

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Power Ranger merupakan sebuah fenomena adaptasi budaya yang merajai dunia televisi dengan distribusinya di seluruh dunia mengikuti sukses *Super Sentai*.¹ Disebut adaptasi budaya karena seri *rangers* adalah transformasi kisah *Super Sentai* bernuansa Jepang menjadi *Power Rangers* yang bercita rasa Amerika. Ini dilakukan menilik kesuksesan Seri *Sentai* di dunia membuat produsennya hendak merangsek ke dunia pertelevisian Amerika pada awal dekade 90-an.

Power Rangers menarik konsumen dari segala usia dan latar belakang, secara cepat menjadi program televisi anak yang paling banyak ditonton di Amerika Serikat mengikuti perkenalannya oleh *Fox Kids Network*. Seiring bergantinya tahun, sekuel *rangers* berganti dari satu musim ke musim lainnya. Dimulai dengan tiga sekuel pertama musim—*season*—*Mighty Morphin Power Rangers* yang mengudara pada 28 Agustus 1993. Kemudian diikuti *Mighty Morphin Alien Rangers*, *Zeo*, *Turbo*, *Power Rangers in Space*, *Lost Galaxy*, *Lightspeed Rescue*, *Time Force*, *Wild Force*, *Ninja Storm*, *Dino Thunder*, *SPD*, *Mystic Force*, *Operation Overdrive*, *Jungle Fury*, dan *RPM*. Secara singkat pula setelah debutnya di Amerika Serikat, seri *rangers* yang

¹ Merupakan judul kolektif dari semua serial special effect produksi Toei Company Ltd., TV Asahi dan Bandai di Jepang. Merupakan produk budaya populer Jepang sejak 1975. Sumber <http://www.supersentaionline.com/> diakses pada 13 Juni 2010

populer ini dirilis secara mendunia dan menjadi fenomena global yang mengudara di lebih 40 pasar belahan dunia dengan lebih dari 700 episode dan akan terus bertambah.²

Fenomena tersebut merupakan hasil pengalaman dari kegagalan kartun “*Sailor Moon*” di Amerika hanya karena kentalnya unsur Jepang—yang mana kurang disukai masyarakat Amerika.³ Untuk itu, hadirnya *Power Rangers* tidak jauh dengan adopsi dari serial super sentai Jepang. Cita rasa Negeri Matahari Terbit kurang disukai oleh banyak audiens di Amerika lantaran dianggap asing dan aneh oleh audiens. Dengan alasan tersebut, produsen *ranger* banyak mengeliminasi budaya dan jumlah pemeran dari Ras Mongoloid—khususnya Jepang.

Produsen seri *ranger* menghilangkan banyak unsur Jepang dalam setiap serialnya. Sebagaimana banyaknya adaptasi kisah asli *Super Sentai* yang menetengahkan kehidupan remaja di Jepang diadaptasi dengan *Power Rangers* yang memiliki setting kehidupan California.

Power Rangers secara umum menunjukkan variasi tokoh *ranger*. Terdapat pergantian pemeran *ranger* berdasar warna kulit layaknya kulit putih, kulit kuning, dan kulit hitam atau Afro-Amerika.⁴ Secara sepintas penokohan berdasar warna kulit memang sederhana, akan tetapi bila diteliti lebih mendalam kulit putih lebih sering muncul sebagai tokoh yang superior

² <http://www.powerrangers.com/about-power-rangers.html> diakses pada 23 Maret 2011

³ Allison, Anne (2000). Challenge To Hollywood? Japanese Character Goods Hits The US. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*, Vol. 20, Issue 1. Dari Situs EBSCO

⁴ Afro-Amerika (*Afro-Amerika*) merujuk pada masyarakat kulit hitam di Amerika. Afro-Amerika secara bahasa adalah masyarakat Afrika kulit hitam yang tinggal di Amerika. Penggunaan kata “Afro” juga familiar dengan Afro-Samurai yang mengindikasikan sebagai Samurai Afrika berkulit hitam.

dibandingkan kulit kuning ataupun kulit hitam.⁵ Sangat jarang dimunculan kulit kuning atau kulit hitam sebagai tokoh sentral. Jarang munculnya kulit hitam ini sesuai realita dari kehidupan Amerika dan dunia yang terkadang masih ditemui mempraktekkan paham rasisme. Walau rasisme sudah dihapus dalam regulasi di berbagai negara—termasuk di AS, tetapi praktek rasis dalam kehidupan sehari-hari terkadang masih nampak. Kulit hitam dianggap sebagai ras minoritas yang kriminal, tidak berpendidikan, pekerja kasar, dan tidak diperhatikan keberadaan atau statusnya. Dengan kata lain, terdapat penghubungan kulit hitam, kemiskinan, dan kriminal.⁶



Gb. 1 : Power Rangers : S.P.D.

Menilik sejarah, Afro-Amerika yang pada abad 19 lebih akrab dengan istilah negro merupakan sekelompok budak dari Afrika yang didatangkan oleh Inggris untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja di negeri koloni—

⁵ Rubler, Diane (1994). Black Super Heroes Teach and Inspire. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*, Vol. 101, Issue 3. Dari Situs EBSCO

⁶ Entman, Robert M dan Rojecki, Andrew. 2000. *The Black Image in the White Mind : Media and Race in America*. Chicago. The University of Chicago Press. Halaman 46

termasuk AS—dan kepulauan Hindia Barat.⁷ Mereka adalah budak pekerja paksa, dianggap lebih rendah, hina, inferior secara ekonomi, rendah pendidikannya, dan memiliki status rendah ditengah masyarakat *Anglo-Saxon* yang sejatinya adalah majikan.

Masyarakat kulit hitam kehilangan identitas dan hubungan budaya Afrika sebagai tempat asalnya. Keadaan mereka tidak memungkinkan untuk berbudaya layaknya Kulit Hitam Afrika asli.⁸ Semua lantaran posisi mereka sebagai budak ditambah inferioritas perlengakapan budaya. Maka, Kulit Hitam Amerika sangat sulit untuk mengaktualisasikan dirinya

Namun, seiring pergerakan sosial tahun 1960-an membuat warga kulit hitam bisa bernafas lega seiring upaya pemerintahan Amerika sedang mempromosikan dirinya kepada dunia sebagai Amerika yang menghargai hak asasi manusia yang bebas, egaliter, dan merdeka.⁹ Dengan begitu, masyarakat Afro-Amerika diberikan kebebasan untuk mengekspresikan dirinya. Baik dalam dunia politik, ekonomi, dan seni—dalam hal ini dunia hiburan.

Meski mereka memiliki kebebasan berekspresi tapi media banyak merepresentasikan orang kulit hitam inferior daripada kulit putih dan dituangkan ke dalam berbagai karya audio dan atau visual seperti film, serial TV, pementasan seni, dan karya sastra. Seperti kulit hitam yang menjadi orang suruhan atau bawahan kulit putih. Pen-stereotip-an yang kuat atas etnik

⁷ Gabriel, Ralph. 1991. *Nilai-Nilai Amerika : Kelestarian dan Perubahan*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press. Halaman 175

⁸ Ibid

⁹ Dubey, Madhu (2003). Postmodernisme as Postnationalism? Racial Representation in U.S. Black Cultural Studies. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*, Vol. 33, Issue 1. Dari Situs EBSCO

itu dijadikan *Unique Selling Point* (USP) pada masing-masing karakter tokohnya.¹⁰ Sebagaimana kulit hitam dalam komedi situasi yang berkarakter tolol, dekil, budak, atau kulit hitam yang banyak bicara. Ketololan itu menjadi USP yang laku untuk membuat karakter kuat menariknya cerita. Whoopi Goldberg misalnya yang menjadi tokoh komedi tolol namun malah menjadi daya tarik tersendiri.



Gb. 2 : Whoopi Goldberg sebagai contoh kulit hitam yang berperan tolol

Multikulturalisme seperti itu seringkali dijadikan sebagai pendekatan strategis agar mudah diterima pemirsanya.¹¹ Yaitu dengan cara mengeksploitasi stereotip kulit hitam untuk dihadirkan menjadi komoditi pasar sekaligus melekatkan karakter yang kuat tentang kulit hitam.

Contoh lain bagaimana kulit hitam memiliki posisi yang tidak seperti kulit putih adalah seperti kulit hitam yang lebih sering menjadi pihak

¹⁰ Yutanti, Widya (2009). Multikulturalisme dalam Wajah Komedi Kita antara Kesederajatan dan Kesenjangan. *Jurnal Ilmu Komunikasi : Komunikator*, No. 1, Tahun 1 2009. Halaman 66-73

¹¹ Ibid

terbunuh seperti dalam film *Anaconda, Jason and Freddy*. Bahkan orang kulit hitam hanya menjadi pengikut keputusan dalam film seperti “*Black Hawk Down*” yang mana kulit hitam menjadi pesuruh dari komandan kulit putih dalam misi perdamaian. Ataupun Amerika dekade 80-an yang banyak merepresentasikan kulit hitam sebagai pemeran berkarakter kriminal, bermulut besar, tidak serius, pesuruh, kaum marginal, dan masih banyak lagi konotasi negatif yang disematkan kepada kaum Afro-Amerika.

Kulit hitam yang digambarkan sebagai inferior, korban, dan pengikut keputusan. Kenyataan kulit hitam di masyarakat tersebut tercermin betapa jarang serial *rangers* menghadirkan kulit hitam sebagai tokoh sentral. Tokoh sentral yang dimaksud adalah *BVS Entertainment* memposisikan ras hitam sekedar sebagai tokoh pendukung. Ada banyak wajah kulit hitam yang muncul, tapi memiliki sedikit waktu, jarang nampak, seperti ditenggelamkan di dasar samudera dan jarang berinteraksi dengan kulit putih.¹² Sebagaimana yang terjadi dalam kebanyakan seri *rangers* dengan musim SPD (2005) dan *Turbo* (1997) sebagai eksepsionis seri *rangers*.¹³ Pengecualian itu adalah kulit hitam yang berposisi sebagai *rangers* merah—pemimpin tim. Dengan kata

¹² Greenberg dan Brand (1994) dalam Croteau dan Hoynes. 2003. *Industries, Images, and Audiences Media Society*. California : Sage Publication Ltd. Halaman 292

¹³ Kecuali “*Power Rangers : Turbo*” yang mana mengetengahkan Kulit hitam sebagai *Ranger* Merah. Namun, dalam cerita sekuel *Turbo* tidak ada konflik batin dari *ranger* lain yang mempersoalkan posisi *ranger* merah. Seperti yang terjadi dalam “*Power Rangers : SPD*” di mana *ranger* biru sangat berambisi menjadi *ranger* merah demi meneruskan tradisi *Ranger* Merah berasal dari keluarganya. *Ranger* Biru kurang *sreg* dengan *Ranger* Merah karena ia merasa lebih layak menjadi pemimpin lantaran merasa dalam dirinya mengalir darah *Ranger* Merah ayahnya. Belum lagi dari seluruh jumlah episode musim *Turbo* yang mengetengahkan kulit hitam sebagai pemimpin tim dengan sembilan episode. Berbeda bila dibandingkan dengan musim SPD dengan 38 episode pemunculan kulit hitam sebagai *ranger* merah.

lain, jarang sekali kulit hitam memiliki peran pemimpin dalam peran sebagaimana *Ranger Merah* dalam serial *Power Rangers*.

Aturan baku dalam seri ranger adalah *Ranger Merah* biasanya menjadi pemimpin tim, pembuat keputusan, terkuat, memiliki gadget terbaik dibanding anggota lain, dan hadir sebagai seorang *hero*.¹⁴ Berarti, *Ranger Merah* memiliki strata spesial yang lebih tinggi dibanding yang lainnya.

Strata spesial *Ranger Merah* membawa kepada pemikiran *Ranger Merah* yang lebih superior dibanding *ranger* lain. Maka, penokohnya tentu menjadi sebuah perhatian khusus. Afro-Amerika sebagai ras kulit hitam Amerika mendapat porsi yang lebih sedikit dalam serial terutama dalam penokohan *Ranger Merah*. Sampai tahun 2009—17 musim, baru dua kali pemunculan Afro-Amerika sebagai *Ranger Merah* dalam dan sisanya didominasi kulit putih.



Gb. 3 : *Ranger Merah* Berkulit Hitam

Realita lebih seringnya kulit putih yang muncul daripada kulit hitam merupakan penyesuaian antara kepentingan media dengan selera publik yang

¹⁴ *Hero* adalah pembunuh yang akibatnya berakhir bahagia, berbeda dengan musuh sebagai pembunuh dengan akibat tidak bahagia, sedangkan pihak terbunuh adalah korban. Gerbner (1970) dalam Fiske (1990 : 206)

lebih menyukai pemeran kulit putih daripada kulit hitam. Media dan khalayak kembali menunjukkan tentang pemahaman ketidaksamaan kelas dan etnis.¹⁵

Dalam *Power Rangers SPD*, kulit hitam memiliki peran memimpin tim bukan sebagai korban dalam suatu insiden. Posisi strategis kulit hitam semakin nampak dominan ketika ia diharuskan menjadi penentu keputusan penting dalam suatu perundingan taktik dan strategi tim.



Gb .4 : *Tim Power Rangers : S.P.D.* dari kiri-Kanan : *Ranger Pink, Ranger Hijau, Ranger Merah, Komandan Anubis “Doggie” Crueger*

Bertolak dari fenomena representasi kulit hitam dalam *Power Rangers*—produk budaya populer—dan perbedaan konstruksi umum tentang kedudukan kulit hitam dalam seri *ranger SPD* membuat peneliti tertarik untuk mendalami secara akademis mengenai representasi kulit hitam dalam serial *ranger* musim SPD melalui penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

“Bagaimana representasi Afro-Amerika dalam serial *Power Rangers : S.P.D.*?”

¹⁵ Devereux, Eoin. 2003. *Understanding the Media*. London. Sage Publication. Halaman 10

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi Afro-Amerika dalam serial “*Power Rangers : S.P.D.*”
2. Mengetahui tanda-tanda yang digunakan untuk merepresentasikan Afro-Amerika dalam serial “*Power Rangers : S.P.D.*”

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumbangan kajian teori semiotika secara mendalam. Sehingga dapat menambah khasanah perspektif kajian komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangsih referensi terhadap kajian-kajian komunikasi khususnya studi tentang kulit hitam di media.

E. KERANGKA TEORI

1. Konstruksi Realitas Media

Perkembangan media terbilang panjang ditandai dengan penemuan-penemuan penting seperti mesin cetak dan radio. Mesin cetak memunculkan jurnalisme yang meliput berbagai fakta dalam kehidupan manusia. Penemuan Televisi (TV) dan film menjadikan sejarah media menjadi lebih kompleks. Pada awalnya televisi hanya sebatas media untuk kebutuhan penyampaian informasi berita dan penyiaran

dokumenter. Tetapi lambat laun meluas berupa drama, sinema elektronik (sinetron), dan *performing art*.

Yang sering menjadi perhatian adalah mengenai konten realitas yang ditayangkan dalam media khususnya televisi (TV). Realitas adalah kualitas yang terdiri dari fenomena yang kita ketahui sebagai sesuatu yang arbiter atas kemauannya sendiri dan menjelaskan kepastian suatu fenomena itu nyata dan kenyataan itu memiliki karakteristik.¹⁶ Untuk realitas dalam media sendiri, sering dikaitkan antara kenyataan dalam kehidupan sehari-hari dengan media. Yaitu realitas yang diseleksi sesuai kebutuhan produser media.¹⁷ Tentunya, produser mempunyai sumbangsih terbesar mengenai isi acara TV. Apakah isinya kritik pemerintahan berkuasa, kritik sosial, sekedar hiburan, atau sekedar materi sampah. Siaran TV dan Film sangat bergantung dari kamera.¹⁸ Maka realitas, sudut pandang, dan framing mengenai suatu peristiwa—termasuk sinetron—sangat bergantung dari bagaimana kamera itu bertindak sebagai “mata” penonton. Pemilihan-pemilihan *angle* yang dilakukan oleh produser semestinya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Seperti memberi *angle* dari bawah membuat maksud kesan objek yang lebih tinggi derajatnya. Atau *shoot* subyektif berguncang dengan maksud memberikan kesan pada penonton untuk merasakan ketakutan karena

¹⁶ Berger, Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London. Penguin Group. Halaman 13

¹⁷ Burton, Graeme. 2007. *Memperbincangkan Televisi : Sebuah Pengantar kepada Studi Televisi*. Yogyakarta : Jalasutra. Halaman 207

¹⁸ Briggs, Asa dan Burke, Peter. 2006. *Sejarah Sosial Media dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia, halaman 200

dikejar hantu. Bahkan variasi *shoot* itu terkadang kurang masuk akal dengan memposisikan mata kita berada di dalam kulkas dengan adanya adegan mengambil buah di kulkas.

Budaya massa mendefinisikan realitas sosial untuk khalayak ramai.¹⁹ Kenyataan yang ada di dalam masyarakat kembali dihadirkan dalam berbagai jenis program dengan kadar bervariasi sederhana sampai tahap kompleks. Film, kuis, berita, *performing art*, drama, dan sebagainya merupakan beberapa bentuk pengejawantahan realitas ke dalam berbagai konten. Realitas senantiasa dikonstruksi dan dipahami pada manusia melalui berbagai sistem makna yang secara kultural bersifat khusus.²⁰ Sebutlah saja film-film Hollywood dan televisi Amerika yang mengambil kenyataan sosial di barat yang tidak menyukai ekstrimisme Arab, kemudian media barat menghadirkan realitas itu dengan aneka program TV dan film yang memandang Islam sebagai teroris. Media sedemikian rupa menyajikan realitas tersebut semisal film “*The Siege*” yang menceritakan pembajakan pesawat terbang oleh orang Iran Arab yang sejatinya adalah muslim.²¹ Ataupun realitas sosial dalam ekspresi lagu-lagu di MTV bertema kemarahan Amerika terhadap terorisme yang banyak dikumandangkan grup “*Greenday*” melalui *hits*-nya *Wake Me Up When September Ends*, *She’s A Rebel*, dan sebagainya. Contoh lain ialah “*Simple Plan*” yang banyak mengkritik kehidupan

¹⁹ Strinati, Dominic. 1995. *Popular Culture : Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta : Ar-ruzz Media, halaman 42

²⁰ Strinati, Dominic. 1995. Op. cit. , halaman 175

²¹ Croteau dan Hoynes. Op. cit. Halaman 206

Amerika dan masyarakat dunia yang lebih menyukai kepalsuan *plastic surgery*.

Dalam menghadirkan realitas, media tidak pernah lepas dari subyektifitas media seperti konstruksi media yang mengangkat realitas wanita tidak berbusana sebagai sebuah kesenangan (*pleasure*).²² Penghadiran wanita tak berbusana ini secara umum tentu merupakan pandangan subyektif pria. Musykil dihadirkan bagaimana pria berbusana mini dengan gaya-gaya sensuality. Atau banyak dari produksi acara TV yang lebih mengutamakan tokoh-tokoh kulit putih daripada ras lainnya. Karena televisi merupakan komoditas kultural yang mana merupakan sebuah ekonomi budaya, di dalamnya merupakan tempat makna dan kesenangan.²³ Dengan banyak berisi hiburan daripada edukasi. TV sebagai produk budaya massa atau pop—lawan dari budaya tinggi—banyak dipersalahkan karena hiburan orientasi pasar sekaligus pemuas kesenangan dari produser dan audiensnya. Karakter sinetron TV Indonesia seperti Dandi (Tersanjung) atau Fitri (Cinta Fitri) yang seolah-olah ada dalam kehidupan nyata. Inilah mengapa media disebut mendalam dan kadang disalahartikan secara pedagogi, media berkontribusi mendidik kita bagaimana bersikap dan apa yang harus dipikirkan, dirasakan, dipercaya, ditakuti, dan berhasrat—dan bagaimana untuk tidak melakukannya. Mereka menunjukkan cara berpakaian, melihat, dan mengkonsumsi, bagaimana bereaksi terhadap anggota sosial

²² Grossberg dkk.(2006). *Media Making : Mass Media In A Popular Culture*. California : Sage Publication, Inc, halaman 246

²³ Burton, Graeme. 2007. Op. Cit. halaman 41

yang berbeda, bagaimana cara populer, sukses dan bagaimana cara menjauhi kegagalan, dan bagaimana cara melawan sistem dominan dari norma, nilai, praktek, dan institusi.²⁴

Secara langsung atau tidak, media memiliki peran mendidik audiens untuk bersikap, berpikir, dan sejenisnya. Media mengarahkan dan kadang menciptakan *trendset* mengenai suatu mode atau sejenisnya. Audiens seharusnya menjalani pergaulannya sesuai norma dan nilai yang sudah dianut sebelumnya tanpa terpengaruh mutlak oleh media. Bukan menjadi berubah nilai dan normanya setelah mengalami efek media.

Manusia dan peristiwa adalah bahan mentah media untuk dibuat menjadi output media berupa konten. Sebut saja sinema elektronik—sinetron, serial televisi—yang banyak menghadirkan kisah kehidupan manusia baik fiksi ataupun non-fiksi. Sinetron dan film berisi pengulangan babak kehidupan manusia yang dituangkan ke dalam cerita. Serial TV memiliki efek yang tidak berbeda dengan film dalam mentransmisikan pesan. Hanya saja terkadang serial TV memiliki pesan yang melemah dari episode ke episode lainnya dikarenakan faktor rating.

Dengan rating tinggi serial bisa tayang lebih lama dan mengabaikan kualitas acara. Sinetron terkadang terlihat “kehabisan cerita” dengan memperlebar konflik utama yang serasa dipaksakan. Implikasinya, serial TV yang realistis dan berlangsung lama dengan tokoh tetap tampaknya sangat bergantung pada upaya meniadakan batas

²⁴Kellner, Douglas. (2003). Cultural Studies Multiculturalism, and Media Culture. *Dalam : Gender, Race, and Class in Media : A Text Reader*. Dines, Gail dan Humez, Jean. California : Sage Publications, Inc. Halaman 9.

antara fiksi dan realitas.²⁵ Sehingga tidak mengherankan bilamana sinetron “Tersanjung” atau “Cinta Fitri” di Indonesia memiliki sekuel yang sangat panjang sampai pada tahap para tokoh sinetron itu seolah benar-benar ada di dalam realitas sosial—meski kualitasnya disebut menurun. Ini yang disebut Arnold (2000) dengan istilah “pengalamiahan”. Suatu khayalan fiksi bisa seperti benar-benar hadir dalam kenyataan.

2. Representasi dalam Media

Representasi adalah sesuatu yang mengarahkan bagaimana pemahaman khalayak terhadap apa yang direpresentasikan.²⁶ Seperti pencitraan masyarakat Eropa Timur ataupun Korea Utara sebagai penjajah dan mengancam dunia. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu atau untuk menggambarkan makna dunia kepada orang lain—budaya lain.²⁷ Makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota budaya melalui bahasa, tanda, dan gambar dengan perantara bahasa. Bahasa sendiri memiliki pengertian yang luas karena bahasa tidak sekedar bagaimana makna dibicarakan secara oral. Akan tetapi lebih dari itu, makna dipertukarkan dengan bahasa tubuh (*gesture*), isyarat, pertanda, dan sebagainya. Singkatnya, banyaklah cara makna itu akan tersampaikan.

²⁵ McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa*. 2nd ed. Jakarta : Erlangga, halaman 213

²⁶ Burton, Graeme. 2007. *Op. Cit.* Halaman 284

²⁷ Hall, Stuart. 1997. *Representation*. London. Sage Publication : 15)

Dalam ungkapan lain, representasi diartikan sebagai proses anggota budaya—masyarakat—menggunakan bahasa (secara luas didefinisikan sebagai sistem yang mengacu tanda, sistem penandaan) untuk memproduksi makna.²⁸ Dalam penggunaannya, bahasa akan berbeda antara satu budaya dengan budaya lainnya. Perbedaan pengucapan, pengisyaran, dan pemaknaan bisa terjadi karena perbedaan letak geografis, sosial, ekonomis, dan politik bervariasi dalam aspek kehidupan meningkat kompleksnya manusia dan interaksinya.

Berbicara representasi tidak pernah akan ada habisnya lantaran sejatinya tidak ada makna yang sempurna (*true meaning*) karena memiliki pemaknaan tiada akhir seperti terjadi pada objek, manusia, atau peristiwa. Makna secara konsekuen akan selalu berubah.²⁹ Tidak akan pernah ada jaminan, makna dalam suatu budaya akan dimaknai sama oleh budaya lainnya. Terkadang makna berbeda sedikit atau bahkan secara radikal berbeda antara satu dengan lainnya. Inilah yang kemudian relativisme budaya menjadikan suatu kajian yang banyak dibicarakan para ahli dan peminat budaya.

Relativisme budaya merujuk pada pemahaman bahwa makna dalam suatu budaya akan menjadi berbeda makna jika dipahami dengan kacamata budaya lain. Setidaknya inilah yang menjadikan representasi akan selalu menolak adanya kebenaran mutlak. Karena kebenaran memiliki sifat relatif seperti relatifnya budaya. Suatu kebenaran bisa

²⁸ Hall. Op. cit. , halaman 61

²⁹ Ibid

salah jika dipandang dari sudut pandang budaya lain. Sebut saja budaya *freesex* tentunya hal yang biasa di Barat, tetapi menjadi melanggar nilai dan norma bilamana diterapkan begitu saja di Timur.

Begitu juga yang terjadi di dalam media massa layaknya radio, televisi, media cetak, dan sebagainya. Bisa digambarkan tidak hanya budaya antar negara atau wilayah, malahan budaya intern produsen atau produsen dengan audiens terkadang memiliki budaya yang berbeda berujung pemaknaan makna media yang berbeda. Sedikitnya individu yang terlibat dalam media tentunya membawa masing-masing budayanya dalam menyajikan isi media. Selanjutnya instansi media menyajikan konten dengan sudut pandang representasi sesuai budaya masing-masing.

Media mengkonstruksi kata-kata dan gambar yang setidaknya menjadi bagian dari realitas itu. Fungsionalisme menerangkan bahwa media merefleksikan sikap-sikap publik dan memberikan khalayak apa yang mereka inginkan. Jika representasi berubah selama satu periode, maka ini pada dasarnya merupakan refleksi dari perubahan sikap publik.³⁰ Sebagaimana porsi kulit hitam di media yang semakin menguntungkan dan meningkat. Di tahun 1920-an kulit hitam sangat jarang nampak di media. Namun seiring pergerakan sosial di dunia, pada dekade 90-an, angka kulit hitam di media amerika sudah mencapai 11 persen karakter utama di televisi dalam program *prime time*.³¹

³⁰ Burton, Graeme. 2007. Op. Cit, halaman 286

³¹ Greenberg dan brand. (1994). Op. cit. Halaman 206

Sebagai bagian dari budaya modern dan post-modern, media menyajikan banyak perbedaan mengenai manusia. Radio, televisi, film, dan produk dari budaya media lainnya menyediakan material yang menempa ataupun memalsukan identitas yang bervariasi dugaan dari arti menjadi laki-laki atau perempuan, sensitifitas kita terhadap kelas, ras, nasionalitas, seksualitas, perbedaan “kita” dan “mereka”. Media membantu membentuk pandangan mengenai dunia dan nilai-nilai terdalam kita seperti apa yang kita anggap baik atau buruk, positif atau negatif, bermoral atau tidak, cerita media menyediakan simbol, mitos, dan sumber-sumber.³²

Budaya massa adalah sebuah kekuatan revolusioner dinamis, yang menghancurkan batasan kuno kelas, tradisi, selera, dan mengaburkan segala macam perbedaan. Budaya massa mencampurkan dan membaurkan segala sesuatu, menghasilkan apa yang disebut budaya homogen.³³ Budaya pop disebut menunjukkan adanya homogenitas secara general, namun tidak serta merta menyimpulkan budaya pop itu homogen. Tetapi bertolak belakang bilamana budaya pop memiliki perbedaan. Seperti penggambaran seperti apa seharusnya wanita modern. Meski wanita modern memiliki satu pencitaan yang homogen, tapi dalam satu kasus ia memiliki perbedaan, taruhlah wanita dalam iklan sabun dibandingkan dengan wanita dalam telenovela. Dalam iklan sabun direpresentasikan bahwa wanita begitu

³² Kellner, Douglas. *Loc. cit.*

³³ MacDonald. (1957 : 62). Dalam Strinati, *op. cit.* , halaman 44

berwibawa, cantik, dan mandiri. Tetapi dalam telenovela, wanita menjadi orang yang hanya disuruh-suruh, menjalankan peran domestik, atau menjadi budak. Variasi representasi tersebut memang terjadi dalam media, tetapi kebanyakan wanita lebih digambarkan sebagai wanita di dalam telenovela bukan seperti iklan sabun.

Semua komunikasi mengkonstruksi representasi.³⁴ Di mana dalam praktek transfer maknanya tentu terdapat penguatan-penguatan akan suatu gagasan dari komunikan ataupun komunikator. Lebih luas lagi media massa yang juga melakukan komunikasi dipercaya memiliki efek yang masif. Terutama karena televisi yang memiliki ketersediaan yang lengkap. Dengan begitu akan banyak merepresentasikan ras, kelas, dan sebagainya kepada khalayak yang sangat luas.

Representasi dalam teks media boleh dikata berfungsi secara ideologis sepanjang representasi itu membantu mereproduksi hubungan sosial berkenaan dengan dominasi dan eksploitasi.³⁵ Media khususnya televisi penuh dengan stereotip berupa citra, perilaku, dan makna. Baik iklan maupun komedi menggunakan stereotip demi merebut perhatian dan pemahaman khalayak. Eksploitasi untuk membuat kelucuan karakter atau sebaliknya untuk melihat ketololan.³⁶ Ras kulit putih lebih sering menjadi kelas yang selalu diuntungkan dalam berbagai peran. Tidak begitu dengan kulit kuning atau bahkan kulit hitam. Sebuah dominasi yang terkadang nampak secara samar-samar. Termasuk dominasi laki-

³⁴ Burton, Graeme. 2007. *Op. Cit.* , halaman 284

³⁵ Fairclough dalam Burton, Graeme. 2007. *Op. Cit.* , halaman 285

³⁶ *Ibid*, halaman 288

laki atas perempuan yang sekedar menjalankan peran domestik “*konco wingking*”. Wanita dalam media lebih sering menjadi pelengkap peran laki-laki dengan sekedar nampak apada adegan-adegan romantis. Terkait dengan dominasi dan eksploitasi, determinisme (marxisme) menjelaskan bahwa walaupun secara tidak sadar, produser mengkonstruksi representasi yang makna-maknanya bekerja berdasar kecenderungan mereka mengontrol masyarakat dan kerap kali berlawanan dengan kepentingan yang dikontrol dan direpresentasikan.³⁷

3. Perkembangan Afro-Amerika

a. Sejarah Afro-Amerika

Kata Afro dan Amerika merupakan dua kata yang menunjukkan dua kelompok budaya yang berbeda. Afro merujuk pada suku bangsa Afrika, sedangkan Amerika mengarahkan pikiran kepada suku pendatang Eropa yang datang setelah penemuan benua Amerika oleh Amerigo Vas De Pucci. Sehingga, Afro-Amerika merupakan semua suku bangsa Afrika keturunan dan pendatang dari Afrika yang menjadi warga negara Amerika. Merujuk pada definisi Artis Afro-Amerika sebagai orang-orang keturunan Afrika tapi lahir di Amerika dan beberapa di Afrika yang menjadi artis di Negara ini—Amerika.³⁸

Tetapi disayangkan, bagian warisan Afrika asli kurang dominan dalam

³⁷ Burton, Graeme. 2007. Op. Cit. , halaman 286

³⁸ Bowker (1981). 250 Years of Afro-American Art : An annotated bibliography. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*. Index LC 81-12226. Dari situs EBSCO

sisi kehidupan Afro-Amerika. mereka menganut agama, budaya, dan nilai-nilai Amerika.³⁹

Afro-Amerika memiliki sejarah panjang dengan dimulainya suku Afrika yang didatangkan kolonial Inggris pada tahun 1619 di Virginia, AS.⁴⁰ Kulit hitam didatangkan untuk kebutuhan tenaga kerja di Amerika demi mengurus perkebunan dan pertanian. Mereka sengaja di pekerjakan sebagai budak tanpa bayaran.

Seiring mundurnya tentara Inggris dari negara Amerika sebagai negara jajahan. Banyak warga Kulit Hitam Amerika dipertengahan abad 19 yang tetap menjadi budak di Amerika Serikat bagian Selatan dengan mengurus perkebunan dan pertanian. Berbeda dengan Afro-Amerika yang berada di Bagian Utara yang merdeka dari para majikannya. Inilah sebab umum peperangan Negara Bagian Utara dan Selatan yang dilatarbelakangi perbedaan pendapat mengenai penghapusan perbudakan di Amerika Bagian Selatan. Namun setelah peperangan dimenangkan Pasukan Utara menjadikan Abraham Lincoln memprakarsai melepas belenggu perbudakan pada tanggal 1 Januari 1863. Dan pada tahun 1865, kulit hitam memasuki babak kehidupan baru yang lebih merdeka dengan Amerika yang menjunjung tinggi persamaan dan kebebasan. Memasuki era modern, kaum kulit hitam sedikit bernafas lega dengan adanya pemberlakuan regulasi anti

³⁹Willian, Ethel dan Brown, Clifton (1977). The Howard University Bibliography of African and Afro-American Religious Studies : with location in American libraries. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*. Index LC 76-504. Dari situs EBSCO

⁴⁰Talty, Stephan. 2006. *Mullato America : At the Crossroad fo Black and White Culture A Social History*. New York. Harper Collins E-Book

diskriminasi dan rasial pada kurun waktu 1957-1960-an diikuti terjadinya pergerakan sosial yang menjadikan mereka memiliki kebebasan dalam banyak hal. Termasuk dunia hiburan yang berkembang di Amerika seiring kemunduran dunia hiburan di Eropa sebagaimana perfilman di Perancis yang akhirnya kalah bersaing dengan Hollywood. Amat sukar bagi film negara-negara lain untuk menghadang Hollywood.⁴¹

b. Stereotip Afro-Amerika di kehidupan sosial dan media

Seiring ditemukannya televisi, sensus 1970-an menunjukkan bahwa dunia pertelevisian didominasi oleh laki-laki kulit putih yang dalam tradisinya kuat dan berjiwa petualang. Wanita, orang tua, anak-anak, dan minoritas secara otomatis direpresentasikan lebih rendah.⁴² Dwayne McDuffie, editor kulit hitam di media Milestone—sebuah perusahaan komik yang dimiliki kaum minoritas, mengungkapkan bahwa ada sesuatu yang janggal dengan penokohan super hero seperti Batman yang melulu diperankan kulit putih.⁴³ Atau contoh lain sebagaimana kebalikan dari pria kulit hitam sebagai oposisi biner pria kulit putih. Pria kulit hitam digambarkan secara rasis dengan samar-samar atau terang-terangan. Iklan rokok banyak mengutamakan kulit putih sebagai endorsernya. Iklan rokok bermaksud mencitrakan produk rokok tersebut sebagai pria pemberani, petualang yang

⁴¹ Briggs, Asa dan Burke, Peter. 2006. Op. cit. Halaman 210

⁴² Grossberg, dkk (1978). Dalam Grossberg, dkk.(2006). Op. cit. , halaman 238

⁴³ Rubler, loc. cit.

sejatinya merupakan kulit putih bukan yang lainnya. Dengan begitu berarti mengesampingkan jenis usia, kelamin, dan suku selain pria kulit putih itu. Walaupun kulit hitam muncul, mereka hanya berperan sebagai pelengkap. Lebih jauh, stereotip kulit hitam masih berlangsung meski bintang kulit hitam muncul. Kulit hitam tetap saja direpresentasikan sebagai golongan geng kota sekaligus kriminal.⁴⁴ Media massa dan wacana akademik men-stigma Afro-Amerika sebagai pelayan miskin (*underserving poor*) dan mengatribusi mereka sebagai masalah ekonomi yang mengganggu kehidupan post-modern Amerika.⁴⁵ Pada tahun 1970-an, jumlah Kulit Hitam di Amerika meningkat dua kali lipat seiring ledakan penduduk dan ledakan ekonomi yang terjadi.⁴⁶ Yang nantinya memberi warna tersendiri dalam kehidupan bermasyarakat dalam masyarakat Amerika termasuk dalam pemerintahan dan dunia hiburan.

Kehidupan warga Amerika kulit hitam memang berkembang, mereka lekat dengan bidang non-intelektual seperti bidang olahraga seperti basket, atletik, dan dunia hiburan.⁴⁷ Maka banyak ditemui pebasket, atlet, pemain hoki, atau bahkan geng kriminal yang merupakan Afro-Amerika. Jarang sekali ditemukan Dokter, Dosen, Pengacara, dan profesi intelek yang terdiri dari Afro-Amerika.

⁴⁴ Grossberg, dkk. Op. cit. , halaman 241

⁴⁵ Dubey, loc. cit.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ellison, Ralph (1977). What is Afro, What is American. *Journal EBSCO : Academic Source Complete*. Dari situs EBSCO

Kulit hitam Amerika terdiri dari tiga golongan. Yaitu kalangan bawah (*underclass*), kalangan menengah (*middle class*) sebagai sebuah konsekuensi dari ledakan ekonomi dan peraturan hak asasi manusia, golongan ketiga adalah kulit hitam elit (*elite black*) yang hedonistic, terobsesi seksual, non familial, anti-intelektual, dan berbudaya jalanan.⁴⁸ Dari ketiga golongan itu, kulit hitam banyak menempati pada kelas bawah dan menengah. Kedua golongan tersebut akrab dengan isu-isu kemiskinan epidemic penyakit, dan keterbelakangan di tengah masyarakat Amerika. Sedangkan golongan kulit hitam elit jumlahnya sedikit terdiri dari artis, konglomerat, dan posisi strategis lainnya. William Julius Wilson (1987)—urbansosiologis—dalam tesisnya berpendapat bahwa kulit hitam di Amerika sebagai penyakit dalam masyarakat kota sebagaimana masalah norma nasional seperti kehamilan remaja, kesenjangan sosial, penggunaan *drug*, kekerasan, dan kriminal.⁴⁹

Sejalan dengan dinamika bermasyarakat dan politik, kebebasan kulit hitam mulai seimbang sejak tahun 1960-an berkat usaha efektif dari para nasionalis budayawan hitam. Setelah terjadi pergerakan sosial, hak kulit hitam mulai diperhitungkan dengan masuknya mereka dalam badan legislatif, peningkatan partisipasi pemilihan umum, pendirian perusahaan, dan bekerjanya mereka dalam

⁴⁸Dubey, loc. cit.

⁴⁹Ibid.

badan pemerintahan. Termasuk di dalamnya adalah pergerakan budaya hitam dalam musik, *performing art*, film dan pertelevisian.⁵⁰

Berikut ini adalah kronologis perjalanan kulit hitam di dalam media menurut David Croteau dan William Hoynes (2003) :⁵¹

1920-1930-an : Pemeran kulit hitam dalam film tidak ada atau hanya teregradasi ke dalam dua hal sebagai penghibur atau pelayan (Cripps : 1993). Baru setelah Perang Dunia II kulit hitam mulai muncul tetapi masih jarang.

1940-1950-an : Kulit hitam masih jarang muncul atau hanya sekedar mendapat peran penghibur atau komedian. Tidak ada peran yang serius, sekedar peran pembantu dalam media. Jikapun mendapat peran strategis hanya pada *reality show* (Dates, 1993).

1960-1970-an : Kulit hitam makin banyak muncul di TV. Bahkan ras selain kulit putih makin bertambah dalam peran-peran tertentu.

1969-1970-an : Setengah dari semua drama televisi mempunyai karakter kulit hitam.

1980 : Kulit hitam meningkat menjadi 11 persen dari populasi Amerika. Dan di TV, 6-9 persen dari karakternya adalah kulit hitam (Seggar, Haven, dan Hannoden-Gladden : 1981). Tahun 1984 setidaknya 4 persen dari acara berisi kulit hitam yang *perform* di MTV. (Brown dan Campbell : 1986)

1990 : Fox Entertainment menjangkau masyarakat dengan pemirsa kulit hitam karena belum ada media yg menggarapnya pasar ini. Kemudian setelah Fox sukses, Warner Bros dan Universal Pictures mengekor untuk menggarap pasar kulit hitam.

1991-1992 : Pemeran kulit hitam di TV mencapai 12 persen dari total pemeran TV dengan rincian 11 persen dari karakter *prime time* dan 9 persen dari karakter *daytime* (Greenberg dan Brand, 1994)

1994-1995 : 1 dari 20 top acara favorit di Amerika adalah acara kulit hitam.

Tahun 2000 : Afro-Amerika mendapat jatah 14.8 persen peran lebih tinggi dibandingkan dengan pemeran latin yang hanya 4.9 persen, atau Artis Asia (Pacific Islanders) dengan 2.2 persen.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Croteau, David dan Hoynes, William (2003). op. cit. Halaman 202-204

2000-2001 : sembilan acara kulit hitam mengisi top 20 acara terfavorit meningkat dari 1 acara di tahun 2000 ke 9 acara pada musim 2000-2001 (Bauder : 2001).

Dari kronologis di atas, Croteau dan Hoynes menyimpulkan bilamana media—khususnya Amerika—menyasar kulit hitam yang terus bertambah populasinya. Pengiklan semakin tertarik untuk menjangkau pasar minoritas yang berkembang sesuai perkembangan dinamika kulit hitam di Amerika. Kulit hitam semakin hari semakin memiliki porsi yang luas di dalam kehidupan bermasyarakat dan juga dunia hiburan.

4. Ideologi dalam Media

Sangat banyak definisi dari ideologi layak komunikasi yang dikaji oleh banyak akademisi. Raymond Williams (1977) secara garis besar menemukan tiga penggunaan utama dari ideologi.⁵² *Pertama*, suatu sistem yang menandai kelompok atau kelas tertentu. *Kedua*, suatu sistem keyakinan ilusioner—gagasan palsu atau kesadaran palsu—yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah. *Ketiga*, proses umum produksi makna dan gagasan.

Penggunaan pertama ideologi adalah sebagai suatu sistem yang menandai kelompok atau kelas tertentu. Dalam kajian Marx yang tertuang dalam “*The German Ideology*” mencantumkan, kelas dominan akan menyebarkan ideologinya sehingga kelas sub-ordinat mengikuti dan

⁵² Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies, 2nd edition*. Yogyakarta. Jalasutra. Halaman 228

tunduk. Bukan hanya tunduk akan tetap juga menjalankan ideologi itu demi kepentingan kelas dominan. Kelas dominan dapat berupa pemodal atau penguasa—dalam bentuk negara. Althusser—sebagai tokoh *Frankfurt School*—mengenalkan dua istilah kunci, yaitu *Ideological State Apparature* (ISA) dan *Repressive State Apparature* (RSA). RSA menjalankan fungsinya melalui kekerasan, sedangkan ISA menjalankan fungsinya secara ideologi. Althusser menambahkan bilamana hampir mustahil ada kelas yang berkuasa tanpa melakukan hegemoni dalam menjalankan ISA. Sebagaimana media khususnya televisi sebagai sebuah agen atau pembawa ideologi—ISA—yang merupakan cara di mana pelbagai kepentingan dan nilai pemegang kekuasaan dicekokkan terhadap mereka yang menjadi sasaran kekuasaan, meskipun penerapan kekuasaan itu sebagian besar bersifat tak tampak.⁵³ Televisi dengan berbagai programnya, pada praktiknya merepresentasikan ideologi.⁵⁴ Atau bahkan mempropaganda audiensnya sebagaimana Adorno yang menyebut media massa sebagai kekuatan propaganda yang sangat kuat. Pemikiran ini dilandasi dari tindakan represif pemerintahan Nazi Jerman yang selalu menghembuskan paham-pahamnya melalui radio dan film yang ada ditengah masyarakat Jerman. Media digunakan sedemikian rupa untuk kepentingan pemerintah dalam mempromosikan Nazi sebagai simbol kejayaan bangsa Arya sehingga harus didukung oleh seluruh rakyat Jerman. Ini juga menjadi contoh manifestasi dari ISA, Nazi

⁵³ Burton, Graeme. 2007. Op. Cit. , halaman 38

⁵⁴ Ibid, 36-37

“memaksakan” ideologinya kepada kelas di bawahnya dengan berbagai cara seperti pembentukan opini publik melalui media. Kemudian, penguasa akan menjalankan RSA untuk menjaga tetap berlangsungnya ISA dengan perangkat militernya. Dengan kalimat lain, ISA menyebar melalui media dan di dukung RSA dengan militer untuk menjaga keberlangsungan dan eksistensi ideologi.

Di masa kini, praktik ISA tidak sekedar berkuat antara pemerintah dengan masyarakatnya. Tetapi juga antara pemilik media dengan audiensnya. Kajian ISA bekerja semakin luas dengan adanya ideologi yang dibawa oleh media. Seperti dalam sinetron indonesia yang banyak menghadirkan tokoh-tokoh kelas borju. Sangat naif anak Sekolah Menengah Pertama (SMP) mengendarai mobil mewah ketika berangkat sekolah, membawa seluler mahal, perhiasan, *promnite*, dan sebagainya.

Arus pengetahuan, informasi, dan perumpamaan sosial dipusatkan pada tangan mereka yang memiliki kekuatan, kekayaan, dan hak istimewa kelas dominan. Lebih lanjut lagi, Gramsci meneruskan ide dari Marx dengan menambahkan konsep hegemoni. Hegemoni merupakan sarana kultural maupun ideologi tempat kelompok-kelompok yang dominan dalam masyarakat, termasuk pada dasarnya—tapi bukan secara eksklusif kelas penguasa—melestarikan dominasinya dengan menggunakan persetujuan spontan kelas sub-ordinat melalui konsensus politik maupun ideologi.⁵⁵ Hegemoni dipraktekkan oleh para kapitalis

⁵⁵ Strinati, op. cit., halaman 254-255

untuk mendominasi masyarakat agar membentuk sebuah konsesus. Kesepakatan bersama ini dipaksakan demi kepentingan para kapitalis sebagaimana media mengajak kepada masyarakat agar mengikuti suatu tren fashion. Bilamana fashion sudah diikuti tentu para kapitalis akan dengan mudah menjual produk mereka yang sudah digandrungi oleh masyarakat. Dan keuntungannya kembali kepada kaum kapitalis karena pada prinsipnya yang selalu menjadi konteks produksi adalah konteks pasar.⁵⁶

Penggunaan kedua dari ideologi menurut Raymond adalah sebagai suatu sistem keyakinan ilusioner—gagasan palsu atau kesadaran palsu—yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah. Penggunaan kedua ini bisa saja berdiri sendiri atau saling melengkapi berbaur dengan yang pertama. Yaitu selain sebagai penanda kelas, ideologi juga terkait dengan kesadaran ilusi.

Bagi Marx, ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai alami dan wajar.⁵⁷ Dalam banyak kritiknya terhadap kapitalis, Marx banyak mengangkat konsep “*false consciousness*” yang merujuk pada kesadaran palsu dari masyarakat akibat pembohongan media mengenai suatu kenyataan yang sebenarnya tidak ada. Dalam contoh terkini adalah konstruksi media mengenai wanita cantik yang dicitrakan dengan wanita kulit putih. Media menggambarkan bagaimana

⁵⁶ Murdock dan Golding dalam Strinati, Dominic. Op. Cit. , halaman 221

⁵⁷ Fiske. Op. cit. , Halaman 239

seharusnya menjadi wanita cantik dengan menjadi wanita kulit putih. Ideologi ini berkelanjutan pada penjualan produk kosmetik untuk kulit putih. Implikasinya, wanita yang tidak berkulit putih pun akan berusaha menjadi kulit putih atau setidaknya menyerupainya dengan produk pemutih kulit, peninggi tubuh, rebonding, dan sebagainya. Terdapat kesadaran palsu yang coba dibentuk demi kepentingan kelas dominan—kepentingan ekonomi.

Ideologi budaya massa benar-benar mempengaruhi penilaian yang dibuat oleh khalayak budaya populer yang memberikan kesenangan nyata. Masyarakat memiliki selera dan gaya yang ditentukan secara sosial dan kultural. Ada suatu kekuatan yang sengaja atau tidak telah menciptakan suatu selera sosial. Budaya masa yang komersial dan universal merupakan sarana utama yang menunjang tercapainya keberhasilan monopoli modal tersebut. Seluruh sistem produksi barang, jasa, dan ide yang diselenggarakan secara massal membuka kemungkinan diterimanya sebagian atau seluruh sistem kapitalisme dengan ketergantungannya pada rasionalitas teknologi, konsumerisme, kesenangan jangka pendek, dan mitos tanpa kelas.⁵⁸

Selanjutnya, penggunaan ideologi ketiga menurut Williams adalah sebagai proses umum produksi makna dan gagasan. Penggunaan ketiga ini juga bersifat bebas untuk kemudian digunakan secara bersama-sama dengan yang pertama dan kedua.

⁵⁸ McQuail, Denis. Op. cit. , halaman 65

Ideologi merupakan suatu bentuk produksi makna yang berlaku secara individu dan secara sosial. Setiap penggunaan teks, setiap penanganan bahasa, setiap semiosis (penggunaan tanda) pada umumnya hanya timbul berkat suatu ideologi yang secara sadar atau tidak dikenal oleh pemakai tanda. Sebuah teks tidak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca kearah suatu ideologi.⁵⁹

Dalam perspektif lain, terdapat pula pendekatan ideologi menurut Thompson yang mengajukan pendekatan tiga pihak (*tripartite approach*) yang mana menafikan efek hipodermik media. Thompson banyak menaruh perhatian bagaimana pesan media akan diinterpretasi secara berbeda-beda antara satu kelompok dengan kelompok lain. Atau secara mikro berbedanya pemaknaan individu satu dengan individu yang lain. *Tripartite Approach* Thompson tersebut, yaitu :⁶⁰

Pertama, memahami aspek produksi dan transmisi atau difusi bentuk simbol. Pemahamannya adalah bagaimana media memproduksi dan mentransmisikan pesan, cara mereka memahami dan menjalankan media, cara mengansumsi apa yang dibutuhkan dan disukai audiens. *Kedua*, memahami aspek konstruksi dari pesan media. Terdiri dari pendekatan proses produksi pesan dengan posisi kata-kata dialog, gambar, sudut pandang, warna, babak cerita, syntax dan nada bicara, struktur bercerita atau berpendapat. *Ketiga*, Memahami aspek

⁵⁹ Sobur, Alex. 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. Halaman 208

⁶⁰ Thompson, John. 1990. *Ideology and Modern Culture : Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge : Stanford University Press. Halaman 304

penerimaan pesan media. Yaitu bagaimana pesan diinterpretasi oleh audiens yang berbeda-beda latar belakangnya. Apakah pesan dimaknai sama antara produser dengan audiens.

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dua metode yang lazim dipakai untuk meneliti adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Keduanya memiliki kelebihan masing-masing di mana kuantitatif banyak berkuat pada prosedur statistik dengan hasil yang general. Berbeda dengan pendekatan kualitatif yang spesifik dan mendalam mengenai suatu fenomena.

Penggunaannya pendekatan penelitian tersebut di atas bervariasi dengan memilih salah satu metode ataupun perpaduan dari keduanya. Sedangkan penelitian ini sendiri menggunakan pendekatan kualitatif merujuk pada alasan praktis yang mana banyak membuka realita mengenai kehidupan sehari-hari secara mendalam atas suatu kelompok atau personal.⁶¹ Dalam hal ini, peneliti berusaha untuk mencari makna tersembunyi (*frozen speech*) dalam suatu teks.⁶²

Hematnya, penelitian ini dimaksudkan untuk mencari beberapa masalah yang tidak nampak dengan metode kualitatif analisis semiotik interpretatif. Yaitu analisis tanda dalam suatu teks media dengan

⁶¹ Jensen, Klaus. 2002. *A Handbook of Media and Communication Research : Qualitative and Quantitative Methodologies*. London. Routledge. Halaman 52

⁶² Ibid. Halaman 53

pemaknaan interpretatif peneliti. Lebih jauh, semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain itu tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya, tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran. (Berger, 2000a : 11-12)⁶³

Analisis semiotik dalam penelitian ini berdasarkan teori semiotik Roland Barthes yang lazim digunakan untuk membedah makna teks dalam aneka produk media seperti puisi, film, poster, komedi, dan sebagainya.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah serial superhero produksi BVS Entertainment yang berjudul “*Power Rangers : Space Patrol Delta (S.P.D.)*” Episode *Confronted* yang disutradarai oleh Greg Aronowitz.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

⁶³ Sobur. Op. cit. , Halaman 18

Metode ini dilakukan untuk mengamati tanda-tanda yang ada di dalam serial Televisi (TV). Meskipun ada di dalam serial TV tetapi bentuk-bentuk dokumentasi bisa ditemukan di dalam VCD, DVD, dan download via internet.

b. Studi Pustaka

Demi akurasi penelitian, maka hadirnya berbagai sumber-sumber ilmiah dan data pendukung lainnya menjadi penting. Sumber tersebut diantaranya adalah buku, jurnal, artikel, situs online, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Pendekatan penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang juga merupakan bagian dari metode penelitian kualitatif interpretatif. Semiotika adalah suatu bentuk strukturalisme yang berpandangan bahwa kita tak bisa mengetahui dunia melalui istilah-istilahnya sendiri, melainkan hanya melalui struktur-struktur konseptual dan linguistik dalam kebudayaan kita.⁶⁴ Tanda-tanda adalah basis dari seluruh komunikasi.⁶⁵ Maka makna juga tidak bisa dipisahkan begitu saja sebagaimana Sausurre membagi bahasa kedalam sistem tanda yang

⁶⁴ Fiske. Op. cit. , halaman 159

⁶⁵ John, Little. 1996 : 64 dalam Sobur. Op. cit. , Halaman 15

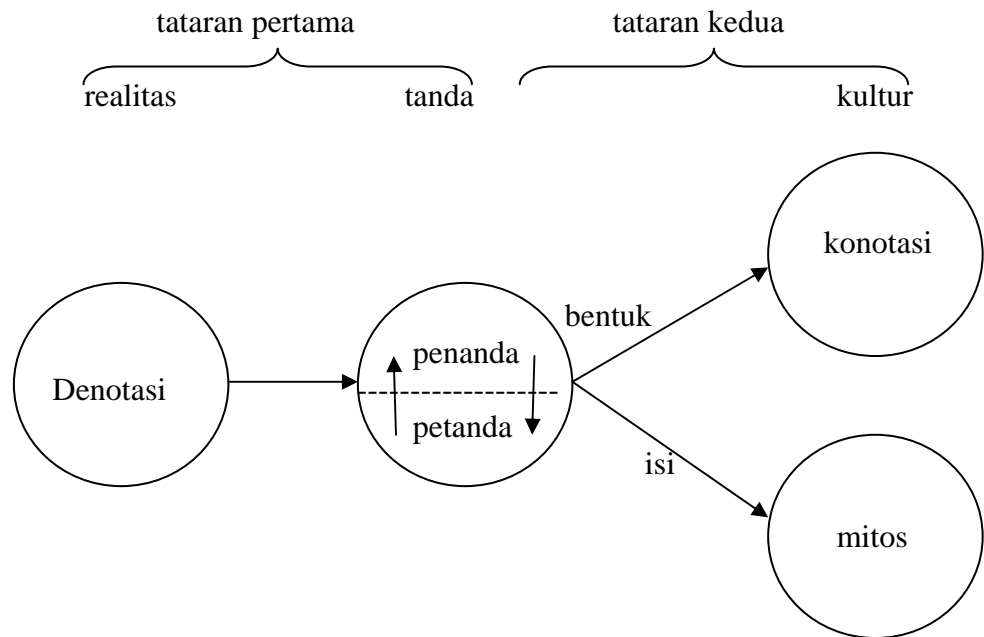
terbagi kedalam *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).⁶⁶ Semiotik berurusan dengan produksi makna (proses penandaan).⁶⁷ Dalam prosesnya, tanda yang dibuat tentu memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai pembuat tanda (penanda).

Untuk membuka apa sebenarnya tanda itu, peneliti menggunakan metode analisis semiotika yang dikembangkan Roland Barthes dalam tiga langkah mengamati bagaimana tanda itu bekerja. Yaitu klasifikasi teks dengan skema *two order signification* (dua tingkat pemaknaan), penyimpulan mitos, dan terakhir mengamati simbol-simbol yang ada.

Two order signification merupakan pengembangan Barthes dari konsep Saussure yang berhenti pada pembagian makna ke dalam penanda dan petanda. Tataran pemaknaan tanda Saussure sekedar sampai pada satu tingkat (denotasi) tidak sampai pada tingkat kedua (konotasi).

⁶⁶ Sobur. Op. cit. , Halaman 46

⁶⁷ Barthes dalam Strinati. Op. cit. , halaman 119



Gb. 5 : Penandaan Tataran Kedua Roland Barthes⁶⁸

Dari gambar 5 menunjukkan pada pemaknaan tanda tataran pertama yang membedah teks ke dalam realitas dan tanda denotatif. Teks memiliki realitas dan tanda itu dapat berupa apa saja seperti foto, gambar, film, musik, puisi, karya sastra, dan lain-lain. Setelah pembedahan makna dari realitas dan tanda maka dapat dipisahkan antara petanda dan penanda. Dua bagian ini dilanjutkan dengan pemisahan pemaknaan pertama kepada makna konotasi dan mitos yang berlangsung di dalam teks.

Sebagai contoh adalah pembedahan makna foto gelandangan. Pertama yang dilakukan adalah membedah Teks—foto—ke dalam tataran pertama untuk dilanjutkan ke tataran kedua yang nantinya akan

⁶⁸ Fiske. Op. cit. , Halaman 122

didapatkan konotasi dan mitos foto gelandangan. Dalam foto tersebut makna denotatif ditunjukkan dengan gelandangan yang difoto sebagai penanda, sedangkan petandanya adalah terdapat tunawisma yang difoto. Selanjutnya akan dibedah lagi kedalam konotasi dan mitos. Konotasi sebagai bentuk pemaknaan tataran kedua itu bisa dilihat dari sudut pandang foto, pemilihan warna foto, dan sebagainya. Sedangkan mitos dalam foto gelandangan itu adalah isi pesan gelandangan sebagai manusia kotor, tak berumah, pengemis, dan sebagainya tergantung dari konotasi foto—dalam hal ini teknik fotografi, *coloring*, dsb.

Berkenaan dengan proses interpretatif makna Barthes menjadi lebih operasional maka dipadukan dengan konsep pembedahan makna audio visual yang diajukan oleh Berger sebagai berikut :

Tabel 1.1 : Fungsi penanda berdasar shot kamera⁶⁹

Penanda (Shot)	Definition	Petanda (Makna)
Close-Up	Wajah Saja	Keintiman
Medium Shot	Hampir seluruh tubuh	Hubungan personal
Long Shot	Setting dan karakter	Konteks, <i>scope</i> , jarak publik
Full Shot	Seluruh tubuh	Hubungan sosial

Tabel 1.2 : Berkerjanya kamera dan teknik editing⁷⁰

⁶⁹ Berger, Arthur Asa. 1933. *Media Analysis Technique-Third Edition 2003*. Sage Publication, Inc. Halaman 33

Penanda	Definisi	Petanda
Pan down	Kamera mengarah ke bawah	Kekuatan, otoritas
Pan Up	Kamera mengarah ke atas	Pengecilan, Kelemahan
Dolly in	Kamera bergerak masuk	Observasi, Fokus
Fade In	Gambar nampak dari layar yang kosong	Permulaan
Fade Out	Gambar berangsur menghilang dari layar	Penutupan/Ending
Cut	Perpindahan dari satu gambar ke gambar yang lainnya	Simultanitas, menggairahkan
Wipe	Gambar hilang dari layar	Kesimpulan mendalam

Setelah pembedahan makna selesai, tahapan selanjutnya adalah penyimpulan mitos. Mitos merupakan cerita karangan yang memistifikasi (mengaburkan) asal-usulnya sehingga memiliki dimensi sosial atau politik.⁷¹ Mitos terbagi menjadi dua jenis, yaitu mitos kuno dan mitos modern. Mitos kuno lebih banyak terkait dengan cerita karangan yang terkait dengan peristiwa-peristiwa magis yang dikaitkan dengan realitas. Seperti mitos pohon keramat. Berbeda dengan mitos modern yang merupakan mistifikasi kenyataan dengan bentuk lainnya seperti kebohongan, pembelokan makna, dan sejenisnya layaknya mitos wanita cantik.

⁷⁰ Ibid. Halaman 34

⁷¹ Fiske. Op. cit. , Halaman 122

Dalam contoh foto gelandangan itu akan dapat disimpulkan makna apa yang hendak fotografer sampaikan. Apakah hendak menunjukkan adanya jarak sosial antara gelandangan dan masyarakat dengan *long shot* dari foto itu atau foto *close-up* yang menunjukkan hubungan kedekatan atau keintiman kita pembaca dengan gelandangan.⁷² Semua tergantung bagaimana pesan dibuat dengan berbagai tekniknya.

Dalam pada itu, salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Konotasi dalam tanda akan berfungsi seiring keaktifan dari pembaca.⁷³ Tanda akan dimaknai berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Barthes mencontohkan film bisu dengan karakter Charlie Chaplin yang sangat rakus di saat mendapat jamuan makan.⁷⁴ Dalam merepresentasikan Chaplin, sebagian penonton memiliki peran pembacaan pesan tersebut. Untuk sebagian penonton akan melihat Chaplin yang benar-benar rakus, tapi bagi pemirsa lain melihat Chaplin merupakan sebagai seorang proletar yang selalu kelaparan. Kelaparan di sini secara langsung atau tidak menggambarkan bagaimana pemerintahan berkuasa tidak bisa mengakomodir kepentingan rakyat biasa yang terancam bencana kelaparan baik pra atau paska perang.

⁷² Meski pada dasarnya teknik analisis Berger untuk menganalisis media audio visual tetapi dalam contoh ini mengambil permasalahan long shot dan close-up yang berlaku pada kamera foto atau media seluloid/rekam

⁷³ Sobur, Alex. Op. cit. , Halaman 68

⁷⁴ Barthes, Roland. 1957. Dalam Lavers, Arnette. 1972. *Mythologies : English Edition*. New York. Jonathan Cape Ltd. Halaman 38

Setelah mengamati pemaknaan tataran kedua dan mitos maka selanjutnya adalah mengamati simbol yang ada. Diantaranya dengan mengumpulkan kode kultural. Kode dapat berupa atribut, simbol, lencana, dsb yang terdapat dalam teks. Dalam contoh gelandangan adalah pengaitan interteks dengan foto-foto lain. Seperti apa kemiripan interteks yang dipakai oleh gelandangan, berwarna apa, dan atau bagaimana cara memakainya.

BAB II

GAMBARAN UMUM SERIAL *POWER RANGERS* : *SPACE PATROL*

DELTA (SPD)

A. Kontroversi dan Sekilas tentang Serial *Power Rangers SPD*

Setiap seri *Power Rangers* termasuk sekuel *SPD* memiliki kritik dalam penyiarannya. Terutama dari efek yang ditimbulkan dari penyiarannya di berbagai negara terutama dari Amerika sendiri.

Beberapa kritik diantaranya yaitu *pertama*, banyaknya adegan kekerasan per jam daripada program lain. Rata-rata terdapat 200 adegan kekerasan tiap jamnya. Berarti dua kali lebih banyak dari pendahulunya seperti seri Kura-Kura Ninja dengan 100 adegan kekerasan per jam⁷⁵. Jumlah kekerasan ini dikhawatirkan banyak guru dan orang tua dapat memicu perilaku kekerasan anak terhadap anak lingkungan sekitarnya.

Power Rangers meniadakan batasan antara realitas dan imajinasi untuk anak-anak. Banyak guru di Amerika—bahkan di dunia—yang khawatir dengan siswa-siswanya yang berlaku seperti *Power Rangers*, padahal mereka hanya karangan fiksi. Beberapa kasus anak menyakiti temanya hanya karena ia menganggap temannya itu adalah monster atau musuh dari anak yang merasa dirinya *Power Rangers*. Seri *Ranger* sedikit banyak menstimulasi anak untuk melakukan kekerasan. Mereka meniru adegan-adegan dalam

⁷⁵ Lisosky 1995. Dalam Levin, Diane dan Paige, Carlsson. *The Mighty Morphin Power Ranger : Teachers Voice Concern*. Dalam : *Gender, Race, and Class in Media : A Text Reader*. Dines, Gail dan Humez, Jean. 200. California : Sage Publications, Inc. Halaman 360