

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persoalan etnis kerap ditampilkan di media, salah satunya yaitu dalam sebuah film, misalnya etnis Tionghoa. Keberadaannya yang menjadi salah satu etnis minoritas di Indonesia ini, memang sering mendapatkan banyak hujatan dari etnis yang bukan Tionghoa. Salah satu contoh filmnya yaitu film *Ngenest* karya Ernest Prakasa. Etnis Tionghoa yang direpresentasikan dengan orang yang perhitungan dengan uang dan selalu mendapat ejekan fisik dari mata sipit yang merupakan ciri khas dari etnis Tionghoa menjadi cerita yang diangkat dalam film *Ngenest*.

Sama halnya dengan Tionghoa, representasi etnis Jawa yang digambarkan dengan sosok berlatar belakang pas-pasan, *ndeso*, serta mudah dibodohi menjadi hal yang kerap ditampilkan dalam film. Representasi semacam ini yang akhirnya memunculkan persepsi etnis Jawa yang sesungguhnya adalah seperti apa yang direpresentasikan dalam film. Menurut lembaga studi dan pemantauan media Remotivi, Roy Thaniago mengatakan bahwa,

“Anggapan bahwa bahasa Jawa kampung dan rendahan nampaknya bermula dari metode dagang salah satu pihak yang paling “bersalah”: industri pertelevisian Indonesia. Merekalah yang kerap menampilkan karakter orang Jawa dengan sepaket stereotip: lugu, bodoh, norak, gegabah, dan miskin. Pendek kata, inferior (dalam Hasan, 2018).”

Media yang kerap menampilkan inferioritas etnis Jawa sering kali kita jumpai pada serial FTV. Salah satunya yaitu serial FTV yang berjudul *Pulang Malu Gak Pulang Rindu* menampilkan Jawa yang *kampungan*, jauh dari kesan modern, suasana pedesaan yang seolah menggambarkan keterbelakangan kehidupan etnis Jawa, dan lain sebagainya (Utami, 2015). Karakter etnis Jawa yang mudah teridentifikasi sebagai subjek yang terintimidasi. Penggambaran karakter dan sifat etnis Jawa dalam media tidak sepenuhnya benar. Para pembuat cerita hanya menampilkan permukaan karakter yang dimiliki tanpa menjelaskan secara lebih detail tentang keunikannya. Karakter yang ditampilkan sering ditangkap negatif oleh para penonton karena karakter etnis Jawa dalam media hampir seluruhnya sama dan menimbulkan kesan berulang.

Contoh lainnya adalah dari program acara televisi yaitu *Hidup Ini Indah* di Trans TV. Pembawa acara dari program tersebut teridentifikasi sebagai orang Jawa. Dengan tampilan memakai baju lurik dan blangkon yang mana simbol tersebut merupakan simbolik dari orang Jawa Tengah ataupun DIY. Bicara yang *medhok* dan karakter pembawa acara dibuat bodoh karena dikonsepsi menjadi seseorang yang tidak tahu hal apapun yang terjadi di era modernisasi (Hasfi, 2011).

Suku Jawa adalah suku terbanyak di Indonesia, dimana di tahun 2009 jumlahnya mencapai 100 juta jiwa atau hampir 50% dari total penduduk Indonesia. Mereka berasal dari pulau Jawa dan terutama ditemukan di provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Tetapi di provinsi Jawa Barat banyak ditemukan Suku Jawa, terutama di Kabupaten Indramayu dan Cirebon yang mayoritas

masyarakatnya merupakan orang-orang Jawa yang berbahasa dan berbudaya Jawa. Di Lampung, Banten, Jakarta, dan Sumatera Utara populasi mereka juga cukup banyak. Suku Jawa juga memiliki sub-suku, seperti Osing dan Tengger. Dalam kenyataannya, meskipun Suku Jawa sudah tersebar di hampir semua propinsi di Indonesia, namun saat ini masyarakat sudah didominasi ide bahwa Suku Jawa adalah mereka yang berasal dari di Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur (Hasfi, 2011).

Jawa Timur merupakan provinsi yang berada di pinggiran Pulau Jawa, lebih tepatnya di ujung timur Pulau Jawa. Berbeda dengan Jawa Tengah pada umumnya, mereka mempunyai bahasa *medhok* khas Jawa Timuran (*Suroboyonan*). Sebagai contoh Ahmad Dhani, Ari Lasso, dan Anang Hermansyah merupakan artis yang identik dengan *medhok* Jawa Timuran (Karina, 2015).

Yuli (dalam Karina, 2015) berbagi pengalamannya sebagai orang asal Jawa Timur yang merantau dan tinggal di Jakarta.

“Kita sebagai orang Jawa Timur punya aksen bahasa Jawa yang beda dari orang Jawa yang lain. Jadi dimanapun kita berada, kalau dengar orang dengan aksen *medhok* khas Jawa Timuran, pasti langsung berpikir ‘Hmmm... *Suroboyono iki*’ (dalam Karina, 2015).”

Bahasa Jawa selalu diidentikkan dengan bahasa yang sopan, halus, kalem, dan pelan-pelan layaknya Putri Solo. Namun berbeda dengan *medhok Suroboyonan* yang lebih ceplas-ceplos, cepat, nyaring, dan (terdengar) kasar jika berbicara dengan teman sebaya. Persamaan akan terlihat dengan Bahasa Jawa yang biasa digunakan di Jawa Tengah saat penggunaan bahasa halus

yang biasa digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih tua (Karina, 2015).

Berkat ciri khas *medhok* yang dimiliki tersebut, tidak jarang orang Jawa Timur yang merantau ke kota-kota besar lain di Indonesia sering dikaitkan dengan hal-hal yang *udik* atau *ndeso*. Begitu juga dengan Surabaya, yang notabene adalah ibu kota provinsi Jawa Timur, yang merupakan juga kota terbesar kedua di Indonesia, masih banyak yang mengira kalau Surabaya itu *ndeso*. Pengalaman tersebut dibagikan oleh perantau asal Surabaya bernama Devi (dalam Karina, 2015).

“Saat pertama kali aku merantau ke Bandung, pas teman-teman baruku pada tahu aku orang Surabaya, mereka mengira kalau Surabaya itu *ndeso*. Padahal Surabaya sama Bandung juga lebih *gedean* Surabaya! Aneh... (dalam Karina, 2015).”

Akhir-akhir ini mulai bermunculan film-film Indonesia berbahasa daerah, salah satu adalah film berbahasa Jawa. Faktor pendorongnya adalah kebangkitan pusat-pusat film di berbagai daerah, terutama di daerah Jawa. Beberapa film yang menggunakan bahasa daerah mampu menunjukkan kesuksesannya dengan memenangkan beberapa penghargaan baik nasional maupun internasional. Film-film tersebut di antaranya: film *Siti* (2014), berhasil memperoleh penghargaan sebagai Film Terbaik pada ajang Festival Film Indonesia 2015; film *Ziarah* (2016), yang mendapat penghargaan sebagai *Best Screenplay & Special Jury Award dalam ajang ASEAN International Film Festival & Award 2017*; dan film *Turah* (2016) yang juga memenangkan kategori *Best Director-Vietnam Film Festival 2017* (Hasan, 2018). Lain halnya dengan film berbahasa Jawa yang baru muncul ini. Keberadaan film yang

sama-sama menggunakan bahasa Jawa sebagai dialognya justru menuai kontroversi. Padahal seperti yang kita ketahui, banyak film-film berbahasa Jawa yang sebelumnya telah diproduksi dan menuaikan prestasi tidak menimbulkan cacian terhadap masalah bahasa Jawa yang dipergunakan dalam film.

Dirilis tanggal 22 Februari 2018, *Yowis Ben* merupakan film bergenre drama-komedi yang 90 persen bahasanya menggunakan bahasa Jawa terutama Jawa Timuran. *Yowis Ben* bercerita tentang Bayu (Bayu Skak) dan mimpinya untuk mendapatkan hati Susan (Cut Meyriska), teman perempuannya di sebuah Sekolah Menengah Atas (SMA) di Malang. Kendalanya, Bayu adalah anak seorang penjual pecel dengan julukan “Pecel Boy”, berkulit sawo matang, berasal dari kalangan ekonomi pas-pasan dan juga tidak populer. Sementara Susan adalah anak orang berada, cantik, dan jadi kembang sekolah. Bayu kemudian membentuk grup band bernama “Yowis Ben” bersama empat teman terdekatnya: Doni (Joshua Suherman), Yayan (Tutus Thomson), dan Nando (Brandon Salim). Kala grupnya mulai tenar di kalangan pentas seni SMA, mendapatkan penghargaan dari lomba band dan Susan berhasil digandeng, Bayu dihadapkan dilema untuk memilih sahabat atau pacar. Meski konflik yang dibangun belum kuat, dalam waktu 2 minggu sejak penayangan perdananya jumlah penonton yang didapat bisa mencapai 900.000 lebih penonton (Hasan, 2018).

Sebelum film *Yowis Ben* rilis, Bayu Skak yang berperan sebagai sutradara, penulis naskah sekaligus aktor dalam film tersebut mendapat banyak

hujatan dari para *netizen* terkait dengan film bahasa Jawa yang dia buat. Dia kemudian membuat sebuah video di akun *youtube* pribadi miliknya yaitu Bayu Skak dengan judul videonya yaitu *AKU WONG JOWO* untuk memberi kejelasan sekaligus balasan kepada para *netizen* yang banyak melontarkan komentar-komentar negatif pada dirinya terkait film yang dibuatnya.

Mengutip perkataan Bayu dalam videonya yang mengatakan bahwa:

”Aku nggawe video berjudul AKU WONG JOWO iki tujuane ngewenehi ngerti. Nek kene iki sebagai Wong Jowo gak iso terus-terusan diremehno. Semisal awakmu kondo utowo komentar nek aku iki Goblok isih ra opo tapi nek awakmu kondo Jowo kampungan, TKI iki masalah (Moektito, 2018).”

Film *Yowis Ben* sebenarnya merupakan suatu pembuktian dan upaya yang ingin dilakukan Bayu Skak dalam merubah *mindset* etnis Jawa yang selama ini melekat di masyarakat, akan tetapi yang terjadi adalah dalam cerita filmnya, Bayu justru masih menampilkan etnis Jawa sebagai masyarakat yang inferior. Terlihat dalam satu adegan di saat Bayu yang merupakan orang asli Jawa berusaha mendapatkan hati Susan yang bukan etnis Jawa. Di sini Bayu terlihat seolah-olah dia terjebak dalam konstruksi yang dibangun oleh kelompok dominan, dalam hal ini Jakarta.

Mengacu pada tulisan Paul Popenoe (dalam Lin, 1997, hal. 1), mengenai *inferiority complex* yang mengatakan bahwa:

“*An abnormal or pathological state which, due to the tendency of the complex to draw unrelated ideas into itself, leads the individual to depreciate himself, to become unduly sensitive, to be too eager for praise and flattery, and to adopt a derogatory attitude toward others (Lin, 1997, hal. 1).*”

Dalam bukunya *Black Skin, White Masks*, Frantz Fanon (2016) memberikan suatu pembuktian bahwa bangsa yang merupakan bangsa bekas

jajahan secara sadar maupun tidak mereka akan mengadopsi cara pandang, cara berfikir, budaya, kebiasaan dan pola perilaku bangsa penjajah. Hal tersebut relevan dengan kasus yang dialami Bayu, seperti yang kita ketahui bahwa produksi film di Indonesia banyak diproduksi di Jakarta. Film produksi Jakarta yang merepresentasikan Jawa yang inferior secara tidak sadar teradopsi oleh Bayu yang kemudian memasukkan representasi etnis Jawa yang sama dalam cerita filmnya yang berjudul *Yowis Ben*.

Hal inilah yang kemudian menggugah keinginan penulis untuk melihat bagaimana representasi etnis Jawa dalam film *Yowis Ben* lebih mendetail melalui setiap tanda atau simbol dalam adegan film yang menunjukkan bagaimana etnis Jawa inferior direpresentasikan dalam film *Yowis Ben*.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang permasalahan di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah yang diambil adalah: Bagaimana bentuk representasi inferioritas etnis Jawa dalam Film *Yowis Ben*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana representasi etnis Jawa dalam film *Yowis Ben*. Menjelaskan setiap adegan dalam film yang merepresentasikan etnis Jawa yang inferior baik dalam aspek bahasa, perilaku, maupun properti yang digunakan dalam film tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki manfaat di antaranya antara lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam studi film. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadikan rekomendasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pemahaman etnis Jawa dalam media khususnya film serta menunjukkan bagaimana ideologi dominan sangat kuat mempengaruhi sebuah produksi karya film. Bahkan ketika produser tersebut ingin melawan, ternyata yang terjadi adalah ideologi dominan masih kuat mempengaruhi.

E. Kerangka Teori

1. Representasi Etnis dalam Media

Stuart Hall mendefinisikan representasi sebagai suatu produksi makna dari konsep-konsep yang ada dalam pikiran seseorang. Secara sederhana representasi dapat diartikan sebagai pikiran orang-orang awam terhadap objek, peristiwa, dan simbol-simbol tertentu. Representasi tidak hanya untuk menyajikan (*to present*), untuk membayangkan (*to image*), atau untuk menggambarkan (*to depict*), tapi lebih dari itu. Representasi mengacu pada cara kita memaknai objek atau peristiwa yang tergambarkan (Hall, 2009).

Hal yang penting pada representasi adalah pertama, apakah seorang atau kelompok atau gagasan telah digambarkan dengan sebagaimana mestinya. Maksudnya adalah apakah pemberitaan yang ada memberikan

keadaan yang apa adanya atau malah memperlihatkan hal yang buruk dan memarjinalkan seseorang atau kelompok tertentu. Kemudian yang kedua, bagaimanakah representasi tersebut ditampilkan melalui kata, kalimat, situasi dan gagasan tersebut ditampilkan dalam pemberitaan kepada khalayak. Persoalan utama dalam representasi adalah bagaimana realitas atau objek tersebut digambarkan. (Eriyanto, 2001, hal. 113)

Representasi merupakan bagaimana suatu teks mengkonstruksi dan memunculkan kembali gambaran atau realita tentang suatu hal. Teks yang dimaksud di sini yaitu media khususnya film. Teks dalam film terdiri dari apa yang terjadi di depan kamera termasuk *setting*, cahaya, *make up*, pakaian, dan akting pada pemerannya. Representasi pada dasarnya adalah sesuatu yang berkonstruksi pada analisis media dan bagaimana teks yang ada dalam media menggambarkan kembali dunia sosial (Devereux, 2003, hal. 162).

Berbicara tentang representasi yang ada dalam masyarakat, Burton telah membagi tiga tingkatan bagaimana masyarakat dikategorikan, yaitu:

1. Tipe, level ini berbicara tentang tipe, misalnya dalam suatu kisah, seperti penjaga toko, namun tokoh ini muncul bukan sebagai sesuatu yang stereotip. Alasannya adalah tokoh tersebut bukan digambarkan sebagai tokoh yang sangat kuat, tetapi mungkin juga tokoh seperti itu kekurangan perangkat yang jelas. Jadi meskipun tokoh tersebut adalah tipe yang dapat dikenali dalam suatu kisah faktanya adalah bahwa karakter tersebut digambarkan secara mendalam.

2. Penampilan manusia, karakter dan kepercayaan. Stereotip level ini memandang bahwa stereotip dapat dikonstruksikan melalui representasi dalam media, misalnya melalui berbagai asumsi-asumsi dalam percakapan sehari-hari, selebihnya stereotip menyederhanakan.
3. Tipe utama, level ini memandang bahwa tipe-tipe yang intensif dinamakan secara mendalam dalam budaya kita. Contohnya para pahlawan, pahlawan wanita dan musuh utama yang melambangkan berbagai kepercayaan, nilai dan prasangka terdapat dalam suatu budaya (Burton, 2008, hal. 115-116).

Dalam *cultural studies*, representasi merupakan bagian dari studi kebudayaan itu sendiri. Menurut Chris Barker, representasi merupakan suatu praktik pemaknaan dari studi kebudayaan. Konsep dari representasi sangat penting digunakan untuk menerangkan bagaimana hubungan antara teks media dengan realitas yang direpresentasikan tetapi bila dihubungkan dengan realitas yang menjadi referensinya. Representasi menjadi bagian terbesar dari *cultural studies* yaitu bagaimana dunia ini dikonstruksikan dan direpresentasikan secara sosial oleh kita (Barker, 2004, hal. 177).

Berbicara mengenai budaya tentu tidak lepas dari yang namanya etnis. Etnis adalah suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa (Koentjaraningrat, 2007).

Dalam media permasalahan etnis kerap kita jumpai baik dari media surat kabar, iklan, televisi, maupun film. Permasalahan yang kerap muncul adalah representasi etnis dalam media sering kali dinilai bertolak belakang dari apa yang sebenarnya terjadi pada realitas. Apa yang diperlihatkan media bisa menimbulkan kesalahpahaman terhadap kelompok-kelompok atau etnis tertentu. Hal ini dikarenakan pemahaman kita terhadap suatu realitas adalah sama dengan apa yang digambarkan kembali oleh media. Media merepresentasikan kelompok-kelompok tertentu dengan cara-cara tertentu. Itulah sebabnya mengapa kita harus paham maksud dan tujuan media merepresentasikan sesuatu dengan cara-cara tertentu. Sebagai contoh, media menggambarkan etnis Tionghoa adalah etnis minoritas yang memiliki mata sipit, pelit dan penuh perhitungan. Contoh lain yaitu etnis Jawa yang digambarkan dengan sosok yang berkulit sawo matang, *kampung* dan mudah dibodoh-bodohi.

Representasi juga mampu membantu menciptakan pola pikir bahwa orang-orang tertentu dikategorikan dalam kelompok-kelompok tertentu. Media mengajak khalayak untuk berpikir mengapa orang-orang tertentu dimasukkan dalam kategori tertentu. Representasi harus dikonstruksi melalui beberapa tipe dan tipe terbentuk dari unsur-unsur, yaitu unsur fisik yang meliputi rambut, pakaian, aspek-aspek yang membedakan. Selanjutnya adalah pembentukan tipe berdasarkan umur, ras, pekerjaan dan gender (Burton, 2008, hal. 119).

Representasi etnis Jawa dalam film *Yowis Ben* menampilkan Jawa yang dianggap tidak modern, lugu, *ndeso*, mudah dibodoh-bodohi dan lain-lain. Terdapat suatu tanda-tanda atau simbol yang nantinya akan bisa diperjelas melalui tanda atau simbol yang diperoleh.

2. Konstruksi Realitas Sosial

Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas sosial bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial (Bungin, 2008 hal. 187). Dalam pandangan paradigma defenisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya. Max Weber melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki subjektif, karena itu perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Pada kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas secara objektif (Bungin, 2008 hal. 188-189). Menurut Berger dan Luckman realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi (Bungin, 2008, hal. 192). Proses realitas sosial konstruksi yang

dikemukakan oleh Berger dan Luckman yaitu (1) tahap eksternalisasi ini berlangsung ketika produk sosial tercipta di dalam masyarakat, kemudian individu mengekternalisasikan (penyesuaian diri) ke dalam dunia sosio-kulturnya sebagai bagian dari produk manusia. (2) tahap objektivitas produk sosial, terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses intusionalisasi, sedangkan individu dikatakan memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia. (3) tahap internalisasi, pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna (Bungin, 2008, hal 194-197).

3. Ideologi Dominan dalam Media

Menurut Sutrisno (dalam Jannah, 2014, hal. 1), istilah “ideologi pertama diciptakan oleh Desstutt de Tracy tahun 1976 di Perancis, telah terjadi pergeseran arti begitu rupa sehingga ideologi dewasa ini merupakan istilah dengan pengertian yang kompleks”. Menurut Syamsudin (dalam Jannah, 2014, hal. 1), ideologi adalah:

“Ideologi secara etimologis ideologi berasal dari kata *idea* dan *logos*. *Idea* berarti gagasan, konsep, pengertian dasar, cita-cita. Kata *idea* berasal dari bahasa Yunani *ideos* yang berarti bentuk atau idean yang berarti melihat, sedangkan *logos* berarti ilmu. Dengan demikian ideologi berarti ilmu pengertian-pengertian dasar ide-ide (*the science of ideas*) atau ajaran tentang pengertian-pengertian dasar. Ide dapat diartikan cita-cita yang bersifat tetap dan yang harus dicapai (Jannah, 2014, hal. 1).”

Dalam perannya, ideologi sangatlah kuat dalam mempengaruhi pemikiran seseorang. Banyak orang menganggap bahwa ideologi merupakan segala gagasan yang dipercaya oleh seseorang yang kemudian

akan menggerakkan tindakannya. Tetapi jika dilihat dalam perspektif kritis, yang dimaksud dengan ideologi di sini sebenarnya merujuk dengan apa yang dinamakan dengan ideologi dominan.

Dalam bukunya, Eoin Devereux (2003), mengatakan bahwa ideologi sebagai ideologi dominan berarti bahwa berbagai ideologi yang menakjubkan berpotensi ada di dalam media. Sebuah ideologis dalam media harus memberikan perhatian khusus tentang potensial posisi ideologis antara para profesional yang terlibat dan jenis wacana dominan yang digunakan dalam media.

Ideologi dominan merupakan gagasan yang dimiliki oleh kelompok-kelompok dominan. Namun karena yang memiliki ideologi tersebut adalah orang-orang yang memiliki *power*, sehingga yang terjadi adalah ideologi tersebut diulang-ulang kembali secara terus menerus, dan karena diulang secara terus-menerus lama kelamaan ideologi tersebutlah yang akhirnya menjadi paling dominan di antara gagasan lain.

Menurut Marx (dalam Devereux, 2003), kelas-kelas dalam masyarakat kapitalis tidak hanya mengontrol alat produksi material tetapi juga mengontrol produksi gagasan. Ide-ide melakukan fungsi ideologis ketika mereka menutupi dan mengeksploitasi sifat kapitalisme atau menyajikan hubungan ekonomi eksploitatif semacam ini sebagai sesuatu yang alami dan tak terelakkan. Dalam pemahaman istilah ini, ideologi dapat berfungsi untuk menciptakan kesadaran palsu di antara yang

dieksploitasi dan hanya ketika diakui seperti itu akan ada revolusi dan tatanan sosial baru.

Informasi dalam media tidak bisa kita percayai sepenuhnya. Media seringkali memperlihatkan pesan-pesan dengan maksud untuk mempengaruhi khalayak. Pesan-pesan media yang diterima oleh khalayak sering kali hanya merupakan bagian dari kampanye yang lebih tidak terlihat. Apa yang ditampilkan media seringkali diterima mentah-mentah kebenarannya oleh khalayak yang pada akhirnya dengan mudah tersebar luaskan dan melekat di pikiran masyarakat. Itulah sebabnya ideologi dalam media secara cepat mampu melekat dalam pikiran dan diyakini khalayak karena sifatnya yang diulang secara terus menerus dan dikonsumsi secara massa. Sebagai khalayak kita dituntut agar lebih memilah-milah kembali pesan yang ada dalam media.

“...In using the terms ‘ideology’ in this textbook we mean the ideas that legitimize the power of a dominant social group or class (Devereux, 2003).”

Ideologi dominan tanpa disadari akan menggerakkan dan mempengaruhi kita, sebagai contoh misalnya, sebuah gagasan yang mengatakan bahwa ketika berbicara dengan gaya bahasa orang Jakarta, seseorang akan merasa dirinya keren. Hal tersebut disebabkan adanya gagasan yang telah lama muncul di masyarakat yang menjadikan Jakarta sebagai panutan dari sebuah tren. Begitu pula dalam bidang media, media mampu memainkan bagian yang sangat kuat dalam produksi dan sirkulasi ideologi. Di Indonesia, pusat segala macam produksi media adalah Jakarta.

Jakarta menjadi pusat atas produksi sebuah media salah satunya industri film. Dalam produksi sebuah film, industri perfilman yang ada di Jakarta menciptakan gagasan-gagasan yang mereka buat yang kemudian digambarkan dalam pembuatan film.

Dalam Film *Yowis Ben*, adapun ideologi dominan yang terlihat secara keseluruhan adalah masalah ras, kelas sosial dan *inferiority complex*.

4. *Inferiority Complex*

Menurut Adler (dalam Yuliana, 2013, hal. 12), inferioritas adalah perasaan-perasaan yang muncul akibat kekurangan psikologis atau sosial yang dirasakan secara subjektif maupun perasaan-perasaan yang muncul dari kelamahan atau cacat tubuh nyata.

Perasaan inferioritas bukan suatu pertanda abnormalitas, melainkan justru penyebab segala bentuk penyempurnaan dalam kehidupan manusia. Karena manusia didorong oleh kebutuhan untuk mengatasi inferioritasnya dan ditarik oleh hasrat untuk menjadi superior (Yuliana, 2013, hal. 12).

Tidak hanya itu, Adler mengemukakan hal yang paling berpengaruh yaitu *inferiority complex*. *Inferiority complex* adalah neurosis. Artinya masalah inferioritas sama besarnya dengan masalah kehidupan itu sendiri. Orang akan jadi pemalu, penakut, merasa tidak aman, ragu-ragu, pengecut, tertindas. Orang mulai mempercayakan pada orang lain untuk mengatur hidupnya (Boeree, 2014, hal. 146).

Inferiority complex adalah perasaan semacam ketergantungan dan ketidakpercayaan diri seseorang atau kelompok yang menganggap orang

lain lebih pintar, baik, kuat dan lain sebagainya. Efeknya adalah kemunduran kepribadian, reduksi karakter, dan kehilangan identitas.

Suatu gagasan yang diciptakan kelompok dominan selalu menularkan energi yang kuat di kalangan kelompok yang bukan dominan. Dalam kamus Fanon, bangsa kulit hitam menjadi objek kolonialisasi dari bangsa kulit putih yang kemudian memberi dampak *inferiority complex*. Selain itu kolonialisme sendiri juga membentuk karakter dengan kecenderungan meniru (*imitate*) pelaku kolonialisme.

Perasaan semacam itu timbul dari perasaan rendah diri yang muncul dari kelas yang bukan dominan. Bahkan ketika seseorang yang bukan berasal dari kelompok dominan berusaha ingin melawan gagasan-gagasan tersebut. Secara tidak sadar seseorang tersebut sedikit banyak masih menggunakan gagasan-gagasan yang berasal dari kelompok dominan itu sendiri. Proses meniru ini tidak hanya berhubungan soal fisik melainkan juga cara berpikir bahkan ideologi.

Dalam bukunya *Black Skin White Mask*, Fanon menuliskan bahwa,

“In the presence of the oppressor, the colonized unavoidably assume that because their native language is so dissimilar from the new dominant population, they are intrinsically inferior. The native constantly compares and analyzes his ability to speak like the colonizer and dominant culture. Upon comparison, the native is in a state of high proclivity to develop an inferiority complex, one that resides at the root of multiple psychosomatic consequences for the colonized individual (Hilton, 2011, hal. 49).”

Tidak dapat dipungkiri bahwa suatu kelompok yang terjajah secara sendirinya akan timbul rasa tidak percaya diri dengan bahasa asli mereka yang dianggap berbeda dari kelompok dominan yang ada. Muncul perasaan

tidak percaya diri dengan bahasa dan sumber kekayaan lain yang dimiliki kelompok yang bukan dominan. Pada saat seseorang atau sekelompok dari yang bukan dominan ini mencoba melawan inferioritas yang ditujukan kepadanya, tetap saja secara tidak sadar sedikit banyak mereka juga akan mengadopsi budaya yang ada pada kelompok dominan itu sendiri.

Jika dalam bukunya, Fanon menjelaskan *inferiority complex* yang terjadi antara kulit hitam dan kulit putih. Dalam film Yowis Ben, konteks terjajah yang dialami adalah masyarakat Jawa pinggiran sebagai masyarakat inferior sedangkan Jakarta menjadi masyarakat dominan. *Inferiority complex* yang ditampilkan yaitu beberapa aspek-aspek kultur, seperti cara berpakaian, cara berbicara, dan cara berpikir orang Jakarta (*central*) yang dianggap selalu lebih unggul daripada etnis Jawa (*peri-peri*), dalam film ini khususnya pada masyarakat Malang, Jawa Timur. Jakarta menjadi daerah yang merupakan pusat tren dari segala bidang salah satunya media. Sebagai salah satu contohnya, sering kita jumpai pada sinetron-sinetron di Indonesia. Tak jarang jika dalam cerita terdapat unsur Jawa, baik itu tokoh maupun lingkungannya, selalu digambarkan dengan suasana atau sesuatu yang inferior. Tokoh orang Jawa digambarkan tidak jauh dari pembantu, tukang jamu, miskin, *kampung*, dan lain sebagainya. Lingkungan Jawa yang digambarkan dengan suasana pedesaan atau kampung, berkehidupan pas-pasan dan lain sebagainya.

Hampir semua program acara televisi diproduksi di Jakarta oleh “Orang Jakarta” dan mayoritas isi dalam suatu program acara berbau

kehidupan Jakarta. Secara tidak sadar, stasiun televisi nasional memberikan istilah “Kita Indonesia” menjadi “Kami Jakarta”. Artinya, media televisi menggambarkan kehidupan Indonesia sama dengan kehidupan Jakarta. Padahal belum tentu kehidupan di Indonesia seperti kehidupan di Jakarta, kehidupan di Papua, Sumatera dan Kalimantan belum tentu sama dengan kehidupan di Jakarta. Selain itu, kehidupan Jakarta yang diberikan oleh media televisi memberikan dampak kepada kehidupan masyarakat yang berasal dari luar Jakarta. Penggunaan bahasa, lagu-lagu, membicarakan gosip atau sinetron yang disiarkan oleh stasiun televisi nasional yang berpusat di Jakarta. Gaya berbusana yang mereka pakai sehari-hari, bahasa yang digunakan menirukan seperti artis yang ada media televisi. Program-program yang meliput kehidupan orang Jakarta yang kelas menengah maupun kelas elit, memberikan gambaran kehidupan yang menarik dan memberikan gambaran ideal kehidupan yang etis dan estetik kepada masyarakat Indonesia. Gambaran tersebut digambarkan oleh media kepada masyarakat daerah di Indonesia. kehadiran konten-konten yang di dominasi kehidupan Jakarta membuat masyarakat berusaha meniru keindahan dan kesuksesan orang-orang Jakarta dengan kehidupan modern (Sukirno, 2011, hal. 104).

Dalam film *Yowis Ben*, beberapa adegan yang menunjukkan etnis Jawa digambarkan dalam golongan inferior. Baik dalam potongan gambar *scene* maupun dialog dalam film tersebut.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis semiotik. Analisis Semiotik digunakan untuk mengetahui makna yang terkandung baik verbal maupun non verbal seperti kata-kata, gambar, gerak tubuh, suara dan lainnya (Sobur, 2013, hal. 128).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika dari John Fiske yang mengemukakan teori tentang kode-kode televisi (*the codes of television*). Sebelumnya perlu diketahui bahwa teori ini tidak hanya digunakan untuk menganalisis acara televisi melainkan juga teks media yang lain, seperti film, iklan, dan lain-lain. Bahwa sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi berbeda oleh orang berbeda juga (Vera, 2014, hal. 35).

Dalam kode-kode televisi yang diungkapkan dalam teori John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan telah diencode oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level sebagai berikut:

1. Level Realitas

Yakni suatu adegan yang ditandakan (*encoded*) sebagai realitas. Misalkan seperti tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya.

2. Level Representasi

Realitas yang terencode dalam *encoded electronically* harus ditampilkan pada *technical codes*, seperti kamera, *lighting*, *editing*,

musik, dan suara. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan, antara lain karakter, narasi, *action*, dialog, *setting* dan sebagainya.

3. Level Ideologi

Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas sosial, materialisme, kapitalisme dan sebagainya. Ketika kita melakukan representasi atas suatu realita, menurut Fiske, tidak dapat dihindari adanya kemungkinan memasukan ideologi dalam konstruksi realitas (Vera, 2014, hal. 36).

Dari ke tiga level di atas penulis akan lebih mudah untuk melakukan proses penelitian yang akan diteliti baik itu berupa tanda ataupun simbol serta lebih mudah untuk menjelaskan paradigma kritis mengenai ideologi dominan yang ada dalam film *Yowis Ben* yang seolah-olah membuat etnis Jawa dalam film tersebut menjadi inferior.

G. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah film drama-komedi Indonesia yang berjudul *Yowis Ben* karya Bayu Skak, yang diproduksi oleh Starvision pada tahun 2018.

H. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dalam tahap ini peneliti, menggunakan *softcopy* film *Yowis Ben* sebagai bahan dokumentasi. Teknik ini dilakukan untuk mengidentifikasi tanda dan simbol yang kemudian digunakan untuk menggali makna yang terkandung dalam tanda dan simbol yang muncul dalam film tersebut.

b. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai penelitian ini. Studi pustaka adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah dalam film. Data penunjang mengenai konsep penelitian yang diperoleh melalui majalah, *website*, literatur dan informasi lain yang relevan dengan objek penelitian. Studi pustaka menjadi pedoman untuk mengkaji data-data yang dibutuhkan dan dikumpulkan untuk mengkaji beberapa permasalahan dari film yang diteliti.

I. Teknik Analisis Data

Setelah semua sumber data terkumpul, selanjutnya adalah menganalisis data. Tujuan analisis data pada dasarnya adalah untuk mengatur, menegelompokkan, dan mengurutkan data-data yang sudah terkumpul. Data-data tersebut dapat berupa gambar, artikel, foto, dokumen, dan sebagainya. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data ini yaitu:

Pada penelitian ini, tahap pertama analisis data dimulai dengan mengamati, memahami alur cerita, dan skenario yang ada dalam film. *Yowis Ben*.

Kemudian yang ke dua, mengolah dan mengumpulkan data, melalui cara meng-*capture* adegan yang berhubungan dengan representasi etnis Jawa dalam film *Yowis Ben*. Sajian data ditampilkan dalam 3 level sesuai dengan teori yang dikemukakan John Fiske yaitu level realitas, representasi, dan ideologi.

Pada level representasi, kamera akan difungsikan sebagai kode teknis untuk menentukan penempatan sudut pandang, jarak, gerakan dan fokus mengenai subjek. Berisi tentang teknik pengambilan gambar oleh kamera. Aspek tersenut salah satunya adalah jenis-jenis shot (*type of shot*). Pada dasarnya *type of shot* ini dibagi menjadi 3 bagian besar yaitu *close shot*, *medium shot* dan *long shot*. Kemudian dikembangkan menjadi beberapa jenis lagi berdasarkan perkembangan dan pemahaman akan dampak psikologis *shot* dan kebutuhan pengambilan gambar yang variatif. Adapun pembagian tersebut antara lain sebagai berikut (Muslimin, 2016, hal. 2).

Shot	Definisi	Contoh
<i>Long Shot</i>	Teknik pengambilan ini yang menunjukkan jauh di mana dan keterlibatan subjek secara berbeda.	
<i>Full Shot</i>	Teknik pengambilan ini menampilkan subjek dengan kostumnya dengan menunjukkan aksi subjek itu.	
<i>Medium Shot</i>	Menunjukkan subjek setengah badan yaitu dari pinggang ke atas. Memperlihatkan subjek lebih dekat.	
<i>Close-up</i>	Menekankan pengambilan dari leher ke atas. Untuk menunjukan ekspresi subjek.	
<i>Extream Close-up</i>	Pengambilan gambar tersbut berfokus pada wajah saja. Menunjukan lebih detail ekspresi subjek	

Tabel 1.1 Teknik Pengambilan Gambar
 Sumber: Fadililah (2015, hal. 27)

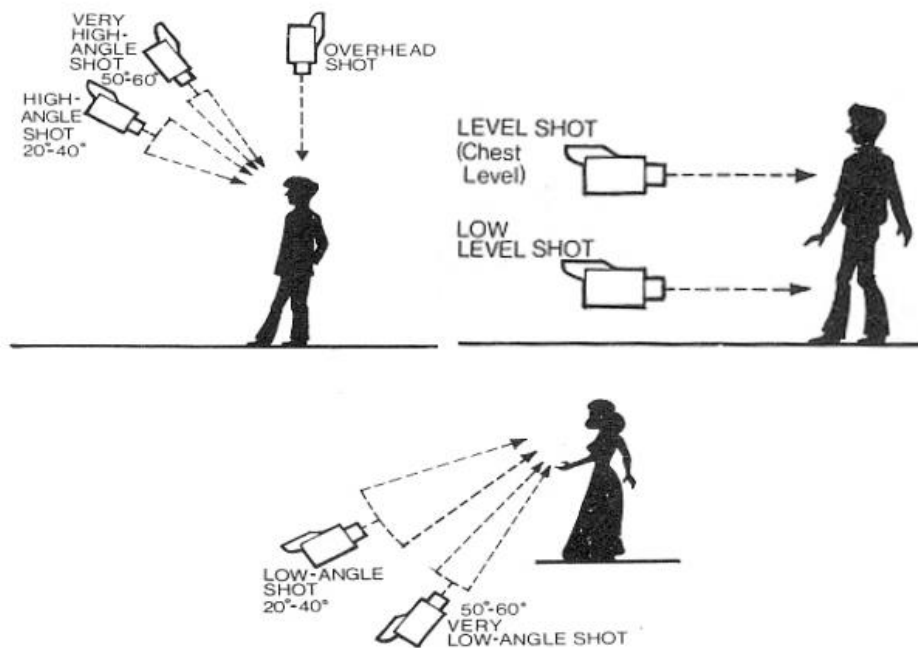
Tabel 1.1 untuk menentukan teknik pengambilan gambar, kemudian setelah ini menentukan unsur representasi lainnya yaitu penempatan *angle* kamera. Penempatan *angle* kamera dapat memengaruhi dramatik sebuah karya visual. *Angle* camera merupakan teknik pengambilan gambar dengan

menempatkan kamera pada sudut serta ketinggian tertentu, sehingga dalam merekam sebuah adegan dapat menimbulkan nilai dramatik pada sebuah *shot*. Gambar pun dapat terkesan lebih menarik dan mendukung suasana cerita dalam film. Penempatan *angle* kamera dapat memposisikan penonton lebih dekat dengan aksi di dalam karya visual (Muslimin, 2016, hal. 6).

<i>Angle</i> Kamera	Definisi dan Makna
<i>High Angle (Bird Eye View)</i>	Posisi kamera lebih tinggi dari objek yang diambil. Pada posisi kamera ini kesan yang akan disampaikan kepada penonton adalah suatu kekuatan rasa superioritas bahkan efek tersebut akan semakin meningkat jika ada penambahan jarak yang ditimbulkan. Oleh karena itu high angle diciptakan dengan maksud untuk mengurangi rasa superioritas dan sekaligus subjek tadi akan melemah kedudukannya, kesan yang muncul adalah rasa tertekan pada subjek, kesedihan, hina dan kecil.
<i>Straight-On Angle (Eye Level)</i>	Adalah sudut dimana posisi kamera pada saat pengambilan gambar yang normal dalam sebuah adegan. Posisi kamera ini pada umumnya setinggi dada atau sejajar dengan ketinggian kita atau penglihatan manusia pada umumnya.

<p><i>Low Angle (Frog Eye View)</i></p>	<p>Posisi kamera lebih rendah dari objek yang diambil. Pada posisi ini kamera akan memberikan kesan kepada subjek seperti bahwa subjek tadi mempunyai kekuatan yang menonjol dan akan memperlihatkan kekuasaannya. Objek terkesan lebih tinggi, besar, gagah, angkuh, sombong perkasa dan berwibawa. Penonton dibuat seakan menjadi bawahan dari tokoh dalam film atau lebih rendah derajatnya dalam tatanan sosial.</p>
---	--

Tabel 1.2 Definisi & Makna *Angle* Kamera
 Sumber: Muslimin (2016)



Gambar 1.1 Ilustrasi *Shot* Kamera
 Sumber: Muslimin (2016)

Kemudian disangkutkan ke dalam level ideologi, yang merupakan elemen-elemen representasi. Semua kode dalam level ini, akan disusun berdasarkan *scene-scene* yang memperlihatkan bagaimana etnis Jawa inferior dalam film *Yowis Ben*.

Tahap terakhir, setelah proses pemaknaan dan menganalisis setiap adegan dalam film, ditariklah sebuah kesimpulan berupa uraian singkat tentang keseluruhan analisis dan pembahasan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.