

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sejak zaman dahulu bahasa merupakan salah satu faktor utama bagi penunjang komunikasi antar manusia di dunia, walaupun perkembangannya masih melalui tahapan yang panjang. Bahasa yang digunakan zaman dahulu belumlah sempurna bahasa yang berkembang saat ini. Mereka masih menggunakan berbagai macam bahasa isyarat dan tanda-tanda, seperti peninggalan-peninggalan yang berupa gambar-gambar di dinding tua yang menunjukkan kegiatan kehidupan manusia purba pada zaman dahulu. Tidak hanya dalam bentuk kata-kata saja namun bahasa bisa juga dalam bentuk isyarat tangan, simbol seperti rambu-rambu lalu lintas bahkan gerakan tubuh (*gesture*) atau *body language*. Hal ini meyakinkan kita bahwa sejak zaman dahulu kala komunikasi itu sudah berkembang walau masih dalam tahap sangat primitif.

Alex Sobur berpendapat bahwa:

“Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksi realitas, sedangkan isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun bisa juga menentukan relief seperti apa yang akan diceritakan oleh bahasa tentang realitas tersebut“ (Sobur, 2002:88).

Media menggunakan bahasa untuk meng-*encode* pesan, *encoding* merupakan kegiatan menerjemahkan kegunaan, maksud atau arti kedalam simbol-simbol atau kode yang kemudian berwujud. Secara kongkret bahasa adalah ragam dialek yang digunakan di masyarakat sebagai medium penyampaian gagasan atau ide. Perbedaan lingkungan sosial secara tidak langsung dapat mempengaruhi pemahaman tentang bahasa, tetapi semua itu merupakan keanekaragaman yang secara tak sengaja telah mereka sepakati. Sistem bahasa apapun memungkinkan kita membicarakan sesuatu walau tidak ada di lingkungan sekitar, kitapun bisa membicarakan suatu peristiwa yang sudah terjadi atau yang akan terjadi, ini memungkinkan karena bahasa memiliki daya simbolik untuk membicarakan konsep apapun juga. Ini pulalah yang memungkinkan kita manusia mempunyai daya penalaran (*reasoning*). Bahasa dapat dibayangkan sebagai kode atau sistem simbol yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan *verbal*. Berdasarkan hal tersebut maka menjadi menarik untuk melihat bagaimana komunikasi berbahasa dapat dijadikan alat untuk menyampaikan suatu realita kepada khalayak, salah satunya adalah dengan melakukan kontrol terhadap sebuah sistem sosial.

Pada masa Orde Baru, pesan sosial harus dilakukan berdasarkan norma-norma atau aturan main dalam sistem tersebut. Apabila tidak demikian, maka dianggap sebagai tindakan *subvertif* karena dapat mengguncang sistem.

Dengan demikian penghalusan (*eufemisme*) yang sedang berlangsung dalam masyarakat tidak dapat dihindarkan dan dapat dikatakan sebagai produk budaya Jawa. Kecenderungan menghaluskan kata tersebut bertujuan untuk mengungkapkan kekurangan orang lain agar tidak mengganggu perasaan. Mekanisme budaya Jawa mengarahkan atau menghubungkan penggunaan akal budi individual dengan obyektifitas untuk menentukan kebenaran atau kesalahan tingkah laku seseorang, kelompok dan birokrasi terhadap komunitas yang lain.

Bahasa yang dianggap sebagai *konsolidasi* “perlawanan secara simbolik” tersebut kemudian memunculkan plesetan. Plesetan disini dilihat sebagai kemahiran spontan orang Jawa “Jogja” untuk menempatkan kata atau kalimat yang mendadak menjadi lain. Budaya plesetan diibaratkan musik beraliran *new age* (zaman baru) yang memang kental dengan dentingan “bunyi” yang bersumber dari alam atau budaya Jawa tersebut biasa dikatakan sebagai *comedy of error* (bermain-main karena salah pengertian). Walaupun demikian plesetan tetap memiliki spesifikasi kinerja yang berguna menyelusuri struktur sosial yang bersifat ritualis (perubahan yang sudah ada). Menjamurnya idiom Jawa yang bernada politis, biasanya berangkat dari sebuah proses idiologis. Simbol-simbol idiom Jawa bukan merupakan hamparan tataran langsung (*direct speech*) tetapi merupakan tuturan simbolik (*symbolic speech*) (Raharjo, 1996:18).

Menurut Christianto P. Raharjo pada dasarnya plesetan mencerminkan *moderation* (penengah) ketika sistem norma dan harapan dalam masyarakat dilanda kekacauan disaat hubungan rakyat biasa dengan elite penguasa menjadi tidak jelas. Konsolidasi perlawanan melalui simbol, bahasa plesetan atau idiom Jawa lainnya justru sangat penting dan menentukan, sebab simbol merupakan dunia batin (*inner world*) bahkan dunia luar (*outer world*). Simbol-simbol bahasa adalah salah satu aspek puncak kesadaran diri budaya Jawa yang begitu kuat, terlebih lagi jika hal ini untuk melaksanakan *integritas* dan kemampuan menemukan jalan dalam menyesuaikan dengan kehidupan modern dan perubahan sosial (Raharjo, 1996:19).

Perkembangan bahasa plesetan yang begitu pesat dikalangan anak muda tersebut ternyata dicermati oleh sekelompok anak muda kreatif yang ingin mempopulerkan Yogyakarta melalui bahasa plesetan dan simbol-simbolnya. Dua puluh lima anak muda ini sebagian besar adalah mahasiswa arsitektur dari Universitas Gajah Mada Yogyakarta yang ingin meraup keuntungan lewat inovasi bahasa plesetan melalui media kaos. Sebelumnya mereka telah terlihat “ubyang-ubying” karena sama-sama punya minat dibidang kepariwisataan, perkotaan dan tentu saja desain grafis, karena persamaan itu maka lahirlah perusahaan kaos oblong yang didesain jenaka dengan nama asli PT ASELI DAGADU DJOKDJA pada tanggal 9 Januari 1994. Perusahaan ASELI DAGADU sendiri bermula dari salah satu diantara

mereka yang mengumpat dengan bahasa slank, Djokdja: DAGADU! (baca: matamu!). Umpatan itulah yang memberi inspirasi nama merk dagang produk cinderamata mereka sesaat sebelum mereka berjualan, akhirnya DAGADU resmi menjadi nama merk produk cinderamata alternatif yang dijual di Malioboro Mall ini. Untuk menunjukkan lokalitas dari mana cinderamata itu berasal, ditambahi nama Djokdja setelah DAGADU. Sementara itu pemakaian ejaan lama pada kata Djokdja dimaksudkan untuk memberikan nilai historis kota Yogyakarta. Sejak awal kelahirannya DAGADU telah memosisikan dirinya sebagai produk cinderamata alternatif dari Yogyakarta. Sebuah cinderamata tentu saja akan mengeksplorasi semangat dan khasanah budaya lokal. Selain praktis dan ringan sebagai syarat fungsionalnya, cinderamata juga harus menjadi benda kenangan, dengan kata lain selalu ada cerita dibaliknya serta ada keunikan yang dibawanya. Yogyakarta selalu menjadi tema sentral DAGADU, bukan hanya artefaknya tetapi bahasa, kultur kehidupan maupun peristiwa keseharian menjadi ide pokok lahirnya desain-desain kreatif. Produk kaos perdananya yang diluncurkan ke pasaran ternyata mendapat sambutan yang luar biasa dari konsumen yang tidak lain adalah anak-anak muda. Dari bulan kebulan berikutnya peminatnya bertambah, bahkan produk-produk kaos oblong ini menjadi sangat terkenal hingga keluar kota Yogyakarta. Ide-ide kreatif yang tertuang di dalamnya sangat identik

menutup kemungkinan bidang yang lain juga. Ide kreatif yang timbul untuk diplesetkan tersebut lahir dari kepekaan DAGADU Djokdja dalam mengamati sejarah dan perubahan sosial yang tengah terjadi dimasyarakat, yang kemudian didesain sedemikian rupa sehingga menarik bagi siapa saja yang melihat (BukuSakuDagadu, 2005).

Kaos oblong sekarang ini juga telah menjadi wahana tanda. Kaos, sebagaimana pakaian lainnya, membawa pesan dalam sebuah “teks terbuka” di mana pembaca atau penonton bisa menginterpretasikannya. Berbagai bentuk, gambar, atau kata-kata dalam kaos merupakan pesan akan pengalaman, perilaku dan status sosial.

Kaos merupakan salah satu bentuk komunikasi lain pada masyarakat, karena inti dari proses komunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui media tertentu. Kaos oblong DAGADU menggunakan gambar dan tulisan yang beraneka rupa, motif, warna maupun komposisi sebagai media untuk menyampaikan pesan terhadap orang yang melihatnya. Pesan dilihat sebagai susunan tanda-tanda dimana melalui interaksi dengan penerima akan menghasilkan makna. DAGADU sebagai sebuah imajinasi visual dapat menembus dan mengatasi keterbatasan bahasa, karena sebuah gambar dan tulisan dapat bercerita banyak hal dan juga bisa menjadi transfer pesan.

mempunyai kenangan tersendiri pada Yogyakarta. Malioboronya, Pasar Beringharjo, Kraton, Tamansari, Parangtritis, Baron, sampai ke lekuk-liuk perkampungannya dengan keunikan yang menyertainya.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana kekhasan budaya “Jogja” dapat direpresentasikan pada kaos DAGADU edisi ensiklopedi?
2. Apa makna yang ada di balik desain kaos DAGADU edisi ensiklopedi?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis tanda-tanda yang terdapat pada desain kaos DAGADU edisi ensiklopedi.
2. Untuk mengetahui makna desain kreatif (gambar, tulisan, warna, *lay out*) pada kaos DAGADU edisi ensiklopedi.
3. Untuk mengetahui tanda-tanda dan makna budaya “Jogja” yang tersirat pada desain kaos DAGADU edisi ensiklopedi.
4. Untuk mengetahui ideologi di balik desain kaos DAGADU edisi ensiklopedi.
5. Untuk kepentingan penulis sebagai pendalaman lebih lanjut terhadap ilmu pengetahuan pada umumnya, dan manivestasi dari penerapan

... ..

menempuh kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada khususnya.

6. Guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam penelitian karya-karya ilmiah selanjutnya, khususnya bagaimana membaca dan memaknai simbol-simbol yang muncul dalam suatu desain kaos dengan menggunakan analisis semiotika.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian budaya (*cultural studies*) khususnya dalam budaya pop (*popular culture*).

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran

1. Manfaat Teoritis (akademi) terutama pada desain kaos DAGADU

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Sebagai Proses Produksi Pesan

Pembahasan komunikasi telah banyak yang menitik beratkan pada masalah proses terjadinya komunikasi. Adapun istilah komunikasi itu sendiri berasal dari kata latin yaitu:

Communicatio yang asal katanya adalah *comunis* dan berarti "sama". Maksud sama dalam konteks ini adalah sama makna. Dengan demikian, komunikasi akan terjadi manakala ada kesamaan makna antara komponen-komponen yang melakukan komunikasi (Efendi, 1994:04).

Fenomena Komunikasi yang ada saat ini tidak selalu dipahami sebagai suatu proses *sending message*, menurut Fiske komunikasi adalah:

Proses *generation of meaning* atau "pembangkitan makna". Dalam arti yang luas suatu proses komunikasi tidak hanya melibatkan khalayak sebagai pihak yang menerima pesan dari komunikator, namun lebih dari itu terdapat proses yang lebih luas dan bersifat *interpretatif* terhadap pesan yang diterima termasuk juga pemaknaannya (Fiske, 1990 : 39).

Bahasa yang digunakan manusia sehari-harinya, biasa dipakai dalam bentuk *verbal* dan *non verbal*. Namun dalam hal ini kita hanya akan menyinggung yang *verbal* saja. Bahasa yang kita gunakan sehari-hari dalam berkomunikasi tentunya berbeda dengan bahasa yang dipergunakan dalam tulisan pada kaos. Bila dipandang dari ilmu bahasa, maka tidak sedikit yang menyimpang dari kaidah-kaidah bahasa.

Dalam menghasilkan pesan, diperlukan mekanisme proses

suatu pesan dapat dihasilkan melalui suatu proses sebagai berikut:

accommodating, assembling, constructing dan gaining compliance.

- a. Proses yang *pertama*, yakni *accommodation* yang diformulasikan oleh Howard Giles dapat diterangkan oleh seorang komunikator yang akan menyampaikan pesan kepada khalayak sangat suka untuk menyesuaikan dirinya dengan komunikator yang lain dalam hal aksen, *gesture*, kecepatan berbicara, penyesuaian suara dan sebagainya. Hal yang sangat penting dalam proses ini adalah adanya proses *konvergen* (penyatuan pendapat) dan *divergen* (perbedaan pendapat). Hasil dari *konvergen* ini dapat menciptakan saling ketertarikan, saling menentukan sikap, dan keterikatan satu sama lain.
- b. Proses yang *kedua* adalah *action assembly* yang dikembangkan oleh Jhon Greene. Proses ini lebih mengemukakan tentang cara mempergunakan pengetahuan yang akan dipakai dalam pelaksanaan berkomunikasi. seseorang harus terlebih dahulu tahu tentang prosedur dan stuktur dari pengetahuan yang akan disampaikan kepada orang lain dalam situasi yang berbeda-beda.
- c. Proses yang *ketiga* adalah *construction* yang dikembangkan oleh Jesse Della. Proses ini menerangkan bahwa seorang individu akan menterjemahkan atau berpendapat dan berbuat sesuai dengan konsep-konsep yang ada dalam pikirannya. Melalui *construction* ini titik pandang komunikasi adalah original, artinya konsepnya sudah ada dalam masyarakat dan dipelajari dalam hubungan antar manusia yang juga dipengaruhi oleh adat kebiasaan masyarakat tersebut. Menurut Della, pesan yang sangat simple hanya untuk mencapai satu tujuan saja. Sedangkan pesan yang lebih kompleks akan memisahkan suatu tujuan lain sebagai gantinya. Dan pesan-pesan yang sangat canggih biasanya mempunyai tujuan untuk mencapai didalam suatu pesan. Oleh karena itu diperlukan pesan-pesan yang lebih kompleks untuk mencapai suatu tujuan bagi orang banyak. Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak kita tidak boleh meninggalkan strategi *person-centered communication* yakni suatu strategi yang mana kita harus menguasai atau mengerti khalayak mana yang akan kita ajak untuk berkomunikasi, apakah orang tersebut berpendidikan, ataupun sangat sederhana sehingga diperlukan beberapa metode komunikasi. Dengan strategi *person-*

- d. Proses yang *keempat* adalah *compliance gaining*, yang dikembangkan oleh Marwell dan Schmitt, yang mana proses ini lebih menekankan pada apa yang kita inginkan dan menghentikan sesuatu yang tidak kita sukai. Menurut Marwell proses ini adalah merupakan pertukaran sesuatu yang disukai oleh pencari kesesuaian. Jika kita melakukan apa yang kita inginkan, maka kita akan memberikan sesuatu sebagai imbalannya. Proses ini menghasilkan lima strategi umum taktik, yakni: *rewarding* (imbalan), *punishing* (hukuman), *expertise* (keahlian), *impersonal commitment* (tindakan moral), dan *personal commitment* (komitmen pribadi) (Littlejohn, 1996:112).

Barbara O'Keffee menyarankan untuk menggunakan strategi pesan yang berbeda untuk dilibatkan pada berbagai macam pesan untuk menghasilkan berbagai macam perbedaan pesan. O' Keffee menerangkan tiga kemungkinan desain pesan yang logis dari jangkauan *person-centered* dari yang paling dasar hingga yang paling tinggi, yakni:

1. *Expressive logic*
Melihat komunikasi sebagai satu model dari ekspresi diri untuk berkomunikasi berdasarkan pikiran dan perasaan.
2. *Conventional logic*
Melihat komunikasi sebagai suatu permainan yang harus dimainkan dengan suatu aturan. Komunikasi dijelaskan dengan suatu ekspresi diri yang berjalan serasi untuk menerima aturan-aturan dan norma-norma yang ada.
3. *Rhetorical logic*
Melihat komunikasi sebagai suatu jalan untuk merubah pengetahuan lewat negosiasi. Pesan yang didesain dengan logis ini cenderung fleksibel, berkemampuan mengerti dan *person-centered*. (Littlejohn, 1996:124).

Hal lain yang perlu dicermati juga adalah tentang penyusunan pesan. Penyusunan pesan ini sangat penting didalam melaksanakan

dipahami oleh komunikan. Dalam penyusunan pesan, menurut Reardon perlu mempertimbangkan tiga hal penting, yaitu:

1. **Tata bahasa**
Merupakan aturan-aturan yang dipergunakan dalam berbahasa sebagai alat komunikasi.
2. **Pengetahuan tentang orang lain**
Meliputi kesenangan, pendidikan, kebiasaan, hal-hal lain yang dapat dipergunakan dalam penyampaian pesan.
3. **Pengetahuan tentang situasi**
Suatu kondisi dimana pesan akan disampaikan dalam suasana kebatinan yang dimiliki manusia (Liliweri, 1991: 24).

Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Dalam kehidupan sehari-hari, banyak pesan yang disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan gabungan lambang seperti, melalui surat kabar, televisi, atau film. Seseorang dapat dikatakan memahami suatu pesan apabila dia dapat mengerti arti dari pesan yang disampaikan oleh komunikator baik bahasa maupun simbol-simbol yang digunakan. Seseorang dapat dikatakan mengerti arti dari suatu pesan apabila ia dapat menjelaskan isi pesan tersebut kepada orang lain dengan benar dan sesuai dengan pesan yang dimaksudkan oleh si penyampai pesan. Seseorang dapat dikatakan memahami suatu pesan yang diterimannya apabila ia melakukan tindakan yang sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

Isi pesan dalam tulisan kaos yang bertema budaya Yogyakarta

... dan diteliti mengenai isi pesan dalam proses

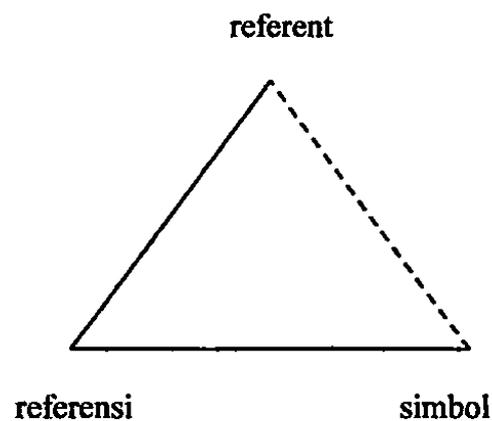
komunikasi. Bahasa yang dimaksudkan pada penelitian ini dipusatkan pada teks tulisan. Secara sederhana teks dapat didefinisikan sebagai “bahasa yang berfungsi” yaitu bahasa yang sedang melaksanakan tugas tertentu dalam konteks situasi. Bahasa yang berbentuk tulisan biasanya digunakan untuk menyatakan apa yang dipikirkan. Bahasa harus diteliti dalam semua jenis fungsinya. Sebuah skema fungsi-fungsi memerlukan penelitian yang ringkas tentang faktor-faktor pembentuk dalam setiap situasi ujaran, dalam setiap komunikasi verbal. Pengirim mengirim pesan kepada penerima. Agar dapat beroperasi, pesan memerlukan konteks yang diacu (“*referen*” dalam *terminologi* lain yang agak *ambigu*), yang dapat ditangkap oleh penerima pesan, baik *verbal* maupun yang dapat *diverbalkan*, konteks dapat diartikan sebagai bagian dari suatu uraian atau kalimat yang dapat mendukung atau menambah kejelasan makna, kode yang sepenuhnya atau setidaknya sebagian di kenal oleh pengirim dan penerima (atau dengan kata lain pada yang memberi kode pesan dan yang di beri kode pesan), dan akhirnya suatu kontak yang menghubungkan si pengirim dan penerima pesan secara fisik dan secara *psikologis*, yang memungkinkan keduanya untuk melakukan komunikasi. Semua faktor yang terdapat dalam komunikasi verbal dapat digambarkan sebagai

memahami sesuatu dengan memakai istilah yang terdapat dalam bahasa. Tetapi bahasa mempunyai kelemahan, sebab kesalahpahaman (*misunderstanding*) terjadi lewat bahasa. Bahkan setiap penjelasan dapat memungkinkan salah persepsi maupun salah tangkap. Meskipun demikian sebuah teks harus ditafsirkan dalam bahasa yang menggunakan pengandaian dan diwarnai dengan situasi penafsiran dalam kerangka waktu yang khusus.

Untuk dapat memahami sebuah teks atau atribut lain yang melengkapinya, kita harus membongkar tanda-tanda yang menyertainya. Padahal pada kenyataannya seluruh praktek sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa. Sehingga dapat dipandang sebagai tanda-tanda. Menurut Fiske (Fiske, 1990:91), ketika tanda-tanda tersebut diorganisir ke dalam sebuah sistem bentuk bahasa, maka disebut sebagai kode. Sistem ini dibentuk dalam aturan-aturan dan konvensi para anggota masyarakat atau sebuah budaya dan digunakan untuk membangkitkan dan menebar makna-makna didalam dan untuk budaya tersebut.

Untuk mendapatkan syarat harus terdapat kemungkinan perbedaan makna yang diberikan pada isyarat-isyarat. Makna yang diberikan tidak boleh bersifat kekal dan harus bergantung pada faktor-faktor lain yang ada dalam situasi yang dihadapi

Hal di atas dapat diperjelas dalam teori segitiga penunjuk dari Ogden dan Richards (Fiske, 1990:64), bahwa proses pemberian makna (*referential process*) terjadi ketika kita menghubungkan lambang dengan yang ditunjukkan lambang (*referent*)



Satu lambang dapat menunjukkan banyak rujukan, sedang makna yang dimaksud oleh pemakai lambang tidak bisa divalidasi secara empirik dan dicairkan rujukannya. Makna ini terdapat pada pemikiran orang dan hanya dimiliki dirinya saja. Hal inilah yang disebut makna intensional, dua makna intensional dapat serupa namun tidak sama. Ogden dan Richard's mengungkapkan bahwa makna simbol kata ditentukan oleh cara memakainya dalam berbahasa, oleh karena itu jelas tidak mungkin ada teori tentang makna yang khusus bersifat individual atau psikologis, karena sifat makna sendiri sudah sosial

2. Representasi

Konsep representasi penting digunakan untuk menggambarkan hubungan antara teks media dengan realitas. Chiara Giaccardi menyatakan secara semantik, representasi diartikan *to depict, to be a picture of*, atau *to act or speak for (in the place of in the name of) some body*. Berdasarkan kedua makna tersebut, *to represent* didefinisikan sebagai *to stand for*. Representasi menjadi tanda yang tidak sama dengan realitas yang direpresentasikan tetapi dihubungkan dengan, dan mendasarkan diri pada realitas yang menjadi referensinya (Giaccardi dalam Noviani, 2002:61).

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi, yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *creator*. Terutama dalam hal ini mengkritisi makna konotasi yang ada dibalik sebuah representasi, yaitu:

- a. *Reflective*, yakni pandangan tentang makna. Disini representasi berfungsi sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial.
- b. *Intentional*, adalah sudut pandang dari *creator* yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi.
- c. *Constructionist*, yakni pandangan pembaca melalui teks yang dibuat. Yang dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagainya (Burton, 2000:177).

Proses representasi melibatkan tiga elemen, yaitu:

pertama, obyek yakni sesuatu yang direpresentasikan. *Kedua*, tanda yakni representasi itu sendiri. *Ketiga*, *coding* yakni seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan

muncul dalam proses interpretasi tanda. Tanda dapat menghubungkan obyek yang telah ditentukan secara jelas. Dengan demikian didalam representasi ada sebuah kedalaman makna, termasuk didalamnya terdapat identitas suatu kelompok tertentu pada suatu tempat tertentu (Noviani, 2002:62).

Representasi membangun identitas untuk kelompok terkait.

Identitas merupakan pemahaman terhadap suatu kelompok, tentang siapa mereka, bagaimana mereka dihargai, bagaimana mereka dilihat oleh orang lain dan dibedakan dari yang lain. Seperti yang diungkapkan Burton:

“Representations construct identities for the group concerned. The identity is our ‘understanding’ of the group represented – an understanding of who they are, how they are valued, how they are seen by other. They may be negative as well as positive features. The understanding may be generally shared by members of that group and by other outside it” (Burton, 2000:173).

Representasi dalam teks media dapat dikatakan berfungsi secara ideologi, sepanjang mereka berperan untuk memproduksi dominasi relasi sosial dan eksploitasi (Fairclough dalam Burton, 2000:171). Representasi menjadi suatu perwujudan relasi kuasa di dalam masyarakat. Representasi adalah sebuah sarana untuk memancarkan ideologi dalam rangka memelihara atau memperpanjang relasi kuasa. Sehingga makna representasi adalah tentang siapa yang mempunyai kuasa dan siapa yang tidak, bagaimana kuasa diterapkan, dan nilai-nilai yang mendominasi cara-cara berfikir kita tentang masyarakat dan hubungan sosial (Briggs & Cobley dalam Burton, 2000:175)

Dalam representasi itu sendiri ada beberapa persoalan krusial yang muncul ke permukaan, namun hal utama yang layak ditarik sebagai satu persoalan adalah bagaimana representasi yang dilakukan media terhadap dunia sosial dibandingkan dengan dunia nyata yang sifatnya eksternal. Pada hakikatnya memang ada problematika antara realitas sosial yang kita alami sehari-hari dengan realitas media yang membentuk kesadaran dan cara kita berfikir. Sejumlah problem yang harus dipahami dari persoalan representasi ini adalah: *pertama*, representasi adalah hasil dari suatu proses seleksi yang mengakibatkan bahwa ada sejumlah aspek dari realitas yang ditonjolkan serta ada sejumlah aspek lain yang dimarginalisasi. Hal ini mengandung implikasi bahwa seluruh representasi berarti “penghadiran kembali” dunia sosial yang kemudian membawa implikasi bahwa hasil dari suatu representasi pasti akan bersifat sempit dan tidak lengkap. *Kedua*, apa yang dinamakan dengan dunia yang “nyata” itu sendiri layak untuk dipermasalahkan. Dalam hal ini menarik untuk mengemukakan pandangan dari kalangan pemikir *construcionisme* yang memberi satu penegasan bahwa tidak ada satu pun representasi dari realitas yang secara keseluruhan pastilah “benar” dan “nyata”. *Ketiga*, dalam benak khalayak sendiri terdapat suatu pemikiran yang menyatakan

3. Makna Budaya (Kekhasan Budaya Jawa dengan Budaya “Jogja”)

Menurut Koentjaraningrat kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan bermasyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 1994:180).

Bertolak dari definisi tersebut, Koentjaraningrat juga membedakan wujud-wujud kebudayaan menjadi 3, yakni:

- a. Wujud sebagai suatu kompleks gagasan, konsep dan pemikiran masyarakat.
Para ahli antropologi dan sosiologi menyebut kebudayaan dalam wujud pertama ini, “sistem budaya” (*culture system*), gagasan dan pemikiran yang ada dalam kepala manusia itu memang tidak berupa kepingan-kepingan yang terlepas satu dengan lainnya, melainkan saling berkaitan berdasarkan asas-asas relatif, mantap dan kontinyu.
- b. Wujud sebagai suatu kompleks aktivitas.
Para ahli antropologi dan sosiologi menyebutkan kebudayaan dalam wujud kedua ini “sistem sosial” (*social system*). Memang, aktivitas manusia yang berinteraksi dan bergaul dengan sesamanya itu biasanya berpola dan diatur serta ditata oleh gagasan-gagasan dan tema-tema berfikir yang berada dalam kepalanya. Sebaliknya, aktivitas manusia yang berinteraksi dalam komunikasi, pertemuan, upacara, ritual maupun pertengkaran itu sering menimbulkan gagasan, konsep dan pikiran baru yang beberapa diantaranya ada kalanya mendapatkan tempat yang mantap dalam sistem budaya dari manusia yang berinteraksi itu.
- c. Wujud sebagai benda.
Aktivitas karya manusia itu memang menghasilkan banyak benda untuk berbagai keperluan hidupnya, tidak hanya benda-benda kecil seperti kancing baju, namun juga benda-benda kompleks seperti komputer dan sebagainya (Alfian, 1985:100).

Kebudayaan meliputi kepercayaan, nilai-nilai dan norma, hal ini

wacana. Kebudayaan mempengaruhi perilaku manusia karena setiap orang akan menampilkan kebudayaan ketika dia bertindak. Kebudayaan juga melibatkan karakteristik suatu kelompok manusia dan bukan sekedar pada individu.

Kebudayaan dengan simbol-simbolnya telah direkayasa oleh manusia, dengan berbagai kemungkinan pemanfaatannya. Dalam dunia periklanannya seperti yang kita lihat di media massa, pesan, kata-kata dan gambar-gambar rekaan (*images*) yang disampaikan dalam media komunikasi telah dimanfaatkan iklan untuk membentuk citra produk.

Jawa adalah pusat politik kepulauan Indonesia dengan jumlah etnis yang sangat besar dan merasa paling maju dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang beraneka ragam. Jawa terkenal dengan kebudayaannya yang khas. Kebudayaan Jawa adalah kebudayaan yang dianut oleh masyarakat Jawa yang hidup diselatan Jawa Tengah dengan sentralnya pada kraton baik Yogyakarta maupun Surakarta (Hariyono,P., 1993:32). Pada perkembangan kebudayaan ini ditiru dan menyebar luas diluar wilayah pusat kebudayaan sehingga kadang-kadang ditemui perbedaan penghayatan dan operasionalnya.

Kebudayaan Jawa sangat kaya sekali akan petuah bijaksana. Untuk menjaga agar kehidupan masyarakat teratur, baik dan damai tidak sebagai

.....

luar mendatangkan ketenangan batin, seperti keadaan tentram (*tentrem*) secara sosial, psikologis dan perasaan pribadi yang mendalam mengenai kepuasan yang tenang (*ayem*). Untuk dapat menikmati kepuasan itu orang harus belajar menguasai emosinya sambil mengikuti aliran masyarakat (*ngeli*), menanamkan ketahanan (*sabar*), dan rendah hati (*andhap asor*) demi kemampuan untuk menerima kemalangan dengan anggun dengan harapan akan mengalami hari esok yang lebih baik (*nrima*) (Mulder, 1984:69).

Proses perubahan budaya Jawa terlihat seperti dalam prinsip hidupnya, dahulu orang Jawa menganggap bahwa “makan ngga makan, asal kumpul”. Hal ini telah berubah seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan sosial masyarakat. Bahwa orang yang ingin makan maka dia harus mencari kerja, maka orang Jawa mulai berfikir makan dimanapun mereka berada jauh lebih diutamakan dari pada berkumpul secara fisik. Hal ini telah merubah nilai budaya Jawa kearah kualitas peningkatan hidup.

Bahasa Jawa adalah bahasa yang unik, karena bahasa Jawa mengenal adanya tingkatan terhadap siapa lawan bicaranya, hal tersebut juga diungkapkan oleh Harry Avelling:

“Bahasa Jawa berkembang sedemikian jauh sehingga menjadi bahasa yang tak tertandingi oleh bahasa manapun, terutama mengenai kekayaan kosa katanya. Kekayaan kosa kata dalam kerabat garis vertikal tidak cukup hanya di banggakan sebagai

kekayaan bahasa Jawa, akan tetapi harus dimaknai sebagai dorongan pada anak untuk menelusuri siapa sebenarnya nenek moyang kita“ (Harry Aveling dalam Amin, 2002:174).

James P. Spradley, juga mengungkapkan bahwa:

“Semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan simbol-simbol. kebudayaan sendiri terdiri atas gagasan-gagasan, simbol-simbol, dan nilai-nilai sebagai hasil karya dari tindakan manusia, sehingga tidaklah berlebihan jika ada ungkapan, “begitu eratnya kebudayaan manusia dengan simbol-simbol, sampai manusia pun disebut makhluk dengan simbol-simbol. Sehingga hubungan antara manusia dan kebudayaan tidak terpisahkan, sampai ia disebut sebagai makhluk budaya“ (P. Spradley dalam Sobur, 2004:177).

Ajaran-ajaran Jawa penuh dengan simbolisme dan ilmu-ilmu kebatinan (*ngelmu*) yang mengacu angan-angan dan renungan. Ajaran-ajaran semacam itu juga terkandung dalam mitologi wayang purwo yang diilhami oleh Mahabarata, dimana kehidupan dunia nampak hanya merupakan pencerminan semata-mata. Wayang yang sebenarnya adalah subyektif (berpandangan menurut dirinya sendiri) atau mengatasi kebenaran sejarah dan dalam hal itu membuka pandangan pengenalan pribadi dalam suatu corak khas yang simbolis.

Dalam kebudayaan Jawa, kehidupan sosial dalam dimensi-dimensi hirarkisnya ditandai oleh *prestise*, kehormatan, *previlage*, kekuasaan dan ketaatan, sedang dimensi horisontalnya ditandai dengan gotong royong, kerukunan dan ketatnya kontrol sosial. Bilamana kedua dimensi ini berpaut, maka harus koordinasi dalam suatu kesatuan yang halus. Dimensi

.....

namun masih mengakui kepribadian dan usaha-usaha individual. Tata krama Jawa memungkinkan individu untuk bersembunyi dan mempertahankan diri (sejauh tidak merusak harmoni dan bisa bekerjasama, maka individu diperbolehkan memiliki ruang pribadi (*privacy*) tertentu. Pribadi yang banyak akal dapat menempatkan diri sebagai pemimpin dan menarik manfaat dari *privilage* kedudukan atas dalam hirarki.

Dalam masyarakat Jawa, individu diharap untuk tetap *low profile* untuk tidak menonjol, untuk tidak saling bersaing melainkan saling berbagi, untuk patuh. Tergantung dari kerjasama masyarakat kehidupan Jawa bersifat ritualis, perubahan-perubahan dan kejadian-kejadian baru harus dimasukkan secara formal kedalam struktur keadaan yang sudah ada, mereka harus diakui secara ritual dulu baru kemudian dapat diterima. Gaya hidup Jawa yang amat ritual, rasa aman karena waktu telah dihentikan dan ditata sesuai dengan koordinat-koordinatnya. Penafsiran simbol-simbol, pertanda-pertanda dan kecenderungan untuk mencocokkannya, keyakinan bahwa "lotre" bisa diramalkan dan terjaminnya nujum-nujum, semua cenderung membuktikan bahwa bagi

... Jawa waktu berjalan dari kondisi yang sudah dipastikan ke kondisi

Dimata orang Jawa, menjadi seorang Jawa (*njawani*) berarti menjadi manusia berbudaya, manusia beradab yang mengetahui tempatnya dan mengetahui bagaimana seharusnya bertingkah laku, singkatnya adalah manusia yang mengetahui tatanan. Orang Jawa cenderung mempunyai kesadaran tinggi terhadap keberadaan orang lain. Dalam hidup orang tidaklah sendiri, orang-orang terus bergerak kedalam dan keluar dari ruang pribadi masing-masing dan hanya bijaksanalah kalau kontak-kontak semacam itu dapat tetap tanpa percekocokan dan menyenangkan dengan mengakui secara sopan kehadiran yang lain, seperti misalnya memberi salam dengan menganggukan kepala sedikit atau membungkukan badan ketika berjalan melewati orang lain. Menurut Koentjaraningrat sistem orientasi nilai budaya Jawa dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Masalah tentang hakekat hidup
Orang Jawa pada dasarnya menganggap hidup sebagai rangkaian peristiwa yang penuh kesengsaraan yang harus dijalankan dengan tabah dan pasrah.
- b. Hakekat kerja
Rakyat kecil biasanya akan mengatakan bahwa mereka bekerja agar mereka dapat makan, sehingga muncul ungkapan *aja ngaya* (jangan memaksakan diri), *aja ngangsa* (jangan ambisi) dalam menempuh hidup. Orang Jawa hampir tidak ada motivasi yang kuat untuk bekerja.
- c. Hubungan antara manusia dan alam
Terhadap alam, masyarakat Jawa memilih untuk berusaha hidup selaras dengan alam, bahkan kewajiban "memperindah kehidupan dunia". Konsep selaras ini merupakan hubungan dengan ide-ide mistis mengenai manunggalnya alam dengan Allah atau dengan

d. Persepsi tentang waktu

Pada masyarakat Jawa kelas bawah, umumnya rencana-rencana keputusan-keputusan serta orientasi tingkah laku mereka tunjukan pada persepsi waktu masa kini, sedangkan kehidupan orang priyayi, selain waktu masa kini juga persepsi waktu masa lalu, berkenan dengan nostalgia akan benda pusaka, kegemaran untuk menyusut silsilah dan sebagainya.

e. Hubungan antara manusia dengan pasangannya

Tingkah laku dan adat sopan santun orang Jawa terhadap sesamanya sangat berorientasi secara kolateral (sejalan atau berdampingan). Bagi orang Jawa hidup tidak sendirian didunia, maka dari itu hidup harus saling memberi bantuan, mereka mengembangkan sikap tenggang rasa (tepa salira) dan berlaku *comform* dengan sesamanya (Koentjaraningrat dalam Hariyono,P., 1993:34).

Dasar dari kebudayaan Jawa terletak pada penguasaan diri dan dinyatakan. Karena itu, pada kemampuan untuk membentuk kehidupan dengan indahnya. Pada dimensi yang lebih mendalam kebudayaan itu memusatkan pada pertumbuhan diri dalam usaha untuk mewujudkan kesempurnaan hidup, apapun keadaan lingkungan sosial yang melingkunginya. Pada umumnya masyarakat Yogyakarta sangat sadar akan desakan yang ditempatkan oleh kehidupan dan esistensi mereka, namun dalam menyesuaikan diri mereka tidak hanya disebabkan oleh kehendak akan kerukunan semata-mata melainkan karena hubungan baik mendatangkan kehidupan damai. Dengan demikian kesadaran tinggi mengenai keberadaan orang lain ditumbuhkannya hubungan-hubungan antar pribadi yang baik dan lancar bermanfaat untuk kepentingan

menolak metafisika dan mencari dasar-dasar ilmu budaya pada dasar-dasar antropologis dan psikologis (Mannheim dalam Sobur, 2004:211).

Kata ideologi diabad ke-19 dipakai dalam aliran yang tidak mau mengetahui kenyataan, di mana kenyataan adalah apa yang dianggap benar karena terdapat dalam praktek politik (Sobur, 2004:211).

V.O.Key menekankan empat pendekatan dalam menafsirkan ideologi, yaitu:

Pertama, orang dapat melihat ideologi sebagai manifestasi populer filsafah atau tradisi politik tertentu suatu kumpulan, pandangan, ide-ide atau dogma yang cukup koheren yang dianut oleh suatu kelompok *liberalisme, marxisme, fasisme, nasionalisme, "Amerikaisme"*, kesemuanya merupakan contoh dari ideologi.

Kedua, untuk menelaah ideologi adalah dengan menanyakan, etnis atau agama.

Ketiga, pengujian ideologi dengan melihat kebutuhan-kebutuhan individu maupun masyarakat yang dipenuhinya.

Keempat, ideologi berkaitan dengan aspek ketiga. Ideologi tidak hanya menghubungkan individu dengan masyarakat secara prinsipil, tetapi juga menghubungkan penguasa dengan rakyat (Apter dalam Sobur, 2004:216).

Karl Marx dan Frederich Engels melihat ideologi sebagai fabrikasi atau pemalsuan yang digunakan oleh sekelompok orang tertentu untuk membenarkan diri mereka sendiri. Karena itu konsep ideologi tersebut sangat subyektif dan keberadaanya hanya untuk melegitimasi kelas penguasa ditengah masyarakat. Ideologi benar-benar dipercaya masyarakat dengan polos, karenanya dia begitu kuat dan terjelma dalam

... hal-hal yang dianggap benar oleh Marx disebut sebagai

“solidaritas keyakinan masyarakat“. Pemikir marxis lainnya yaitu Althusser telah merumuskan kembali ideologi sebagai sekumpulan praktik dan terus berlangsung dan menyerap yang dilakukan oleh semua kelas, dan bukannya sekumpulan gagasan yang dipaksakan oleh satu kelas pada kelas-kelas yang lain. Pada kenyataannya semua kelas berpartisipasi dalam praktik-praktik tersebut, namun tetap saja praktik-praktik mereka sendiri diabaikan untuk kepentingan kelas dominan. Artinya ideologi lebih efektif dibandingkan dengan yang dibahas Marx karena ideologi bekerja dari dalam dan bukan dari luar, yang dituliskan secara mendalam pada cara berfikir dan cara hidup semua kelas (Fiske, 1990:241).

Bagi Althusser, ideologi membawa kita bergerak dalam relasi yang tak nyata namun seolah-olah nyata, menerima yang semu seperti nyata, yang fana sebagai abadi. Tetapi, oleh sifatnya yang tidak disadari, manusia berespon seolah semua itu nyata, menanggapi ilusi sebagai realitas sesungguhnya. Begitu kuat pengaruhnya sehingga ilusi-ilusi itu tidak dapat diabaikan dan ditolak oleh manusia (Althusser, 1984:xviii).

Althusser memperkenalkan dua istilah kunci untuk mengkaji ideologi, yaitu *Ideological State Apparatus* (ISA) dan *Repressive State Apparatus* (RSA). Perbedaan antara ISA dan RSA secara jelas dapat dilihat dalam menjalankan fungsinya. ISA menjalankan fungsinya secara ideologis (ke-ideologis), sedangkan RSA menjalankan fungsinya melalui

dengan kondisi existensinya yang *real*. Kedua, ideologi mempunyai existensi material. Ideologi tidak dapat dibatasi dengan ide semata namun ia memiliki aspek material yang berupa aparat yang menjalankannya dan praktik ideologi yang bersangkutan dalam realitas kehidupan. Akhirnya, ideologi menempatkan individu sebagai subyek tertentu dalam masyarakat. Cara bekerja atau praktik dari ideologi ini oleh Althusser disebut *interpelasi* atau pemanggilan. Hal ini dipraktikkan dalam setiap tindakan komunikasi. Semua komunikasi ditujukan pada seseorang dan dalam menyampaikannya tentu saja menempatkan orang itu dalam realitas sosial (Junaedi, 2005).

Ketika kita berbicara tentang ideologi, seharusnya kita tahu bahwa ideologi menyelipkan diri pada segala aktivitas manusia, bahwa ideologi identik dengan pengalaman hidup dari existensi manusia itu sendiri. Itulah sebabnya bentuk yang membuat kita melihat ideologi dalam berbagai novel besar, dalam kandungannya, dimuati pengalaman hidup berbagai individu. Pengalaman hidup itu bukanlah sesuatu yang telah ada begitu saja, yang disuguhkan oleh realitas murni, melainkan oleh pengalaman hidup ideologi yang spontan dalam hubungan yang asing dengan yang nyata. Ini adalah sebuah komentar penting, karena memungkinkan kita untuk memahami bahwa seni tidak berurusan dengan realitas yang asing

1. Junaedi, 2005. *Seni dan Realitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

(seperti tendensi yang diimplikasikan, bahwa dengan seni, pengetahuan menjelma menjadi manusia dan bahwa objek seni adalah individu), sementara sains berurusan dengan wilayah realitas yang berbeda (sebut saja abstraksi berbagai struktur dalam oposisinya sebagai dengan pengalaman hidup dan individu). Ideologi merupakan obyek sains, pengalaman hidup pun merupakan sains, demikian pula dengan individu. Perbedaan yang nyata antara seni dan sains terletak pada bentuk khusus yang didalamnya itu menyajikan obyek yang sama pada kita dengan cara-cara yang sangat berbeda. Seni dalam format melihat dan merasakan, sains dalam format pengetahuan dalam artian yang ketat dan melalui konsep (Althusser, 1984:198).

5. Desain (Grafis atau Visual)

Tanda-tanda dalam sebuah desain kaos umumnya dikonstruksikan melalui kode atau kaidah desain grafis. Istilah “grafis” berasal dari bahasa Yunani “*graphos*” yang berarti tulisan atau gambar (Tirtawidjaja. Oktober 2005). Dalam Encarta World English Dictionary 2005, kata “desain” yang berasal dari “*design*” sebagai kata benda dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Way something is made: the way in which something is planned and made*
- b. *Picture of something's form and structure: a drawing or other graphical representation of something that shows how it is to be made*

- d.. *Process of designing: the process and techniques of designing things*
- e. *Scheme: a plan or scheme for something*
- f. *Something planned: something that is planned or intended*

Desain dijelaskan oleh Arthur Asa Berger sebagai pola. Istilah ini digunakan untuk memberi pola atau bentuk pada tanda atau barangkali untuk mengarahkan obyek dan benda-benda hasil budaya pada tanda. Seorang perancang menggunakan bentuk, ukuran, warna dan sebagainya dengan tujuan untuk menghasilkan arti dan emosi yang diinginkan. Pola biasanya menyatakan secara tidak langsung beberapa bentuk dimensi seni (Berger, 2000: 127)

Kini setelah melalui perkembangan yang panjang, istilah desain grafis di beberapa tempat mulai digantikan dengan istilah lain yang dirasa lebih tepat, yakni “desain komunikasi visual”. Dalam kongres desainer grafis sedunia di Seoul Oktober 2000, Icoграда Design Education Manifesto mengatakan:

“Istilah desain grafis sudah dilemahkan secara teknologi. Istilah yang lebih tepat adalah Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual makin menjadi sebuah profesi yang mengintegrasikan idiom dan pendekatan dari beberapa disiplin ilmu kedalam lapisan-lapisan dan kedalam kompetensi visual. Batas antara disiplin ilmu satu dengan yang lain makin menjadi cair. Walaupun begitu desainer butuh untuk mengenali batasan profesionalnya” (www.komvis.com/artikel, diakses 1 oktober 2005)

Desain grafis atau visual sebagai bentuk konstruksi tanda,

... tidak hanya untuk... Desain tidak menjadi kegunaan

desainernya, namun membawa orang-orang “pembaca”-nya untuk membentuk makna. Pada desain kaos, perhatian audiens atas sesuatu (makna dibalik tanda dalam desain) akan terbangun. Pilihan kata dan simbol yang tepat, membuat orang segera membentuk pemaknaan ataupun mengenali maksud sebuah desain kaos. Desain kaos bekerja melalui kaidah-kaidah teks verbal dan atau gambar (obyek tema), komposisi (ukuran dan penempatan atau keruangan dan termasuk juga tipografi) dan *modality* (dibentuk melalui warna, detail, suasana).

Teks verbal dan atau gambar biasanya menjadi fokus utama dalam desain kaos. Kedua elemen ini yang kerap menyita perhatian kita ketika melihat sebuah desain kaos. Mata kita tergerak menelusuri huruf-huruf yang tersusun sebagai kata atau kalimat yang terpampang: Apa tulisannya? Lalu apa maksudnya? Kita juga tergugah untuk mencermati gambar yang ditampilkan: Gambar apa itu? Lalu, apa maksudnya? Sedang elemen-elemen tipografi, komposisi, dan warna menguatkan kesan yang dimaksudkan. Misalnya tipografi kelompok huruf *bold* (tebal) memiliki potensi yang kuat dalam menarik perhatian mata. Biasanya kelompok huruf *bold* ini juga banyak sekali digunakan untuk judul (*headline*) sebuah naskah, baik untuk iklan, poster, maupun media lainnya. Pada warna, warna-warna seperti merah, oranye, kuning, atau kontras warna hitam-putih juga sangat menarik perhatian (Sihombing, 2001:28)

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian semiotika adalah penelitian yang meneliti tentang tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar *konvensi* sosial terbentuk sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco dalam Sobur, 2002:95). Pengertian “tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain.

Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederet luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa dan seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco dalam Sobur, 2002:95).

Van Zoest mengartikan semiotik sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya (Zoest, 1996:95).

Sangatlah luas dan beragam pendapat-pendapat para ahli yang mencoba mendefinisikan pengertian semiotika namun secara umum menurut Alex Sobur semiotika merupakan suatu model dan ilmu pengetahuan sosial yang berusaha memahami dunia sebagai sistem komunikasi yang memiliki unit dasar yang disebut dengan “tanda” (Sobur

Pemahaman mengenai semiotika atau ilmu tentang tanda ini telah menjadi salah satu konsep yang paling bermanfaat didalam kerja kaum strukturalis. Basisnya adalah pengertian tanda, yakni segala sesuatu yang secara konvensional dapat menggantikan atau mewakili sesuatu yang lain.

Semiotika sebagai suatu studi memiliki tiga bidang studi utama yaitu:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 1990:60).

Dalam tradisi Strukturalisme, Saussure dalam kajian semiotika menjelaskan bahwa tanda mempunyai 2 unsur yaitu, *le significant* (penanda) dan *le signifie* (petanda) (Sudjiman, 1996:59). Bagi Saussure, sebuah tanda tidak menandakan benda atau suatu realita. Penanda dapat dilihat sebagai aspek sensoris tanda-tanda yang didalam bahasa (lisan) mengambil wujud sebagai citra bunyi yang berkaitan dengan konsep (petanda). Hakekat penanda adalah murni sebagai sebuah relatum, yang pembatasannya tidak mungkin terlepas dari petanda. Substansi penanda senantiasa bersifat material, bebunyian, obyek-obyek dan lain

.....

dan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut.

Hubungan antara *signifier* dan *signified* ini dibagi tiga, yakni: *pertama*, “ikon” adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta. *Kedua*, “indeks” adalah tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai, misalnya asap adalah indeks dari api. *Ketiga*, “simbol” adalah sebuah tanda dimana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata adalah masalah konvensi, kesepakatan atau peraturan (Sobur, 2002:123).

Dalam menjelaskan sajian sinkronik dalam bahasa ini, Saussure menggunakan dua konsep yakni *langue* dan *parole*. *Langue* merupakan bahasa sebagai obyek sosial yang murni, sebagai seperangkat konvensi-konvensi sistematis yang berperan penting dalam komunikasi. *Langue* tidak tergantung kepada materi tanda-tanda pembentuknya. Sebagai sebuah institusi sosial, *langue* sama sekali bukan tindakan dan tidak bisa dirancang, diciptakan atau diubah secara pribadi karena ia pada hakikatnya merupakan kontrak kolektif yang harus dipatuhi apabila kita ingin bisa berkomunikasi. Dipandang dari ruang lingkup *langue* ini, sebuah tanda dapat diumpamakan seperti kepingan uang (koin) yang bernilai sejumlah barang tertentu, sehingga dengan begitu dapat

lain. berkebalikan dengan *langue*, *parole* merupakan bagian dari bahasa yang sepenuhnya individual. Pertama-tama *parole* dapat dipandang sebagai kombinasi yang memungkinkan subyek penutur sanggup menggunakan kode bahasa untuk mengungkapkan pikiran pribadinya. Selain itu *parole* juga dapat dipandang sebagai mekanisme *psiko-fisik* yang memungkinkan subyek menampilkan kombinasi-kombinasi tadi. Aspek kombinatif ini mengimplikasikan bahwa *parole* tersusun dari tanda-tanda yang identik dan senantiasa berulang. Karena adanya keberulangan inilah, maka setiap tanda niscaya menjadi elemen dari *langue*. Jadi *langue* adalah prasyarat dari memungkinkannya *parole*.

Penelitian dalam kaitannya dengan penggunaan simbol budaya Jawa oleh Roland Barthes dikaitkan dengan dua sifat makna, yaitu:

“Makna *Denotatif* dan makna *Konotatif*, makna *denotatif* adalah makna yang tampak secara langsung (makna asli dari tanda) sementara makna *konotatif* adalah makna yang merupakan turunan dari makna *denotatif* dan lebih mengarah pada *interpretasi* yang dibangun melalui budaya, pergaulan sosial dan lain sebagainya“ (Barthes dalam Sobur, 2004:69).

Berikut ini akan diketengahkan bagan yang menjelaskan tentang makna konotatif dan denotatif dari studi semiotika berikut ini:

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>Connotative signifier</i> (penanda konotatif)	5. <i>Connotative signified</i> (petanda konotatif)
6. <i>Connotative sign</i> (tanda konotatif)	

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda "sign", barulah konotasi seperti harga diri, keterangan dan keberanian menjadi mungkin" (Sobur, 2004:69).

Analisis data tentang simbol budaya Jawa menurut kajian Roland Barthes meliputi dua jenis makna, yaitu makna denotatif dan makna konotatif, makna denotatif dari budaya Jawa yang ditampilkan adalah yang tampak secara kasat mata beserta embel-embel yang mengidentifikasi bahwa hal tersebut adalah budaya Jawa. Sementara makna konotatif dari simbol budaya Jawa itu sendiri bisa berbentuk anggapan bahwa hal yang ditampilkan tersebut memiliki nilai sikap, komitmen terhadap adat, punya keteguhan hati dan sebagainya (Sobur, 2004:71).

Agar penanaman berbagai pendekatan memiliki keajegan sudut pandang maka pendekatan semiotik dalam penelitian sastra disebut sebagai pendekatan "*strukturalisme semiotik*". *Strukturalisme semiotik* mengenal dua cara pembacaan yaitu *heuristik* dan *hermeneutik*. *Heuristik* adalah disiplin yang mempelajari metode-metode untuk menemukan dan terkadang mengkomunikasikan kebenaran (fakta, ide, dll). Sedangkan *hermeneutik* adalah sebuah disiplin filsafat yang memusatkan bidang

atas pemahaman) terhadap teks. Secara *etimologis hermeunitik* termasuk salah satu pendekatan yang berarti “menafsirkan“. *Hermeunitik* merupakan pendekatan yang menggunakan logika *linguistik* yaitu membuat penjelasan dan pemahaman dengan menggunakan makna kata dan selanjutnya makna bahasa-bahasa sebagai bahan dasar (Sobur, 2002:105).

2. Obyek penelitian

Dalam penelitian ini obyek penelitian adalah produksi kaos DAGADU edisi Ensiklopedi. Edisi Ensiklopedi ini menampilkan sejumlah desain kreatif tentang bangunan dan sejarah kota Yogyakarta yang ditampilkan dalam media kaos yang mengandung makna tersirat.

3. Tahap penelitian

Pada tahap ini, peneliti akan mengumpulkan sejumlah desain kreatif DAGADU edisi Ensiklopedi yang kemudian dikaji lebih lanjut dengan menggunakan teori-teori yang telah ada untuk melihat makna denotasi dan konotasi yang tersirat dalam desain kaos tersebut.

4. Analisis data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, studi pustaka, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan

Teks sangat penting dibaca dalam hubungannya dengan teks lain, karena apabila dipisahkan dapat menimbulkan kesalahan. Penelitian ini mendeskripsikan pada kaos, oleh karena itu unit analisisnya adalah paradigma dalam sintagma yang terorganisis dalam kode-kode tulisan, yaitu:

1. Teks pada kaos

Meliputi kata-kata atau tulisan dan ungkapan yang hubungan dengan kode yang menampilkan sejarah dan budaya lokal Yogyakarta.

2. Pilihan dan kontras warna

Meliputi daya tarik atau kekuatan warna.

3. Gambar

Meliputi gambar-gambar yang berhubungan dengan tema teks.

4. *Lay out* dan desain