nicole yang berbeda inilah yang membuatnya menjadi menonjol. Menurut peneliti, hal tersebut mencerminkan pada apa yang dikatakan oleh IGAK Satriya Wibawa di atas, dimana logat dianggap sebagai sebuah lawakan. Inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengambil sosok “Nicole” dalam proses penelitian ini.

Penelitian tentang representasi ini dilakukan dengan cara menginterpretasi teks visual yang ada. Teks visual ini bisa dilihat dari mimik maupun dialog yang dilakukan oleh tokoh Nicole. Untuk menginterpretasikan teks visual ini,

peneliti akan menggunakan metode penelitian yang dikenal dengan semiotika. Semiotika adalah ilmu tentang tanda yang dapat membantu peneliti untuk menginterpretasikan tanda-tanda yang terdapat dalam teks visual komedi situasi “Kejar Tayang”.

Hasil dari penelitian ini tidak bermaksud untuk menggeneralisasikan representasi pemarginalan dialek yang ada, namun hanya untuk melihat bagaimana potret atau penggambaran marjinalisasi etnis yang diperlihatkan melalui dialek bahasa serta bagaimana proses marjinalisasi itu terjadi dalam komedi situasi ‘Kejar Tayang’. Peneliti berharap agar penelitian ini bisa berguna untuk pijakan reflektif bagi audiens mengenai fenomena yang bersangkutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang ingin diteliti adalah: Bagaimana representasi marjinalisasi etnis Jawa dalam komedi situasi "Kejar Tayang" ? Marjinalisasi yang dimaksud disini adalah marjinalisasi etnis yang tampak dalam dialek Jawa yang sehari-hari diucapkan oleh Nicole. Penelitian ini tidak hanya sekedar mengetahui bagaimana penggambaran marjinalisasi, namun juga bagaimana proses itu terjadi dalam bingkai media yang bersangkutan, dalam hal ini adalah Kejar Tayang. Hal ini menjadi penting karena terkadang tanpa sadar penonton menempatkan dialek daerah itu ke dalam suatu guyonan atau bahkan dianggap sebagai lawakan slapstick seperti yang telah diungkapkan di atas.

C. Tujuan

Mengetahui bagaimana marjinalisasi etnis daerah yang tampak melalui dialek Jawa yang direpresentasikan dalam komedi situasi “Kejar Tayang”. Representasi ini menjadi sangat penting karena banyak media yang memposisikan dialek daerah dalam posisi yang termarginalkan. Pernyataan ini mengacu pada pernyataan Igak Satrya Wibawa, maka pemarginalan yang dimaksud dalam hal ini adalah sebagai suatu guyonan yang tak jarang guyonan itu seolah disamakan dengan “lawakan slapstick”. Oleh karena itu, penelitian inipun bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pemarginalan ini terjadi dalam media yang bersangkutan.

D. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

D.1. Manfaat Akademik:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan penelitian mengenai representasi yang dilakukan oleh media yang dilihat melalui teks visual serta dapat memberikan referensi untuk penelitian dengan topik dan metode serupa di masa mendatang.

D.2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan diharapkan melalui potret marjinalisasi dialek daerah dalam komedi situasi “Kejar Tayang” dapat menjadi pijakan reflektif untuk para pembaca mengenai fenomena marjinalisasi yang terjadi

di lingkungan sekitar kita.

E. Kerangka teori

Komedi situasi adalah salah satu genre komedi yang mengudara di televisi dan menjadi objek dalam penelitian ini. Televisi mempunyai kuasa untuk menggambarkan suatu kenyataan yang sebenarnya telah diubah, namun dibuat sedemikian rupa hingga audiens tidak akan menanyakan kebenaran acara tersebut (Sierra, 2006:20). Suatu tayangan di media, di televisi misalnya, jika dikaji lebih dalam tentu akan membawa isu yang merupakan gambaran dari sebuah realita. Terdapat beberapa aspek yang berkuasa dan mempengaruhi acara televisi yaitu industri yang berkembang di sekitar televisi itu, siapa yang mengontrolnya, dan paradoks yang diciptakan (Sierra, 2006:18).

Sistem pemaknaan yang membantu mengartikan dunia atau realita tersebut serta membuat penelitian tentang dunia adalah **ideologi**. Ideologi inilah yang mempengaruhi suatu acara di media. Oleh karena itu, suatu tayangan yang ditampilkan oleh media tidak pernah netral karena mengusung ideologi yang dianut oleh media tersebut. Dari ideologi inilah nantinya akan melahirkan proses representasi.

Proses **representasi** ini merujuk pada pengertian Stuart Hall, yaitu sebuah produksi makna dalam pikiran melalui bahasa yang menggambarkan objek, orang, atau peristiwa fiksi. Telah dikatakan di atas, bahwa ideologi mendahului proses representasi ini, karena proses produksi makna tidaklah netral dan ideologilah yang mempengaruhi pembentukannya. Objek dalam representasi dalam penelitian ini adalah marjinalisasi.

Marjinalisasi adalah proses untuk memarginalkan sesuatu hal. Marginal disini merujuk pada posisi dominan dan tidak dominan yang kemudian melekat pada identitas seseorang. Posisi yang tidak dominan ini mengakibatkan orang atau kelompok yang menempati posisi tersebut tak jarang dianggap salah, bodoh, dan dalam penelitian ini seolah disamakan sebagai sebuah lawakan *slapstic*. Proses pemarginalan ini terjadi dalam sebuah etnis Jawa yang dilihat melalui dialek Jawa yang sangat kental yang diucapkan oleh tokoh yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini. Efek dari proses pemarginalan yang nantinya akan melekat sebagai identitas orang atau kelompok yang bersangkutan seperti yang telah diungkapkan akan mengakibatkan timbulnya *stereotip* bagi masyarakat luas.

Untuk dapat mengkaji atau menganalisa apa yang telah dipaparkan diatas, maka semua materi dalam tayangan yang bersangkutan akan dibaca sebagai teks. Teks yang dimaksud ini tidak hanya teks dan tulisan, namun juga semua jenis ekspresi komunikasi, gambar, visual, suara, gerak, dan lain sebagainya. Setelah itu, barulah kita bisa menganalisanya dengan menggunakan **semiotika**. Semiotika adalah ilmu yang mengkaji soal tanda. Semiotika yang nantinya digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika Roland Barthes, di mana di dalamnya terdapat proses signifikansi dua tahap.

Adapun penjelasan dari ideologi, representasi, marjinalisasi, dan semiotika adalah sebagai berikut

E.1 Ideologi

Cultural Studies didasarkan pada Marxisme, yang menerangkannya dalam dua cara fundamental. Pertama, untuk memahami makna dari teks atau praktik

budaya, kita harus menganalisisnya dalam konteks sosial dan historis produksi dan konsumsinya. Di sini teks budaya tidak sekedar merefleksikan sejarah, tetapi juga membuat sejarah dan merupakan bagian pelbagai proses dan praktiknya. Oleh karena itu, teks budaya seharusnya dikaji karena pekerjaan (ideologis) yang dilakukan, dan bukan karena pekerjaan (ideologis) yang direfleksikan (yang senantiasa berlangsung di tempat lain) (Storey, 1996:3).

Asumsi kedua yang diambil dari Marxisme adalah pengenalan bahwa masyarakat industrial kapitalis adalah masyarakat yang disekat-sekat secara tidak adil menurut kelas, gender, etnis, keturunan, dll. *Cultural studies* berpendapat bahwa budaya merupakan salah satu wilayah prinsipil dimana penyekatan itu ditegakkan dan dipertandingkan. Budaya adalah suatu ranah tempat berlangsungnya pertarungan terus-menerus atas makna, di mana kelompok-kelompok subordinat mencoba menentang penimpaan makna yang sarat akan kepentingan kelompok-kelompok dominan. Inilah yang membuat budaya bersifat ideologis.

Suatu ideologi adalah system pemaknaan yang membantu mengartikan dunia dan membuat penelitian tentang dunia. Ideologi merupakan dasar sistem makna yang membantu mendefinisikan, menjelaskan, dan memberikan penilaian tentang dunia. Ideologi terkait erat dengan konsep-konsep seperti pandangan umum, sistem kepercayaan, serta nilai-nilai. Namun, ideologi cenderung lebih luas daripada konsep-konsep tersebut. Ideologi tidak hanya terkait dengan masalah politik. Istilah ini memiliki konotasi yang lebih luas dan mendasar (Croteau dan Hoynes, 2003:159-160).

John Storey mengungkapkan lima makna konsep ideologi (Storey, 1993:4-9):

- a. Ideologi dapat mengacu pada suatu perkembangan gagasan-gagasan sistematis yang diartikulasikan oleh sekelompok masyarakat tertentu.
- b. Definisi ideologi menyiratkan adanya penopengan, penyimpangan/penyembunyian realitas tersebut.
- c. Definisi ideologi terkait erat dalam beberapa hal yang bergantung pada definisi kedua. Istilah ideologi dalam hal ini digunakan untuk mengacu pada “bentuk-bentuk ideologi”. Berdasarkan definisi ini, masyarakat adalah sesuatu yang bersifat “konflikual”. Dalam konflik ini, sadar atau tidak, seringkali tersebar pada soal keberpihakan.
- d. Definisi yang dikembangkan oleh Althusser. Di sini, ideologi bukan hanya sebagai pertimbangan ide-ide, tapi juga sebagai material ideologi yang bisa dijumpai dalam praktik kehidupan sehari-hari, dan bukan hanya dalam ide-ide tertentu dalam kehidupan sehari-hari.
- e. Definisi diasosiasikan dengan karya awal budaya Roland Barthes. Menurut Barthes, ideologi berfungsi terutama pada level konotasi, makna sekunder, makna yang seringkali tidak disadari, yang ditampilkan oleh teks dan praktik atau yang bisa ditampilkan oleh apapun. Ideologi (atau mitos menurut barthes) dalam definisi ini menuntut kita pada perjuangan hegemoni untuk membatasi konotasi, untuk menetapkan konotasi-konotasi particular dan memproduksi konotasi baru (Storey,1993;4-9).

Teks media berbicara dengan jelas tentang cara melihat dan memberi model untuk sikap dan perilaku yang tepat, pesan apa di balik isi media, dan kepentingan

siapa yang dilayani oleh pesan-pesan ini (Croteau dan Hoynes, 2003;159). Hal inilah yang menjadi dasar pertanyaan tentang media dan ideologi bisa dijawab dengan penelitian terhadap teks media.

Dalam analisa ideologi ini terlihat bahwa yang terjadi dalam suatu gambaran media bukanlah gambaran “realistis” karena analisis ideologi secara umum menyadari definisi “real” sebagai ‘dengan sendirinya’, atau sebagai suatu konstruksi ideologis. Aspek mana dari “realistis” milik siapa yang kita jelaskan sebagai yang paling nyata? Apakah yang paling dapat dilihat? Yang paling umum? Yang paling berpengaruh? Bukannya menilai gambaran dan membuat penilaian tentang level kenyataan, analisis ideologi menanyakan apa yang disampaikan pesan ini kepada kita tentang kita diri sendiri dan masyarakat kita (Croteau dan Hoynes,2003:106).

Media menjadi medan peperangan budaya. Kebanyakan isi dari perang budaya kontemporer adalah tentang gambaran yang ditanamkan oleh media massa. Perjuangan ini melampaui moralitas dan nilai yang kadang memfokuskan pada keterlibatan gambaran media populer kita dan bukti pelajaran yang diajarkan media tentang masyarakat. Media memberikan kita gambaran tentang interaksi sosial dan institusi sosial yang melalui pengulangan hari dan dapat memainkan peran penting dalam membentuk definisi sosial yang umum. Pada pokoknya, akumulasi dari gambaran media menunjukkan apa yang ‘normal’ dan apa yang ‘menyimpang’(Croteau dan Hoynes, 2003:162-163).

Gambaran media adalah hasil dari proses seleksi yang dengan tetap berarti bahwa aspek-aspek tertentu dari realitas disorot dan yang lain diabaikan, media

memiliki apa yang dikatakan oleh Hall (1982) sebagai “kekuatan untuk mengartikan peristiwa ke dalam cara tertentu”. Media menyajikan gambaran mengenai interaksi dan institusi sosial yang secara terus menerus mempersempit wilayah definisi sosial. Maksudnya, citra media dapat menunjukkan apa yang dianggap “norma” dan apa yang dianggap “menyimpang” (Croteau dan Hoynes, 2003:163). Maka dari itu, media memiliki kekuatan untuk mengkonstruksikan suatu peristiwa ke dalam tampilannya. Teks media yang merupakan produk dari media adalah hasil dari realitas media. Konstruksi ini dibuat dengan memperhatikan kepentingan dan ideologi yang dipegang media. Dari konstruksi ini pula cara pandang yang dipakai dalam media dalam memaknai dunia bisa dilihat.

E.2. Representasi

Jika kita berbicara mengenai film, secara tidak langsung kita mengaitkannya dengan *cultural studies* karena film itu sendiri merupakan sebuah teks sebagai bentuk representasi yang telah dikonstruksi. Penelitian ini akan mengadopsi konsep *cultural studies* yang ada dalam sebuah film. Secara khusus, *cultural studies* berpusat pada pertanyaan tentang representasi, yaitu tentang bagaimana dunia ini dikonstruksikan dan direpresentasikan secara sosial oleh kita dan kepada kita. *Cultural studies* dapat dipahami sebagai studi kebudayaan yang merupakan praktik pemaknaan representasi. Representasi dan makna kebudayaan itu sendiri melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, program tv, majalah, dan tentu saja film (Barker, 2004:9).

Menurut John Hartley dalam artikel yang ditulis oleh Irfan Wahyudi yang

berjudul “Membaca Identitas Tionghoa dalam Sinema Indonesia”, sebagai produk budaya, film memegang peran yang penting dalam merepresentasikan aspek-aspek yang diwakilinya. Hal ini merupakan peran film sebagai *cultural citizenship*, yaitu partisipasi dalam kehidupan suatu bangsa. Partisipasi itu berupa proses pemaknaan pesan oleh media massa, dan proses tersebut tidak bisa terlepas dari apa yang disebut dengan representasi.

Menurut Stuart Hall (1997:15) representasi adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan antara konsep dan bahasa yang menggambarkan objek, orang, atau bahkan peristiwa yang nyata ke dalam objek, orang, maupun peristiwa fiksi. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang penuh arti, atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain.

Menurut Stuart Hall (1997:15), makna dikonstruksi oleh sistem representasi dan maknanya diproduksi melalui sistem bahasa yang fenomenanya tidak hanya terjadi melalui ungkapan verbal, namun juga visual. Sistem representasi tersusun bukan atas *individual concept*, melainkan melalui cara-cara pengorganisasian, penyusunan, dan pengklasifikasian konsep serta berbagai kompleksitas hubungan.

Memahami hal diatas, maka bisa dikatakan bahwa representasi itu sendiri memiliki dua proses utama. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Bentuknya masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, representasi bahasa, dimana proses ini berperan penting dalam produksi makna. Konsep abstrak yang ada di kepala kita kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa yang sering digunakan,

sehingga kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang sesuatu dengan tanda atau simbol, tertentu. Jalinan hubungan inilah yang disebut dengan representasi.

Representasi adalah produksi makna dari konsep-konsep yang ada di dalam pikiran kita melalui bahasa yang mempunyai dua prinsip, yaitu untuk mengartikan sesuatu dalam pengertian untuk menjelaskan atau menggambarkannya dalam pikiran dengan sebuah imajinasi untuk menempatkan persamaan ini sebelumnya dalam pikiran atau perasaan kita. Sedangkan prinsip kedua adalah representasi yang digunakan untuk menjelaskan (konstruksi) makna sebuah symbol. Jadi, kita dapat mengkomunikasikan makna objek melalui bahasa kepada orang lain yang bisa mengerti dan memahami konvensi bahasa yang sama (Hall, 1997:16). Oleh karena itu, proses representasi tidak bisa lepas dari istilah realitas, bahasa, dan makna.

Ada tiga pendekatan untuk menerangkan bagaimana merepresentasikan makna melalui bahasa, yaitu *reflective*, *intentional*, dan *constructionist* (Hall, 1997:13). Pendekatan *reflective* menjelaskan bahwa makna dipahami untuk mengelaborasi objek, seseorang, ide-ide, ataupun kejadian-kejadian dalam kehidupan nyata. Dalam pandangan ini, fungsi bahasa serupa dengan fungsi cermin. Cermin yang merefleksikan makna yang sebenarnya dari segala sesuatu yang ada di dunia. Jadi, pendekatan ini mengatakan bahwa bahasa bekerja dengan refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada kehidupan normal menuntut kehidupan normative (Hall, 1997:13). Dalam pendekatan ini, *reflective* lebih menekankan apakah bahasa telah mampu mengekspresikan makna yang terkandung dalam

objek yang bersangkutan.

Pendekatan kedua adalah pendekatan *intentional*. Pendekatan ini melihat 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). Jadi dalam pendekatan *intentional* ini, lebih ditekankan pada apakah bahasa telah mampu mengekspresikan apa yang komunikator maksudkan.

Sedangkan pendekatan yang ketiga adalah *constructionist*. Pada pendekatan ini lebih ditekankan pada proses konstruksi makna melalui bahasa yang digunakan. Dalam pendekatan ini, bahasa dan pengguna bahasa tidak bisa menetapkan makna dalam bahasa melalui dirinya sendiri, tetapi harus dihadapkan dengan hal yang lain hingga memunculkan apa yang disebut interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor-aktor sosial yang memakai system konsep kultur bahasa dan dikombinasikan oleh system representasi yang lain (Hall, 1997:35).

Dalam konstruksionis ini, terdapat dua pendekatan menurut Stuart Hall, yaitu pendekatan diskursif dan pendekatan semiotika. Dalam pendekatan diskursif, makna dibentuk bukan melalui bahasa, tetapi melalui wacana. Kedudukan wacana jauh lebih luas dari bahasa atau juga bisa disebut topik. Jadi produksi mana yang ada pada suatu kultur dihasilkan oleh wacana yang diangkat oleh individu-individu yang berinteraksi dalam masyarakat dan diidentifikasi atas kultur yang ditentukan oleh wacana-wacana yang diangkat. Sedangkan pada pendekatan

semiotik akan dijabarkan tentang pembentukan tanda dan makna melalui medium bahasa (Hall, 1997:25).

Pendekatan semiotik dalam teori konstruksionis inilah yang akan digunakan peneliti untuk melihat fenomena representasi yang ada. Representasi terlihat di dalam bahasa yang mampu mengkonstruksi sebuah makna. Pembangunan makna pada sebuah tanda dibentuk melalui bahasa dan bersifat dialektis karena sifat konstruksi juga ditentukan oleh faktor lingkungan, konvensi, dan hal-hal yang bekerja di luar produsen yang ikut menentukan prosesnya. Dalam hal ini, proses pemaknaan ini akan dipengaruhi berbagai kepentingan dan budaya dimana aktor sosial itu berada.

E.3. Marjinalisasi

Marjinalisasi adalah suatu proses untuk memarginalkan seseorang atau sekelompok orang. Banyak sekali para ahli yang mencoba mencari definisi dari marginal itu. Masing-masing ahli memberikan contoh-contoh yang menarik untuk memahami apa itu marginal.

Konsep marginalitas ini sebenarnya awalnya dikenalkan oleh Robert Park pada tahun 1928 dalam esainya yang berjudul "*Human Migration and Marginal Man*" (Dunne, 2005:11). Dalam esainya itu sebenarnya Park lebih menekankan pada peristiwa migrasi ke U.S nya yang merupakan fenomena utama saat itu, dan hanya sedikit komentar mengenai marginalitas. Komentar ini ditujukan pada adanya tumpang tindih antara dua budaya atau adanya tekanan terhadap budaya pendatang.

Berangkat dari Park, kemudian muncul beberapa esai yang menggunakan

label Marginal. Smith dalam Dunne (2005:12) dengan essainya tentang ras campuran di Hawaii yang lahir dengan julukan sebagai orang marginal, namun gagal untuk mengembangkan konsep tersebut. Hal ini juga dibenarkan oleh Crasseys dalam Dunne (2005:12) dalam essainya yang juga membahas mengenai ras campuran Inggris dan Indian. Kemudian di tahun 1937, Stonequist mempublikasikan sebuah buku yang berjudul "*The Marginal Man*" yang menggunakan pengantar oleh Park. Stonequist tertarik pada kolonialisme dan penyesuaian diri terhadap dominasi Eropa. Terdapat dua hal yang penting disini, yaitu sejauh mana penduduk asli mencoba untuk mengasimilasi ke dalam budaya Eropa, dan sejauh mana masyarakat adat/asli dalam melakukan penolakan terhadap asimilasi kebudayaan asing. Hal ini bisa menyebabkan kebingungan sehingga akan mempengaruhi proses mental atau mungkin justru aktivitas kriminal.

Kemudian dijelaskan pula dalam tulisannya Dunne (2005:12-14) bahwa di tahun 1941, Goldberg mempublikasikan sebuah essai yang berjudul "*A Qualification of The Marginal Man Theory*", dimana dalam essainya dikatakan mengenai sekelompok orang yang mempunyai budaya non-dominan yang tinggal di lingkungan budaya lain, dapat hidup normal selama mereka dapat mengejar tujuan budaya mereka sendiri. Hal tersebut kemudian direspon oleh Antonovsky pada tahun 1956 dimana ada banyak cara untuk kelompok non-dominan beradaptasi dalam kelompok dominan. Dia menyimpulkan bahwa status marginal tidak harus menghasilkan apa-apa seperti pada apa yang diungkapkan oleh Park dan Stonequist. Namun, di tahun 1947, Green mempertanyakan nilai inti pada

konsep marginal. Menurutnya, akan ada yang terganggu ketika adanya pelabelan marginal, jadi yang paling penting adalah adanya kejelasan posisi dominan dan non-dominan. Kemudian 1952, Golovensky mengevaluasi pernyataan empiris oleh Park dan Stonequist dimana mereka menyimpulkan bahwa pihak yang mendapatkan label marginal adalah pihak yang salah dan cenderung menunjukkan masalah-masalah pribadi. Golovensky menyimpulkan bahwa konsep marginal hanya diterapkan dalam suatu keadaan yang terbatas dan spesifik. Ketidakpuasan akan konsep yang diberikan oleh Park dan Stonequist ini juga disampaikan oleh Wardwell dan Dicky-Clark dengan alasan yang sama.

Pengertian-pengertian mengenai marjinalisasi memang sangat problematik. Hal itu dikarenakan pengertian marjinalisasi cenderung terbatas dan tidak mutlak. Ini dikarenakan marjinalisasi bersifat kontekstual.

Marjinalisasi selalu berada dalam lapisan masyarakat. Tidak ada seorangpun yang dapat melarikan atau menghindari dari lapisan masyarakat, namun mereka hanya bisa menerima penolakan. Orang yang ditolak dalam suatu lapisan masyarakat bukan berarti dia tidak memainkan suatu peranan dalam suatu lapisan masyarakat. Seseorang ditolak karena kekuasaan, maupun posisi.

Konsep Marginal juga sangat dekat hubungannya dengan identitas, karena kita hidup dalam dan melalui identitas diri, laki-laki dan perempuan, maupun dominan dan non dominan (Dennis, 2005:5). Konsekuensi dari adanya yang berkuasa maupun yang tidak berkuasa ataupun yang dominan dengan non dominan itu sifatnya kontekstual (Dennis, 2005:8). Kontekstual disini contohnya adalah dalam hal ekonomi, budaya, politik, maupun sosial.

E.3.a Marjinalisasi etnis daerah

Telah disebutkan dalam pengertian marjinalisasi di atas, bahwa marjinalisasi itu bersifat kontekstual. Salah satunya adalah dalam hal budaya. Dalam hal budaya pun bisa terjadi posisi dominan dan non dominan. Adanya posisi itu disebabkan karena terjadinya asimilasi budaya.

Ketika terjadi asimilasi budaya, maka akan terjadi dua proses disini. Pertama, budaya yang baru masuk mampu beradaptasi dengan budaya asal dan melebur di dalamnya, atau yang kedua adalah budaya yang masuk tetap mempertahankan budayanya. Seperti yang dikatakan Goldberg di atas, bahwa ketika terjadi asimilasi budaya, mereka dapat hidup normal jika masing-masing kelompok atau orang dapat mencapai tujuan budayanya (Dunne, 2005;12).

Jeremy Hein mengatakan bahwa marjinalisasi memberikan dua kontribusi teoritik dalam perspektif konstruksi sosial dari sebuah etnis. Pertama, memberikan fakta bahwa batas-batas etnis menghubungkan dengan beberapa kelompok dan keseringannya terjadi tumpang tindih. Kedua, marjinalisasi menyediakan adanya hubungan makro dan mikro dalam perspektif konstruksi sosial (Hein, 2005:174).

Posisi budaya yang lebih kuat akan mendominasi sebuah proses pencampuran itu. Bisa jadi budaya asli yang lebih kuat atau justru budaya pendatang yang lebih kuat. Kekuatan ini bisa dipengaruhi beberapa factor, misalnya politik, maupun ekonomi.

Telah dikatakan di latar belakang bahwa etnis merupakan identitas sebuah budaya. Selain itu dikatakan pula bahwa konsep marjinalisasi sangat dekat hubungannya dengan identitas (Dennis, 2005:5). Jadi, ketika sebuah etnis

mendapatkan posisi yang non-dominan dalam sebuah lapisan masyarakat, serta mendapatkan posisi yang kurang menguntungkan, maka pelabelan marginal akan melekat dalam diri etnis tersebut.

E.3.b Marjinalisasi etnis daerah dalam media

Apa yang telah dipaparkan di atas adalah fenomena marjinalisasi yang terjadi dalam realitas sehari-hari, dimana tidak ada sesuatu yang mutlak dari proses marjinalisasi, karena hal tersebut sifatnya sangat kontekstual. Namun, hal tersebut berbeda dengan bagaimana proses marjinalisasi yang ada di dalam media.

Dalam banyak kasus, media memang memiliki kecenderungan untuk menampilkan secara tidak seimbang dan bias mengabadikan stereotip beberapa kelompok masyarakat yang bisa dikategorikan kelompok minoritas dan marjinal (Surya, 2009:16). Untuk contohnya saja, kita mencoba kembali merujuk pada apa yang disampaikan Wibawa (2009:III) dimana dialek daerah diposisikan sebagai sesuatu hal yang marginal. Sebenarnya stereotipe yang dilakukan oleh media terhadap kelompok minoritas dan marginal itu merupakan salah satu *complain* yang sering dialamatkan oleh masyarakat kepada media. Kecenderungan media untuk menghakimi kelompok-kelompok tersebut ditengarai oleh banyak pengamat media, salah satunya Augie Fierras yang menyatakan bahwa liputan media kepada kelompok minoritas dan marginal sangat tidak berimbang, bias, tidak akurat, penuh stereotipikal, atau bahkan sama sekali diabaikan oleh media (Surya,2009:16). Persoalan utama dalam hal ini adalah sinema seringkali “memperkuat” atau malah “membangun” *stereotip* tertentu terhadap keberagaman etnisitas dalam konteks media.

Para pelaku media memberikan pengaruh yang sangat besar untuk membentuk seperti apakah marjinalisasi dalam sebuah media. Hal itu dipengaruhi dari pengetahuan dari si pelaku media itu sendiri. Misalnya saja, ketika media sering menempatkan orang Batak dengan karakter yang keras dan galak, bahkan diposisikan sebagai seorang preman atau mungkin pengacara, atau mungkin orang Jawa sebagai orang yang lembut dan tak jarang sinetron-sinetron memberikan peran pembantu pada orang Jawa yang lugu. Hal ini menunjukkan bagaimana “kuasa” media dalam membentuk siapa-siapa yang dikategorikan ke dalam kelompok minoritas, yang dapat dengan ‘sekenanya’ ditampilkan. Dengan demikian etnisitas bukanlah konsep yang berangkat dari sebuah kebenaran tentang tubuh dan ciri karakteristiknya (Surya, 2009:17).

Etnisitas dalam konteks media didefinisikan sebagai sebuah konsep yang beroperasi dalam kekuatan sosial politik dan ekonomi. Dengan kuasa yang dimilikinya, media mampu mentransfer apa yang disebut dengan etnis Jawa, etnis Batak, serta etnis mana saja yang menjadi minoritas dalam masyarakat (Surya, 2009:17). *Overconfidence* yang dimiliki sang sutradara menyebabkan ia mempergunakan standard budaya yang dimilikinya untuk menghakimi aspek-aspek etnis budaya lain hanya berdasar pada hal-hal yang dapat dilihat dengan kasat mata (Surya, 2009:19). Pusat media yang berada di Jakarta membuat content dari sebuah media juga berfokus pada Jakarta. Inilah yang disebut dengan Jakartasentris, dimana tidak hanya menampilkan Jakarta sebagai setting yang bukan hanya berperan sebagai konteks cerita, namun sangat berperan dalam mendefinisikan bagaimana menampilkan sesuatu yang “bukan Jakarta” (Surya,

2009:17).

Sebenarnya hal tersebut bukanlah salah pelaku media, karena memang itu sudah menjadi hak mereka, mau dibawa kemana konten dalam sebuah media. Namun, yang menjadi masalah di sini adalah dampak yang terjadi karenanya. Realita tangan kedua yang ditampilkan media dianggap sama dan sebangun dengan realitas obyektif. Hal ini terjadi karena khalayak banyak menghabiskan waktu untuk mengonsumsi media sehingga khalayak media tak jarang memiliki perspektif yang sama dengan yang ditampilkan oleh media (Surya, 2009:17).

E.4.3. Semiotika

Film pada umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda adalah basis dari seluruh komunikasi (Little John, 1996:64). Meskipun dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah komedi situasi bukan film, bukan berarti bahwa kita tidak dapat mengadopsi pernyataan tersebut. Oleh karena itu, kajian semiotika menjadi salah satu bagian yang penting dalam penelitian ini. Dalam kajian semiotika, terdapat beberapa ranah kajian yang salah satunya adalah *semiotics of multimedia communication* (Nöth,1990:5), yang di dalamnya terdapat film, iklan, komik, gambar, maupun foto. Dengan mengadopsi pernyataan di atas, komedi situasi bisa dipahami sebagai bahasa memberikan tanda-tanda tempat makna diproduksi, dan semiotika adalah pisau analisa untuk dapat menjawab persoalan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan komedi situasi juga sama-sama merupakan suatu produk budaya, dimana sama seperti film di dalamnya terdapat unsur visualisasi yang mengandung banyak tanda untuk diungkapkan maknanya.

Secara etimologi, semiotika berhubungan bahasa Yunani yang berarti “sign, signal” (tanda). Awalnya istilah *semio-* (terjemahan bahasa latin dari bahasa Yunani *semeio-*), *sema(t)*, dan *seman-* menjadi dasar dari asal mula munculnya banyak istilah yang berhubungan dengan hal ini. Istilah dalam ranah semiotika yang paling awal adalah *semasiology* (sejak 1825), *sematology* (sejak 1831), *semantic* (sejak 1897), *sensifics* dan *significs* (sejak 1903), *semology* (1930), *semiology* (sejak Saussure), *semiotics* (sejak Pierce), dan *sematology* (1934). Namun, beberapa istilah diatas sekarang telah dibatasi dalam ranah studi bahasa (*linguistic semantology* dan *semasiology*), istilah yang lainnya dibatasi oleh makna yang dikemukakan oleh pengarangnya (*sematology*, *signific*, dan *semology*), dan istilah lainnya tersebut telah dilupakan dan tidak pernah digunakan lagi (*sensifics* dan *semeiotics*). Sekarang hanya tinggal ada dua istilah yaitu semiotika dan semiologi. Kedua istilah ini terkadang diidentikkan dalam dua tradisi semiotika. Tradisi semiotika dari Saussure hingga Hjelmslev dan Barthes biasanya menggunakan istilah semiologi. Teori umum tentang tanda dalam tradisi Pierce dan Morris dikenal dengan semiotika. Namun, sekarang semiotika secara umum dikenal sebagai sinonim dari semiologi (Nöth:1990,13).

Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem yang memiliki unit dasar yang disebut dengan 'tanda' (Sobur, 2006:87). Listiorini dalam Sobur (2006:87) menyebutkan bahawa Gottdiener menyatakan jik Umberto Eco menyebut tanda sebagai suatu 'kebohongan' dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan tanda itu sendiri. Semiotika merupakan studi tentang tanda dan cara tanda-tanda

itu bekerja (Fiske, 1990:60).

Menurut Fiske, ada tiga kajian utama dalam semiotika. Pertama, tanda itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan variasi tanda yang berbeda, seperti cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah buatan manusia dan hanya bisa dimengerti orang yang menggunakan tanda tersebut. Kedua, kode atau sistem, yang mana tanda itu diorganisasikan atau dibentuk. Studi ini melingkupi bagaimana beragam kode yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan. Ketiga, kebudayaan tempat di mana kode dan tanda tersebut bekerja (Fiske, 1990:40).

Bicara mengenai tanda, Barthes dalam Sunardi (2002:54) menyebutkan bahwa terdapat tiga hubungan penandaan, yaitu hubungan simbolik, hubungan paradigmatis, dan hubungan sintagmatik. Hubungan simbolik adalah hubungan antar tanda dengan dirinya sendiri (hubungan internal), hubungan paradigmatis adalah hubungan tanda dengan tanda lain dari satu sistem atau satu kelas, dan hubungan sintagmatik adalah hubungan tanda dengan tanda lain dari satu struktur. Kedua hubungan yang terakhir ini disebut juga hubungan eksternal. Istilah internal dalam hubungan simbolik sering dipakai untuk menunjuk hubungan antara *signifier* dan *signified* (Sunardi, 2002:55). Hal ini juga dapat menjelaskan bahwa tanda dan konteks adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya berhubungan dalam membentuk makna. Konteks menjadi penting dalam interpretasi, yang keberadaannya dapat dipilah menjadi dua hal, yaitu intratekstual dan intertekstual. Intratekstual adalah hubungan antar tanda dalam

satu teks, sedangkan intertekstual adalah hubungan antar teks.

Salah satu tokoh semiotika adalah Ferdinand de Saussure. Menurut Saussure dengan model diadik mengatakan bahwa tanda terdiri dari:

1. *A signifier (significant)* forma atau citra tanda tersebut, misalnya tulisan di kertas, atau tulisan di udara.
2. *The "signified" (signifie)* konsep yang direpresentasikan atau konsep mental

Mengadopsi dari Saussure, tanda terdiri dari tiga wajah, yaitu tanda itu sendiri (*sign*), aspek material dari tanda yang berfungsi menandakan, atau yang dihasilkan dari aspek material (*signifier*), dan aspek mental yang ditunjuk oleh aspek material (*signified*)

Salah seorang pengikut Saussure adalah Roland Barthes. Ia membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Namun, fokus perhatiannya lebih tertuju pada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of signification*).

Pada tatanan tingkat pertama, yaitu tataran bahasa (*language*) hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) akan membentuk *sign* dengan realitas eksternal yang ditujunya yang disebut dengan denotasi. Denotasi merupakan "...the definitional, 'literal', obvious, or 'commonsense' meaning of sign" (Barthes, 1964:14). Denotasi merupakan makna yang terlihat jelas, dan menjadi landasan dari tahap kedua (konotasi).

Selanjutnya dalam tatanan tingkat kedua, sistem penandaannya disebut dengan konotasi. Konotasi menggunakan *denotative sign* (*signifier* dan *signified*)

sebagai *signifier*. Dalam hal ini, konotasi merupakan tanda yang mengambil bentuk dari *denotative sign*. "Connotation is not necessarily immediately graspable at the level of the message itself, but it can already be inferred from certain phenomena which occur at the levels of the production and reception of the message." (Barthes, 1977:16). Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah menggambarannya (Fiske, 1990:88).

Tataran konotasi ini oleh Barthes juga disebut dengan sebagai tataran mitos (*myth*), yakni sistem semiologis lapis dua, terdapat *signifier* yang di dalamnya mempunyai *form*. Sedangkan *signified* dalam lapis ini mempunyai konsep. Hubungan antara *form* dan konsep pada tingkat kedua akhirnya membentuk *signification*.

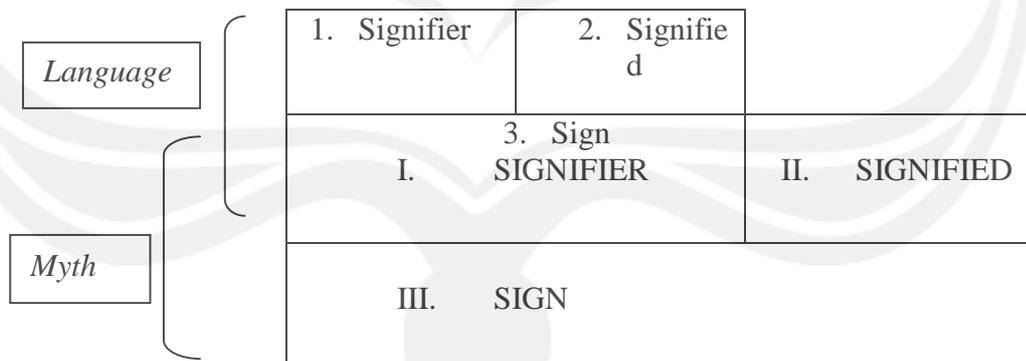
Menurut Barthes, mitos adalah cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu (Barthes, 1977:148). Menurutnya sejak mitos adalah sebuah tipe wicara, segala sesuatu bisa menjadi mitos (Barthes, 1984:115). Levi Strauss dalam Storey (2004:111) menyatakan bahwa semua mitos mempunyai struktur yang sama, semua mitos mempunyai fungsi sosiokultural yang sama dalam masyarakat. Dengan kata lain, mitos adalah cerita yang diceritakan tentang kita sendiri, sebagai suatu budaya untuk menghilangkan kontradiksi dan membuat dunia menjadi bisa dipahami dan dihuni. Mitos berusaha mendamaikan antara kita dengan keberadaan kita. Mitos

membantu kita untuk memaknai pengalaman-pengalaman kita dalam satu konteks budaya tertentu.

Barthes (1977:45-46) menyatakan mitos melayani fungsi ideological dari *naturalization*. Artinya, mitos melakukan naturalisasi budaya, dengan kata lain, mitos membuat budaya dominan, nilai-nilai sejarah, kebiasaan, dan keyakinan yang dominan terlihat natural, normal, abadi, masuk akal, objektif dan benar secara apa adanya.

Dalam semiotik, para ahli teori telah menemukan berbagai cara untuk memahami teks sebagai mitos untuk menemukan ideologi yang tersembunyi dalam teks. Hal ini juga disampaikan Barthes bahwa ia juga melihat mitos sebagai pelayan dari kepentingan ideological dari kaum borjuis (Barthes, 1977:206).

Gambar I: **Tataran Signifikansi Roland Barthes**



(Sumber: Hal, 1997:68)

Jadi dengan kata lain, Barthes mengatakan bahwa mitos adalah sebuah kisah yang melaluinya, sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek dari realitas (Fiske, 1990:88). Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos mengambil

semiotic tingkat pertama sebagai landasannya. Jadi, mitos adalah sejenis sistem tanda dalam semiotik yang terdiri dari sistem linguistik dan sistem semiotik.

Contoh penanda dan petanda yang dihasilkan melalui kerja kamera dalam film.

Tabel 1.1
Hubungan Penanda dan Petanda dalam Film

Penanda (pengambilan gambar)	Definisi	Petanda
Close up	Hanya wajah	Keintiman
Medium shot	Hampir seluruh wajah	Hubungan personal
Long shot	Setting dan karakter	Konteks, skope, jarak, public
Full shot	Seluruh wajah	Hubungan social

Sumber : Berger, 2000:33

Selain itu, kerja kamera dan teknik penyuntingan dapat juga dipaparkan dengan cara yang sama seperti di atas.

Tabel 1.2
Hubungan Penanda dan Petanda dalam Film berdasarkan Kerja Kamera dan Teknik Penyuntinan

Penanda	Definisi	Petanda
Pan down	Kamera mengarah ke bawah	Kekuasaan, kewenangan
Pan up	Kamera mengarah ke atas	Kelemahan, pengecilan
Dolly in	Kamera bergerak ke dalam	Observasi, focus
Fade in	Gambar kelihatan pada layar kosong	Permulaan
Fade out	Gambar di layar menjadi hilang	Penutupan
Cut	Pindah dari gambar satu ke yang lain.	Kebersambungan, menarik

Wipe	Gambar terhapus dari layar	'penentuan' kesimpulan
-------------	----------------------------	------------------------

Sumber: Berger, 2000:34

F METODOLOGI PENELITIAN

F.1 Jenis penelitian

Paradigma dari penelitian ini adalah interpretatif, karena peneliti ingin menginterpretasikan tanda-tanda yang ada dalam komedi situasi Kejar Tayang ini, dan jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mencoba menjelaskan bagaimana orang menangkap makna dari sebuah peristiwa dan belajar melihat sebuah peristiwa dari berbagai perspektif (Neuman, 2000: 144). Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data (Kriyantono, 2006:58). Penelitian kualitatif berkaitan erat dengan interpretasi. Penelitian ini hanya melukiskan, memaparkan, menuliskan, dan melaporkan suatu keadaan, suatu objek atau suatu peristiwa fakta apa adanya. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang tersaji dalam bentuk kata-kata, kalimat, atau narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. (Kriyantono, 2006:192). Keseluruhan data yang diperoleh dan disajikan dalam bentuk-bentuk urutan naratif bukan bentuk statistik. Penilaian kesahihan dalam penelitian kualitatif biasanya terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisis-interpretasi data (Kriyantono, 2006:70).

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana komedi situasi Kejar Tayang menggambarkan marjinalisasi etnis melalui dialek daerah yang diucapkan atau diperankan oleh Nicole. Oleh karena

itu sifat dari penelitian ini adalah deskriptif, dimana peneliti ingin memberikan gambaran dan penjelesan mengenai permasalahan yang dirujuk. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti melakukan intrepetasi terhadap beberapa data yang ada.

F.2 Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti akan mencari rekaman komedi situasi Kejar Tayang, kemudian menyeleksi beberapa episode untuk diteliti. Data yang dicari dibatasi pada tayangan komedi situasi *Kejar Tayang* yang sedang menceritakan penggarapan komedi situasi “Arini”. Karena adanya ketetapan karakter dalam komedi situasi ini, maka peneliti akan mengambil 6 episode dari total 83 episode. Keenam episode itu terdiri dari dua episode di awal, dua episode di tengah, dan dua di akhir.

F.3. Jenis Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer:

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan beberapa episode komedi situasi Kejar Tayang yang telah di copy ke dalam bentuk DVD. Selain itu, untuk mengetahui mengenai deskripsi obyek yang bersangkutan, peneliti mengadakan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari literatur buku-buku, majalah, internet serta penelitian terdahulu yang akan digunakan untuk menambah perspektif dan ketajaman analisis peneliti dan menjawab pertanyaan ini.

F.4. Teknik Analisa data

Proses representasi merupakan sebuah proses penelitian yang memerlukan analisis atas tanda-tanda aktual yang wujudnya dapat berupa 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). Berangkat dari apa yang diungkapkan oleh Stuart Hall, maka penelitian yang berjudul “Representasi Marjinalisasi Etnis Jawa dalam Komedi Situasi Kejar Tayang” ini diarahkan pada elemen dan relasi tanda-tanda yang hadir dalam di dalamnya.

Karena semiotika adalah analisa mengenai tanda-tanda, maka peran analisa semiotika memang sangat dibutuhkan dalam penelitian ini untuk menganalisa teksnya (*scene*, narasi, ataupun tampilan visual dalam komedi situasi Kejar Tayang). Analisis semiotika yang akan digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes karena sesuai apa yang tertulis di dalam *Handbook of Semiotics* (1990), Barthes memberikan kontribusi dalam analisis semiotika teks, yaitu pada teks visual, seperti gambar, lukisan, film, maupun iklan. Objek dalam penelitian ini adalah komedi situasi yang juga merupakan unsur visual.

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui representasi marjinalisasi etnis Jawa dalam komedi situasi Kejar Tayang, maka peneliti berusaha untuk menganalisa unsur-unsur yang ada dalam komedi situasi tersebut, mitos, dan juga praktik sosial dalam komedi situasi tersebut untuk melihat representasi marjinalisasi dalam media tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Memilih *scene* dan membaginya dalam *shot-shot*

Membagi *scene* berdasarkan visual image yang menggambarkan representasi melalui setting, dialog, acting, *camera angle*, *camera shot*, atau *mise-en-scene* yang dikategorikan sebagai sebuah representasi yang menggambarkan marjinalisasi etnis Jawa dalam komedi situasi Kejar Tayang. *Scene* tersebut merupakan teks dalam penelitian ini.

2. Menganalisa *scene-scene* yang sudah dipilih

Setelah memilih *scene*, peneliti akan melakukan pemilihan *shot-shot* dan unsur komedi situasi yang menggambarkan representasi tersebut. *Shot-shot* dan unsur film itu akan dianalisis menggunakan signifikansi Roland Barthes dengan konsep pemaknaan denotasi dan konotasi untuk mendapatkan gambar mitos marjinalisasi etnis dalam komedi situasi Kejar Tayang.

3. Menguraikan mitos dan ideologi

Setelah mendapatkan hasil per *scene*, kemudian hasil dari analisa tersebut dicoba untuk diuraikan berdasarkan mitos, dan ideology. Dalam

ideologi, peneliti juga menghubungkan dan komedi situasi Kejar Tayang dengan teks lain atau dilakukan analisa intertekstualitas.

4. Membuat kesimpulan

Kesimpulan umum diambil sesudah peneliti mendapatkan data analisis semiotik per *scene*, perbandingan (hubungan) antar *scene*, mitos, dan ideologi.

G. OBJEK PENELITIAN

Peneliti akan memilih episode dari *sitcom Kejar Tayang* yang dikhususkan pada cerita dimana komedi situasi tersebut sedang memproduksi suatu tayangan yang juga bergenre *sitcom* yang berjudul “Arini”.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini terdiri dari 4 bab dan di dalamnya dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Masing-masing sub bab disusun secara urut dan berkesinambungan. Adapun sistematika penelitian ini disusun sebagai berikut:

I. PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian

II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan memuat gambaran umum tentang objek yang akan diteliti dan yang berhubungan dalam penelitian ini, yaitu deskripsi mengenai Trans TV, Bross Picture, dan komedi situasi Kejar Tayang

III. PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan temuan data yang kemudian akan dilanjutkan pembahasan analisa data dan interpretasi data

IV. PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari penelitian dan memuat tentang kesimpulan dari penelitian ini serta saran yang dapat diberikan peneliti sesuai dengan kesimpulan yang didapat.