

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan, dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disenergikan untuk saling melengkapi dan berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asiansi dasar, untuk mengembangkan “Representasi Budaya Kaum Muda dalam *Electronic Dance Music* (Studi Semiotika pada Representasi Gaya Berpakaian Kaum Muda dalam *Video After Movie Djakarta Warehouse Project 2015*)”, berikut adalah beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi.

TABEL 1
PENELITIAN TERDAHULU

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	ISI		
			Teori	Tujuan	Hasil Penelitian
1	Parameswari P / UPN Jawa Timur 2011	REPRESENTASI BUDAYA MISTIS DI DALAM FILM KUNTILANAK (Studi Semiotik Terhadap Budaya Mistis Yang Ada Didalam Film "KUNTILANAK 2006")	Teori Semiotika Roland Barthes	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggambaran yang disimbolkan dalam film Kuntulanak, dan untuk mengetahui apakah didalam sebuah film mempunyai unsur-unsur nilai yang simbolik.	-Menemukan kesan- kesan mistik dari film "Kuntulanak", dari tataran sinematografi, beberapa <i>scene</i> yang ditampilkan, dialog, dan latar tempat maupun waktu dalam film tersebut.
2	Andreas Stenly Kolly / Universtitas Mulawarman 2013	ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI KEBUDAYAAN INDONESIA DALAM IKLAN KUKU BIMA ENERGI VERSI FLORES, NUSA TENGGARA TIMUR DI MEDIA TELEVISI	Teori Semiotka Triadic (Segitiga Makna) Charles Sanders Peirce	Untuk menganalisa kebudayaan Flores, NTT, yang terdapat dalam adegan-adegan iklan Kuku Bima Energi	-Tanda tipe ikon, indeks, dan simbol dalam setiap adegan didapatkan sebuah hasil analisa dimana ketiganya memiliki peran masing-masing dalam merepresentasikan kebudayaan daerah Indonesia melalui konsep iklan pariwisata.

3	Fajar Agung Setiawan / UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta 2015	REPRESENTASI BUDAYA PLURALISME DALAM FILM “A PLUR” (Analisis Semiotik)	Teori Smiotika dan Representasi	Untuk mengetahui budaya pluralism dalam film “A Plur”	-Menemukan konsep positif dari nilai plur dari film tersebut, yaitu: nilai inklusif, nilai toleransi, nilai persamaan dan persaudaraan, nilai bijaksana, serta nilai berbaik sangka
---	---	--	---------------------------------	---	---

2.1.1 Parameswari P. (UPN Surabaya 2011)

**REPRESENTASI BUDAYA MISTIS DI DALAM FILM
KUNTILANAK
(Studi Semiotik Terhadap Budaya Mistis Yang Ada Didalam Film
“KUNTILANAK 2006”)**

Penelitian ini menaruh perhatian pada masalah budaya mistis Kunti-lanak yang ada dalam film “Kuntilanak (2006)” Budaya mistis ini adalah Mistis Non-Keagamaan yang masih sering ditemukan dalam lingkup ma-syarakat. Hal-hal berbau mistis non-keagamaan yang terdapat didalam film ini antara lain; Pesugihan, Kuntilanak, pemakai *durma* Jawa yang memiliki kekuatan mistis, unsur kesuraman dan ketakutan. penafsiran terhadap mimpi-mimpi menurut penafsiran Jawa. Metode dalam penelitian ini bersifat analisis semiotic, yaitu penelitian kualitatif dengan cara merepresentasikan tanda-tanda di film “KUNTILANAK 2006”. Semiotik film adalah ilmu yang mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada film ini menggunakan teori Roland Barthes mengenai mitos dan ke-rangka analisis semiotik pada film menurut John Fiske. Tehnik pengumpulan data memakai tehnik dokumentasi dan pengamatan secara langsung terhadap beberapa scene dalam film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memang benar adanya praktek-praktek, serta pemikiran dan ideology Mistis Non-Keagamaan yang berkem-bang dalam masyarakat kita. Dimana praktek-praktek dan ideology tersebut justru meng-arahkan individu pada perbuatan-perbuatan yang jauh melenceng dari norma ke-Tuhanan, serta kemasyarakatan dan hati nurani yang ada. Kesimpulan yang dihasilkan dari film ini masih banyaknya budaya mistisme yang berkembang di penjuru Nusantara dan bahwa mistisme itu amat mempengaruhi pola pikir masyarakat kita.

2.1.2 Andreas Stenly Kolly (Universtitas Mulawarman 2013)

**ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI KEBUDAYAAN
INDONESIA DALAM IKLAN KUKU BIMA ENERGI VERSI
FLORES, NUSA TENGGARA TIMUR DI MEDIA TELEVISI**

Artikel ini berisi tentang representasi kebudayaan indonesia dalam iklan Kuku Bima Energi versi Flores, Nusa Tenggara Timur di media televisi.

Unsurunsur kebudayaan yang menjadi komponen penelitian diteliti melalui tandatanda dalam iklan tersebut yang mencakup unsur audio dan visual. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretatif dengan pendekatan semiotika Charles S. Peirce untuk menganalisis dan menginterpretasi data berupa tanda-tanda dalam iklan. Dalam tahap penelitian, penulis mengklasifikasi dan mengidentifikasi tiap-tiap adegan dalam iklan tersebut, kemudian menginterpretasikannya menggunakan Teori Segitiga Makna Charles Sanders Peirce, yaitu Sign (tanda), Object (objek), Interpretant (Interpretasi) dengan fokus Ikon, Indeks, Simbol. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa iklan Kuku Bima Energi versi Flores, Nusa Tenggara Timur menampilkan representasi kebudayaan Indonesia melalui beberapa adegan yang memperlihatkan kebudayaan dari daerah Flores². PT. SidoMuncul melalui Iklan Kuku Bima Energi versi Flores, Nusa Tenggara Timur mencoba menampilkan beberapa kebudayaan Indonesia, yaitu kebudayaan Flores, Nusa Tenggara Timur dengan konsep iklan yang bertemakan pariwisata di Indonesia. PT. SidoMuncul melalui iklan tersebut berusaha mengajak penonton dan masyarakat Indonesia agar lebih menghargai pariwisata yang ada di Indonesia, khususnya kebudayaan yang dimiliki setiap daerah. Kebudayaan Indonesia merupakan warisan leluhur dan kekayaan yang tidak ternilai harganya yang pernah dimiliki Indonesia oleh karena itu masyarakat Indonesia wajib menjaga dan melestarikannya.

2.1.3 Fajar Agung Setiawan (UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta 2015)

REPRESENTASI BUDAYA PLURALISME DALAM FILM “A PLUR” (Analisis Semiotik)

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana sebenarnya creator film “*a plur*” merepresentasikan nilai pluralisme secara positif dalam filmnya. Jenis penelitian ini adalah analisis isi kritis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes. Analisis semiotika Roland Barthes mengembangkan dua system penandaan bertingkat yang disebut system denotasi dan konotasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam film “*a Plur*” nilai pluralisme yang tercermin adalah nilai inklusif untuk mau menolong pemeluk agama lain tanpa melihat perbedaan, nilai toleransi (saing menghargai) antar pemeluk agama, nilai persamaan dan persaudaraan antar umat beragama, nilai bijaksana dalam memandang perbedaan dan *hush al-dhan* (berprasangka baik) terhadap pemeluk agama lain. Secara umum film ini menggambarkan nilai pluralisme secara positif.

2.2 LANDASAN TEORI

2.2.1 Semiotika

Secara etimologis kata semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial, yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain secara terminologis, semiotika didefinisikan sebagai ilmu yang mempunyai sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Sobur, 2001 : 95).

Tanda terdapat di mana saja, segala sesuatu dapat menjadi tanda. Ahli filsafat dari Amerika, Charles Sanders Peirce menegaskan bahwa kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda. Sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi (Sujiman, 1996: vii). Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantara tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya (Sobur, 2004 : 15). Jadi semiotika adalah ilmu tentang tanda atau tanda-tanda (*the science of signs*). Dalam penjelasan selanjutnya, Kris Budiman mengatakan bahwa semiotika mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat, menyangkut segala hal yang membentuk tanda-tanda serta kaidah yang mengaturnya. Asumsi dasar yang melatar belakangi pendekatan ini adalah bahwa kebudayaan merupakan sistem pemaknaan. Busana sebagai fenomena kultural adalah suatu praktek pemaknaan yang berlangsung di dalam kehidupan sehari-hari yang turut membentuk kebudayaan sebagai suatu sistem pemaknaan. Dalam analisis semiotik, tanda (*sign*) adalah

suatu identitas yang tersusun dari dua bagian yang tak terpisahkan, yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Menurut Ferdinand de Saussure, sebuah tanda merupakan kesatuan dari dua bidang yang tak dapat dipisahkan seperti halnya selembar kertas yaitu bidang penanda (*signifier*) atau bentuk dan bidang petanda (*signified*) atau makna (Piliang, 2003 : 171). Penanda mengacu pada petanda, yang selanjutnya mengacu pada referensi atau realitas. Dalam pandangan *Saussurean*, makna adalah apa-apa yang ditandakan (petanda), yaitu kandungan isi (2003: 175).

Penanda merupakan elemen tanda yang bersifat kasat mata, fisik atau material, sedangkan petanda merupakan konsep mental atau makna yang diacu oleh penanda. Kedua elemen ini bersama-sama membentuk tanda verbal maupun tanda visual.

Semiotika juga dapat dikatakan merupakan pendekatan untuk menganalisis fenomena gaya berpakaian. Dengan kata lain, boleh mengenal secara dini pendekatan semiotik yang bertujuan untuk mencari makna-makna kultural di dalam gaya berpakaian, atau mencoba memanfaatkan semiotika visual untuk memahami seni rupa. Pangkal pembicaraan mengenai pendekatan semiotik terhadap fenomena gaya berpakaian ini, diambil dari buku *Fashion System* karya Ronald Barthes. Buku yang pertama kali diterbitkan dalam bahasa Perancis dengan judul *Systeme de la mode* pada tahun 1967.

Di dalam buku ini Barthes mencoba membedakan tiga tipe busana, yakni (1) *image clothing*, busana yang ditampilkan sebagai fotografi atau

gambar; (2) *written clothing*, busana yang dideskripsikan secara tertulis atau ditransformasikan ke dalam bahasa; dan (3) *real clothing*, busana aktual yang dikenakan pada tubuh manusia, busana sebagai objek (Barthes, 1983: 3 – 5; Barthes 1981: 25 – 27). Melalui pendekatan semiotik ini kita berharap dapat memahami bagaimana busana sebagai *image clothing* maupun *real clothing*, dapat berfungsi sebagai tanda-tanda di dalam proses produksi dan konstruksi makna.

Melihat hal ini jelas, bahwa busana dengan bagian-bagiannya merupakan penanda yang berkait dengan petanda-petanda sebagai sesuatu yang memiliki makna, dengan kata lain bagian-bagian yang membentuk busana dapat diperlakukan sebagai tanda-tanda yang tersusun dari penanda dan petanda (Sobur, 2004 : 105-106).

Dalam buku yang berbeda, Kris Budiman melanjutkan penjelasannya dengan tataran signifikasi melalui pendekatan semiotik Roland Barthes. Pendekatan semiotik ini secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan (*speech*) yang disebutnya sebagai mitos, yang dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut dengan sistem semiologis tingkat ke dua (*the second order semiological system*). Pada tataran bahasa (*language*) disebut dengan 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 ke dua. Tataran signifikasi lapis ke dua munculah mitos. Penjelasan di atas dapat digambarkan seperti berikut ini:

Tabel 2. Gambaran Semiotika

<i>Language</i>	<i>1. Signifier</i>	<i>2. Signified</i>
	<i>3. Sign</i>	
<i>MYTH</i>	<i>I Signifier</i>	<i>II Signified</i>
	<i>III Signifier</i>	

Proses signifikasi ini disebutnya denotasi dan konotasi (Budiman, 2003: 63 –65). Dalam semiologi makna denotasi dan konotasi memegang peranan yang sangat penting. Makna denotasi bersifat langsung, artinya makna khusus yang terdapat dalam suatu tanda atau gambaran dari sebuah petanda. Sedang makna konotasi akan dihubungkan dengan kebudayaan yang tersirat dalam pembungkusnya, yaitu makna yang terkandung di dalamnya (Berger, 2005: 55)

2.2.1.1 Semiotika Roland Barthes Pada Gaya Berpakaian

Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada

kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “*order of signification*”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes, meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem *sign-signifier-signified*, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

Sebagai umpan balik, saya mencoba mengaplikasikannya ke dalam “*punk*” *dress* dan *two-piece dress*, dalam upaya untuk memahami dan memperoleh gambaran tentang pendekatan semiotik terhadap fenomena busana.



Gambar 1

Punk dress: menarik perhatian dan untuk menakut-nakuti

Sumber: Goet Puspo (2000: 45)

Pada tataran pertama, aneka garis, bentuk, warna, tekstur dan lain-lain disusun untuk menyajikan sebuah “*punk*” *dress*. Busana *punk* ditandai dengan celana yang sengaja dicabik-cabik, rok yang sangat ketat pendek dengan belahan, jaket kulit yang dihiasi dengan paku-paku (*studded*), pemakaian rantai-rantai, *t-Shirt* dengan slogan-slogan, pemakaian gelang-gelang baja, peniti-peniti dan sebagainya. Seperti penjelasan Arthur Asa Berger bahwa orang yang bergaya *punk* akan mengecat dan memotong rambutnya dengan model yang aneh. Mereka juga berpakaian aneh dengan berbagai pelengkap riasan (rantai pengaman yang dikenakan pada kaki, misalnya) dengan tujuan untuk menarik perhatian dan menonjolkan identitasnya (2005: 88 – 89). Proses pemaknaan pada tataran ini menghasilkan denotasi signifikasi tataran pertama (*first order signification*). Makna denotasi ini merupakan makna

harafiah dari suatu obyek atau citra, yakni apa yang tergambarkan pada obyek atau citra tersebut.

Tataran kedua (*second order signification*), mengkaitkan tanda tersebut (*punk dress*) dengan suatu konsep, makna, atau tema kultural tertentu yang lebih luas, misalnya “pengangguran”, “urakan”, “mencari perhatian” atau bahkan “menakut-nakuti”.

Pada makna konotasi dapat menafsirkan makna, mengasosiasikan makna yang berbeda-beda pada setiap orang untuk obyek yang sama, dikarenakan perbedaan seks, gender, usia, kelas sosial, dan sebagainya. Contoh lain dapat pula kita cermati gambar busana berikut ini.



Gambar 2

Two-piece dress : anggun, santai dan casual elegant.

Sumber : Goet Poespo (2001: 34)

Penanda-penanda yang dapat diidentifikasi antara lain busana dua bagian (*two piece dress*) yang terdiri dari atasan dengan krah pita (*bow collar*) yaitu sepotong bahan panjang dan lebar

dengan model dijahitkan pada garis leher, kemudian diikat di depan sebagai simpul pita, hiasan plisse di dada, lengan yang menggebu-gebu besar di bawah siku (*bishop sleeve*) dengan manset yang pas, rok yang dikembangkan dengan penyelesaian kerut di pinggang, topi serta sepatu sandal. Penanda-penanda ini, pada semiologis tingkat pertama (denotasi), disebut setelan *two piece dress*. Kemudian pada tataran kedua (konotasi) seluruh perangkat penanda tadi beserta petandanya akan beralih posisi, sebagai petanda makna baru yaitu “penampilan anggun”, “santai”, dan “*casual elegant*”.

2.2.1.2 Semiotika Dalam Komunikasi

Komunikasi adalah hal yang tidak akan terlewatkan dalam melakukan aktivitas sosial. Banyak teori-teori komunikasi diciptakan dan seiring perkembangan zaman teori-teori inipun berkembang dengan pesat. Robert T. Craig mengemukakan bahwa seluruh teori komunikasi yang ada benar-benar praktis, karena setiap teori adalah respon terhadap beberapa aspek komunikasi yang dapat ditemui dalam kehidupan sehari-hari yang mana setiap teori berusaha mempraktekkan bentuk-bentuk komunikasi yang ada (Griffin, 2003: 34). Dia juga menyebutkan ada tujuh tradisi dalam kajian komunikasi, yaitu retorika, semiotika, fenomenologi, sibernetika, sosiopsikologi, sosiokultural, dan tradisi kritik. Dalam

penelitian ini akan memfokuskan pada tradisi semiotika dalam komunikasi.

Semiotika mempunyai dua tokoh, yaitu Charles Sanders Peirce (1839-1914) dari Amerika Serikat dengan latar belakang keilmuannya filsafat dan Ferdinand de Saussure (1857-1913) dari Swiss yang latar belakang keilmuannya adalah linguistik (Sobur, 2006: 39&44). Dalam beberapa hal, dua konsep tersebut mempunyai perbedaan, namun keduanya mempunyai fokus perhatian yang sama, yaitu tanda. Apapun yang berkaitan dengan tanda dapat dianalisis dengan semiotika. Peirce menamakan ilmu yang dikajinya sebagai semiotika (*semiotic*). Bagi Peirce sebagai ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Hal itu berarti bahwa manusia hanya dapat bernalar lewat suatu tanda. Dalam pemikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000: 22). Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya sebagai semiologi (*semiology*). Studi sistematis suatu tanda-tanda dikenal dengan semiologi. Arti harfiahnya adalah "kata-kata mengenai tanda-tanda". Semiologi didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakang sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, disana ada sistem (Berger, 2000: 1-

3). Hal lain yang tidak dapat dilepaskan dalam kajian semiotika adalah pemikiran Saussure yang menyatakan bahwa konsep memiliki makna disebabkan adanya faktor-faktor relasi, dasar dari relasi tersebut adalah berlawanan atau oposisi yang bersifat duaan (*binary opposition*), kemudian Barthes mengembangkan konsep relasi ini untuk memahami mitos yang ada dalam tanda bahasa.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep Semiotika Roland Barthes yang menyempurnakan semiologi Saussure yang sampai pada tataran konotatif (Sobur, 2003: 69). Makna denotasi dianggap sebagai makna yang terlihat secara jelas dan dapat langsung diuraikan pada saat melihat tanda tersebut tanpa harus berfikir panjang, sedangkan makna konotatif adalah makna yang sebenarnya, tidak terlihat jelas dan tidak dapat diuraikan secara spontan ketika melihat tanda tersebut. Kemudian Barthes mengidentikkan makna ini dengan operasi ideologi yang disebut sebagai "mitos".

Tradisi semiotika merupakan mazhab kedua dari komunikasi. Tradisi semiotika melihat komunikasi sebagai sebuah proses produksi dan pertukaran makna. Mazhab ini menaruh perhatian serius kepada bagaimana pesan berhubungan dengan penerimanya dalam memproduksi makna. *Message* atau pesan dalam mazhab ini disebut sebagai teks. Seluruh pesan media dalam

bentuk tulisan, visual, audio, bahkan audiovisual sekalipun akan dianggap sebagai teks.

Bagaimana melakukan pemaknaan akan sangat tergantung pada pengalaman budaya dari *receiver*, yang dalam tradisi semiotik disebut sebagai “pembaca” (*reader*). Tradisi semiotika tidak pernah menganggap adanya kegagalan dalam pemaknaan, karena setiap pembaca mempunyai pengalaman budaya yang relatif berbeda, sehingga pemaknaan akan ditentukan oleh masing-masing pembaca. Dengan demikian istilah kegagalan komunikasi (*misscommunication*) tidak berlaku dalam tradisi ini, karena setiap orang bisa memaknai teks dengan cara yang berbeda. Maka makna menjadi sebuah pengertian yang tidak mutlak, tergantung pada *frame* budaya pembacanya (*Littlejohn dan Foss, 2005: 275-277*).

2.2.2 Teori Representasi

Chris Barker menyebutkan bahwa representasi merupakan kajian utama dalam *cultural studies*. Representasi sendiri dimaknai sebagai bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan kepada kita dan oleh kita di dalam pemaknaan tertentu. *Cultural Studies* memfokuskan diri kepada bagaimana proses pemaknaan representasi itu sendiri.

Representasi berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu secara bermakna, atau mempresentasikan pada orang lain. Representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita yang ‘mewakili’ ide, emosi,

fakta, dan sebagainya. Representasi bergantung pada tanda dan citra yang sudah ada dan dipahami secara kultural, dalam pembelajaran bahasa dan penandaan yang bermacam-macam atau sistem tekstual secara timbal balik. Hal ini melalui fungsi tanda ‘mewakili’ yang kita tahu dan mempelajari realitas (Hartley,2010:265)

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi mendefinisikannya sebagai berikut: “proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi. Ini dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimnegerti, diimajinasikan, atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik dapat dikarakterisasikan sebagai proses konstruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada sesuatu yang secara material atau konseptual yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik $Y, X=Y$ ”.

Pemikiran Danesi mengenai konsep representasi dicontohkan dengan sebuah konstruksi X yang dapat mewakili atau memberikan suatu bentuk kepada suatu materi atau konsep tentang Y. Sebagai contoh, misalnya konsep kecantikan seorang wanita diwakili atau ditandai melalui gambar seorang wanita yang memperlihatkan bagian tubuhnya dengan kulit yang putih menawan.

Konsep representasi digunakan untuk menggambarkan ekspresi hubungan antara teks iklan (media) dengan realitas. Representasi merupakan proses di mana para anggota sebuah budaya menggunakan

bahasa untuk memproduksi makna. Bahasa dalam hal ini didefinisikan secara lebih luas, yaitu sebagai sistem apapun yang menggunakan tanda-tanda. Tanda di sini dapat berbentuk *verbal* maupun *nonverbal* (Winarni,2009:10).

Representasi sendiri merupakan proses sosial dan produk dari *representing*. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda representasi juga berarti proses perubahan konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk konkrit.

Representasi juga berarti konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa.

Menurut Stuart Hall representasi adalah salah satu praktik penting memproduksi budaya. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut ‘pengalaman berbagi’. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam bahasa yang sama dan saling berbagi konsep-konsep yang sama (Hall dalam *Newsletter Kunci*, 2000).

Dalam bab 3 buku *Studying Culture: A Practical Introduction*, terdapat tiga definisi dari kata ‘*to represent*’, yakni:

To stand in for. Hal ini dapat dicontohkan dalam kasus bendera suatu Negara, yang dikibarkan dalam suatu acara olahraga, maka bendera

tersebut menandakan keberadaan Negara yang bersangkutan dalam acara tersebut.

To speak or act on behalf of. Contoh kasusnya adalah Paus menjadi orang yang berbicara dan bertindak atas nama umat Katolik.

To re-present. Dalam arti ini, misalnya tulisan sejarah atau biografi yang menghadirkan kembali kejadian-kejadian di masa lalu.

Dalam prakteknya, ketiga makna dari representasi ini dapat saling tumpang tindih. Oleh karena itu, untuk mendapat pemahaman lebih lanjut mengenai apa makna dari representasi dan bagaimana caranya beroperasi dalam masyarakat budaya, teori Hall akan sangat membantu.

Menurut Hall sendiri dalam bukunya melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa, representasi secara singkat adalah salah satu cara untuk memproduksi makna.

Representasi bekerja melalui sistem representasi. Sistem representasi ini terdiri dari dua komponen penting, yakni konsep dalam pikiran dan bahasa. Kedua komponen ini saling berelasi. Konsep dari suatu hal yang kita miliki dalam pikiran kita, membuat kita mengetahui makna dari hal tersebut. Namun, makna tidak akan dapat dikomunikasikan tanpa bahasa. Sebagai contoh sederhana, kita mengenal konsep gelas dan mengetahui maknanya. Kita tidak akan dapat mengkomunikasikan makna dari gelas (misalnya, benda yang digunakan orang untuk minum) jika kita tidak dapat mengungkapkannya dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh orang lain.

Oleh karena itu, yang terpenting dalam sistem representasi ini pun adalah bahwa kelompok yang dapat memproduksi dan bertukar makna dengan baik adalah kelompok tertentu yang memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga menciptakan suatu pemahaman yang (hampir) sama. Menurut Hall, berpikir dan merasa juga merupakan sistem representasi. Sebagai sistem representasi berarti berpikir dan merasa juga berfungsi untuk memaknai sesuatu. Oleh karena itu, untuk dapat melakukan hal tersebut, diperlukan latar belakang pemahaman yang sama terhadap konsep, gambar, dan ide (*cultural codes*).

Pemaknaan terhadap sesuatu dapat sangat berbeda dalam budaya atau kelompok masyarakat yang berlainan karena pada masing-masing budaya atau kelompok masyarakat tersebut ada cara-cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang pemahaman yang tidak sama terhadap kode-kode budaya tertentu tidak akan dapat memahami makna yang diproduksi oleh kelompok masyarakat lain.

Makna tidak lain adalah suatu konstruksi. Manusia mengkonstruksi makna dengan sangat tegas sehingga suatu makna terlihat seolah-olah alamiah dan tidak dapat diubah. Makna dikonstruksi melalui sistem representasi dan difiksasi melalui kode. Kode inilah yang membuat masyarakat yang berada dalam suatu kelompok budaya yang sama mengerti dan menggunakan nama yang sama, yang telah melewati proses konvensi secara sosial. Misalnya, ketika kita memikirkan 'rumah', maka kita

menggunakan kata RUMAH untuk mengkomunikasikan apa yang ingin kita ungkapkan kepada orang lain. Hal ini karena kata RUMAH merupakan kode yang telah disepakati dalam masyarakat kita untuk memaknai suatu konsep mengenai 'rumah' yang ada di pikiran kita. (tempat berlindung atau berkumpul dengan keluarga). Kode, dengan demikian, membangun korelasi antara sistem konseptual yang ada dalam pikiran kita dengan sistem bahasa yang kita gunakan.

Teori representasi seperti ini memakai pendekatan konstruksionis, yang berargumen bahwa makna dikonstruksi melalui bahasa. Oleh karena itu, konsep (dalam pikiran) dan tanda (bahasa) menjadi bagian penting yang digunakan dalam proses konstruksi atau produksi makna.

Jadi dapat disimpulkan bahwa representasi adalah suatu proses untuk memproduksi makna dari konsep yang ada dipikiran kita melalui bahasa. Proses produksi makna tersebut dimungkinkan dengan hadirnya sistem representasi.

Namun, proses pemaknaan tersebut tergantung pada latar belakang pengetahuan dan pemahaman suatu kelompok sosial terhadap suatu tanda. Suatu kelompok harus memiliki pengalaman yang sama untuk dapat memaknai sesuatu dengan cara yang nyaris sama.

2.3 DEFINISI KONEP

2.3.1 Musik Sebagai Media Komunikasi

Musik merupakan bagian dari seni yang menggunakan bunyi sebagai media penciptaannya. Tanpa musik dunia sepi, hampa dan monoton karena musik mampu mencairkan suasana, merelaksasi hati serta menstimulasi pikiran manusia sebagai pemeran cerita kehidupan. Musik tak sekedar memberikan efek hiburan, tetapi mampu memberikan makna untuk membangkitkan gairah dan spirit hidup untuk memberdayakan dan memaknai hidup. Mendengarkan musik, menghayati dan menikmatinya merupakan aktivitas yang menyenangkan dan bisa membuat kita nyaman. Efek inilah yang secara medis dan psikologis menimbulkan reaksi positif pada kondisi fisik manusia, termasuk kita. Musik sekarang juga merupakan bagian dari dunia komersial, banyak orang sangat mementingkan bintang musik hari ini, begitu banyak sehingga mereka dapat mencerminkan atau mencoba untuk mengubah opini publik, musik sering digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan protes pada saat demo, dan sekarang tidak ada bencana di dunia yang tidak mendapatkan lagu sendiri untuk mengumpulkan uang atau kesadaran. Merekapun mengirim teman dengan *link* lagu melalui internet, atau membuat CD kompilasi untuk seseorang yang mereka suka, mereka menggunakan musik sebagai bentuk komunikasi, dan seseorang pasti bisa belajar banyak tentang seseorang dari jenis musik yang mereka dengarkan dan biasanya

karya-karya seseorang membuat musik sesuai dengan apa yang mereka rasakan dan mereka pikirkan sesuai dengan suasana hati mereka.

Musik sebagai media komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah dalam konteks penggunaannya (*used*). Sebagai contoh lagu menidurkan anak atau yang disebut dengan *dodoi*, *senandung* dan *lullaby*. Fungsi musik dalam konteks ini adalah sebagai media komunikasi untuk mengekspresikan kecintaan orang tua dengan cara menghibur anaknya melalui nyanyian-nyanyian, tentu harapannya adalah anak mereka dapat tidur. Contoh lain dari hal serupa adalah lagu-lagu tentang percintaan, yang selalu dipergunakan oleh sepasang kekasih demi mengekspresikan perasaan mereka masing-masing dengan harapan dapat memikat serta menjalin kasih sayang di antara mereka. Walaupun pada kenyataannya musik yang digunakan pada dua contoh ini dalam konteks komunikasi belum tentu berhasil sebagaimana yang diharapkan, namun setidaknya sudah terjadi sebuah perlakuan komunikasi, yang mana musik dijadikan sebagai media perantaranya. Artinya di sini telah terjadi suatu proses “perekayasaan” dengan menggunakan media musik sebagai pengantarnya.

Musik juga dapat menyampaikan penekanan kebudayaan, seperti hanya aliran *electronic dance music*, di mana aliran musik ini menekankan budaya dunia malam, budaya barat. Tentulah perbedaan dari instrumen dan lagu-lagu yang dipergunakan pada masing-masing bentuk musik tersebut juga termasuk sebagai pembeda sekaligus penanda dari masing-masing identitas kebudayaan tersebut, misalnya aliran music EDM yang

sudah khas dengan sentuhan musik elektronik, *mixing* lagu dari peralatan DJ dan *track* yang sudah disiapkan sedemikian rupa, yang dapat menghentak para pendengarnya. Dari contoh ini dapatlah dilihat bahwa musik telah digunakan sebagai penyampai karakteristik dari budaya masyarakat yang menggunakannya dan sekaligus bisa dijadikan media komunikasi untuk menciptakan identitas yang ada di setiap kelompok budaya masyarakat tersebut. Intinya adalah, musik merupakan tanda yang dapat dijadikan penanda dan tidak diperlukan lagi proses perekayasaan demi sebuah legalitas kelompok, namun secara otomatis sudah menjadi bagian yang terintegrasi.

Dengan kata lain, sesungguhnya fungsi musik sebagai media komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah terjadi di berbagai fenomena kehidupan masyarakat yang memilikinya.

2.3.2 Gaya Berpakaian sebagai Representasi Aliran Musik

Hubungan antara gaya berpakaian dan musik sangatlah erat. Meskipun hubungannya tidak selalu sama persis dan cenderung bersifat dinamis, tetapi hal ini sudah menjadi sejarah yang teruji jika gaya berpakaian atau gaya berpakaian telah diidentifikasi hubungannya dengan genre musik tertentu. Hal ini terlihat secara sederhana, gaya musik memengaruhi gaya berpakaian. Hubungan yang kuat antara gaya berpakaian dan musik telah terjalin sejak abad pertengahan, Renaissance dan Baroque.

Pada zaman tersebut perkembangan tidak hanya pada musik tetapi pada arsitektur, pemikiran dan juga gaya berpakaian. Gaya berpakaian dan musik dapat digunakan sebagai alat protes pada era tahun 60-an dan 70-an oleh anak-anak muda pada zaman itu yang menentang invasi Amerika terhadap Vietman dan juga perang dingin, mereka mengungkapkan kemarahan tersebut melalui aksi demonstrasi, di mana hal itu didorong oleh para musisi seperti Janis Joplin, Bob Dylan atau Jimmy Hendrix yang menyebarkan begitu luas pesan perdamaian dan cinta hingga terbentuk sebuah logo *fashion 'peace'* dan gaya berpakaian para *hippies*. Bahkan kasus kematian John Lenon, musisi hebat yang juga merupakan personil *The Beatles* dikaitkan dengan polemik politik, karena Lenon sangat mempengaruhi masyarakat melalui karya musiknya. Pesan yang disampaikan oleh para musisi dunia ini pun bisa menunjuk sebuah *t-shirt* sebagai medianya. Setiap orang dengan gaya berpakaianya sedang mengkomunikasikan gaya musiknya.

Pada Era 60an selain masyarakat disuguhkan musik rock yang *main stream* pada saat itu, aliran disko (*sub genre* dari EDM) pun mengalami perkembangannya di dalam *club-club* di kota-kota besar di Amerika, para penikmat musik ini terlihat menggunakan kemeja rapi dan celana bahan, untuk para wanitanya menggunakan pakaian yang lebih feminim, seperti *vintage looks*. Aliran musik ini mendapatkan sambutan yang sangat luar biasa saat band *Bee Gee* mencapai puncak popularitas, hal ini ditunjang juga oleh visual melalui video musik yang memberikan

dampak besar dalam gaya berpakaian maupun gaya berjalan para lelaki pada masa itu. Tidak seperti aliran *rock* yang keras dan kelam penikmat musik ini sungguh untuk berpesta dan biasanya dari strata masyarakat menengah ke atas. Pada tahun 2000 musik disko mengalami perubahan yang sangat besar dan pada akhirnya, pada era sekarang ini bentuk baru dari musik disko mengambil alih bangsa pasar musik dunia. EDM atau *Electronic Dance Music* merupakan wajah baru dari disko 60an yang berevolusi. Para DJ dalam mengkomunikasikan musiknya khususnya dalam sisi visual sangatlah dominan, dan masih seperti pada waktu yang lampau penikmat musik ini rata-rata dari kelas menengah ke atas dan gaya berpakaian mereka tergolong *classy* atau kasual. Para penikmat aliran ini akan terlihat sangat rapih dalam berpakaian dan potongan rambut yang mengikuti *trend*, khususnya wanita yang akan menggunakan gaun dan berbagai macam aksesoris, *trend vintage* ataupun *hippie* pun tak pelak di masukkan dalam gaya berpakaian para penyuka jenis ini. Bahkan sebuah *t-shirt* yang pada mulanya menunjukkan tanda pemberontakan, seperti pada subkultur *punk* dengan bergenre musik yang keras sebagai aksi protes dan anti terhadap kemapanan liberalisme pada zaman sekarang telah digunakan oleh para penikmat EDM. Telah terjadi pergeseran budaya, tetapi tetap media *t-shirt* tetap digunakan dalam menyampaikan pesan yang ingin mereka disampaikan. Berbagai macam pesan berbentuk tulisan ditempel di *t-shirt*.

2.4 PERSPEKTIF INTERPRETIF DALAM KOMUNIKASI

Komunikasi adalah salah satu aktifitas manusia yang dilakukan setiap orang. Hal ini menunjukkan bahwa manusia sangatlah dipengaruhi oleh komunikasi dan cara mereka berkomunikasi. Manusia dapat saling berbagi rasa, pikiran, ide dan gagasan berdasarkan pengalaman yang mereka miliki. Pengalaman ini disebut materi yang dimiliki oleh komunikator untuk dibagikan kepada orang lain.

Dalam tahap selanjutnya pesan diterjemahkan oleh penerima berdasar kerangka pengalaman yang dimilikinya menurut konvensi budaya yang menjadi latar belakangnya. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya perbedaan budaya sangat mungkin ditemukannya perbedaan makna pesan.

Proses komunikasi mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam melihat suatu fenomena sosial. Setiap individu akan mempunyai pandangan yang berbeda terhadap suatu hal, atau mungkin akan saling melengkapi. Kemudian sudut pandang (perspektif) akan menghasilkan suatu interpretasi terhadap suatu fenomena sosial.

Glenn dan Marty mengemukakan bahwa ada dua perspektif yang menjadi dasar untuk melakukan sebuah penelitian komunikasi. Mereka mempunyai perberbedaan dalam memandang pendekatan komunikasi. Glen lebih tertarik kepada penelitian yang bersifat empiris, sedangkan Marty lebih menyukai menginterpretasikan teks (Griffin,2000: 6). Kemudian mereka mengemukakan dua perspektif dalam memahami teori komunikasi, yaitu perspektif objektif dan perspektif interpretif. Menurut mereka

’theory as an umbrella term for all careful, systematic and self-conscious discussion and analysis of communication phenomena’’ (Griffin, 2000: 6).

Sebuah perspektif sangat penting dalam melakukan sebuah penelitian komunikasi, yakni berfungsi sebagai payung yang menaungi analisis dari fenomena komunikasi. Sebelum melakukan penelitian komunikasi, peneliti harus tahu dengan tepat perspektif mana yang digunakan dalam penelitian, karena perspektif merupakan *grand theory* yang menjadi landasan dasar dari sebuah penelitian komunikasi.

Pertama adalah perspektif obyektif, perspektif ini biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan paradigma *post positive*. Perspektif ini menekankan keobjektifan peneliti dalam melakukan penelitiannya, sehingga kebenaran bersifat tunggal dan mutlak dan yang kedua adalah perspektif interpretif, perspektif ini biasanya digunakan untuk melakukan penelitian kualitatif, dengan perspektif interpretif ini, penelitian yang dilakukan tidak bersifat objektif, melainkan subjektif. Perspektif ini menekankan keberpihakan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Kedua perspektif ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, seperti yang dikatakan Griffin dalam bukunya,

“not all objective and interpretative communication theory are equally good, for each type, some are better than others”, (Griffin, 2000: 20).

Menurut Griffin tidak ada salah satu perspektif yang lebih unggul, keduanya mencari kebenaran dan makna dari sisi yang berbeda dari suatu fenomena sosial.

Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan perspektif interpretif. Interpretif peduli terhadap makna, berbeda dengan objektif yang menganggap kebenaran itu tunggal, interpretif mempunyai asumsi bahwa kebenaran dan makna itu tidak memiliki batas-batas umum. Ciri-ciri perspektif interpretif yang baik adalah dapat memahami orang lain, dapat menjelaskan nilai, memiliki standar estetika, hasil kesepakatan bersama, dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang diteliti (Griffin, 2000: 31). Dalam perspektif interpretif tidak ada kebenaran yang bersifat mutlak atau kesalahan tidak bersifat absolut. Semua fenomena sosial dinilai dari sudut pandang tertentu di mana ia berada dalam suatu kelompok masyarakat. Semua akan tergantung dari sudut pandang yang mereka yakini. Penelitian ini menggunakan perspektif yang kedua, yaitu perspektif interpretif. Para ahli komunikasi yakin bahwa perspektif interpretif ini sangat bersifat subjektif, hasil dari penelitian ini sangat bergantung pada interpretasi peneliti (Griffin, 2000: 10).

Dengan demikian penelitian tentang representasi gaya berpakaian kaum muda dalam aliran *Electronic Dance Music* ini dapat dikatakan bersifat subjektif. Mungkin saja hasil interpretasi dari penelitian ini akan berbeda apabila peneliti lain yang melakukan penelitian ini karena sifat yang subjektif dari masing-masing peneliti.

2.5 KERANGKA BERPIKIR

Berdasarkan penjelasan tentang *Electronic Dance Music*, keterkaitan antar musik yang dapat merepresentasikan gaya berbusana, ataupun sebaliknya, serta pendapat para ahli mengenai studi semiotika, maka peneliti menggunakan teori yang relevan agar apa yang diteliti ini memiliki kekuatan secara ilmiah dan membentuk suatu kerangka berfikir yang sistematis

Kerangka berfikir yang dimaksud adalah bagaimana bentuk representasi lewat gaya berbusana para kaum muda dapat mencerminkan suatu aliran musik tertentu, dalam hal ini adalah aliran EDM.

Landasan teori yang digunakan adalah teori representasi, di mana teori ini mendukung pencerminan gaya berpakaian kaum muda dalam aliran EDM, yang tentunya dalam analisa semiotika dari gaya berpakaian tersebut.

Teori ini diharapkan dapat menyampaikan makna dari gaya berpakaian anak muda sampai pada penafsiran makna simbol-simbol dari gaya berpakaian dengan kesepakatan bersama yang mana penyampaian dari yang paling umum hingga sampai pada bentuk makna yang tersirat atau mitos.

Selain itu peneliti juga menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang sudah dijelaskan sebelumnya, dalam teori ini semiotik ini secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan (*speech*) yang disebutnya sebagai mitos, yang dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut dengan sistem semiologis tingkat ke dua (*the second order semiological system*). Pada tataran bahasa (*language*) disebut dengan 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 ke dua.

Berikut kerangka berfikir dari pola representasi gaya berpakaian kaum muda, yang diambil dari sebuah festival EDM besar di Indonesia, yaitu *Djakarta Warehouse Project* (DWP) 2015, melalui media *Youtube*, dari penafsiran tanda hingga penjelasannya, berikut bagan kerangka berfikir :

Tabel 3.

Kerangka Berfikir

