

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Wismilak Internasional tour 2006 yang dilaksanakan September lalu di Bali merupakan turnamen terbesar dalam kalender WTA di kawasan Asia Tenggara. Tak heran jika ajang tersebut banyak menarik perhatian pemain tenis wanita dunia seperti Lindsay Davenport, Svetlana Kuznetsova, Patty Schnyder, Daniela Hantuchova, Anna-Lena Groenefeld, dan dua petenis Rusia yang punya karir bersinar, Vera Zvonareva dan Elena Likhovseva.

Ajang olahraga yang ditujukan bagi kaum perempuan ini selalu diadakan di pulau Bali sejak tahun 2001 setelah debut awalnya yang diadakan di Surabaya pada tahun 1994 lalu Kuala Lumpur Malaysia pada tahun 1999 dan 2000 (<http://apps.kompas.com/layer/wismilak/about.html>).

Membicarakan perempuan dan olahraga terutama di Indonesia. Kita pasti tak akan melupakan satu tokoh olahragawan wanita yang memperoleh medali emas pertama pada ajang Olimpiade, yaitu Susi Susanti. Banyak media tanah air memajang foto Susi Susanti berlinang air mata saat lagu Indonesia Raya dinyanyikan kala itu .

Olahraga merupakan topik yang banyak disajikan pada media massa di Indonesia. Acara-acara olahraga hampir setiap hari disiarkan oleh stasiun televisi. Surat-surat kabar juga menyediakan halaman khusus untuk berita olahraga. Bahkan ada pula media cetak yang hanya menyajikan berita seputar olahraga. Hal ini menandakan kebutuhan yang tinggi masyarakat akan wacana olahraga, dan menjadikan even-even olahraga sebagai lahan bagi wartawan untuk memperoleh berita.

Dalam proses kerja media seperti diketahui merupakan rangkaian atas proses penggalan bahan dan penyajian data (Nurzain,1992:27). Dijabarkan sebagai proses pencarian, pengumpulan, pemilihan, penulisan penyuntingan, *lay out*, dan akhirnya pemberitaan oleh media. Pemberitaan dalam media merupakan hasil konstruksi dari realitas. Ia menjadi realitas baru, realitas media. Banyak faktor yang mempengaruhi isi berita media yang merupakan realitas baru tersebut. Pamela J. Shoemaker dan Stephen Reese(1996) menyebutkan faktor individu, rutinitas media, organisasi media, ekstramedia, dan ideologi yang mempengaruhi isi berita media (Syahputra, 2006:53-60). Bisa dikatakan bahwa realitas baru tersebut bukanlah realitas yang berdiri netral. Realitas yang juga mengalami penyensoran yang terjadi dalam proses tersebut.

Dari proses tersebut kemudian terbentuk nilai-nilai dari media tersebut. Dalam kerangka berpikir ini produk yang ditampilkan oleh media massa merupakan bentuk-bentuk ideologis. Produk media massa yang memrepresentasikan citra atau pemahaman tertentu mengenai realitas yang ada.

Ideologi dari media tidak lepas dari pengaruh masyarakat, tempat media tersebut berada. Budaya yang dianut oleh masyarakat ikut mempengaruhi pembentukan ideologi media. Gagasan ini dipahami karena masyarakat dipahami sebagai sesuatu yang bersifat konfliktual. Dalam konflik, produk dari media, sadar atau tidak, seringkali terjebak dalam keberpihakan. Pada akhirnya, media massa sebagai bagian budaya masyarakat merupakan sebuah penandaan ideologis (Storey, 2003: 7).

Dalam masyarakat patriarkis dan dalam negara yang menerapkan konsep-konsep patriarki, ideologi bertitik tolak dari pengalaman, sudut pandang, kepentingan, dan nilai-nilai dari laki-laki. Proses pemaknaan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap perempuan kemudian mengalami pereduksian, yang menempatkan kaum laki-laki pada

posisi utama dan kaum perempuan pada posisi pinggiran. Hal ini terjadi karena perempuan dilihat dari 'kaca mata' laki-laki. Akibatnya, perempuan di 'nomor-duakan' karena ia dilihat bukan oleh dirinya sendiri. Proses pemaknaan tersebut akhirnya terekonstruksi ke dalam wacana-wacana yang ada dalam masyarakat.

Hasilnya, ruang gerak perempuan terperangkap dalam simbol-simbol dan mitos-mitos yang memberikan legitimasi penuh kepada kaum laki-laki untuk bergerak secara leluasa. Kaum laki-laki mendapat kesempatan lebih banyak untuk berkiprah pada ruang publik, sementara kaum perempuan kemudian tergiring pada peran-peran domestik. Pemahaman tersebut pun tercermin dalam realitas olahraga. Olahraga lebih identik dengan kaum laki-laki.

Pada masyarakat Bali kuno masih terdapat anggapan bahwa perempuan memiliki peran-peran domestik sebagai pemegang urusan adat, urusan dapur dan urusan mendidik anak. Dalam kaitannya dengan olahraga 80% wanita di Bali memilih sport sebagai sampingan belaka. Sementara sisanya melakukan olahraga (aktivitas) tanpa mereka sadari (Bog-Bog September 2006)

Bog-Bog Bali *Cartoon Magazine* merupakan satu dari media yang terbit di Bali.

Pada tahun 2006 Bog-bog cartoon magazine mengambil isu-isu sebagai berikut:

| BULAN TERBIT | JUDUL |
|--------------|--------------------------------|
| Januari | My Ancestor Are Fisherman |
| February | Pay With The Exact Money |
| Maret | Sing, Go On Singing My Bird |
| April | The Green Belt |
| Mei | The Kris A Symbol Of Greatness |

| | |
|-----------|--|
| Juni | Kick OFF |
| Juli | The Moon |
| Agustus | A little Flame is a Friend a Big Flame is an Enemy |
| September | Balinese Woman and Sport A Phenomena |
| Oktober | Smallflyers |
| November | Painting, Scratching, Sticking and Running |
| Desember | A Not Funny Epidemic |

Dibalik lucunya kisah cerita yang digambarkan pada *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine* penulis memiliki ketertarikan untuk melihat gambaran perempuan Bali kaitannya dengan olahraga. Yang pada hal ini terdapat dalam edisi bulan Juni dan September dengan judul *Kick Off* dan *Balinese Woman and sport A Phenomena*. Penulis sendiri memiliki alasan tertentu karena memilih kartun sebagai bahan dalam penelitian ini. Kartun di satu sisi mengandung unsur humor. Banyak cara untuk menertawakannya, sebagaimana beragamnya bentuk humor itu sendiri. Namun, ada sisi lain dari kartun. Kartun mengajak kita untuk melihat sebuah persoalan dari sisi yang berbeda, dengan memanfaatkan paradoks-paradoks yang terjadi.

Kartun yang ditampilkan juga merupakan proses jurnalistik, walaupun terkadang hal tersebut tampak tidak mungkin terjadi pada kehidupan sehari-hari. Tetapi disini kartunis membuat berdasarkan sebuah realitas yang terjadi di masyarakat. Sehingga kartun yang ditampilkan di *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine* merupakan cerminan atas ideologi *Bog-Bog cartoon Magazine*. Disini penulis mencoba menganalisis posisi

perempuan Bali dalam bidang olahraga pada *Bog-Bog Cartoon Magazine* berjudul *Kick Off* dan *Balinese Woman and Sport A Phenomena*, dalam sebuah masyarakat yang menganut ideologi patriarki.

Penulis kemudian menganalisis kartun yang dimuat dalam *Bog-Bog Cartoon Magazine* edisi bulan Juni dan September yang menurut penulis berkaitan dengan apa yang menjadi ketertarikan penulis. Penulis mencoba melihat bagaimana perempuan direpresentasikan.

B. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimanakah representasi perempuan Bali dan olahraga pada *Bog-Bog Cartoon Magazine*?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Melihat bagaimana perempuan Bali direpresentasikan dalam kartun di *Bog-bog Cartoon Magazine*

D.KERANGKA TEORI

D.1 . KOMUNIKASI MASSA

a. Kartun sebagai Komunikasi Massa

Memasuki dunia komunikasi yang bersifat massa, manusia akan dihadapkan kepada banyaknya komponen komunikasi massa yang kompleks dan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Peliknya memahami komunikasi massa, sehingga

Werner I. Severin dan James W. Tankard Jr dalam bukunya *Communication, Theories, Origin, Methods, Uses* mengatakan:

“Mass Communication is part skill, part art and part science. It is a skill in the sense that it involves certain fundamental learnable techniques such as focusing a television camera, operating a tape recorder or taking notes during an interview. It's a art in the senses that it involves creative challenges such as writing a script for a television program, developing an aesthetic layout for magazine and or coming up with a catchy lead for a news story. It is a science in the sense that there are certain principles involved in how communication work that can be verified and used to make things work better” (Onong Effendi, 1995:21)

Sesuai dengan hal diatas komunikasi massa bisa dikatakan memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya yaitu: proses komunikasinya bersifat satu arah, komunikatornya melembaga, pesan yang disampaikan bersifat umum, menimbulkan keserempakan dan *audiencenya* heterogen. (Onong Effendi, 1995:21-25).

Dari ciri yang pertama bahwa komunikasi massa memiliki proses komunikasi yang bersifat satu arah maka konsekuensi atas proses komunikasi yang tercipta oleh kartun yang bersifat satu arah, adalah bahwa kartunis sebagai komunikator harus mampu memberikan pesan yang bisa diterima dalam kartunnya pada satu kali penerbitan. Ini berarti seorang kartunis harus melakukan perencanaan dan persiapan sebelum mengeluarkan kartun ciptaannya.

Oleh karenanya pembuat kartun pada bagian ini akan mengikuti jalur-jalur dalam pembuatan sebuah karya. Pertama adalah memikirkan tentang isi karya, dorongan hati, gagasan, emosi, filsafat, dan tujuan karya tersebut. Kedua adalah bentuk apa yang akan diambil, apakah berupa buku, atau majalah ataupun kartun strips. Ketiga adalah memilih aliran atau gaya yang digunakan dalam pembuatan kartunnya. Mungkin juga menggunakan gaya atau aliran dia sendiri. Keempat adalah mengumpulkan semua hal yang berkaitan dengan kartunnya: bentuk tulisan, gambar, warna yang digunakan, bagaimana mengaturnya dan bagaimana mengubah kartun tersebut. Kelima adalah

mewujudkan kartun tersebut dengan menerapkan seluruh kemampuan dan ketrampilan yang ia miliki. Keenam adalah berkaitan nilai-nilai produksi; terlihat dari tampilan luar atau permukaan pertama dari kartun. (McCloud, 2001:170-171)

Komunikator pada kartun disebut dengan kartunis, namun terkadang juga melembaga dan sering dinamakan komunikator kolektif. (McCloud, 2001:121). Hal ini bisa diartikan bahwa ilustrator atau kartunis menghasilkan sebuah kartun kemudian menyerahkannya ke bagian produksi untuk diproses lebih lanjut lalu kemudian dipasarkan ke toko-toko buku atau konsumen. Singkatnya, tersebar cerita yang dimuat dalam kartun merupakan hasil kerja sama dari sejumlah kerabat kerja. Hal ini merupakan ciri dari komunikasi massa yang kedua yaitu komunikatornya melembaga. Dalam *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine* hal ini dijawab dengan susunan redaksional mulai dari redaksi hingga kartunis.

Adapun pesan dalam bentuk cerita pada kartun sifatnya umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan ataupun kepada kelompok tertentu. Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Pada kartun, khususnya kartun pada *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine* masih kurang sesuai, setidaknya menurut penulis. Hal ini disebabkan karena audience yang memiliki latar belakang berbeda memiliki pemahaman yang berbeda pula dalam memahami kartun yang ada. Berbeda dengan bentuk media massa yang lain, seperti *straight news* pada *Koran*. *Audience* akan memperoleh keserempakan dalam menerima pesan karena menggunakan penggambaran yang pasti.

Untuk semakin memahami pengertian komunikasi massa, maka bisa ditambahkan dengan melihat unsur-unsur (*source*), pesan (*message*), efek (*effect*). Menurut Harold D

Laswell guna memahami komunikasi massa diperlukan pengertian unsur-unsur tersebut yang diformulasikan olehnya dalam bentuk pertanyaan, *who says what in which channel to whom and with what effect?* (Wiryanto, 2000:1-3)

Unsur *who* bisa diartikan dengan komunikator yang bersifat melembaga seperti yang telah disinggung diatas. Bahwa sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga organisasi atau yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*) (Wiryanto, 2000:4). Dan yang dimaksud dengan lembaga disini bisa diartikan sebagai perusahaan majalah yang menerbitkan kartun.

Sedangkan untuk unsur yang kedua atau unsur *says what* (pesan) adalah bahwa pesan untuk komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat banyak jumlahnya. Charles Wright (1977) memberikan 3 karakteristik pesan-pesan komunikasi massa yaitu *publicly, rapid dan transient publicly* merupakan karakter pesan dari komunikasi massa yang tidak ditujukan kepada perorangan-perorangan yang eksklusif melainkan bersifat terbuka untuk umum atau publik. *Rapid* adalah pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai audience yang luas dalam waktu singkat. *Transient* pesan dalam komunikasi massa umumnya dibuat untuk kebutuhan segera, dikonsumsi dan bukan untuk tujuan yang bersifat permanen. Tetapi ada pengecualiaan untuk hal-hal yang bersifat dokumentatif (Wahyono 2005:5-6). Pada kartun atau Bog-Bog Bali *Cartoon Magazine* pesan yang ada disampaikan secara umum, semua yang mengakses menerima pesan yang sama. Bahkan dalam TEMPO (edisi 26 Maret-1 April 2007) dikatakan bahwa pasar terbesar majalah Bog-Bog adalah orang asing, disini bisa diamsumsikan bahwa walaupun menggunakan latar belakang Bali didalam kartun yang ditampilkan tetapi pesan-pesan yang terdapat dalam Bog-Bog Bali *Cartoon Magazine*

tetap bersifat umum karena mampu diterima oleh masyarakat umum, bukan golongan tertentu maupun secara eksklusif.

Unsur yang ketiga atau *in which channel* (saluran atau media) unsur ini menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini pesan-pesan tidak dapat menyebar secara cepat, luas, (Wahyono, 2000:6) Dalam hal ini kartun menggunakan saluran berupa majalah untuk menyampaikan pesan.

Penerima atau *mass audience* yang merupakan unsur *to whom* menyangkut perorangan-perorangan yang menerima pesan dari media. Mereka memiliki karakteristik. Perorangan ini meliputi orang yang membaca Koran hingga mengakses internet maupun menonton televisi. Dan perorangan ini menurut Charles Wright memiliki karakteristik-karakteristik antara lain *large* adalah mengenai besarnya audience relatif dan menyebar dalam berbagai lokasi. Ukuran untuk *large* biasanya digunakan suatu prinsip, pihak komunikator pada dasarnya tidak dapat mengadakan interaksi secara tatap muka dengan khalayak. Karakteristik yang kedua adalah heterogen, komunikasi massa tidak ditujukan kepada audience tertentu yang eksklusif, heterogen merupakan semua lapisan masyarakat dengan berbagai keragaman. Anonim adalah karakteristik yang terakhir, bahwa anggota-anggota dari *mass audience* pada umumnya tidak saling mengenal secara pribadi dengan komunikator.(Wahyono, 2000:7-8)

Unsur yang terakhir adalah *with what effect*, unsur ini sebenarnya sangat melekat pada audience. Unsur ini bisa klasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu perubahan dalam ranah pengetahuan, sikap dan perilaku. Ketiga perubahan itu biasanya berlangsung secara berurutan. Perubahan atau efek bisa diketahui oleh komunikator

melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik. Dan dalam komunikasi massa jumlah umpan balik relatif sangat kecil dibandingkan dengan jumlah khalayak secara keseluruhan yang merupakan sasaran komunikasi massa (Wahyono, 2000:9-10)

b. Kartun Dalam Media

Kartun adalah salah satu output dari media. Kartun dalam surat kabar bisa dipahami sebagai ilustrasi yang berbentuk tulisan dan isinya humoristis dan menyindir (Assegaff,1991:120). Ilustrasi ini dapat dipahami sebagai gambar dari realitas yang merupakan hasil konstruksi realitas oleh kartunis dengan tambahan unsur humor didalamnya.

Gambar dalam surat kabar baik kartun maupun foto memiliki kemampuan representasi yang sempurna (Sunardi,2002,156). Gambar berita dibuat untuk memberikan informasi yang sama maka bisa dikatakan kartun dalam surat kabar juga memiliki fungsi yang sama.

Pada tahun 1960 Barthes melihat adanya pergeseran budaya tulisan ke budaya gambar, dari situlah berkembang semiotika gambar. Semiotika gambar yang dikembangkan Barthes disebut juga semiotika konotasi. Perkembangan semiotika gambar memiliki dua tujuan yaitu mengembangkan sebuah pendekatan struktural untuk membaca foto media serta melihat fungsi dan kedudukan gambar dalam pembentukan budaya media (Sunardi,2002:157) Analisis ini merupakan usaha Barthes di dalam mengembangkan semiotika *other than language*.

Dalam gambar terdapat dua gejala tanda yang tidak bisa dipisahkan. Gambar secara keseluruhan dan isi gambar yang terdiri dari berbagai unsur di dalamnya. Oleh karenanya Barthes membedakan menjadi dua jenis pesan yaitu pesan denotasi dan pesan

konotasi. Konoasi sebagai semiotika tingkat dua memerlukan pembacaan denotasi sebagai landasannya. Pesan denotasi adalah pesan yang disampaikan gambar secara keseluruhan dan pesan yang dihasilkan untuk unsur dalam gambar sejauh kita dapat membedakan unsur-unsur tersebut (Sunardi 2002:160-161)

Sesungguhnya kekuatan kartun berasal dari kemampuannya menciptakan ilusi realitas. Ketika memasuki dunia kartun maka kebenaran cerita atau realitas yang ditampilkan dalam cerita kartun itu seolah-olah dipercayai. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa kartun sebagai media mempunyai makna ilusi karena ada realitas sejati dibalik representasi tersebut.

Kartun bisa diartikan penyampaian pesan yang digambarkan secara sederhana, dengan bentuk-bentuk yang tidak wajar, atau tidak realis dengan menyalahi anatomi dan yang terutama memiuhkan logika. (Pramono, 1996:15) Kekuatan kartun sebenarnya terletak pada sifat universalnya yang mampu merasuki pikiran kita sehingga membuatnya seolah-olah nyata dalam kehidupan kita sehari-hari. Hal ini karena Menurut Marshal Mc Luhan kita memiliki kesadaran non visual yang serupa ketika kita berinteraksi dengan benda-benda tidak bergerak. Identitas dan kesadaran kita tertanam dalam berbagai benda mati yang ada dalam keseharian hidup ini. (Mc Cloud, 2001:38)

Fungsi primer dari kartun sendiri adalah memancing gelak tawa ataupun rasa riang pembacanya. Hal ini bukan karena kartun hanya menampilkan objektivitasnya, tetapi juga menampilkan segi lain dari objektivitas tetapi juga segi lain dari obyektivitas dan dari hal inilah yang mampu membuat kartun mengundang tawa. (sumartana, 1981:ii)

Sebuah karya kartun memang merekam ataupun menciptakan peristiwa yang memiliki potensial lucu menjadi gambar yang lucu. Tetapi yang tidak lucu pun mampu menjadi lucu.

Karena karakteristiknya yang selalu mengumpukan rasa lucu, maka banyak fungsi bisa dijalankan oleh seni kartun. Kartun mampu berfungsi untuk mengajar, mengejek, menertawai, menghibur berlucu-lucu, menanggapi sesuatu peristiwa dan lain-lain

Kartun yang juga merupakan output dari jurnalistik tidak berbeda dengan laporan berita. Perbedaan yang paling mendasar adalah bentuknya, kartun tampil dalam bentuk gambar sedangkan berita tampil dalam bentuk tulisan. Pada kartun juga terdapat sisi subyektivitas dari pengarang dalam hal ini kartunis dibanding dengan yang terdapat dalam berita di surat kabar. Tetapi kartun mampu menjadi salah satu bentuk jurnalistik non verbal yang cukup efektif dan mengena dalam menyampaikan pesan ataupun kritik sosial. Dalam kartunpun kita mampu menemukan cara berpikir yang kritis melalui seni lukis yang sangat ekspresif dalam menanggapi fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat secara humoris.

Kartun merupakan suatu bentuk penulisan yang kritis dalam kaca mata kartunis. Begitu banyak hal yang dijelaskan oleh kartun. Ia dapat menyentuh pembacanya. Karena menyentuh, ia mampu membangkitkan tawa. Namun, tak jarang pula ia membangkitkan amarah bagi yang terkena. Karena itu, kartun sebenarnya mengajarkan bagaimana menjadi seseorang yang berkarakter. Karena hanya dia yang berkarakter mampu tertawa dan mentertawakan diri sendiri (Sumartana, 1980: vii).

Dalam penggambarannya, kartun mengambil *setting* yang ada dalam masyarakat. Di sini, *setting* merupakan suatu penggambaran dan pemaparan atas realitas yang ada dalam kartun. Disusun sedemikian rupa dengan teknik eksplorasi dan improvisasi untuk menggambarkan dan menjelaskan lebih jauh realitas tersebut, yang dikumpul, diolah dan direpresentasikan kembali dalam bentuk gambar, tanda dan

simbol. Karena itu kartun berisikan komentar dari realitas-realitas tersebut, bukan berisikan fakta.

Kartun sering dikaitkan dengan karikatur maupun komik. Karikatur sendiri bisa diartikan sebagai potret wajah yang diberi muatan lebih sehingga berkesan distrofit atau pemeletoan anatomi wajah. Namun secara visual masih dapat dikenali obyeknya. (Pramono, 1996:15)

Terjadi kesalahpahaman dalam memahami pengertian tentang gambar-gambar lelucon di surat kabar. Sebuah gambar lelucon yang biasanya muncul di surat kabar, tanpa membawa kritik apapun, biasa disebut kartun. Sedangkan gambar lelucon yang membawa pesan kritik sosial biasa disebut sebagai karikatur. Anggapan ini kurang benar, karena kartun itu mencakup semua gambar humor, termasuk karikatur itu sendiri. Perbedaan yang terdapat dalam kartun dan karikatur memang cenderung tipis. Tetapi karikatur merupakan gambar atau serial gambar satire yang umumnya diwujudkan secara sederhana dengan media garis, bertujuan untuk menghibur tetapi juga digunakan untuk mengomentari keadaan sosial politik (Suhadi, 1989: 65)

D.2 IDEOLOGI MEDIA

Secara umum pengertian ideologi bisa dikristalkan menjadi lima konsep, seperti yang tertulis dalam buku Teori Budaya dan Budaya Pop (Storey, 1993:3-9) yaitu:

1. Ideologi yang dimaknai sebagai hal yang mengacu pada suatu pelembagaan gagasan-gagasan sistematis yang diartikan oleh sekelompok masyarakat tertentu.

2. Ideologi yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana teks-teks dan praktik-praktik budaya menghadirkan berbagai citra tentang realitas yang telah diselewengkan, dan teks-teks dan praktik-praktik budaya inilah yang menghadirkan kesadaran palsu. Dalam hal ini ideologi menunjukkan adanya penopengan, penyimpangan atau penyembunyian realitas.
3. Definisi ideologi yang ketiga menunjuk mengenai ideologi yang mengacu pada bentuk-bentuk ideologis. Definisi ini melihat bahwa masyarakat adalah sesuatu yang bersifat “konflikual” daripada “konsensual”. Dan di dalam konflik teks seringkali terjebak pada persoalan keberpihakan.
4. Makna ideologi yang digagas oleh Louis Alhusser, melihat bahwa ideologi bukan hanya pencembagaan ide-ide, tetapi juga sebagai suatu praktik material. Dalam artian bahwa ideologi dapat ditemui kehidupan sehari-hari dan bukan hanya ide-ide tertentu tentang kehidupan sehari-hari.
5. Sedangkan Roland Barthes menjelaskan ideologi sebagai hal yang berfungsi pada level konotasi, makna sekunder, makna yang biasanya tidak disadari atau ditampilkan oleh teks dan praktik, atau oleh apapun. Ideologi menurut Barthes disebut juga dengan mitos, dalam definisi ini menuntun kita pada perjuangan hegemonik untuk membatasi konotasi, untuk menetapkan konotasi-konotasi partikular dan memproduksi konotasi-konotasi baru.

Pada definisi pertama, kedua dan ketiga kita bisa melihat bahwa ideologi dipakai dan diciptakan oleh kelompok tertentu dan biasanya berkuasa dalam menyuarakan aspirasi dan aktivitas mereka. Disini terjadi sebuah penyembunyian realitas ataupun penopengan yang membuat kesadaran seorang individu ditentukan oleh realitas sosial yang telah dibentuk oleh sebuah ideologis.

Pada definisi keempat bagi Althusser ideologi adalah satu dari tiga unsur atau level primer bangunan sosial. Jadi ideologi relatif otonom dari level lain seperti ekonomi. Dan ideologi ditempatkan pada urutan terakhir. Disini ideologi merupakan ‘sistem (dengan logika dan kaidahnya sendiri) representasi (citra, gagasan, atau konsep)’ (althusser, 1969:231 dalam Barker, 2004:58) dikonsepsikan sebagai praktik yang dijalani dan mentransformasikan dunia materi. Ada empat aspek dalam karya Althusser yang menjadi inti dari pandangan tentang ideologi:

- Ideologi memiliki fungsi umum untuk membangun subyek
- Ideologi sebagai pengalaman yang dijalani tidaklah palsu
- Ideologi sebagai kesalahan dalam memahami kondisi nyata eksistensi adalah sesuatu yang palsu
- Ideologi terlibat dalam reproduksi bangunan sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan (Barker, 2004:58-59)

Sedangkan pada definisi kelima, Ideologi bisa digunakan dalam melukiskan produksi sosial atas makna. Inilah cara Barthes disaat membicarakan mengenai konotasi sebagai ‘retorika ideologi’ Dalam istilah ini ideologi merupakan sumber pemaknaan tatatanan dua (Fiske, 1990:230). Mitos dan nilai-nilai konotatif adalah ideologi dan karena ideologi inilah maka mitos dan konotasi mampu mewujudkan fungsinya.

Berkaitan dengan media, dalam produknya media tidaklah netral tapi mengusung ideologi yang dianutnya. Ideologi dan media adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Media dipakai untuk menyebarkan ideologi dan ada kalanya media ini membentuk ideologi. Ideologi yang dianut media bisa dilihat dengan mengamati lebih tajam teks media.

Teks media berbicara dengan jelas tentang cara melihat dan memberi model untuk sikap dan perilaku yang tepat. Pesan apa dibalik isi media dan kepentingan siapa yang dilayani oleh pesan-pesan ini (Croteau, 2003:159) Hal inilah yang menjadi dasar pertanyaan tentang media dan ideologi dan bisa dijawab dengan penelitian terhadap teks media.

Penelitian terhadap produk media berniat mengungkap gambaran pokok masyarakat yang diberikan oleh media. Media menjual baik produk dan gagasan kepribadian dan gambaran dunia. Produk media massa dan nilai budaya dirangkai secara mendasar. Rangkaian ini menciptakan cara berpikir dan cara hidup dalam memahami dan menghadapi dunia.

Dalam konteks ini suatu ideologi pada pokoknya adalah sistem pemaknaan yang membantu mengartikan dunia dan membuat penelitian tentang dunia. Ideologi berkaitan dengan konsep cara pandang, sistem kepercayaan, dan nilai. Istilah ini tidak hanya menunjuk pada kepercayaan yang dipegang tentang dunia tapi juga cara dasar dimana dunia diartikan. Ideologi tidak hanya tentang politik, istilah ini memiliki konotasi yang lebih luas dan mendasar (Croteau 2003:160).

Analisis ideologis menekankan pada kesesuaian antara gambar dan kata-kata. Dalam teks media tertentu dan cara berpikir tentang bahkan pengantian isu sosial dan budaya. Peneliti media sering tertarik pada gambaran perempuan atau orang Afrika-amerika dan bagaimana gambaran ini mungkin berubah sepanjang waktu karena mereka memberikan sumbangan pada cara kita memahami peran kelompok ini dalam masyarakat. Dalam hal ini pertanyaan bukan pada apakah gambaran media adalah gambaran “realitas” karena analisis ideologi secara umum menyadari definisi dari “real” sebagai dengan sendirinya, 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 diri kita sendiri dan masyarakat kita (Croteau, 2003:160).

Analisis ideologis menyediakan jendela menuju perdebatan ideologis yang lebih luas yang berlangsung dalam masyarakat. Analisis ini mengizinkan kita melihat gagasan macam apa yang tersebar melalui teks media, bagaimana dibentuk, bagaimana mereka berubah sepanjang waktu dan kapan mereka ditantang (Croteau, 2003:163)

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 kadang memfokuskan pada keterlibatan gambaran media populer kita dan bukti pelajaran yang diajarkan media tentang masyarakat. Media memberi kita gambaran tentang interaksi sosial dan institusi sosial yang melalui pengulangan harian 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, 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 Hall (1982) sebagai “kekuatan untuk mengartikan peristiwa kedalam cara tertentu”. Maka pertanyaan adalah “pola apa yang dipakai oleh peristiwa yang ditampilkan?” Ini adalah pertanyaan mendasar tentang ideologi karena mengusulkan bahwa media adalah tempat dimana gagasan tertentu disebarkan sebagai

kebenaran secara efektif meminggirkan atau menghilangkan pernyataan kebenaran yang menjadi saingan (Coteau,2003:168)

Dalam sudut pandang strukturalisme, budaya merupakan sebuah mesin ideologis yang mereproduksi ideologi dominan. Ideologi kemudian memiliki fungsi sebagai kekuatan untuk mengarahkan proses kebudayaan atau proses komunikasi (Sunardi 2004: 123). Proses tersebut menggunakan media massa sebagai alatnya. Hubungan mitos, ideologi dan budaya tersebut pada akhirnya membentuk sebuah masyarakat yang terstruktur, di mana kita dapat melihatnya melalui salah satu media massa yang ada.

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

D.3 REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MEDIA

a. Representasi Media

Pesan dan tanda adalah dua hal yang saling berkaitan. Pesan sebagai unsur isi media massa dapat dimaknai secara beragam oleh berbagai pihak, tergantung siapa pihak tersebut dan apa konteksnya. Dalam proses pemaknaan pesan media massa maka tidak bisa dilepaskan 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 pengkongkrian dari konsep-konsep ideologi yang abstrak (Fiske, 1994:256)

Konsep representasi menempati sebuah tempat penting dalam studi tentang budaya. Representasi menghubungkan makna (arti) dan bahasa dengan kultur. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang penuh arti, atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain. Representasi adalah sebuah bagian yang esensial dari proses di mana makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah anatara anggota kultur tersebut (Hall, 1997:15)

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. Proses ini berperan penting dalam konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada di kepala kita tadi kemudian 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. Atau dengan kata lain, representasi adalah produksi makna dari konsep-konsep yang ada di dalam pikiran kita melalui bahasa (Hall, 1997:17)

Di dalam melihat pola representasi suatu media massa, maka tidak bisa dilepaskan juga bagaimana hubungan realitas, bahasa dan makna. Menurut Stuart Hall terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk menjelaskan proses pembentukan makna melalui bahasa. Menurut Stuart Hall ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan proses pembentukan makna melalui bahasa yaitu *reflective*, *intentional*,

dan *constructionist*. Pendekatan pertama *reflective* atau dalam bahasa Indonesia reflektif, dalam pandangan ini fungsi bahasa serupa dengan cermin. Cermin yang 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. Jadi pendekatan ini mengatakan bahwa bahasa bekerja dengan refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada kehidupan normal menurut ukuran normatif. (Hall, 1997:13)

Pendekatan yang kedua adalah *intensional*. Pada pendekatan yang kedua ini bahasa digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu sesuai dengan cara pandang subyek 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 pemaknaanya. Kata-kata diartikan sebagai pemilik atas apa yang ia maksudkan. (Hall, 1997:24)

Sedangkan pendekatan yang ketiga pendekatan *konstruksionis*. Pada pendekatan yang ketiga ini yang lebih banyak ditekankan adalah proses konstruksi makna lewat bahasa yang digunakan. Terdapat suatu jalinan kompleks dan termediasi antara referensi (*benda/things*), konsep di pikiran, dan tanda melalui bahasa. Jalinan antara tiga level-material, konseptual dan tanda melalui bahasa. Jalinan antara ketiga level-material, konseptual, penandaan- inilah yang kemudian mengkonstruksi makna, dimana hubungan oleh ketiganya terikat oleh suatu kode sesuai konteks sosial dan historis tertentu. Dalam pendekatan ini, bahasa dan pengguna bahasa tidak bisa menetapkan makna dalam bahasa lewat dirinya sendiri, tetapi harus dihadapkan dengan sesuatu yang lain hingga memunculkan apa yang disebut dengan interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor-aktor sosial yang memakai sistem konsep kultur beserta bahasa

dan dikomunikasikan oleh sistem representasi yang lain, termasuk media. (Hall, 1997: 35)

Terdapat dua pendekatan *constructionist* menurut Stuart Hall, yaitu: *discursive approach* dan *semiotic approach*. Pada *discursive approach*, konstruksi akan makna dibentuk melalui wacana/discourse bukan lewat bahasa. Kedudukan wacana jauh lebih luas dari bahasa atau juga bisa disebut topik. Jadi 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. Sedangkan 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)

Penelitian ini dijalankan atas dasar pendekatan semiotik dalam konstruksionis. Salah satu asumsi yang mendasarinya adalah karena makna sebenarnya tidak inheren dalam materi (things) maupun tanda itu sendiri. Makna terkonstruksi melalui sistem representasi dimana hubungan antara konsep dan tanda dipengaruhi oleh apa yang disebut dengan kode. Dan media massa sebagai institusi sosial didalam masyarakat merupakan salah satu agen dalam proses pembentukan makna tersebut.

Realitas sosial dan realitas media adalah dua hal yang tidak bisa disebut sama. Media massa tidak hanya sekedar merekam peristiwa dan menghadirkan pesan yang persisi sama 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 dalam “menghadirkan” realitas sosial hingga dapat melahirkan makna tertentu

b. Media dan Seks, Gender

Menurut Stuart Hall (Croteau & Hoynes 2003: 168), institusi media massa memiliki keterkaitan dengan konsep hegemoni, sebab media massa menjadi salah satu wilayah, di mana budaya kepemimpinan atau *cultural leadership*, yang merupakan kerja dari hegemoni itu sendiri terjadi. Media melakukan politik signifikasi, dengan menghasilkan suatu citra tentang dunia dan memberikan makna kepadanya. Meski demikian, citra media tidak semudah itu merefleksikan dunia, namun hanya merepresentasikannya atau menghasilkan kembali realitas.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai prinsip dasar yang harus dimiliki pelaku media terhadap permasalahan perempuan, terlebih dulu harus diketahui pengertian gender dan perbedaan antara seks dan gender. Perbedaan seks menurut Ann Oakley adalah perbedaan atas dasar ciri-ciri biologis terutama yang menyangkut prokreasi seperti hamil, melahirkan dan menyusui. Sedangkan perbedaan gender adalah perbedaan simbolis atau sosial yang berpangkal pada seks, tetapi tidak selalu identik dengannya (Saptari, 1997: 89-90). Perbedaan gender bukan lagi menyangkut masalah kodrat dan ketentuan Tuhan, melainkan diciptakan oleh manusia (laki-laki dan perempuan) melalui proses kultural dan sosial yang panjang.

Secara jelas seks bisa dikatakan sebagai pembagian jenis kelamin yang ditentukan secara biologis melekat pada jenis kelamin tertentu. Lelaki identik dengan kepemilikan biologis seperti sperma, penis dan jakun serta lainnya. Sedangkan wanita erat kaitannya dengan kepemilikan alat-alat reproduksi seperti rahim serta saluran-saluran untuk melahirkan (Handayani,2001:3). Seks merupakan kodrat dari Tuhan dan fungsinya tidak dapat dipertukaran antara satu dan yang lainnya.

Sedangkan gender atau konsep gender bisa diartikan sebagai pembagian laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Konsep ini juga seringkali diartikan sebagai sifat yang melekat pada kaum laki-laki atau perempuan yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial maupun budaya. Dari sinilah lahir peran-peran sosial dan budaya laki-laki dan perempuan (Handayani 2001:3-4) Peran gender di dalam masyarakat selalu berubah dari waktu ke waktu. Berbeda dengan seks pada peran gender juga dapat ditukar.

Perbedaan yang jelas antara laki-laki dan perempuan yang terjadi secara kodrat maupun dalam proses sosial dan kultural melahirkan sebuah perbedaan sikap terhadap jenis kelamin tertentu. Perbedaan jenis kelamin melahirkan perbedaan gender, dan perbedaan gender melahirkan berbagai keadilan. Ketidakadilan gender disebabkan oleh adanya konstruksi gender secara sosial dan budaya itu sendiri. Hal ini juga didukung adanya mitos yang berkembang di dalam masyarakat yang mengarah kepada karakter biologis pria dan wanita (Handayani 2001: 10)

Kebanyakan mitos-mitos yang berkembang di masyarakat memberi keuntungan bagi kaum laki-laki dan sebaliknya semakin meminggirkan kaum perempuan. Hal ini karena pada masyarakat Indonesia khususnya 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 menjadi 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.

Perbedaan gender sesungguhnya tidaklah menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Namun timbul persoalan dimana 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)

e. Gender, Representasi dan Budaya Media

Menurut Cowie 1978 beberapa kajian yang dipengaruhi pascastrukturalisme memandang semua representasi sebagai konstruksi budaya dan bukan suatu refleksi atas dunia nyata, Maka dari itu perhatian terpusat pada bagaimana representasi bermakna dalam konteks kekuasaan sosial dengan konsekuensi yang ditimbulkan bagi relasi gender. (Barker, 2004:259)

Representasi berbeda dengan refleksi, sebab representasi adalah proses menyeleksi dan menyajikan, menstrukturkan dan menajamkan, dan bukan hanya menyampaikan makna yang sudah ada, namun juga merupakan sarana dalam membuat sesuatu bermakna. Representasi media terjalin dengan kekuasaan dan ideologi, sebab proses pemberian makna memiliki potensi untuk menghasilkan definisi realitas secara beragam. Menurut Hall, media memiliki kekuatan dalam menandakan sesuatu dengan

berbagai cara, dan ini juga tergantung pada pola-pola apa yang kemudian direpresentasikan. Masih berkaitan dengan ideologi, media merupakan tempat di mana ide-ide berputar sebagai “kebenaran,” dan efektif dalam memarginalisasikan dan menghapuskan kebenaran yang sesungguhnya (Croteau & Hoynes 2003: 168). Media mengadopsi asumsi dominan dan menggambarkannya dalam pandangan umum, di mana setiap orang dapat mengetahuinya. Representasi media tidak sepenuhnya tertutup, namun juga memiliki kecenderungan untuk menghasilkan kembali nilai-nilai dan kenyataan dasar yang ada di balik hegemoni tersebut.

Berkaitan dengan pertanyaan, “bagaimana media merepresentasikan kehidupan sosial dibandingkan dengan eksternal dunia yang nyata,” hal ini erat hubungannya dengan ketidaksetaraan sosial. Isi media menghasilkan kembali ketidaksetaraan sosial yang sudah ada dalam masyarakat, seperti ras, kelas sosial, gender, dan orientasi seksual (Croteau & Hoynes 2003: 195). Menjadikan media sebagai cermin yang merefleksikan ketidaksetaraan yang ada di masyarakat. Industri media dikontrol oleh kulit putih, kelas menengah-atas, dan laki-laki, di mana perspektif mereka tentang dunia direfleksikan dalam isi media. Membuat ketidak-setaraan tersebut ikut mempengaruhi organisasi dalam industri media, yang tentunya menghasilkan produk media.

Berpijak pada pertanyaan di atas, kita akan melihat sejauh mana media merepresentasikan realitas. Ada suatu kenyataan, bahwa media akan sangat berpengaruh apabila produk medianya secara dramatis berbeda daripada realitas yang nyata (Croteau & Hoynes 2003: 196). Ada beberapa hal yang berkaitan dengan kata “nyata” dalam representasi media. Pertama, representasi bukanlah realitas, meskipun beberapa pembaca dapat menganggapnya sebagai sesuatu yang nyata (Croteau & Hoynes 2003: 196). Beberapa media memang dapat menampilkan sesuatu yang realitas itu kepada

masyarakat, namun tak lebih sekedar membuat “menjadi nyata,” sebab representasi hanya mengambil hal nyata secara terpisah dan tidak utuh seperti kenyataan yang ada.

Kedua, media biasanya tidak mencoba untuk merefleksikan dunia “nyata” (Croteau & Hoynes 2003: 196). Apapun produk dari media, seperti program berita, buku-buku sejarah, dan film dokumenter memang dibuat sedemikian nyata dan seakurat mungkin. Namun, dibalik itu semua terbentang waktu dan tempat yang kemudian menjadi singkat dan dekat. Hal ini mengungkapkan bahwa non-realitas yang dibuat sedemikian nyata, termasuk *genre* film fiksi-ilmiah atau fantasi yang disetarakan dengan kenyataan yang ada ditengah masyarakat.

Ketiga, adalah terkait dengan “nyata” itu sendiri. Media membuat sesuatu nyata itu dari sebagian saja, tidak secara keseluruhan, artinya kenyataan itu tidak muncul sebagai populasi yang tertinggi atau terbanyak. Namun, media membuat suatu bias kenyataan, yang menganggap bahwa sebagian kecil populasi menjadi keseluruhan yang nyata.

Jadi, media merefleksikan suatu realitas yang senyata-nyatanya ada dalam kehidupan masyarakat. Meskipun tak semuanya tampak nyata seperti yang ada di dunia nyata. Media memiliki implikasi untuk merefleksikan kehidupan masyarakat. Sejauh mana hal itu “nyata,” memang memiliki perbedaan diantara banyak orang. Perbedaan antara realitas media dan realitas sosial memang sering muncul dalam representasi media (Croteau & Hoynes 2003: 198)

Dalam kaitannya dengan perempuan media seringkali memosisikan perempuan sebagai “obyek tanda” yang dimasukkan ke dalam ‘sistem tanda’ di dalam sebuah sistem komunikasi. Sebuah bagian tubuh seperti mata, bibir, rambut betis dan sebagainya menjadi fragmen-fragmen ‘tanda’ di dalam media patriarki yang digunakan untuk

menyampaikan 'makna' tertentu (Yasraf Amir Piliang dalam Ibrahim, 1998:xi) Disini berarti sebuah bagian tubuh perempuan bisa di samakan dengan makna yang hendak dibangun dalam media tersebut. Sebagai contohnya tubuh yang sempurna ekivalen dengan mobil yang indah, pinggul yang sempurna ekivalen dengan *jeans* yang sempurna.

Media disini menjadikan tubuh atau fragmen-fragmen tubuh sebagai *signifier* dan diakitkan dengan *signified* tertentu sesuai dengan tujuan ekonomi politik. Artinya gelora 'hasrat' yang muncul dari fragmen-fragmen wanita itu sendiri kini juga difragmentasikan sebagai menjadi tanda-tanda. Setiap potensi micro desire yang ada dimanipulasi dan dieksploitasi sedemikian rupa, sehingga menjadi tanda-tanda dan akhirnya menjadi komoditi (Yasraf Amir Piliang dalam Ibrahim 1998:xv). Peran dominan tubuh wanita sebagai tanda dan citra media ini sebetulnya mengandung di dalam satu kontradiksi. Tubuh wanita digunakan di dalam media sebagai cara menjual komoditi, sementara wanita itu sendiri mempunyai peran dominan di dalam konsumsi. Artinya wanita lebih banyak mengkonsumsi citra dirinya sendiri dibandingkan pria.

Menurut kaum feminis bahkan media massa ikut memelihara dan mengukuhkan pemikiran mengenai perbedaan gender yang menegaskan bahwa pria dan wanita itu berbeda bahkan bertentangan. Dalam pemberitaan media mengenai wanita seperti pengalaman wanita, olahraga wanita, kultur wanita bahkan media wanita digeneralisasikan dan didefinisikan dalam perbandingan dengan norma yang dikonstruksikan secara sosial, yang digenderkan dan dihadapkan dengan laki-laki (Ibrahim,1998:xxx). Bahkan menurut Naomi Wolf dalam *Fire With Fire* (1993) mengenalkan istilah "Apertheid gender". Menurutnya media massa mampu menyumbat kemajuan perempuan dengan melestarikan dan memupuk apa yang disebutnya sebagai

“aperttheid gender” tersebut. “Apertheid gender” dalam media massa dijalankan lewat kontrol terhadap proses pemilihan, pemaknaan dan penyajian informasi sangat ampuh untuk membentuk pola pikir perempuan. (Ibrahim,1998:xxxii) Hal ini berkaitan dengan kebiasaan masyarakat dalam menjadikan media massa sebagai satu-satunya sumber informasi yang diyakini secara penuh kebenarannya dalam menyajikan realitas sosial.

Pada realitas sosial yang riil terkadang pengalaman-pengalaman ataupun makna-makna maskulinitas dan feminitas mengalami konflik, nilai-nilai maskulinitas cenderung menang. Hal ini disebabkan oleh kuatnya dominasi pria dalam masyarakat.

Secara teoritik hal ini bisa dijelaskan dengan *Muted Group Theory* yang dikembangkan oleh Cheris Kramarae (Ibrahim, 1998: xxxvii) adalah sebagai berikut:

- a) *women percieve the world differently from men because of women's and men's different experiences and activities rooted in the division of labor*
- b) *Because of their political dominance, the men's system of perception is dominant, impeding the free expression of the women's alternative models of the world*
- c) *In order to oarticipate in society women must transform their own models in terms of the received male system*

Dalam kondisi demikian kedudukan wanita adalah tetap, sebagai kaum yang bisu, *muted, voiceless atau silent majority*, kelompok masyarakat bisu yang benar-benar mengejawantahkan diskursus yang bergantung pada konstruksi wanita sebagai objek, sehingga tanda-tanda dalam bahasa meskipun selalu digunakan tetap tidak pernah mencapai “*the status of full speaking subject*” . Karena berhadapan dengan keterbatasan bahasa yang tersedia oleh ruang publik yang diintervensi oleh ideologi negara (pria) yang hegemonik dan universum media yang terdistorsi oleh ideologis. (Ibrahim, 1998: xxxvii).

Disini bahasa malahan menjadi alat untuk mengembang biakan mitos-mitos tentang wanita. Maka disinilah kita menemukan pertemuan antara media yang

terpengaruh oleh ideologi dan pembaca yang sudah sejak awal dipengaruhi oleh ideologi. Dan sangat dimungkinkan kita akan bertemu dengan kekerasan wacana komunikasi sosial dan media massa mengenai sosok wanita yang menunjukkan totalitas intervensi ideologi patriarki ke dalam segenap aspek kehidupan masyarakat.

Ada banyak mitos yang diadopsi dari masyarakat seperti peran ganda wanita, *konco wingi* dan juga perempuan yang dianggap sebagai pilar masyarakat. Dan dalam praktek jurnalisme yang bias gender maka mitos-mitos ini akan menghambat dalam menampilkan perempuan sebagaimana mestinya. Menurut Simone De Beauvoir (dalam Humm, 1992:96) hal ini bisa disebut perempuan hidup dalam mitos-mitos bentukan laki-laki. (Lan, 2002:163). Disini kita melihat bahwa terjadi pedangkalan makna perempuan dalam media karena eksistensi perempuan sendiri terkotak-kotak dalam dunia bentukan laki-laki.

Di Indonesia kita melihat konstruksi dan sosialisasi gender yang menempatkan kaum pria pada posisi dominan masih sangat kuat dan ketara. Ideologi ini ditopang oleh negara, agama, budaya, dan keadaan sosial-ekonomi-politik. Dan wanita yang ditampilkan dalam media massa melulu hanya berkisaran mengenai citra wanita sebagai istri, ibu, dan objek seks (Ibrahim, 1998: xlvi)

D.4 SEMIOTIKA SEBAGAI KERANGKA

Bahasa kartun adalah bahasa visual yang dipenuhi dengan ikon serta simbol. Maka dalam memaknainya perlu penjabaran tanda-tanda yang termuat dalam kartun tersebut. Pendekatan semiotika dirasa tepat dalam memaknai kartun karena semiotika adalah studi yang mempelajari tanda.

Ilmu semiotika dipelopori oleh Ferdinand de Saussure, seorang linguist berkebangsaan Swiss dan Charles Sanders Peirce, seorang filsuf pragmatis berkebangsaan Amerika. Dari dua tokoh tersebut, kajian semiotika melahirkan dua tradisi besar yaitu mazhab Saussurian dan Peircian.

Semiotika mempunyai tiga fokus utama yaitu (Fiske, 1990: 60-61)

1. Tanda itu sendiri. Bagaimana tanda-tanda yang berbeda tersebut menyampaikan makna dan cara tanda-tanda tersebut itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau system yang mengorganisasi tanda. Mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikan.
3. Kebudayaan tempat kode atau tanda bekerja. Bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda ini untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Dalam pendekatan ini yang menjadi fokus adalah teks. Dalam pendekatan ini penerima disebut sebagai pembaca, karena penerima memiliki peran aktif dalam menangkap pesan. Pembacaan terhadap terhadap teks dipengaruhi oleh pengalaman *cultural* pembacanya.

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik dan bisa dipersepsi oleh indera kita. Menurut Saussure tanda terdiri atas penanda dan petanda. Penanda adalah aspek material dari bahasa seperti apa yang dikatakan atau apa yang didengar, apa yang ditulis dan apa dikatakan. Petanda adalah aspek mental dari bahasa bisa berupa gambaran mental, pikiran atau konsep (Fiske, 1990:65)

Petanda merupakan produk kultur tertentu seperti halnya juga penanda (Fiske 1990:65) Petanda-petanda merupakan konsep mental yang kita gunakan untuk membagi realitas dan mengkategorikannya sehingga kita bisa memahami realitas tersebut. Batas

kategori yang satu dengan yang lain bersifat *artificial* bukan bersifat alami. Dengan begitu petanda dibuat manusia ditentukan oleh kultur atau subkultur yang dimiliki manusia tersebut.

Pierce membuat tiga kategori tanda yang masing-masing menunjukkan hubungan yang berbeda diantara tanda dan obyeknya atau apa yang diacunya. Tiga tanda tersebut adalah ikon, indeks dan simbol. Ikon menunjukkan kemiripan dengan obyeknya. Hal ini bisa terlihat pada tanda-tanda visual seperti foto. Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan langsung dengan obyeknya. Asap merupakan indeks api. Ketiga adalah simbol, dalam simbol tidak ada hubungan atau kemiripan antara tanda dan obyeknya. Dalam simbol pemaknaan tanda dan obyeknya berdasarkan kesepakatan atau aturan. Palang merah adalah contoh dari simbol (Fiske, 1990:71)

Dalam memahami relasi antara petanda dan penanda Saussure menggunakan istilah arbiter, ikonik dan motivasi dan kendala (Fiske 1990:76). Arbiter merupakan sifat tanda yang tak pasti. Disini tak terlihat adanya kaitan logis antara kata dan konsep ataupun relasi pasti antara petanda dan penanda. Ikonik dalam pengertian pierce merupakan kemiripan dengan obyek. Saussure mengatakannya dengan bentuk penanda ditentukan sampai tingkatan tertentu oleh penanda. Dan yang terakhir mengenai motivasi dan kendala digunakan untuk melukiskan tingkatan petanda menentukan penanda. Tanda yang sangat termotivasi adalah tanda yang ikonik. Tanda arbiter adalah tanda yang tak termotivasi.

Hubungan antara penanda dan petanda adalah hasil dari konvensi atau kesepakatan budaya. Tanda-tanda yang ada dapat dipahami melalui konvensi. Konvensi merupakan dimensi social dari tanda (Fiske, 1990:80). Konvensi merupakan kesepakatan antara pengguna tanda, tentang bagaimana menggunakannya dan merespon

tanda tersebut. Tanda yang tidak memiliki konvensi disebut tanda yang bersifat pribadi. Tanda pribadi tidak mengomunikasikan apapun. Konvensi akan memberitahu kita bagaimana kita harus berperilaku sesuai tanda yang dimaknai. (Fiske, 1990:108)

Konvensi mempunyai peran penting dalam komunikasi dan signifikasi. Konvensi merupakan tingkat dimana tanda itu bekerja. Ada konvensi yang bersifat formal dan konvensi yang bersifat kurang formal. Konvensi yang bersifat kurang formal memungkinkan terjadinya banyak penafsiran. Hal ini terjadi karena kita memiliki banyak pengalaman dalam hidup. Pengalaman yang ada tentang isi dari tanda menentukan bagaimana kita memaknai tanda tersebut sesuai dengan konvensi yang ada. (Fiske, 1990:109)

Menurut Saussure ada 3 macam hubungan tanda yaitu (Sunardi 54-74):

- Hubungan simbolik, adalah hubungan tanda dengan dirinya sendiri atau hubungan internal. Istilah internal dipakai untuk menunjukkan hubungan *signifier* dan *signified*. Hubungan ini menunjukkan status kemandirian tanda untuk diakui dan dipakai tanpa tergantung dengan tanda lainnya. Kemandirian inilah yang membuat tanda tersebut menduduki status simbol. Contohnya adalah salib sebagai simbol kristiani. Salib sebagai tanda tidak membutuhkan hubungan dengan tanda lainnya untuk dipahami keberadaannya.
- Hubungan paradigmatic, adalah hubungan eksternal suatu tanda dengan tanda lain. Tanda lain yang bisa berhubungan secara paradigmatic adalah tanda-tanda satu kelas atau sistem. Contoh supermarket dalam iklan mempunyai hubungan paradigmatic dengan pasar dan mal. Pasar dan mal adalah tanda-tanda dari kelas belanja.

- Hubungan sintagmatik adalah hubungan yang menunjukkan hubungan suatu tanda dengan tanda-tanda lainnya. Hubungan ini mengajak kita untuk mengimajinasikan kedepan atau memprediksikan apa yang akan terjadi kemudian.

Saussure telah mengemukakan semiotika tingkat pertama atau biasa disebut denotative. Sedangkan salah seorang pengikutnya Roland Barthes memberikan rancangan model yang sistematis terhadap penganalisaan makna suatu tanda yaitu dengan dua tatanan pemaknaan (*two orders of signification*)

Barthes mengembangkan sistem ganda adalah sistem semiotik yang dibangun diatas semiotika lainnya. Semiotika yang dibangun diatas semiotika lainnya. Konsep ganda merupakan konsep sentral untuk menemukan *signification* karena *signification* yang sampai pada semua orang selalu merupakan *signification* tingkat dua dan *signification* pada tingkat pertama bisa diabaikan (Sunardi 2002:85)

Secara lebih jelas tahap tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut:

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

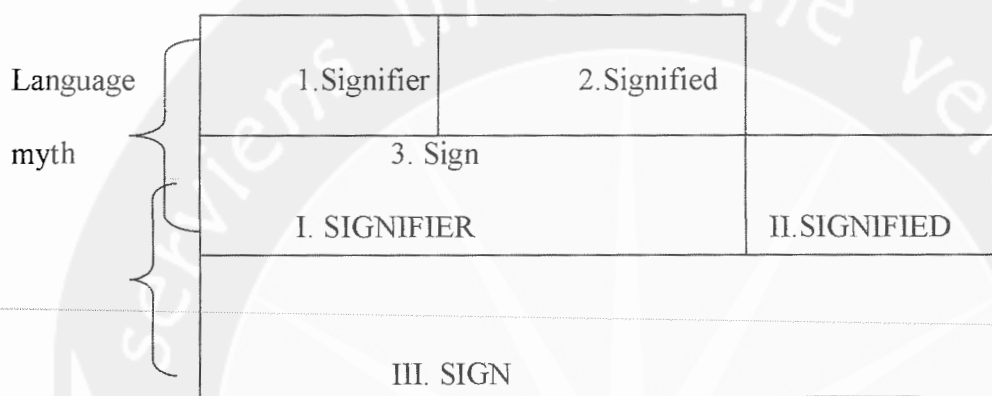
Menggambarkan hubungan antara signifier dan signified dalam suatu tanda dengan realitas eksternal yang ditujunya, yang disebut denotasi. Denotasi merupakan makna tanda yang terlihat jelas. Denotasi merupakan penandaan primer (sistem penandaan tingkat pertama) yang merupakan penunjukan literatur atau yang eksplisit dari gambar, kata-kata dan fenomena yang 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 penggunanya 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. Makna konotasi juga disebut sebagai makna ideologis yang berfungsi untuk memberikan legitimasi kepada yang berkuasa. Konotasi menjadi instrumen bagi ideologi untuk menyampaikan pesannya. (Elliot, 2001:169)

Second order signification digambarkan sebagai berikut:



(Barthes Roland 1983. *Mythologis*. London: Granada hal 115)

Sebagai sistem semiotik, mitos dapat diuraikan ke dalam 3 unsur yaitu *signifier*, *signified* dan *sign*. Untuk membedakan istilah –istilah yang dipakai dalam semiotik tingkat pertama, Barthes menggunakan istilah berbeda untuk ketiga unsur itu yaitu *form*, *concept* dan *signification*. *Form* sejajar dengan *signifier*, *concept* dengan *signified* dan *signification* sejajajr dengan *sign* (Sunardi 2002: 103-104)

Denotasi dan konotasi tidak bisa dilihat secara terpisah atau berdiri sendiri. Sebuah tanda yang kita lihat pasti suatu denotasi. Sulit juga untuk memaknai suatu tanda tanpa terjebak dalam penggunaan konotasi. Jadi, denotasi dengan sendirinya akan menjadi denotasi ketika konotasi tersebut sudah umum digunakan dan dipahami bersama sebagai makna yang baku (Manurung 2004: 58-59).

Selain denotasi dan konotasi dalam tatanan simbolik menurut Barthes, ada satu bentuk penandaan yang disebut sebagai mitos. Tanda panah dari *signified* mengarah pada mitos. Ini berarti mitos muncul pada tataran konsep mental suatu tanda. Dari teori konotasi, Barthes membangun konsep tentang mitos. Mitos bisa dikatakan sebagai ideologi dominan pada waktu tertentu (Manurung 2004: 60). Denotasi dan konotasi memiliki potensi untuk menjadi ideologi yang bisa dikategorikan sebagai *third order of signification*, Barthes menyebut konsep ini sebagai *myth* atau mitos. Mitos disebutnya sebagai sistem semiologi tingkat kedua, dan sebagai semiologi tingkat kedua, maka analisis mitos harus dipusatkan pada analisis tentang sistem signifikasi pada tingkat konotasi.

Pendekatan semiotik Roland Barthes secara khusus tertuju kepada jenis tuturan (*speech*) yang disebutnya sebagai mitos. Menurut Barthes, bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu 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 sedemikian sehingga menghasilkan tanda. Selanjutnya, tanda-tanda pada tataran pertama ini pada gilirannya hanya akan menjadi penanda-penanda yang berhubungan pula dengan petanda-petanda pada tataran kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos berada. 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).

Dalam *Semiotika Negativa* (2002: 114-117), St. Sunardi menguraikan empat ciri mitos. Ciri pertama adalah distorsif. Ciri ini terdapat dalam mitos karena konsep dalam mitos bisa mengasingkan makna dari tanda tingkat pertama. Sehingga makna dalam mitos tidak lagi menunjuk pada realitas yang sebenarnya. Ciri kedua adalah intensional. Mitos dibuat dengan maksud tertentu. Dimana sasaran dari mitos adalah menyapa pembacanya. Ketika mencapai pembacanya, mitos kemudian diabadikan. Ia menjadi universal. Inilah ciri mitos yang ketiga. Dimana ia kemudian menjadi *statement of fact*. Hal ini berarti bahwa pesan dalam mitos berubah dari status historis menjadi natural. Bahwa pesan dalam mitos bersifat faktual. Ciri keempat adalah motivasional. Penggunaan mitos dilakukan karena adanya hubungan analogis antara makna dari sistem tingkat pertama dengan *form* pada sistem tingkat kedua.

Dengan melihat ciri-ciri mitos di atas, mitos termasuk sistem yang pertama, yaitu “*arbitrary*” (yaitu, “dibuat tidak atas dasar konvensi melainkan keputusan sepihak”) dan *motivated* (yaitu “hubungan antara *signified* dan *signifier* bersifat analogis”). Sistem tanda dengan ciri inilah yang mempunyai fungsi untuk mendistorsi (makna lewat konsep), mendeformasi, menaturalisasi (konsep lewat makna), meng-historisasikan (maksud lewat seluruh sistem mitos). Secara semiotik, maka mitos dapat didefinisikan sebagai sistem tanda tingkat kedua yang bersifat *arbitrary* dan *unmotivated* yang berfungsi untuk mendistorsi, mendeformasi, menaturalisasi dan meng-historisasikan (Sunardi 2004:103-104).

Levi Strauss menyatakan bahwa semua mitos mempunyai struktur yang sama. Semua mitos mempunyai fungsi sosiokultural yang sama dalam masyarakat. Tujuan mitos adalah membuat dunia menjadi lebih jelas. Yang secara magis berkisar pada permasalahan dan kontradiksi. Dengan kata lain mitos adalah cerita yang diceritakan

tentang kita sendiri. Sebagai suatu budaya untuk menghilangkan kontradiksi dengan membuat dunia menjadi bisa dipahami dan bisa dihuni. Mitos berusaha mendamaikan antara kita dan keberadaan kita (Storey John 2003:111)

E. METODOLOGI

Penelitian ini adalah suatu kajian interpretatif atas teks dengan analisis yang bersifat kualitatif. Obyek penelitian ini adalah teks media. Dimana teks media sejatinya merupakan kombinasi tanda-tanda, baik visual maupun verbal. Teks merupakan sesuatu yang sangat sentral terhadap produksi makna. Proses produksi makna itu sendiri tidak dapat dilepaskan dari representasi.

Penelitian ini didasarkan pada pendekatan representasi yang ketiga yakni konstruksionis. Dalam pendekatan ini, representasi bisa diartikan sebagai sebuah proses yang meliputi perolehan/produksi makna dengan jalan membuat hubungan antara tiga hal, yakni 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 perhatian pada aspek dan 'efek dan konsekuensi' dari

representasi. Analisis wacana berkonsentrasi pada proses wacana dalam memproduksi pengetahuan yang berkaitan dengan kekuasaan di dalam masyarakat (Hall, 1997:6:62)

Terkait dengan fokus kajian berupa representasi perempuan Bali dan Olahraga pada kartun melalui teks Bog-Bog Cartoon Magazine, maka analisis yang sesuai adalah semiotik. Hal ini juga didasarkan pada tujuan penelitian yang telah dikemukakan di awal. Guna mendapatkan makna yang berkaitan dengan citra perempuan Bali dalam kartun khususnya yang berkaitan dengan olahraga, maka akan dijalankan penelitian interpretatif dengan menguraikan proses bagaimana representasi tersebut dapat hadir dan terkonstruksi. Dengan demikian, semiotik yang notabene adalah studi tentang tanda-tanda, merupakan jenis analisis yang paling sesuai untuk diterapkan pada penelitian ini.

E.1 Semiotika sebagai Metode Analisis

Guna 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 atas 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 itulah, pada penelitian ini analisis akan diarahkan pada elemen dan relasi tanda-tanda yang hadir secara nyata pada cover dan isi dua edisi Bog-Bog cartoon magazine yang telah dipilih sebagai perwujudan atas teks media.

Adapun yang dimaksud dengan bahasa itu sendiri adalah segala suara, kata, gambar, atau obyek 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 Bali dan olahraga pada teks *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine*. Terutama untuk mengali makna-makna yang tersembunyi di dalam *visual sign* pada kartun di *Bog-Bog Bali Cartoon magazine*.

Analisis semioika yang digunakan pada penelitian ini terutama didasarkan pada pemikiran Roland Barthes. Pemikir asal Perancis ini memperlakukan citra-citra dalam media massa sebagai tanda-tanda, sebagai bahasa dimana 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 jelaslah bahwa fungsi tanda yang demikian menunjukkan perannya dalam mengkonstruksi makna dan sekaligus membawa pesan (Hall, 1997:37)

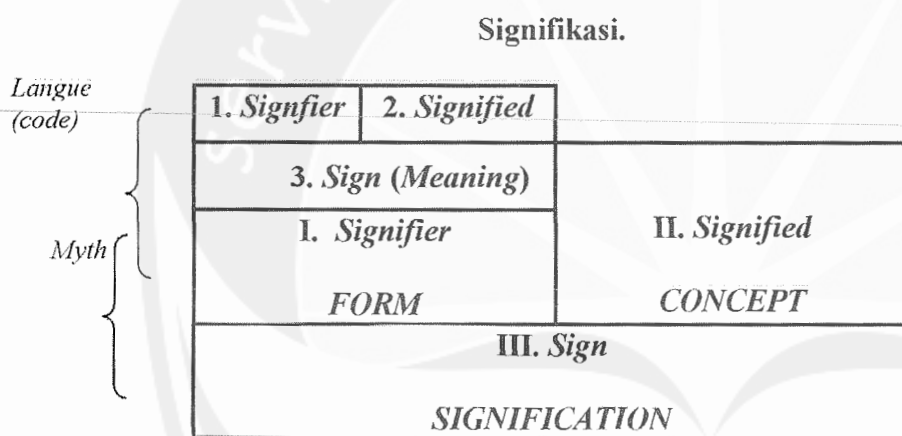
Barthes mengembangkan semiotika dengan mengembangkan sistem penandaan bertingkat yang disebut sisitem denotasi dan konotasi. Secara lebih rincinya di jelaskan sebagai berikut:

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 makna tanda yang terlihat jelas. Denotasi merupakan penandaan primer (sistem penandaan tingkat pertama) yang merupakan penunjukan literatur atau yang eksplisit dari gambar, kata-kata, dan fenomena yang lain. Denotasi menjadai landasan dari tahap kedua (konotasi).

2. Pemakanaan 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 penggunanya 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. Makna konotasi juga disebut sebagai makna ideologis yang berfungsi untuk memberikan legitimasi kepada yang berkuasa. Konotasi menjadi instrumen bagi ideologi untuk menyampaikan pesannya. (Elliot, 2001:169)



Sumber: Sunardi 2004: 105.

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

Menurut Barthes 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 diri kita sendiri, sebagai suatu budaya untuk menghilangkan kontradiksi dan membuat dunia menjadi bisa dipahami dan dihuni (Storey 2003: 111). Disini mitos membantu kita dalam memahami pengalaman-pengalaman kita dalam satu konteks kebudayaan tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi perempuan Bali dan Olahraga dalam *Bog-Bog Bali Cartoon Magazine* melalui teks, yang dalam hal ini adalah gambar kartun. Bagi Barthes dengan mengaji foto (gambar) kita harus bergerak dari tataran makna denotasi menuju tataran konotasi, dengan demikian foto (gambar) memiliki segala kemungkinan untuk menjadi mitos. Hal ini terjadi karena sebuah foto (gambar) yang ada dalam sebuah media berarti foto (gambar) ini telah diseleksi, diposisikan, ditampilkan dalam ukuran tertentu berdasarkan nilai-nilai profesional

sekaligus nilai ideologi tertentu. (Roland Barthes, Notes On Photographik Message.

www.artis.lu.se/kultum/encylo/photography.htm)

E. 2 Obyek Penelitian

Kartun dalam Bog-Bog cartoon magazine edisi September 2006 dan Juni 2006 yang menampilkan sosok perempuan Bali dan olahraga.

E.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, dapat akan diperoleh melalui:

1. Studi Pustaka.

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 dasar pijakan dalam menganalisa data.

2. Dokumen.

Kartun dalam Bog-Bog cartoon magazine akan menjadi data utama dalam penelitian ini. Setiap kartun yang menggambarkan representasi perempuan Bali dan Olahraga akan dipergunakan sebagai data dasar penelitian.

E.4 Tahap-tahap penelitian

A. Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer diambil dari Bog-Bog Cartoon Magazine no 03 volume. 05; Juni 2006 dan no 06 vol 5; September 2006 yang menampilkan sosok perempuan Bali dan olahraga.

B. Analisis Data

Untuk 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:



Gambar: Semiotika dua tahap

Pemaknaan disini berlangsung dua tahap. *Signifikasi* 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 bog-bog cartoon magazine.

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 yang berupa artikel maupun bacaan dari internet dan buku-buku untuk mengetahui latar belakang munculnya kartun pada bog-bog cartoon magazine. Dalam analisis ini akan diungkapkan makna-makna implisit yang ada dalam bog-bog cartoon magazine.

Makna konotasi disebut oleh Barthes 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.

Contoh operasionalisasi konsep barthes dalam penelitian ini akan dikemukakan berikut ini. Dalam Bog-Bog no 06. volume05 terdapat gambar dengan tema penelitian ini. Pada kartun ini terdapat penanda seorang perempuan yang menggunakan pakaian kebaya dan kain sedang memegang kantong bertuliskan *dog food* dan bergambar tulang. Lalu disebelah perempuan tampak seekor anjing sedang memakan sesuatu yang ditumpahkan oleh perempuan dari kantong bertuliskan *dog food* dan bergambar tulang tersebut disebuah wadah. Lalu yang menjadi latar belakang gambar perempuan dan anjing tersebut adalah bangunan dengan tembok bata expose, yang didalamnya tampak

seorang laki-laki dengan raket menempel di punggung, dengan posisi tangan kanan memegang kepala dan tangan kiri menunjuk barisan piala yang dihadapannya. Di dalam barisan piala itu digambarkan tampak salah satu jarak piala yang satu dengan lainnya lebih jauh dibandingkan jarak yang lainnya dengan coretan garis di jarak tersebut.

Petanda yang diperoleh dari gambar tersebut adalah seorang perempuan dengan pakaian adat Bali memberi makan anjingnya dengan piala sebagai wadah makanan untuk anjingnya. Lalu didalam rumah dengan bangunan khas Bali yaitu dengan menggunakan batu bata *expose* (batu bata tidak diplester dengan semen sehingga tampak jelas tekstur atau susunan dari batu bata) terdapat seorang pria yang tampak bingung karena mendapati salah satu piala hilang di deretan rak piala-piala.

Makna denotative dari gambar kartun ini adalah seorang perempuan yang berada di luar bangunan rumah dan seorang laki-laki yang berada di dalam rumah. Perempuan ini diasumsikan memiliki hubungan dengan atlet pria sebagai suami istri. Karena menggunakan latar belakang rumah. Sang istri yang sedang memberi makan anjing menggunakan piala milik suami sebagai wadah untuk makanan anjing. Sementara sang suami digambarkan bingung melihat salah satu pialanya hilang di antara barisan piala-piala miliknya yang lain.

Perempuan dalam kartun ini direpresentasikan sebagai seorang istri, perempuan Bali kuno karena masih menggunakan kebaya dan kain dalam kegiatannya sehari-hari. Ia bekerja sesuai dengan perannya tersebut. Memberi makan kepada binatang peliharaannya dengan piala sebagai wadah untuk makanan anjingnya. Penggunaan piala (yang fungsinya sebenarnya adalah penghargaan untuk atlet berprestasi) sebagai wadah untuk makanan anjing merupakan bentuk sindiran yang dimiliki kartun. Perempuan Bali disindir tidak memiliki pengetahuan mengenai makna piala yang

diperoleh oleh atlet. Wujud kemenangan dan kebanggaan yang direpresentasikan melalui piala yang diperoleh dari pria atlet ini digunakan perempuan dalam ruang kerja domestiknya.

Makna konotatif dari kartun ini adalah perempuan Bali sebagai istri tidak memiliki pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan olahraga. Karena hanya berada di ruang domestik, perempuan Bali hanya memiliki pengetahuan di ruang tersebut saja. Akibatnya, benda yang diperoleh laki-laki sebagai wujud keberhasilannya dalam bidang olahraga 'disalahgunakan' oleh perempuan di ruang domestik.

C. Membuat Kesimpulan

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah membuat kesimpulan. Setelah data dianalisis dan diinterpretasikan, maka peneliti akan membuat kesimpulan dari uraian-uraian yang telah ditemukan oleh peneliti mengenai representasi perempuan Bali dan olahraga dalam *Bog-Bog Cartoon Magazine*.