

**Representasi *Mooi Indie* (Hindia Molek)
Dalam Iklan Pariwisata Indonesia
(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC)
Versi Feeling Is Believing)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Oleh**

ROSALIA FERGIE STEPHANIE

06 09 02950/ Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**Representasi *Mooi Indie* (Hindia Molek) Dalam Iklan Pariwisata Indonesia
(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC) Versi *Feeling Is Believing*)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

Rosalia Fergie Stephanie

No. Mhs : 02950 / KOM

disetujui oleh :



Dina Listiorini, S.Sos.,M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Representasi *Mooi Indie* (Hindia Molek) Dalam Iklan Pariwisata Indonesia

(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Indonesia Versi Feeling Is Believing)

Penyusun : Rosalia Fergie Stephanie

NIM : 06 09 02950

Telah Diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 8 Agustus 2014

Pukul : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

TIM PENGUJI

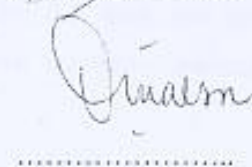
Dr. Y. Argo Twikromo, MA.

Penguji Utama



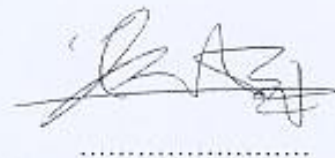
Dina Listiorini, S. Sos., M.Si

Penguji 1



Drs. Josep J. Darmawan, MA

Penguji 2



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rosalia Fergie Stephanie

No. Mhs. : 06 09 02950

Program studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Representasi *Mooi Indie* (Hindia Molek) Dalam Iklan Pariwisata Indonesia

(Analisis Semiotika Iklan Pariwisata Televisi (TVC) Versi Feeling Is Believing

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain untuk kepentingan pribadi karena hubungan material maupun non material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan hasil karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 24 Oktober 2014

Saya yang menyatakan

Rosalia F.S.

02950/Kom



KATA PENGANTAR

Skripsi ini merupakan hasil kerja dalam proses dan pemikiran panjang untuk menyelesaikannya. Berproses bersama teori semiotika mengenai representasi beserta teori poskolonial yang asing dan belum dipahami pada mulanya terasa berat. Begitu banyak bahan terbaca untuk menemukan sebuah kata kunci untuk mengaitkan analisis iklan pariwisata bersama kedua teori tersebut. Pada akhirnya setelah coba menelaah ranah seni rupa ditemukan istilah *Mooi Indie* pada gambar-gambar pemandangan yang bersifat turistik di era kolonial. Dengan menelaah *Mooi Indie* sebagai gagasan menurun bagi iklan pariwisata periode modern dimulailah proses penerapan teori-teori hingga mencapai hasil akhir.

Selama proses penulisan ada banyak pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung untuk itu penulis sampaikan ucapan terima kasih pada;

1. Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber kekuatan dan penuntun disaat-saat sulit menemukan sumber-sumber pemikiran
2. Ibu Dina Listiorini, S.Sos., M.si. selaku dosen pembimbing untuk bantuan selama proses pengerjaan skripsi. Terimakasih untuk waktu, kritik dan saran, yang sangat penting bagi pencapaian hasil akhir skripsi ini
3. Pak Dr. Y. Argo Twikromo, MA. untuk kritik dan saran serta motivasi bagi perbaikan penelitian
4. Pak Josep J. Darmawan, MA. untuk kritik dan saran yang sangat membantu terutama bagi kerangka pemikiran selama proses revisi
5. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terutama Bapak Budi yang sudah menerima saya dengan senang hati dan memberi masukan yang sangat menentukan perjalanan pengerjaan skripsi ini

6. Mas Condro Wibowo sebagai sutradara iklan *Feeling Is Believing* yang sudah bersedia meluangkan waktu sibuknya untuk melayani pertanyaan-pertanyaan sederhana melalui *skype*

5. Mami dan Papi yang selalu sabar dan setia mendampingi

6. Kakak-kakak yang memberikan dukungan dari jauh

7. Pada semua pihak yang telah berbagi semangat dan bantuan selama mengumpulkan bahan-bahan skripsi ini, terima kasih

Yogyakarta, September 2014

Rossa

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Surat Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xiii
Abstraksi	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Teori	8
1.5.1. Studi Media Pariwisata Dalam Lingkup Poskolonial.....	9
1.5.2. Iklan Pariwisata Sebagai Teks.....	10
1.5.3. Orientalisme Edward Said.....	12

1.5.4. Representasi Media Pariwisata.....	14
1.5.5. <i>Mooi Indie</i> Sebagai Produk Visual.....	18
a. Seni Lukis.....	19
b. Film “Pareh”.....	23
1.6. Metodologi Penelitian.....	28
1.6.1. Jenis Penelitian.....	28
1.6.2. Semiotika Sebagai Metode Analisis.....	29
1.6.3. Teknik Pengumpulan Data	32
1.6.4. Teknik Analisis Data.....	34
1.6.5. Obyek Penelitian.....	35
1.6.6. Sistematika Penulisan.....	36

BAB II Deskripsi Obyek dan Wilayah Penelitian

2. Obyek Penelitian

2.1. Sekilas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	37
a. <i>Branding</i> “Wonderful Indonesia”	38
2.2. Perkembangan Media Pariwisata Indonesia	38
a. Seni Turistik Kolonial.....	39
b. Media Cetak	40
c. Iklan Televisi	42
• Taksi Ikonik “Black Cab”.....	42
• Feeling Is Believing.....	43

Narasi.....	44
Musik “Float”	45

BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN

3. Temuan Data dan Pembahasan	45
3.1. Signifikansi Temuan Data	45
3.1.1. Analisis Signifikansi.....	51
3.1.1.1. Opening “ <i>Feeling Is Believing</i> ”	52
3.1.1.2. <i>Scene</i> Danau Kawah-Kelimutu	58
3.1.1.3. <i>Scene</i> Labuhan Bajo.....	61
3.1.1.4. <i>Scene</i> Wae Rebo.....	67
3.1.1.5. <i>Scene</i> Kain Tenun Ikat	72
3.1.1.6. <i>Scene</i> Savana Baluran	79
3.1.1.7. <i>Scene</i> Gua Jomblang / Grubug	82
3.1.1.8. <i>Scene</i> Air Terjun Madakaripura	87
3.1.1.9. <i>Scene</i> Pulau Komodo	91
3.1.2.0. <i>Scene</i> Selancar Gumuk Pasir	94
3.1.2.1. <i>Scene</i> Tari Caci	98
3.1.2.2. <i>Scene</i> Religi Bali.....	102
3.1.2.3. <i>Scene</i> Permainan Tetek Alu	107
3.1.2.4. <i>Scene</i> Pedesaan	109
3.1.2.5. <i>Scene</i> Taman Sari.....	112
3.1.2.6. <i>Scene</i> Borobudur.....	117
3.1.2.7. <i>Scene</i> Penutup.....	121

3.2. Pembahasan	124
3.2.1. Kesamaan Makna Konotatif Dalam Teks.....	125
3.2.2. Representasi <i>Mooi Indie</i> dalam <i>Feeling Is Believing</i>	129
3.2.3. Mitos Orientalisme <i>Mooi Indie</i>	131
3.2.4. Ideologi orientalisme Mooi Indie.....	136
 BAB IV PENUTUP	
4.1. Kesimpulan	139
4.2. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	141
 DAFTAR PUSTAKA.....	142

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1. Perempuan Barat	17
2. Gambar 1.2. Lukisan Kenyataan Timur	20
3. Gambar 1.3. Lukisan Ngarai.....	20
4. Gambar 1.4. <i>Shot Parih</i> ; Membajak Sawah	25
5. Gambar 1.5. <i>Shot Parih</i> ; Menanam Padi.....	25
6. Gambar 1.6. Brosur Pariwisata Jawa.....	40
7. Gambar 1.7. Indonesia <i>Tourism Board Commercial</i>	42
8. Gambar 3.1.a. Hutan Gugur.....	50
9. Gambar 3.1.b. Ruang Balkon..	50
10. Gambar 3.1.c. Blog <i>Feeling Is Believing</i>	50
11. Gambar 3.1.d. Perempuan Kaukasoid.....	50
12. Gambar 3.1.e. Online : Lisa.....	56
13. Gambar 3.1.f. Chatting : David and Lisa.....	56
14. Gambar 3.2.a. Matahari Terbit di Kelimutu.....	58
15. Gambar 3.2.b. David John di Tepi kawah-danau.....	58
16. Gambar 3.3.a. Lisa dan Anak-Anak Bajo.....	61
17. Gambar 3.3.b. Anak-anak menyelam.....	61
18. Gambar 3.3.c. Mencatat di buku harian.....	62
19. Gambar 3.4.a. Desa Wae Rebo, Manggarai.....	68
20. Gambar 3.4.b. David John di depan <i>Mbaru Niang</i>	67
21. Gambar 3.5.a. Tangan menyentuh kain tenun.....	72
22. Gambar 3.5.b. Penenun lanjut usia.....	72
23. Gambar 3.5.c. Wisatawan belajar menenun.....	73

24. Gambar 3.6.a. Savanna Baluran, Taman Konservasi	77
25. Gambar 3.6.b. Percakapan dengan warga	77
26. Gambar 3.6.c. Kijang dan Kerbau Liar.....	78
27. Gambar 3.7.a. Mencari “cahaya surga”	79
28. Gambar 3.8.a. Arung Jeram di air terjun Madakaripura.....	82
29. Gambar 3.8.b. Mencari “tirai air abadi”	83
30. Gambar 3.9. a.Komodo.....	86
31. Gambar 3.9. b. David John mendekati komodo	86
32. Gambar 3.10a. Gumuk Pasir Pantai Parangkusumo.....	95
33. Gambar 3.10b. David John berselancar pasir	95
34. Gambar 3.11a. Tari Caci.....	98
35. Gambar 3.11c. Bersorak Atas Kemenangan.....	99
36. Gambar 3.12.a.Upacara keagamaan Umat Hindu-Bali.....	102
37. Gambar 3.12c. Brosur Pariwisata Bali (kolonial)	104
38. Gambar 3.13a. Permainan Tetek Alu.....	106
39. Gambar 3.14a.b.c. Suasana Pedesaan.....	109
40. Gambar 3.15a.Romantisme Taman Sari.....	112
41. Gambar 3.16a.b. Romantisme Borobudur.....	115
42. Gambar 3.17a.b.Penutup.....	121

Daftar Tabel

Tabel 1. Camera Shot.....	33
Tabel 2. Camera Shot “ <i>Opening</i> ”	52
Tabel 2. Signifikansi <i>Scene Opening</i>	53
Tabel 3. Camera Shot Puncak Kelimutu.....	58
Tabel 3. Signifikansi Puncak Kelimutu.....	59
Tabel 4. Camera Shot Labuan Bajo.....	62
Tabel 4. Signifikansi Labuan Bajo.....	63
Tabel 5. Camera Shot Wae Rebo.....	68
Tabel 5. Signifikansi Wae Rebo.....	69
Tabel 6. Camera Shot Tenun Ikat Manggarai.....	75
Tabel 6. Signifikansi tenun Ikat Manggarai.....	74
Tabel 7. Camera Shot Taman Nasional Baluran.....	79
Tabel 7. Signifikansi Taman Nasional Baluran.....	79
Tabel 8. Camera Shot Gua Jomblang.....	84
Tabel 8. Signifikansi Shot Gua Jomblang.....	84
Tabel 9. Camera Shot Air Terjun Madakaripura.....	88
Tabel 9. Signifikansi Air Terjun Madakaripura.....	89
Tabel 10. Camera Shot Pulau Komodo.....	91
Tabel 10. Signifikansi Pulau Komodo.....	92
Tabel 11. Camera Shot Sandboarding.....	95
Tabel 11. Signifikansi Sandboarding.....	96

Tabel 12. Camera Shot Tari Caci.....	99
Tabel 12. Signifikansi Tari Caci.....	100
Tabel 13. Camera Shot Upacara Agama Bali.....	102
Tabel 13. Signifikansi Upacara Agama Bali.....	103
Tabel 14. Camera Shot Permainan Tetek Alu.....	107
Tabel 14. Signifikansi Permainan Tetek Alu.....	107
Tabel 15. Camera Shot Pedesaan.....	110
Tabel 15. Signifikansi Pedesaan.....	110
Tabel 16. Camera Shot Taman Sari.....	113
Tabel 16. Signifikansi Taman Sari.....	113
Tabel 17. Camera Shot Borobudur.....	117
Tabel 17. Signifikansi Borobudur.....	117
Tabel 18. Camera Shot <i>Closing</i>	121
Tabel 18. Signifikansi Shot <i>Closing</i>	122