

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Berbicara tentang olahraga, sejak dimulainya event Piala Dunia di Uruguay pada tanggal 13-30 juli 1930, momen pekan sepak bola terbesar yang diadakan empat tahun sekali ini perlahan mampu menjadi olahraga yang mendarah daging bagi setiap diri orang. Setiap negara berlomba-lomba untuk dapat bagian menjadi peserta pada event pekan perayaan sepak bola terakbar tersebut. Piala Dunia adalah satu ajang pembuktian negara untuk menunjukkan siapa yang paling merajai gelaran olahraga terkabar atau dalam arti lain, Piala Dunia menjadi tolak ukur prestasi tertinggi yang mampu diraih. Tidak heran jika setiap negara berusaha matian-matian untuk lolos dari fase kualifikasi yang kemudian dapat memperoleh tiket untuk ambil bagian menjadi peserta.

*“When it resumed, the FIFA World Cup rapidly advanced to its undisputed status as the greatest single sporting event of the modern world. Held since 1958 alternately in Europe and the Americas, the world cup broke new ground with the executive committee’s decision in my 1996 to select Korea and Japan as co-host for the 2002 edition.*

*Since 1930, the 19 tournament have seen only seven different winners. However, the FIFA World Cup has also been punctuated by dramatic upsets that have helped create footballing history – the United Stated defeating England in 1950, North Korea,s defeat of Italy in 1996, Cameroon’s emergence in the 1980s and their opening match defeat of the Argentinean cup - holders in 1990.*

*Today, the FIFA World Cup holds the entire global public under its spell. An accumulated audience of over 37 billion people watched the France 98 tournament, including approximately 1.3 billion for the final alone, while over 2.7 million people flocked to watch the 64 matches in the French stadia.*

*After all these years and many changes, however, the main focus of the FIFA World Cup remains the same - the glistening golden trophy, which is the embodiment of every footballer’s ambition”.*

<http://www.fifa.com/classicfootball/history/fifa-world-cup/>. 21/04/15

“Ketika dimulai FIFA, Piala Dunia cepat maju dengan status tak terbantahkan sebagai acara olahraga tunggal terbesar dari dunia modern. Dimiliki sejak 1958 bergantian di Eropa dan Amerika, Piala Dunia terobosan baru dengan keputusan Komite Eksekutif Mei 1996 untuk memilih Korea dan Jepang sebagai tuan rumah untuk edisi 2002.

Sejak 1930, 16 turnamen telah melihat hanya tujuh pemenang berbeda. Namun, Piala Dunia FIFA juga telah diselingi oleh gangguan dramatis yang telah membantu menciptakan sejarah sepakbola - Amerika Serikat mengalahkan Inggris pada tahun 1950, kekalahan Korea Utara dari Italia pada tahun 1966, munculnya Kamerun pada 1980-an dan kekalahan pertandingan pembukaan mereka dari cangkir Argentina -holders pada tahun 1990.

Hari ini, Piala Dunia FIFA dengan daya magisnya menjadi perhatian utama masyarakat. Akumulasi penonton lebih dari 37 miliar orang menyaksikan turnamen Perancis 98, termasuk sekitar 1,3 miliar untuk akhir saja, sementara lebih dari 2,7 juta orang berbondong-bondong untuk menyaksikan 64 pertandingan di stadion Perancis.

Setelah bertahun-tahun dan begitu banyak perubahan, namun fokus utama dari Piala Dunia FIFA tetap sama - trofi emas berkilau, yang merupakan perwujudan ambisi setiap pesepak bola”.

Sejarah Piala Dunia dimulai pada tahun 1930 di Uruguay, dengan hanya melibatkan tiga belas negara. Sejak tahun itu, Piala Dunia selalu digelar empat tahun sekali, kecuali pada tahun 1942 dan 1946, ajang Piala Dunia terpaksa ditunda karena meletusnya Perang Dunia II. Maka, hingga penyelenggarannya di Afrika Selatan pada tahun 2010 lalu, Piala dunia berhasil digelar sebanyak Sembilan belas kali. Sembilan belas trofi berhasil direbut oleh 8 negara berbeda, yaitu tiga negara dari Benua Amerika dan lima negara dari Benua Eropa. Kondisi politik-ekonomi dunia yang

belum stabil menyebabkan jumlah peserta Piala Dunia selanjutnya juga turut tidak stabil. Misalnya, pada Piala Dunia 1934 di Italia, jumlah peserta Piala Dunia menjadi enam belas negara dan pada penyelenggaraan yang ketiga (1938 di Prancis) peserta Piala Dunia berkurang menjadi lima belas negara. Piala Dunia bahkan sempat dihentikan selama 12 tahun (tiga kali penyelenggaraan) akibat perang dunia II. Pada tahun 1950 Piala Dunia kembali digelar di Brasil dengan hanya diikuti oleh tiga belas negara. Penyelenggaraan Piala Dunia baru mulai stabil, setidaknya dilihat dari jumlah peserta sejak gelaran yang kelima di Swiss (1954). Sejak saat itu, jumlah peserta Piala Dunia tetap enam belas negara hingga Piala Dunia ke 11 di Jerman Barat (1978). Mulai tahun 1982 (Spanyol), pihak FIFA kemudian menambah jumlah peserta menjadi dua puluh empat negara. Jumlah ini terus bertahan hingga Piala Dunia ke-15 di Amerika Serikat (1994) (Akhmad, 2014 : 32-34).

Trofi yang saat itu selalu “keliling dunia” sebelum penyelenggaraan Piala Dunia digelar itu bukanlah trofi sejak awal digunakan dalam Piala Dunia. FIFA menggunakan trofi bernama Jules Rimet Cup sejak awal gelaran Piala Dunia hingga Piala Dunia ke-9 pada tahun 1970. Piala Dunia awalnya dinamai Victory yang bermakna kemenangan. Pada tahun 1949, nama itu diganti menjadi Jules Rimet Cup sebagai penghormatan pada Presiden FIFA saat itu. Trofi pertama tersebut didesain oleh seorang pemahat berkebangsaan Prancis, Abel Lafleur. Trofi Jules Rimet ini kemudian digantikan oleh trofi FIFA World Cup pada gelaran Piala Dunia ke-10 (1974). Trofi FIFA World Cup dibuat oleh seorang pemahat asal Italia, Silvio Gazzaniga dan Jerman merupakan negara pertama yang berhasil menyimpan trofi perdana ini (Akhmad, 2014 : 35).

Piala Dunia merupakan ajang pertemuan negara-negara terhebat dalam bidang olahraga sepak bola. Menjadi peserta dari perayaan akbar tersebut sudah menjadi gengsi tersendiri dan mampu menaikkan derajat suatu Negara dimata dunia. Tidak heran jika antusiasme masyarakat sangatlah tinggi dalam menyambut perhelatan empat tahunan itu. Gengsi yang dibawa setiap Negara mampu memberikan motivasi

dan semangat lebih bagi mereka untuk modal bertarung di lapangan hijau. Harga diri bangsa menjadi taruhan mereka untuk menunjukkan kemampuan terbaik sehingga dapat membuktikan siapa yang terbaik di dunia. Negara besar dengan pemain yang bagus tidaklah cukup untuk dapat menaklukkan si kulit bundar. Pelatih yang mumpuni dan disokong dengan kekompakan pemain dilapangan juga merupakan faktor vital negara untuk tampil menjadi yang terbaik.

Pelatih sebagai arsitek sebelas pemain di lapangan tidak sembarangan dapat memutuskan siapa saja pemain yang menjadi bagian dari tim karena dibutuhkan proses panjang yang tidak sebentar, pelatih akan memantau kualitas setiap pemain jauh-jauh hari sebelum even akbar ini dimulai. Teknik penguasaan bola, ketangguhan, kerja keras, kerjasama dilapangan menjadi syarat yang harus dimiliki oleh pemain agar pelatih memberikan kepercayaan masuk dalam skuat tim. Butuh proses panjang untuk menemukan pemain terhebat dan layak, dan semua negara peserta Piala Dunia pasti akan berlomba untuk menurunkan pemain terbaik yang mereka miliki. Jadi bisa dipahami jika even besar ini akan berisi pemain-pemain hebat dan berkualitas. Semua pemain akan menunjukkan penampilan terbaiknya dan tidak jarang kehadiran pemain tersebut dapat menjadi ikon sebuah negara dan dapat mendongkrak mental bermain tim. Salah satu peserta Piala Dunia pada tahun 2014 ini adalah negara Belgia. Dalam sejarah Piala Dunia, kiprah Belgia memiliki prestasi yang bisa dibilang biasa-biasa saja dibanding dengan peserta negara-negara lain seperti Brazil, Inggris, Itali ataupun Argentina. Tapi pada tahun ini Negara Belgia tidak dapat dipandang sebelah mata untuk menjadi lawan di lapangan hijau. Menjadi *kuda hitam* pada Piala Dunia tahun ini, menjadikan negara Belgia mempunyai taji untuk unjuk gigi menjadi rival yang patut diwaspadai oleh peserta dari negara-negara lain.

Setiap Negara peserta Piala Dunia pasti akan mati-matian untuk menunjukkan kualitas terbaik dan menjadi pemenang. Gengsi dan rivalitas yang besar merembet ke jiwa antar pemain. Mereka juga tidak kalah untuk memanfaatkan kesempatan menunjukkan kualitas di lapangan hijau. Nama besar disertai dengan prestasi di sepak

bola lokal menjadi salah satu modal untuk menjadi cambuk sebagai gertakan untuk pemain lain, tetapi tidak jarang nama besar dan sederat prestasi yang berhasil mereka ukir di kompetisi lokal bisa saja menjadi *blunder* dan bisa menjadi beban karena nama besar pemain akan diharapkan dapat mengangkat mental bermain tim. Hal ini juga dapat mejadi beban tersendiri bagi mental pemain karena mereka bermain membawa nama besar dan kehormatan negara. Keberhasilan pemain mengangkat mental tim bisa dilihat dari kekompakan bermain rekan dan presentasi produksi gol yang tinggi. Kepercayaan yang diberikan pelatih harusnya mereka ganti dengan penampilan yang *apik* dan memukau. Tidak heran jika Piala Dunia adalah ajang sepak bola paling bergengsi dan paling ditunggu-tunggu oleh masyarakat dunia. Seperti halnya dengan anak SMA yang mengekspresikan perjuangan untuk mendapatkan sertifikat tamat belajar tiga tahun dengan coret-coret seragam sekolah mereka, diajang sepak bola juga terjadi hal yang sama yaitu dengan mempertunjukkan wujud ekpresi pemain ketika berhasil menyanangkan si kulit bundar kedalam jala musuh. Bisa kita liat ekpresi yang sangat menggebu-gebu yang ditunjukkan oleh pemain dengan berbagai macam ekpresi yang berbeda-beda. Bentuk ekpresi yang menggebu-gebu ini adalah wujud semangat dari kerja keras mereka dan tim.

Terdapat ciri khas yang unik dalam setiap selebrasi perayaan gol yang ditunjukkan oleh pemain, yaitu tidak sedikit mereka menunjukkan ekpresi berlari sambil berteriak yang seakan-akan ingin menunjukkan bahwa dialah yang terhebat. Ekspresi lain yang sering ditunjukkan oleh pemain adalah dengan memperlihatkan bentuk tubuh dan otot-otot mereka, hal ini unik karena secara tidak langsung memperlihatkan sisi maskulin dari dalam diri mereka. Ekpresi berteriak dengan memperlihatkan otot-otot tubuh layaknya sebagai seorang gladiator yang pernah hidup di jalan Romawi kuno. Pada masa itu, seorang gladiator harus mempertahankan nyawa di gelanggang dengan bertarung dengan sesama gladiator ataupun bertarung dengan binatang buas dan gladiator yang terkuat yang dapat bertahan hidup.

Ekpresi yang tergambar dari gaya pemain dalam wujud selebrasi perayaan gol juga menjadi salah satu moment penting dan menjadi hiburan tersendiri yang ditunggu-tunggu oleh penikmat sepak bola. Ekpresi perayaan gol oleh pemain dapat menjadi ciri khas identitas yang mampu menjadi pembeda antara satu pemain dengan pemain lainnya. Sebagai contoh Ronaldinho atau Neymar dengan ciri khas bergoyang samba mengikuti kultur darimana mereka berasal, Ronaldo ataupun Zlatan Ibrahimovic menampilkan gaya yang terlihat menonjolkan sisi laki-laki atau maskulin yang diekpresikan dengan berteriak, melepas kaos dan memperlihatkan otot tubuh mereka.

Penelitian terdahulu tentang maskulinitas yang dilakukan oleh Febriyanti pada tahun 2011 dengan judul Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Produk. Pada penelitian tersebut dijelaskan jika femininitas direpresentasikan melalui keanggunan, sedangkan maskulinitas cenderung direpresentasikan melalui kekuatan fisik. Jika femininitas tampil dalam iklan produk perawatan tubuh, maskulinitas cenderung lebih banyak tampil dalam iklan produk rokok, minuman energi dan otomotif. Dalam iklan produk-produk tersebut, laki-laki diidentikkan dengan kejantanan, rasional, pandai, kuat dan mandiri (Widyatama, 2006:vii)

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Toni Nur Fakhri Kusumajati pada tahun 2014 dengan judul Dinamika Maskulinitas TVC di Era Orde Baru Dan Pasca Orde Baru menjelaskan bahwa aturan umum yang tidak tertulis mengatakan bahwa laki-laki sejati pantang untuk menangis, harus tampak tegar, kuat, pemberani, garang serta berortot. Laki-laki hebat adalah yang mampu menaklukan hati banyak perempuan hingga adanya dorongan berpoligami. Ada pula pendapat yang mengatakan bahwa laki-laki harus menjadi figur pelindung atau pengayom ataupun yang mengatakan bahwa laki-laki akan sangat laki-laki apabila identik dengan rokok, alkohol dan kekerasan (Donaldson, 1993:1)

Begitu besarnya daya tarik dari perhelatan Piala Dunia disetiap tahunnya, sehingga media cetak maupun elektronik tidak ingin ketinggalan untuk mengangkat tema demam *uforia* Word Cup. Media berlomba-lomba mengemas event Piala Dunia se-update mungkin dengan berita sedekat dan se-aktual sehingga isi pemberitaan menjadi paling menarik dan dapat mencuri perhatian penonton dan pembaca. Begitu pentingnya media bagi tersalurnya informasi dari semua penjuru dunia untuk dikemas dan sehingga mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Peluang emas tersebut dapat ditangkap dengan sangat baik oleh Tribun Jogja yang merupakan salah satu media lokal di Yogyakarta. Media cetak yang beralamat di Jln. Jend Sudirman 52 Yogyakarta ini memuat berita terkini seputar DIY dan Jateng.

Ada sisi unik yang dibawa dari Tribun Jogja dalam mengemas suatu berita agar menarik bagi pembaca, salah satunya di kolom olahraga dan *headline*. Kolom olahraga menjadi salah satu andalan Tribun Jogja untuk melengkapi daftar rubrik dari tema. Di rubrik olahraga sering divisualkan ekspresi tubuh pemain saat berhasil mencetak gol dengan terlihat sangat berapi-api dan menonjolkan kesan maskulin. Kesan maskulin ini dapat dilihat dari mimik muka meliputi mata, mulut dan ekspresi gerakan tangan pemain.



Gambar 1.1 Ekspresi perayaan gol oleh David Luiz pada koran Tribun Jogja edisi Piala Dunia yang ditampilkan pada tanggal 8 juni 2014.

Pengemasan berita dengan gambar-gambar seperti diatas, menarik untuk diteliti untuk mengetahui bentuk-bentuk maskulinitas yang tergambar dalam foto dan grafis di koran Tribun Jogja pada Piala Dunia 2014.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitan ini adalah :

“Bagaimana representasi maskulinitas dalam foto dan grafis Piala Dunia 2014 di Tribun Jogja?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Berangkat dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

Mengungkap makna-makna yang terkandung pada tanda-tanda atau simbol-simbol maskulinitas dalam selebrasi gol dan grafis pada Piala Dunia 2014.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, baik dari segi akademis maupun dari segi praktis, yaitu :

1. Secara akademis, hasil penelitian diharapkan dapat :
  - a. Menerapkan teori tentang maskulinitas dalam kajian pada media
2. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat :
  - a. Memberi kontribusi pemikiran kepada publik mengenai maskulinitas di media

## **E. Kerangka teori**

### **E.1 Media Sebagai Sarana Representasi**

Dalam bahasa, media, dan komunikasi, representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita, dsb 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 melalui fungsi tanda ‘mewakili’ yang kita tahu dan mempelajari realitas (Hartley, 2004:265).

Representasi merupakan bentuk konkret (penanda) yang berasal dari konsep abstrak. Akan tetapi beberapa representasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan budaya dan politik, sebagai contoh gender, bangsa, usia, kelas dst. Karena representasi tidak terhindar untuk terlibat dalam proses seleksi, sehingga beberapa tanda tertentu lebih istimewa daripada yang lain, ini terkait dengan bagaimana konsep tersebut dipresentasikan dalam media berita, film atau bahkan dalam percakapan sehari-hari (Hartley, 2004:265-266).

Menurut Stuart Hall, representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan sendiri adalah sebuah konsep yang sangat luas. Kebudayaan menyangkut “pengalaman berbagai”. Seseorang dikatakan dari kebudayaan jika individu-individu yang ada disitu membagi pengalaman yang sama dan saling berbagi dalam konsep-konsep yang sama. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu yang penuh arti dan menggambarkan dunia kepada orang lain. Suatu makna tidak tergantung pada struktur makna, tetapi lebih kepada praktik pemaknaan. Ketika representasi berlangsung, maka yang dilihat adalah bagaimana suatu peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan, ditampilkan dan digambarkan dalam suatu teks (Fairclough dalam Eriyanto, 2001: 289).

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi, yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *creator* terutama dalam hal mengkritisi makna konotasi yang ada di balik sebuah representasi (Hall, 1997: 15) yaitu :

1. *Reflective*, yaitu pandangan tentang makna. Representasi mempunyai peranan sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial.
2. *Intentional*, merupakan sudut pandang dari kreator, yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi.
3. *Constructionist*, adalah pandangan pembaca melalui teks yang dibuat. Hal ini dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagainya yang dihadirkan kepada khalayak secara audio dan visual.

Teori representasi Stuart Hall memperlihatkan suatu proses dimana arti (*meaning*) diproduksi dengan menggunakan bahasa (*language*) dan dipertukarkan oleh antar anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi menghubungkan antara konsep (*concept*) dalam benak kita dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan kita untuk mengartikan benda, orang, kejadian yang nyata (*real*), dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*) (Hall, 2003:15).

Stuart Hall (1997), dalam *culture studies* menggambarkan bahwa bahasa melukiskan relasi *encoding* dan *decoding* melalui metafora produksi dan konsumsi. Proses produksi meliputi proses gagasan, makna, ideologi dan kode sosial, ilmu pengetahuan, ketrampilan teknis, ideologi profesional, pengetahuan institusional, defenisi dan berbagai asumsi lainnya seperti moral, cultural, ekonomis, politis dan spiritual.

Dalam rangka untuk mencari hubungan ini lebih lanjut, kita akan melihat sejumlah teori berbeda tentang bagaimana bahasa digunakan untuk mewakili dunia. Di sini kita akan melihat perbedaan antara tiga akun yang berbeda atau teori.

Giles (1999:56-57) pada bab 3 dalam buku *Studying Culture: A Practical Introduction*, terdapat tiga definisi dari kata “*represent*” yakni:

1. *To stand in for*. Hal ini dapat dicontohkan dalam peristiwa bendera suatu negara, yang jika dikibarkan dalam suatu event olahraga, maka bendera tersebut menandakan keberadaan negara yang bersangkutan dalam event tersebut.
2. *To speak or act on behalf of*. Contohnya adalah Pemimpin menjadi orang yang berbicara dan bertindak atas nama rakyatnya.
3. *To re-present*. Dalam arti ini, misalnya tulisan sejarah atau biografi yang dapat menghadirkan kembali kejadian-kejadian di masa lalu.

Secara umum untuk menjelaskan bagaimana pendekatan representasi makna melalui bahasa, maka dibagi dalam tiga bagian yaitu reflektif, *intentional approach* atau pendekatan yang disengaja, dan konstruksionis atau pendekatan konstruktivis.

Dalam pendekatan pertama yaitu reflektif, makna diduga terletak pada objek, orang, ide, atau peristiwa di dunia nyata, dan bahasa seperti cermin, untuk mencerminkan arti sebenarnya sudah ada di dunia. Jadi teori yang mengatakan bahwa karya bahasa hanya mencerminkan atau meniru kebenaran sudah ada dan tetap di dunia, kadang-kadang disebut '*mimesis*'.

Pendekatan kedua makna dalam representasi berpendapat kasus sebaliknya. Ini memegang bahwa itu adalah pembicara, penulis, yang memaksakan makna yang unik nya di dunia melalui bahasa. Kata berarti apa yang penulis bermaksud mereka harus berarti, ini adalah pendekatan yang disengaja. Makna yang dimaksudkan

pribadi kita, namun pribadi kepada kami, harus masuk ke dalam aturan, kode, dan konvensi bahasa untuk dibagikan dan dipahami. Bahasa adalah sistem sosial, ini berarti bahwa pikiran pribadi kita harus bernegosiasi dengan semua arti lain untuk kata-kata atau gambar yang telah tersedia dalam bahasa yang kita gunakan dan akan memicu ke dalam tindakan

Pendekatan ketiga mengenali, karakter bahasa sosial masyarakat. Ini membenarkan baik hal dalam diri mereka maupun individu pengguna bahasa dapat memperbaiki makna dalam bahasa. Hal tidak berarti; kita membangun makna, menggunakan sistem representasional, konsep dan tanda-tanda. Oleh karena itu disebut pendekatan konstruktivis atau konstruksionis makna dalam bahasa (Hall, 1997:25).

Representasi adalah produksi makna melalui bahasa. Dalam representasi, *constructionists* berpendapat, kita menggunakan tanda-tanda, diatur dalam bahasa dari berbagai jenis, untuk berkomunikasi bermakna dengan lainnya. Bahasa dapat menggunakan tanda-tanda untuk melambangkan, dan mereferensikan benda, orang dan peristiwa dalam di dunia nyata. Tapi mereka juga dapat menggambarkan imajinasi dan dunia fantasi atau ide-ide abstrak yang kurang begitu jelas didalam kehidupan kita. Tidak ada hubungan sederhana dalam penggambarannya, peniruan dalam korespondensi antara bahasa dan dunia nyata. Dunia ini tidak akurat atau seperti yang tercermin di cermin . Bahasa tidak bekerja seperti cermin, makna diproduksi dalam bahasa.

Representasi berfungsi kurang lebih seperti model satu arah pemancar dan lebih menyerupai model dialog-nya, seperti yang mereka katakan, dialogis. Apa menopang dialog ini adalah adanya kode budaya bersama, yang tidak dapat menjamin bahwa makna akan tetap stabil selamanya-walaupun berusaha untuk memperbaiki makna persis sebabnya kekuatan campur dalam wacana. Tapi, bahkan ketika daya beredar melalui makna dan pengetahuan, satu-satunya pekerjaan jika mereka sampai

tingkat bersama, setidaknya sejauh bahwa mereka membuat 'penjabaran' yang efektif antara 'pembicara' mungkin

Untuk mengerti tentang media, ada lima prinsip dasar yang perlu diketahui:

1. Media tidak secara sederhana meniru dan merefleksikan suatu realitas
2. Seleksi, tekanan dan perluasan makna terjadi dalam tiap hal dalam proses konstruksi dan penyampaian pesan yang kompleks.
3. Audien tidaklah pasif dan mudah diprediksi, tetapi aktif dan berubah-ubah dalam memberikan respon.
4. Pesan tidaklah semata-mata ditentukan oleh keputusan produser dan editor tetapi juga oleh pemerintah, pengiklan maupun media yang kaya.
5. Media memiliki keanekaragaman kondisi yang berbeda yang dibentuk oleh perbedaan teknologi, bahasa dan kapasitas (Andrew, 1991:8).

Media tidak sembarangan dalam memilih berita yang akan disajikan, ada proses memilih dan mengolah fakta secara sistematis, maka perlu bagi mereka untuk mempengaruhi cara audien menginterpretasikan apa yang mereka maksud. selain menyajikan informasi kepada audien, media juga berfungsi untuk membentuk persepsi atau pemikiran mereka melalui berita yang dimuat dalam media tersebut. Dengan penggunaan umum, pemaknaan luas dari istilah media, maka disempitkan untuk memfokuskan pada media 'massa' (alih-alih telekomunikasi. Media merupakan industri konten yang mencurahkan diri untuk meraih audien populer dan pembaca dalam media cetak (surat kabar, majalah, penerbitan populer), layar (sinema, televisi dan aural (musik rekaman, radio) dalam jumlah besar (Hartley, 2004:187).

## **E.2 Maskulinitas**

Kategori yang memisahkan laki-laki dan perempuan atas dasar asumsi-asumsi perilaku, nilai, sikap dan kepercayaan disebut dengan gender. Gender kemudian dikontraskan dengan seks yang lebih mengacu pada perbedaan biologis. Asumsi gender didasarkan atas ideologi. Perbedaan seksual didasarkan atas genitalia

(biologis). Sementara perbedaan seksual merupakan perbedaan alami/ ilmiah, perbedaan gender merupakan perbedaan secara kultural (Hartley, 2004:95-96).

Ketika kita mendengar tentang kata maskulinitas akan terlintas dipikiran kita bahwa kata tersebut akan merujuk pada sifat yang cenderung melekat pada jenis kelamin laki-laki. Maskulin adalah cerminan dari sifat dan perilaku yang khas dengan laki-laki.

Maskulin dan feminin adalah penggolongan dari sifat yang melekat pada jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Dalam buku *Argumen Kesetaraan Jender*, kata jender berasal dari bahasa Inggris, *gender*, berarti "jenis kelamin". Dalam *Webster New Word Dictionary*, jender diartikan sebagai "perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi dan tingkah laku". (Nasaruddin 2001: 33).

Untuk memahami konsep gender ini harus dibedakan dengan *sex* (jenis kelamin). Karena jenis kelamin lebih kepada identitas biologis yang ada pada diri manusia itu sendiri (berbentuk fisik). Sedangkan konsep gender merupakan suatu sifat yang melekat pada kaum laki – laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural (Fakih, 1996 : 7-8).

Hilary M, Lips dalam bukunya yang terkenal *Sex & Gender: an introduction* mengertikan gender sebagai harapan-harapan budaya terhadap laki-laki dan perempuan (*cultural expectations for women and men*). Pendapat ini sejalan dengan pendapat umumnya kaum femimis seperti Linda L Lindsey, yang menganggap semua ketetapan masyarakat perihal penentuan seseorang sebagai laki-laki atau perempuan adalah termasuk bidang kajian jender (*What a given society defines as masculine or feminine is a component of gender*) (Nasaruddin 2001: 34).

Pada dasarnya maskulin ataupun feminis adalah sebuah konsep tentang pembawaan sifat dari seseorang. Karena pada prinsipnya sifat tersebut dapat melekat pada siapa saja, baik itu perempuan ataupun laki-laki dan tidak harus terpaku bahwa

maskulin harus laki-laki dan feminis harus terpaku pada perempuan. Bisa saja perempuan mempunyai sifat maskulin dan laki-laki memiliki sifat feminis.

Sedgwick memisah setiap pandangan jika maskulinitas adalah laki-laki, dengan alasan bahwa “ketika sesuatu adalah tentang "maskulinitas”, tidak selalu “tentang laki-laki”. Dia menentang posisi maskulinitas dan feminitas sebagai pembagian dalam dua bagian, dengan alasan bahwa bukan pada pusat yang berbeda, mereka berada dalam dimensi yang sama dan, maka dari itu ada istilah “*independen variable*” (Sedgwick dalam Beynon, 2002:8)

Konstruksi yang dibangun oleh tradisi-tradisi dan keyakinan menciptakan konsep yang lain dalam memandangnya. Dalam pandangan sosiolog, perbedaan perilaku laki-laki dan perempuan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan itu sendiri dari faktor faktor biologis dan genetik. Masyarakat yang menentukan perilaku tertentu menjadi milik jenis kelamin tertentu. Sebab bentuk perilaku adalah hasil interaksi dalam masyarakat yang ada (Abdullah : 2003 : 119).

Perbedaan anatomi biologis dan komposisi kimia dalam tubuh oleh sejumlah ilmuwan dianggap berpengaruh pada perkembangan emosional dan kapasitas intelektual masing-masing. Unger, misalnya mengidentifikasi perbedaan emosional dan intelektual antara laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

<b>Laki-laki (maskulin)</b>	<b>Perempuan (feminin)</b>
Sangat agresif	Tidak terlalu agresif
Independen	Tidak terlalu independent
Tidak emosional	Lebih emosional

Dapat menyembunyikan emosi	Sulit menyembunyikan emosi
Lebih objektif	Lebih subjektif
Tidak submisif	Mudah terpengaruh
Tidak mudah terpengaruh	Lebih submisif
Sangat menyukai pengetahuan eksakta	Kurang menyukai pengetahuan eksata
Tidak mudah goyah terhadap krisis	Mudah goyah terhadap krisis
Lebih aktif	Lebih pasif
Lebih kompetitif	Kurang kompetitif
Lebih logis	Kurang logis
Lebih mendunia	Berorientasi kerumah
Lebih terampil berbisnis	Kurang terampil berbisnis
Lebih berterus terang	Kurang terus terang
Memahami seluk beluk perkembangan dunia	Kurang memahami seluk beluk dunia
Berperasaan tidak mudah tersinggung	Berperasaan mudah tersinggung
Lebih suka berpetualang	Tidak suka berpetualang
Mudah mengatasi persoalan	Sulit mengatasi persoalan
Jarang menangis	Lebih sering menangis
Umumnya selalu tampil sebagai	Tidak umum tampil sebagai

pemimpin	pemimpin
Penuh rasa percaya diri	Kurang rasa percaya diri
Lebih banyak mendukung sikap agresif	Kurang senang terhadap sikap agresif
Lebih ambisi	Kurang ambisi
Lebih mudah membedakan antara rasa dan rasio	Sulit membedakan antara rasa dan rasio
Lebih merdeka	Kurang merdeka
Tidak canggung dalam penampilan	Lebih canggung dalam penampilan
Pemikiran lebih unggul	Pemikiran kurang unggul
Lebih bebas berbicara	Kurang bebas berbicara

(Unger dan Umar Nasaruddin, 2001:42-43)

### **E.3 Sepak Bola Sebagai Sebuah Kajian Ilmiah**

Sepak bola tidak hanya sekedar menjadi olahraga biasa, tapi mampu menjadi olahraga yang mencakup semua aspek dari kehidupan manusia. Olahraga murah meriah ini dapat dimainkan oleh semua orang walaupun memiliki perbedaan status sosial di masyarakat, dan tidak heran jika sepak bola adalah satu-satunya olahraga yang dapat diterima oleh setiap golongan. Sepak bola dalam penjabarannya tidak sesederhana seperti halnya hanya sebatas lebar lapangan untuk memainkan si kulit bundar bersama sebelas rekan dan berusaha memasukkan bola ke jala lawan untuk memperoleh kemenangan. Makna sepak bola bagi setiap orang bahkan jauh lebih

dalam, sepak bola dapat menanamkan arti dari kesetiaan, semangat, kebersamaan, nasionalisme, kekeluargaan. Tak sekedar sebagai olahraga biasa, sepak bola seperti madu dengan beribu-ribu lebah di sekelilingnya. Dimanapun dan kapanpun olahraga ini dimainkan, tidak akan pernah sepi peminat. Sepakbola sudah merasuk tajam ke dalam jiwa setiap orang dengan daya pikatnya yang sangat kuat dan seakan menjadi kewajiban sakral yang mampu menggeser nilai agamis. Sangat luas arti sepak bola bagi diri setiap pribadi, tidak ada kalimat yang spesifik mampu menjabarkan penuh tentang makna yang tertanam dalam olahraga dengan media bola ini. Secara sederhana, untuk dapat mengerti makna secara keseluruhan tentang sepak bola maka kita harus mencintai olahraga ini dan mau terlibat didalamnya.

Sepak bola telah menjadi medium bertemunya nilai-nilai pergaulan antar manusia, antar kelompok dan juga antar bangsa. Dalam sepak bola setiap pemain merepresentasikan suatu entitas daerah, kelompok atau bangsa untuk meraih yang terbaik dengan menjunjung tinggi aturan main dan sportivitas. Seorang pemain tidak pernah dilihat warna kulitnya, agama atau bangsanya, tetapi sejauh mana kemampuannya kepada tim dan ketundukannya kepada aturan main (Iskandar, 2006:1).

Terdapat nilai spiritual didalam sepak bola, karena sepak bola selalu menampilkan dimensi lain lain suatu bangsa sehingga olahraga ini menjadi jendela dialog antar komunitas, antar ormas, dan antar bangsa. Sepak bola mengajarkan bahwa kekerasan atas nama apapun tidak bisa dibenarkan. Selama 90 menit permainan, semua pemain ataupun pelatih tunduk dengan keputusan wasit. Kadang keputusan wasit keliru, tapi tetap harus ditaati, walaupun wasit dituntut untuk menjunjung tinggi keadilan dan menjalankan kepemimpinan secara efektif. Itulah spiritual dalam sepak bola yang mengajarkan kepada kita untuk hidup secara kompetitif dan sportif, berjiwa besar dan tanpa kekerasan (Iskandar, 2006,4-6).

Begitu rumitnya makna dari olahraga ini, bahkan orang yang sudah terlibat aktif sebagai pecinta sepak bola belum tentu dapat menjabarkan secara *gambang* apa yang mereka rasakan. Seperti halnya narkoba yang membuat candu, orang yang sudah kecanduan narkoba tidak bisa untuk mengungkapkan apa yang dirasakan dalam diri mereka. Seorang pecandu hanya dapat merasakan efek candu untuk selalu menggunakan narkoba. Maka dari itulah, bagi setiap fans, sepak bola bukanlah sesuatu yang harus mereka jabarkan, karena tidak akan ada kata yang pernah bisa mewakili perasaan mereka.

Menurut Hedi Pudja Santosa dalam bukunya *Sport Komunikasi dan Audiens*, sepak bola dapat mencakup tiga bagian, yaitu sepak bola menjadi sebuah olahraga, komunikasi, dan multikulturalisme. Begitu dalamnya sepak bola dapat merasuk ke dalam kehidupan seseorang, seperti yang dikatakan oleh Hedi Pudja Santosa

“Daya pikat sepak bola yang begitu tinggi, digambarkan mampu menghipnotis miliaran pasang mata di bawah kolong langit, mampu menyedot selera dan keinginan orang untuk lebih memilih menonton sepak bola ketimbang pergi mengikuti kebaktian di gereja (2014:3)”.

Pengaruh sepak bola seakan mampu menggeser nilai-nilai religius yang sejatinya sudah tertanam dalam diri seseorang, dengan mempercayai bahwa *si kulit bundar* adalah agama kedua yang harus diagungkan selayaknya kepercayaan mereka terhadap Tuhan. Stadion diibaratkan sebagai sebuah tempat suci yang harus dibuat sesakral mungkin seperti halnya dalam ajaran agama yang mengajarkan bahwa masjid, gereja, sebagai tempat suci yang juga harus di hormati oleh setiap umatnya. Teriakan lantang, gerakan tangan, maupun nyanyian disetiap tribun diibaratkan seperti proses ritual ayat-ayat dalam doa. Begitu juga halnya dengan pemain, keberadaan mereka sangat diagungkan oleh fans seperti halnya malaikat yang menjadi panutan dan idola. Tidak heran, bagi fans bola sejati dimanapun dan kapanpun klub sepak bola bermain, pasti akan selalu ada fans yang mengikuti dan

mendukung. Sepak bola adalah satu-satunya olahraga yang dapat memunculkan sifat fanatisme yang berlebih. Sepak bola dapat menjadikan seseorang rela mempertaruhkan harta, jiwa dan nyawa untuk senantiasa selalu berdiri digaris depan demi mendukung sebuah kebanggaan.

Bisa dibilang, sepak bola adalah agama modern. Ia memiliki semua aspek religius, bahkan kerap bercampur dengan agama-agama tradisional. Lebih dari itu, ia menawarkan dua hal yang tak ada didalam agama-agama tradisional, yakni kebebasan untuk memilih hiburan yang bersifat kolektif (menonton bersama di stadion). Ia mengikat orang ke dalam komunitas, dan menciptakan rasa kebersamaan. Namun, sama seperti agama-agama tradisioanl, ia juga bisa melahirkan konflik, kebencian dan perang (Santosa, 2014 : 15).

Tidak heran jika efek dari fanatisme yang berlebihan menjadi sumbu pemicu mudahnya terjadi bentrokan antar fans sepak bola. Yang mereka tahu ketika saling serang antar supoter adalah hanya untuk mempertahankan harga diri dan sebuah kebanggaan logo di dada. Kelakuan brutal karena memang sangat sulitnya untuk mengkoordinir masa, dan sederetan perilaku negatif sudah menjadi bumbu dan komoditas utama pemberitaan di media. Bukannya tidak pernah ada niatan dari kedua pihak untuk mendeklarasikan misi perdamaian, tetapi rivalitas yang tinggi disertai dengan fanatisme yang berlebihan menjadi faktor utama mudah pecahnya kerusuhan. Kerusuhan suporter yang terjadi di Indonesia sebenarnya bukan isu baru, karena sejak lama sebenarnya sudah sering terjadi (Suyatna, 2007:38)

Nyawa seakan menjadi sesuatu yang *sepele* dan selalu menjadi taruhan suporter, terutama untuk dapat membela klub kebanggan di kota rival. Kebersamaan, kekeluargaan komunitas suporter, serta kesamaan terhadap satu kebanggaan akan memunculkan keberanian serta semangat dalam setiap individu. Seperti di Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa ini, sepak bola sudah menjadi jiwa dan identitas dari bangsa. Indonesia yang terkenal dimata dunia dengan keberagaman

budaya, agama dan bahasa, mempunyai sisi cerita tersendiri menyangkut dengan sepak bola. Kentalnya kebudayaan lokal yang tercermin didalam setiap aspek kehidupan, tidak kalah dengan kentalnya dengan nafas sepak bola. Keunikan dengan keberagaman budaya bukan menjadi penghalang seseorang untuk cinta dengan pesona dari olahraga sepak bola, tetapi dengan adanya sepak bola, keberagaman tersebut dapat mengerucut menjadi sarana pemersatu pecinta sepak bola dari berbagai kalangan. Karena sepak bola, setiap wilayah mempunyai ciri khas yang melekat dan menjadi identitas seperti Jakarta yang terkenal dengan Persija dan fans fanatik mereka Jak Mania, kota Bandung dan Jawa Barat yang mempunyai Bobotoh dan Viking, kota Malang dengan Aremania, Surabaya dengan Bonek, Jogja dengan klub sepak bola PSIM dan fans fanatik Brajamusti, juga kota Sleman dengan klub sepak bola PSS Sleman dengan fans fanatic mereka Slemania dan Brigata Curva Sud atau BCS.

Fajar Junaedi dalam bukunya yang berjudul Bonek yang dikutip dari sebuah koran:

“Spreaker merasa bangga, bahoea comite poenja seroean boeat dirikan persatoean soeda dapet sympanthie dari beberapa fihak. Hal mana ada satoe tanda bahoea soeda sampe tempoenja dalam kalangan Indonesier diadakan matjam itoe badan persatoean. Spreaker laloe terangkan hal goenanja kaloe sport ada salah satoe soeal dapetkan kemoedian bangsa”. (Koran Bintang Mataram 22-24 April 1930)

Kutipan dari koran Bintang Mataram yang ditujukan untuk menyambut berdirinya Persatuan Sepak bola Seluruh Indonesia (PSSI) memperlihatkan bagaimana Bangsa Indonesia menyadari bahwa sepak bola adalah salah satu cara perjuangan untuk meraih kemerdekaan bangsa. Sebuah kesadaran yang sebenarnya juga dijumpai dalam berbagai perjuangan kebangsaan yang lain dalam situasi yang berbeda (Junaedi, 2012:1).

Terdapat satu fakta unik tentang rivalitas supporter yang terjadi di Indonesia. Di pulau Jawa terdapat empat wadah supporter terbesar yaitu Jak Mania, Bobotoh,

Aremania dan Bonek. Empat suporter tersebut seakan menjadi kiblat dari suporter lainnya. Terdapat fakta bahwa rivalitas antara Jak Mania dan Bobotoh dan Bonek dengan Aremania terjadi, seakan dapat menarik garis koalisi terhadap suporter bola dari klub lain. Garis koalisi ini bisa terjadi karena rasa solidaritas yang terjadi dalam skala yang lebih besar antar suporter. Kesamaan sejarah, letak geografis juga menjadi faktor terjadinya garis koalisi yang menjadikan terkotak-kotaknya konflik antar suporter. Ada keunikan dari sepak bola di Indonesia, rivalitas dan konflik yang sangat sering pecah diberbagai pertandingan, mampu cair dan merapat menjadi satu ketika mereka secara serentak mendukung Timnas Indonesia berlaga. Logo Garuda di dada mampu memunculkan kembali arti dari Bhineka Tunggal Ika. Multikulturalisme cair menjadi satu ketika rasa nasionalisme muncul kembali dalam pikiran setiap fans. Tidak ada lagi rivalitas dari kecintaan terhadap klub lokal. Mereka sama, hanya untuk satu tujuan, berjuang selantang suara untuk melihat Timnas Indonesia berjaya. Maka kerap kali muncul slogan yang diucapkan para penikmat sepak bola di Indonesia, “lagu kita tetap sama, Indonesia Raya”. Sebuah slogan yang sederhana tapi kerap kali digunakan untuk mengingatkan jiwa seseorang dari perpecahan karena fanatismenya terhadap klub lokal dengan bermacam kebudayaan yang berbeda-beda.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **F.1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Representasi Maskulinitas Dalam Foto Dan Grafis Piala Dunia 2014 Di Tribun Jogja” menggunakan paradigma kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menghasikan data secara deskriptif berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka dan semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Bogdan dan Biklen, 1985:39-44).

Penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretatif, yakni analisis interpretatif semiotika terhadap foto dan grafis pada koran Tribun Jogja edisi Piala Dunia 2014. Penelitian menggunakan metode kualitatif, temuan-temuannya tidak

diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, jenis penelitian ini menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan (Rakhmat, 2001:24).

Tanda dan simbol merupakan alat dan materi yang digunakan dalam interaksi. Komunikasi merupakan proses transaksional dimana pesan (tanda) dikirimkan dari seorang pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*). Supaya pesan tersebut dapat diterima secara efektif maka perlu adanya proses interpretasi terhadap pesan tersebut, karena hanya manusia-lah yang memiliki kemampuan untuk menggunakan dan memakai simbol-simbol, maka berkembanglah cabang ilmu yang membahas tentang bagaimana memahami simbol atau lambang. Salah satunya yang kita kenal dengan semiologi. Semiologi adalah ilmu yang digunakan untuk menginterpretasikan pesan (tanda) dalam proses komunikasi. Karena pada penelitian ini membahas tanda dan simbol-simbol, metode yang digunakan adalah metode semiotika (Vera, 2014 : 1-2)

## **F.2 Objek Penelitian**

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah media cetak Tribun Jogja edisi Piala Dunia 2014 pada tanggal 1 Juni 2014 sampai dengan tanggal 13 Juli 2014.

## **F.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan sumber data yang terdiri dari data primer (data utama) dan data sekunder (pendukung)

### **a. Data Primer**

Keseluruhan informasi mengenai konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) yang kita peroleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan objek penelitian.

Sumber data yang paling utama adalah semua tanda-tanda bahasa (*sign*) antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang muncul pada koran Tribun Jogja edisi Piala Dunia 2014.

b. Data Sekunder

Data-data pendukung dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka. Studi pustakan merupakan pedoman untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dan dikumpulkan guna mengkaji beberapa pokok permasalahan dari objek yang diteliti seperti buku-bukbu, majalah, jurnal penelitian, artikel, penelitian terdahulu, dan berbagai situs internet yang relevan dengan penelitian.

#### **F.4 Teknik Analisis Data**

Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel, dan sebagainya (Moleong, 2001:103).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika, yaitu ilmu tentang tanda-tanda dan bagaimana sistem tanda tersebut berkerja. Metode semiotika akan digunakan untuk menganalisis teksnya (narasi dan tampilan visual dalam iklan). Analisis semiotika berfungsi untuk membaca tanda-tanda dan simbol yang dianggap signifikan dalam merepresentasikan maskulinitas.

Daniel Chandler mengatakan “*The shortest definition is that is the study of sign*” (definisi singkat dari semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda). Ada juga yang mengatakan “*The study of how society produces meaning and values in a commuication system is called semiotics from the Greek term semion, “sign”*”. “Studi tentang bagaimana masyarakat memproduksi makna dan nilai-nilai dalam sebuah system komunikasi disebut semiotika, yang berasal dari kata *seemion*, istilah Yunani, berarti “tanda”. Disebut juga semeiotikos, yang berarti “teori tanda”. Menurut Paul

Colbey kata dasar semiotika diambil dari kata dasar Seme (Yunani) yang berarti “penafsir tanda” (Rusmana, 2005: 4).

Menurut John Fiske, semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun didalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (John Fiske, 2007:282) dalam Vera, 2014.

Preminger berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu yang menganggap bahwa fenomena sosial/ masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Pradopo, 2003:119. Semiotika mengeksplorasi bagaimana makna yang terbangun oleh teks telah diperoleh melalui penataan tanda dengan cara tertentu dan melalui menggunakan kode budaya (Barker, 2004).

Menurut Culler (1981), semiotika adalah instrumen pembuka rahasia teks dan penandaan, karena semiotika adalah puncak logis dari apa yang disebut Derrida sebagai “logosentrisem”. Budaya barat rasionalitas yang merupakan fungsi tanda sebagai ekspresi (dalam Kurniawan, 2001:12).

Semiotika sering diartikan sebagai ilmu signifikasi, dipelopori oleh dua orang, yaitu ahli linguistic Swiss, Ferdinand De Saussure (1857-1913) dan seorang filosof pragmatisme Amerika, yaitu Charles Sanders Peirce (1839-1914). Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi (*semiology*). Semiologi menurut Saussure didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakangnya sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Dimana ada tanda disana ada system (Hidayat, 1998:26: dalam Zulkarnain Yani). Sedangkan Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika (*semiotics*). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya,

manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000:4).

Dari berbagai pendapat peneliti, dapat ditarik satu kesamaan tentang semiotika yaitu ilmu tentang tanda, dan merupakan cabang filsafat yang mempelajari tentang “tanda”.

Berdasarkan lingkup pembahasannya, semiotika dibedakan atas tiga macam berikut:

a. Semiotika Murni (*Pure*)

*Pure Semiotic* membahas tentang dasar filosofi semiotika, yaitu berkaitan dengan metabahasa, dalam arti hakikat bahasa secara universal. Misalnya, pembahasan tentang hakikat bahasa sebagaimana dikembangkan oleh Saussure dan Pierce.

b. Semiotika Deskriptif (*Descriptive*)

*Descriptive Semiotic* adalah lingkup semiotika yang membahas tentang semiotika tertentu, misalnya system tanda tertentu atau bahasa tertentu secara deskriptif.

c. Semiotika Terapan (*Applied*)

*Applied Semiotik* adalah lingkup semiotika yang membahas tentang penerapan semiotika pada bidang atau konteks tertentu, misalnya dengan kaitannya dengan sistem tanda sosial, sastra, komunikasi, periklanan, dan lain sebagainya. (Kaelan, 2009 : 164).

Didalam buku karya Nawiroh Vera, dituliskan dalam pertemuan *Vienna Circle* yang berlangsung di Universitas Wina pada tahun 1922, sekelompok sarjana menyajikan sebuah karya berjudul “*International Encyclopedia*”. Semiotika dikelompokkan menjadi tiga bagian atau tiga cabang ilmu tentang tanda

- a. *Semantics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda berkaitan dengan yang lain
- b. *Syntactics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda memiliki arti dengan tanda yang lain.
- c. *Pragmatics*, yang mempelajari bagaimana tanda digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Mansoer Pateda (dalam Rusmana, 2005) menyebutkan terdapat Sembilan macam semiotik.

- a. Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
- b. Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat dialami oleh setiap orang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
- c. Semiotik faunal (*zoosemiotics*), yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda dari hewan-hewan ketika berkomunikasi di antara mereka dengan menggunakan tanda-tanda tertentu, yang sebagiannya dapat dimengerti oleh manusia
- d. Semiotik kultural. Yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Oleh karena semua suku, bangsa, atau negara memiliki kebudayaan masing-masing maka semiotika menjadi metode dan pendekatan yang diperlukan untuk ‘membedah’

keunikan, kronologi, kedalaman makna, dan berbagai variasi yang terkandung dalam setiap kebudayaan tersebut.

- e. Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*foklorer*).
- f. Semiotik natural, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
- g. Semiotik normatif. Yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat manusia yang berwujud norma-norma.
- h. Semiotik sosial, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia berwujud lambang, baik lambang yang berwujud kata ataupun kalimat.
- i. Semiotik struktural, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes.

Berikut merupakan peta kerja dari analisis semiotik Roland Barthes:

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

Sumber: Sobur, Semiotika Komunikasi, 2009

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa denotative (3), terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotative adalah juga penanda konotatif. Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar menjadi makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi keberadaannya.

Terdapat dua level makna yaitu penandaan tingkat pertama (*first-order signification*). Pada level tanda disebutkan terdiri dari *signifier* dan *signified* yang menunjukkan makna atau tanda yang nyata. Penandaan pada tingkat kedua (*second-order signification*) menggunakan tanda denotasi (*signifier* dan *signified*) sebagai signifiernya (Budiman, 2000:6). Tahap ini mengarah pada penjelasan mitos dan ideologi yang ada dalam teks melalui tanda-tanda.

Pada semiologi Barthes ini menjelaskan bahwa pada signifikasi tingkat pertama terdapat penanda dan petanda. Hubungan antara penanda dan petanda ditingkat pertama menghasilkan sebuah tanda yang menjadi penanda yang selanjutnya berhubungan dengan petanda tingkat kedua. Pada tingkat inilah mitos terlihat. Barthes menjelaskan lebih lanjut, aspek material mitos, yaitu penanda-

penanda pada semiologis tingkat kedua dapat disebut sebagai retorik (konotasi) yang terbentuk dari tanda-tanda pada sistem semiologis tingkat kedua yang disebut fragmen ideologi (Barthes, 2012:14).

Dalam bentuk semiotik iklan dikaji lewat sistem tanda. Iklan menggunakan sistem tanda yang terdiri atas lambang, baik bersifat verbal maupun non verbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, lambang non adalah bentuk warna yang disajikan dalam iklan, yang tidak secara khusus meniru rupa atas bentuknya realitas (Sobur, 2009:116)

Bagi Saussure, sistem signifikasi dibentuk oleh serangkaian tanda yang dipilih antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa (Sobur, 2004:125)

Hubungan antara *signifier* dan *signified* bersifat *arbiter* (mana suka) dan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut. Sebagaimana dikatakan Culler, karena arbiter tanda bergantung sepenuhnya kepada sejarah dan kombinasi penanda dan petanda pada momen tertentu merupakan hasil dari proses historis yang terikat dengan ruang dan waktu (Barker, 2009:73)

Penanda tekstual (*Lexias*) di dalam teks dapat dikelompokkan setidaknya dalam lima kode pokok (*five major codes*) yaitu kode hermeneutik, kode proairetik/ kode narasi, , kode kultural/ kode budaya, kode semantik , dan kode simbolik (Barthes, 1990:17-18).

### **1. Kode Hermeneutik.**

Di bawah kode hermeneutik, orang akan mendaftar beragam istilah (formal) yang berupa sebuah teka-teki (enigma) dapat dibedakan, diduga, diformulasikan, dipertahankan, dan akhirnya disingkap. Atau dengan kata lain, kode hermeneutik

berhubungan dengan teka-teki yang timbul dalam sebuah wacana. Siapakah mereka? Apa yang terjadi? Halangan apakah yang muncul? Bagaimanakah tujuannya? Jawaban yang satu menunda yang lain. Kode ini disebut pula sebagai suara kebenaran (*The Voice of Truth*).

## **2. Kode Proairetik Atau Kode Narasi.**

Merupakan tindakan naratif dasar (*basic narrative action*), yang tindakan-tindakannya dapat terjadi dalam berbagai sikuen yang mungkin diindikasikan. Kode ini disebut pula sebagai suara empirik.

## **3. Kode Budaya.**

Sebagai referensi kepada sebuah ilmu atau lembaga ilmu pengetahuan. Biasanya orang mengindikasikan kepada tipe pengetahuan (fisika, fisiologi, sejarah, dan sebagainya). Kemudian, dicoba untuk mengkonstruksikan sebuah budaya yang berlangsung pada satu kurun waktu tertentu yang berusaha untuk diekspresikan. Kode ini disebut pula sebagai suara ilmu.

## **4. Kode Semantik.**

Kode ini merupakan sebuah kode relasi penghubung (*medium-relatic-code*), yang merupakan konotasi dari orang, tempat, obyek, yang petandanya adalah sebuah karakter (sifat, atribut, predikat). Misalnya konotasi femininitas, maskulinitas. Atau dengan kata lain, kode semantik adalah tanda-tanda yang ditata sehingga memberikan suatu konotasi maskulin, feminin, kebangsaan, kesukuan, loyalitas.

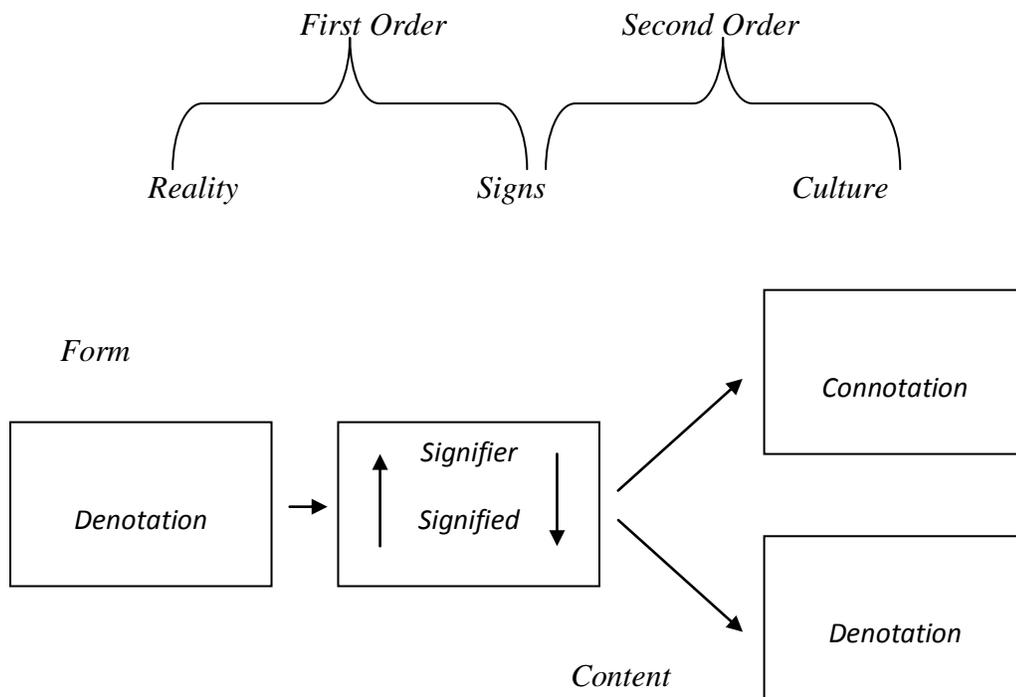
## **5. Kode Simbolik.**

Tema merupakan sesuatu yang tidak stabil, dan tema ini dapat ditentukan dan beragam bentuknya sesuai dengan pendekatan sudut pandang (perspektif) yang

digunakan. Kode simbolik juga berkaitan dengan psikoanalisis, antitesis, kemenduaan, pertentangan dua unsur, skizofrenia.

Analisis semiotika Rolan Barthes memfokuskan perhatiannya lebih tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (two order signification).

Signifikasi dua tahap menurut Barthes:



Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2009: 69)

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified didalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutkannya denotasi,

yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Konotasi mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif.

Signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos *primitive*, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan (Sobur, 2004:128)

Menurut Ratna Noviani makna yang pertama diidentifikasi dalam iklan, yang pertama adalah makna denotatif. Makna apa yang diungkapkan oleh tanda-tanda itu secara literal atau secara *common sense*. Yaitu makna yang mengambang dan dapat dibaca dari permukaan atau *surface* iklan tersebut. Selanjutnya akan diidentifikasi makna-makna yang tersembunyi di balik *surface* iklan tersebut, serta bagaimana makna-makna konotatif tersebut dikonstruksikan. Asosiasi-asosiasi atau kode-kode apa saja yang digunakan untuk memunculkan makna tersebut. Dan apakah terdapat hubungan interteks dengan teks-teks yang lain, untuk bisa memunculkan makna seperti yang diharapkan oleh pengiklan. Hal ini akan memungkinkan terbacanya nilai-nilai atau *belief system* yang digunakan sebagai referensi untuk mengkonstruksi makna dalam iklan. Dengan demikian, akan diketahui tanda-tanda yang memiliki referensi realitas. Pada akhirnya, akan teridentifikasi pula sifat hubungan antara tanda-tanda dalam iklan tersebut dengan referensi atau realitas (Noviani, 2002:81)

## **F.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun untuk memudahkan penyajian hasil analisis data sekaligus memudahkan proses analisis penelitian. Untuk itu, tulisan ini disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab.

**Bab Pertama** berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori dan metodologi penelitian. Bab ini berfungsi sebagai pendahuluan yang mengantarkan isi pembahasan yang dibahas pada bab – bab berikutnya.

**Bab Kedua** berisi tentang gambaran umum. Bab ini berisi profil dari surat kabar Tribun Jogja dan bentuk fenomena foto dan grafis olah raga dalam media. Maksud paparan ini adalah untuk menggambarkan seluk beluk objek penelitian.

**Bab Ketiga** berisi tentang pembahasan yang terdiri dari analisis mengenai tanda dan simbol maskulinitas yang berada dalam Koran Tribun Jogja edisi Piala Dunia 2014. Tujuan dari paparan ini adalah memunculkan pemaknaan yang belum dikomunikasikan secara langsung dan bagaimana bab tiga sebagai inti pembahasan dalam skripsi ini.

**Bab Keempat** adalah bab penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran, dan kritik yang didapat dari deskripsi pada bab satu atau pendahuluan sampai bab tiga atau pembahasan.