

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Budaya Banyumas telah menjadi sebuah ikon baru dalam tayangan televisi dewasa ini. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya acara yang menggunakan berbagai bentuk budaya Banyumas sebagai sebuah nilai tambah dalam tayangannya. Dari mulai iklan, sinetron, sulap hingga komedi situasi telah menggunakan budaya Banyumas. Salah satu yang menjadi favoritnya adalah penggunaan bahasa dan dialek *ngapak*.

Dialek ini merupakan sebuah bentuk identitas yang dimiliki oleh orang Banyumas. Bagi penonton televisi di seluruh Indonesia, dialek ini sering dianggap sangat lucu. Dengan karakter *medhok* dan pengucapan yang unik menjadikannya sebuah hal yang menghibur. Bisa dikatakan bahwa dialek *ngapak* telah melesat ke luar dari wilayahnya dan menjadi sangat terkenal di Indonesia. Mungkin tak ada salahnya jika kita katakan hampir semua orang Indonesia tahu bahwa bahasa dan dialek *ngapak* berasal dari Banyumas (Herusatoto, 2008:160)

Keunikan dan kelucuannya membuat bahasa dan dialek *ngapak* menjadi sangat terkenal. Karena hal itu juga, bahasa dan dialek *ngapak* sering digunakan dalam acara komedi. Mungkin kita ingat beberapa waktu yang lalu sebuah acara yang sangat populer pada waktu itu berjudul "Tuyul dan Mba

membelot dari kelompoknya karena menolak melakukan pencurian lagi. Tuyul ini melarikan diri dari kerajaan tuyul. Hal ini dianggap sebagai kejahatan besar, karena itu Raja tuyul memerintahkan anak buahnya untuk mengejanya. Ada dua anak buah yang dikirim yaitu Sontol dan Bongol. Setelah aksi kejar-mengejar dalam puluhan episode, Sontol dan Bongol gagal menangkap tuyul pembangkang maka mereka terpaksa memanggil bantuan yaitu Raja Tuyul sendiri, yang ternyata berbicara dialek *ngapak*.

Acara komedi di atas mendapatkan sambutan luar biasa saat itu. Hal ini mungkin saja menginspirasi berbagai bentuk program televisi komedi saat ini. Akhir-akhir ini bahasa dan dialek *ngapak* kembali marak digunakan dalam beberapa sinetron, komedi situasi, film layar lebar seperti Red Cobex. Namun ada satu hal yang menarik perhatian peneliti, yaitu penggunaan identitas budaya Banyumas dalam acara komedi situasi *Awas Ada Sule* yang sangat populer.

Ini merupakan sebuah acara komedi situasi yang sangat menarik. Karena tokoh utamanya justru merupakan tokoh pembantu yang diperankan oleh Sule, bintang komedi yang sedang naik daun saat ini. Memang ada tayangan komedi situasi lain yang juga menggunakan pembantu sebagai tokoh utamanya, contohnya *OB (Office Boy)* yang tayang di RCTI beberapa waktu lalu. Namun diantara keduanya memiliki perbedaan mendasar yang sangat besar. Dalam komedi situasi *OB*, para pembantu tidak memiliki

dengan Sule, seorang yang tampaknya terlalu cerdas untuk menjadi seorang pembantu.

Sule, di dalam perannya memiliki posisi sentral dan *power* dalam mempengaruhi majikannya, Kanjeng Mami. Sungguh merupakan hal yang sangat jarang ketika ada pembantu yang lebih cerdas dari majikannya, namun tak menggunakan kecerdasannya untuk lepas dari posisi pembantu. Justru ia menggunakannya untuk menjahili majikan dan temannya. Sebagai tokoh sentral, Sule memiliki sebuah posisi yang sangat menarik. Namun, yang membuatnya justru menjadi unik adalah ketika dimunculkan sebuah karakter baru bernama Gendis.

Gendis adalah seorang tukang jamu berbudaya Banyumas yang tentunya berbahasa dan berdialek *ngapak*. Ia memiliki posisi menarik, yakni sebagai seorang *enterpreneur* perempuan muda yang merantau jauh dari kampung halamannya demi membangun usahanya. Di sini kita melihat bahwa posisi Gendis merupakan sebuah bentuk unik dan paling mandiri dari seluruh karakter yang ada dalam *Awas Ada Sule*. Dibandingkan dengan Sule sendiri yang menjadi tokoh sentral, posisi Gendis bisa dikatakan lebih terhormat. Bukankah seorang pengusaha, walaupun kecil tetap lebih tinggi posisinya dari pembantu, karena paling tidak pengusaha bekerja untuk dirinya sendiri. Namun anehnya, Gendis justru menjadi pihak yang seringkali diolok-olok dalam komedi situasi ini.

Di sini, Gendis merupakan korban yang diperlukan untuk

mempermainkan seorang pengusaha. Dan lebih aneh lagi melihat pengusaha ditempatkan lebih rendah dari seorang pembantu yang kesehariannya bekerja demi orang lain. Hal ini bisa kita lihat dalam acara AAS yang menampilkan tokoh Gendis dibandingkan dengan Sule dan Kanjeng Mami.



Sumber: [http://www.google.com/sitkom awas ada sule/gendis](http://www.google.com/sitkom%20awas%20ada%20sule/gendis)

**Gambar 1.1 Adegan Gendis sedang mengobrol dengan sesama penjualnya**



Sumber: [http://www.google.com/sitkom awas ada sule/kanjeng mami](http://www.google.com/sitkom%20awas%20ada%20sule/kanjeng%20mami)

**Gambar 1.2 Adegan Kanjeng Mami ketika sedang makan bersama**



Sumber: [http://www.google.com/sitkom\\_awas\\_ada\\_sule/sule](http://www.google.com/sitkom_awas_ada_sule/sule)

### **Gambar 1.3 Adegan Sule sedang mengobrol dengan rekan sesamanya**

Bisa dilihat di atas bagaimana para tokoh ditampilkan. Gendis dengan kebaya pink dan helm proyek yang bisa dibilang konyol, kemudian Kanjeng Mami dengan kebaya hijau bersinar dan Sule dengan kemeja kotak-kotak. Di sini kita melihat perbedaan penampilan para tokoh.

Ada hal yang membuatnya lebih menarik lagi yaitu interaksi Gendis dengan karakter AAS lainnya yang berasal dari berbagai latar belakang budaya yang berbeda. Seperti Pak RT dari latar belakang Sunda, Kanjeng Mami dari Jawa, putri Kanjeng Mami yang tidak terlihat unsur Jawanya dan terkadang berbicara dengan menggunakan bahasa Perancis, lalu Sule yang terkadang berbicara dalam logat Sunda, serta berbagai karakter lain. Pertemuan berbagai karakter budaya yang berbeda ini dengan budaya Banyumas membentuk sebuah interaksi yang sangat menarik.

Melihat berbagai bentuk interaksi budaya Banyumas dengan berbagai

Gendis, seorang perempuan *ngapak* mandiri. Sebuah karakter yang berbeda dengan penggambaran budaya Banyumas dalam program televisi lainnya. Hal ini membuat peneliti sangat penasaran mengenai bagaimana identitas budaya Banyumas ditampilkan dalam komedi situasi AAS.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti menarik sebuah rumusan masalah : *“Bagaimana representasi identitas budaya Banyumasan dalam komedi situasi Awes Ada Sule episode Sule Hamil dan Penampakan Tatang Sutarma”?*

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana representasi identitas budaya Banyumasan dalam komedi situasi Awes Ada Sule.
2. Untuk membongkar realitas media dan realitas sosial yang menggambarkan identitas budaya Banyumasan.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian yang dilakukan ini bermanfaat untuk memahami representasi identitas budaya khususnya budaya Banyumas di

berikut pesan-pesan verbal maupun visual yang ditampilkan oleh sitkom tersebut. Dan hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian mengenai teks dan budaya.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dilakukannya penelitian ini dapat menjadikan rekomendasi dan sumbangan ilmu bagi khalayak atau penelitian selanjutnya terkait masalah yang diangkat oleh penelitian ini. Dan penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai pembuka kesadaran akan media bahwa media bukanlah entitas netral karena memiliki ide-ide dan tujuan tertentu.

## E. Kerangka Teori

### 1. Komunikasi Sebagai Produksi Makna

Menurut John Fiske, komunikasi itu dibagi menjadi tiga tatanan, yang pertama yaitu komunikasi sebagai proses makna, di mana komunikasinya melihat efektivitas dari komunikasi itu sendiri, seperti medium, saluran, transmiter, penerima, gangguan dan umpan balik. Tatanan yang kedua yaitu komunikasi sebagai produksi makna, di mana komunikasinya tidak hanya melihat keefektifitasannya saja tetapi melihat bagaimana atau apa yang membangun makna itu, seperti ideologi, berbagi kode yang sama agar adanya kedekatan 'makna' antara A dan B terhadap pesan yang datang pada masing-masing mereka. Dan yang

tatanan kedua dan ketiga hampir sama, karena dalam kritisi makna ini tidak hanya melihat keefektifitasan komunikasinya saja melainkan bagaimana makna itu bisa terbangun. Maka dari itu, dalam penelitian ini tatanan yang akan digunakan adalah tatanan yang kedua yaitu komunikasi sebagai produksi makna, karena dalam hal ini saya akan membicarakan tentang tanda, pertandaan, ikon, indeks, denotasi dan konotasi yang semuanya mengacu pada berbagai cara menciptakan makna. Model-model ini adalah model-model struktural karena tidak mengasumsikan adanya serangkaian tahap atau langkah yang dilalui pesan (John Fiske, 2007:60).

## **2. Televisi Sebagai Media Representasi**

Televisi adalah sebuah pengalaman, yang kita terima begitu saja, karena televisi merupakan sesuatu yang membentuk cara berpikir kita tentang dunia (Graeme Burton, 2007:7). Melihat dari apa yang diungkapkan oleh Burton, televisi mempunyai peranan penting dalam membentuk pola pikir. Gaya apapun yang banyak ditampilkan oleh televisi, mulai dari tutur kata hingga gerakan menjadi *trendsetter* dan pengaruh yang sangat besar untuk para khalayak yang mengkonsumsi media tersebut, sehingga seakan-akan televisi menjadi guru terbesar kita, yang dapat dengan mudah dan setiap saat bisa memberikan pelajaran untuk kita. Sebagai contoh, banyak tayangan yang mengandung unsur kekerasan, tidak layak untuk disaksikan dan tanpa disensor, hal inilah

Indonesia, karena banyak segala tindak kekerasan yang terjadi dalam realitas kehidupan semuanya tidak terlepas dari contoh yang diberikan oleh televisi.

Televisi yang memiliki pengaruh yang sangat besar, dimana khalayak bisa memberikan reaksi tersendiri ketika menonton setiap tayangan dalam media tersebut. Contohnya saja, ketika kita menonton tayangan berita yang menampilkan kasus seorang ayah membunuh anak kandungnya sendiri, maka dari sanalah secara spontan akan muncul rasa marah, sedih, kecewa ketika menyaksikan acara tersebut. Inilah kemampuan televisi dalam menghasilkan berbagai macam reaksi terhadap para khalayak yang mengkonsumsi setiap tayangan yang disajikan. Sesuai dengan fungsi media televisi untuk berbagai keperluan yakni untuk mendapatkan informasi, untuk pendidikan dan hiburan (Thornborrow dalam Fiske, 2007:79). Maka baik ataupun buruk tayangan yang dipertontonkan, semuanya khalayak yang menanggung.

Segala sesuatu yang memproduksi makna melalui bahasa adalah representasi (Hall, 1997:15). Menurut Stuart Hall, representasi adalah suatu praktek penting yang memproduksi kebudayaan, karena Stuart melihat kebudayaan itu sebagai suatu konsep yang sangat luas, dimana kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Dimana dari masing-masing mereka mempunyai keterkaitan satu dengan yang lainnya dalam

Salah satu contoh, dimana representasi berhubungan dengan keyakinan para khalayak yang menyajikan televisi sebagai media hiburan mereka, salah satunya komedi situasi. Acara ini banyak menghadirkan tokoh dari berbagai macam latar belakang budaya dan berperan sebagai *melting pot*. Semua budaya di dalamnya berinteraksi dalam balutan konflik yang mengundang tawa. Paling tidak begitulah definisi komedi situasi menurut *encarta dictionary*, '*comedy based on everyday situation: a television or radio comedy series in which a regular cast of characters, usually working or living together, respond to everyday situations in a humorous way*' (<http://encarta.msn.com....html>).

Merupakan tayangan komedi yang berdasarkan pada kondisi kehidupan sehari - hari. Tayangan komedi televisi atau radio yang ditayangkan secara berseri dengan penokohan yang sama pada tiap serinya, biasanya mengambil *setting* dalam sebuah ikatan kehidupan bersama atau pekerjaan, yang berangkat dari kondisi kehidupan sehari - hari yang diangkat dengan cara yang lucu atau humoris.

Komedi situasi sendiri, menurut Richard F. Taflinger dibagi ke dalam tiga kategori,

a. *Actcom*

Merupakan jenis komedi situasi yang paling banyak ditayangkan di televisi. Karakteristik *actcom* diantaranya adalah :

- 1) Memiliki plot *action - oriented* dan biasanya ide cerita yang diangkat berdasarkan permasalahan secara personal.

- 2) Karakter atau pemeran yang ada dalam komedi situasi ini cenderung sederhana. Mudah ditebak dan dengan karakter yang konsisten di tiap episodenya. Terdapat tiga jenis karakter atau pemeran yakni, pemeran utama, pemeran pendukung dan pemeran figuran.
- 3) Plot dibuat dengan tujuan untuk memancing rasa humor atau memancing kelucuan - kelucuan.

b. *Domcom*

- 1) Plot dibangun berdasarkan krisis dalam keluarga dan memiliki *plotcharacter oriented*.
- 2) Karakter atau pemeran yang ada dalam situasi komedi ini tidak sederhana seperti yang ada dalam *actcom* karena tiap karakter memiliki tingkatan emosi dan motivasi yang cukup rumit.
- 3) Naskah cerita biasanya mengangkat tema - tema seputar masalah hubungan intrapersonal dan interpersonal dalam sebuah keluarga.

c. *Dramedy*

- 1) Plot yang dibuat biasanya mengajak kita untuk berfikir keras memahami masalah yang disajikan.
- 2) Karakter dibuat dengan kompleksitas yang tinggi dengan tingkatan konflik emosi yang tinggi serta dengan motivasi yang bermacam-macam dari tiap karakternya

Awas ada Sule merupakan komedi situasi jenis *actcom*, dengan konflik antar personal, karakter tokoh yang konsisten dengan ciri khas budaya masing-masing serta merupakan gambaran masalah keseharian. Sebagai sebuah bagian dari program televisi Awas Ada Sule juga mengalami proses *editing*. Hanya adegan yang 'benar' boleh disiarkan, sedangkan adegan yang 'salah' harus dibuang. Tak pelak pemisahan 'benar' dan 'salah' ini membentuk sebuah komedi situasi dengan pembangunan makna tertentu, makna yang tentunya dianggap 'benar' oleh televisi.

Di mana dari sanalah akan terbentuk suatu nilai-nilai yang mereka pahami sendiri atas representasi yang telah dilakukan oleh televisi. Representasi sangat memegang peranan penting dalam membentuk makna itu sendiri. Dalam berita teroris misalnya, media memberitakan berita tertangkapnya buronan Amrozi dan Imam Samudra, mereka sebagai salah satu teroris pelaku bom Bali, Abu Bakar Ba'asyir juga digadang-gadang memiliki andil dalam terkaitnya teror-teror bom yang terjadi di Indonesia. Secara tidak langsung, media sendiri telah memberikan representasi kepada para khalayaknya bagaimana ciri-ciri teroris yang patut untuk diketahui, sehingga terbentuklah suatu *stereotype* bahwa mereka yang beragama islam, berjenggot, menggunakan peci,

### 3. Ideologi dan Posisi Subyek

Bagi Karl Marx ideologi merupakan sarana yang digunakan oleh ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan anggota masyarakat sebagai sesuatu yang alami dan wajar (dalam Fiske, 2007:239). Kemudian Marx juga menambahkan bahwa ideologi merupakan sebuah kesadaran palsu. Sebagai contoh, banyak anak terlahir dan tumbuh besar mengikuti berbagai ajaran dan nilai yang ditanamkan oleh orang tua termasuk agama. Dimana kita kemudian mengikuti agama yang dianut orang tua dan menganggapnya sebagai yang paling benar dan suci dari agama lain. Tak jarang kita menjadi sedikit fanatik dan bereaksi berlebihan ketika ada orang lain menyinggung simbol-simbol keagamaan yang kita yakini.

Namun pernahkah kita berpikir bahwa sebenarnya kita tak ingin menganut agama tersebut dan sebenarnya itu adalah agama yang dipikirkan orang tua untuk kita bahkan tanpa memberi kita kesempatan untuk memilih dan menilai agama mana yang paling benar. Tidak sama sekali, bahkan kita segera meyakini seluruh kebenaran agama tersebut tanpa pernah mencoba mempertanyakannya. Inilah yang disebut sebagai sebuah ide yang palsu, karena ide ini ditanam paksa oleh orang tua ke dalam pikiran kita.

Louis Althusser merupakan seorang Marxis. Sebagai seorang Marxis ia juga mengamini ideologi. Namun ideologinya tak sama dengan

... .. itih ideologi

palsu. Karena, dengan menggunakan istilah ideologi artinya kita menjalani sebuah kehidupan yang tak nyata. Hanya kepalsuan yang ada di dalamnya. Althusser berpendapat ideologi sebagai pengalaman yang dijalani tidaklah palsu (dalam Barker, 2006, 58). Dalam essainya berjudul 'Tentang Ideologi' Althusser menjelaskan ideologi merupakan *profoundly unconscious*, sebagai hal-hal yang secara mendalam tidak disadari. Ideologi adalah segala yang sudah tertanam dalam diri individu sepanjang hidupnya (2006, 45).

Althusser merupakan pelopor ajaran ideologi mikro. Menurutnya ideologi menyebar pada seluruh praktek kehidupan, pada tindakan kecil dan besar, pada pikiran awam dan ilmiah, pada percakapan tentang cuaca hari ini hingga iklim politik negeri ini, pada semua sela-sela terkecil kehidupan manusia. Ideologi telah merasuk ke dalam seluruh relung kehidupan kita, bahkan sebelum kita lahir posisi kita telah ditentukan. Sejak kecil kita diajarkan untuk menggunakan tangan kanan ketika makan, hanya menikah dengan lawan jenis, harus selalu membersihkan tubuh baik mandi, menggunting kuku, memotong rambut dan lainnya. Kita menganggap semua itu sudah begitu adanya sedari dulu. Kita tidak ingat siapa yang telah menjelaskan cara berpikir yang kita pakai sekarang dan mengapa cara itu yang digunakan. Kita percaya begitu saja, *taken for granted*. Itulah yang disebut ideologi, kepercayaan yang tertanam tanpa disadari. Hal ini berlaku juga ketika kita membicarakan orang lain.

kebutuhan pokok atau sekedar pembicaraan antara ibu dengan anaknya. Semuanya adalah kerja ideologi yang tak disadari.

Althusser melanjutkan dalam tesisnya, ideologi menanamkan berbagai keyakinan yang menggerakkan manusia dengan sesuatu yang bernama interpelasi. Menurutnya, ideologi bertindak dan berfungsi dengan suatu cara yang merekrut subjek-subjek diantara individu (ideologi merekrut mereka semua), atau mengubah individu-individu menjadi subjek-subjek (ideologi mengubah mereka semua) melalui operasi yang sangat presisi, yang dinamakan interpelasi (2006: 53). Interpelasi atau memanggil "Hei kamu!" menempatkan subjek dalam rangkaian struktur yang mengandung relasi antar unsur-unsurnya. Individu- individu yang menjadi subjek-subjek. Dalam penjelasan Althusser dikatakan, individu diinterpelasi sebagai suatu subjek (bebas), yakni agar dia dapat (sepenuhnya) menerima ketaatannya, agar dia membuat gerak-gerak atau tindak tanduk dari ketaatannya sepenuhnya oleh dirinya sendiri (2006: 53).

Ketaatan diyakini sebagai kehendaknya sehingga subjek menjalankan perannya seolah tanpa paksaan, seolah dengan kuasanya ia bekerja. Seorang anak laki-laki perannya telah ditentukan dalam keluarga sebagai pengganti ayahnya, sebagai suami dan ayah. Dia akan menganggap semua itu merupakan tanggung jawabnya dan menjalankan perannya tanpa pengawasan. Seorang perempuan yang berperan menjadi

sama tentu itu hanya terjadi ketika perempuan tersebut meyakini hal itu. Kemudian bagaimana perempuan ditempatkan sebagai obyek seks laki-laki dan bagaimana mereka menyerahkan tubuhnya dalam berbagai stigma tentang cantik, seksi kepada laki-laki. Semua itu adalah ideologi yang bekerja di bawah sadar, merekrut individu-individu menjadi subjek-subjek (Althusser, 2006, 54).

Interpelasi menempatkan individu-individu dalam posisi yang disediakan ideologi (Thwaites, Davis & Mules, 2009, 242). Sebuah contoh akan menjelaskan proses interpelasi. Ketika saya berjalan di sebuah pasar yang penuh sesak tiba-tiba ada seseorang yang berteriak dari belakang, "hoi, kamu yang disana". Seketika saya menoleh ke asal suara. Ternyata panggilan itu tidak ditujukan pada saya, bahkan saya tidak mengenal orang yang memanggil. Namun, ternyata bukan cuma saya seorang yang bereaksi terhadap panggilan itu, orang-orang di sekitar saya juga menanggapi dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang menanggapi dengan cara menoleh, atau berhenti sejenak atau mungkin sedikit ragu dalam melangkah. Ketika bereaksi, semua orang atau individu di pasar ini mengambil posisi yang diberikan sang pemanggil bagi mereka. Individu-individu di pasar ini mengenal diri mereka sendiri sebagai "Anda yang ada disana" (Thwaites, Davis & Mules, 2009, 242).

John Fiske menambahkan, semua komunikasi adalah interpelasi (2007, 242). Interpelasi merupakan masalah pemanggilan. Kita bisa

banyak menggunakan berbagai panggilan yang ditujukan kepada subyek atau karakter tertentu. Misalnya, ketika Sule memanggil kawannya dengan kata “Hoi, sontoloyo sini kamu” maka dalam panggilan ini Sule telah menyiapkan sebuah posisi bagi karakter yang dipanggilnya sebagai seorang sontoloyo, dan ketika pihak yang dipanggilnya itu merespon Sule maka pada saat itu juga sang karakter berubah menjadi karakter sontoloyo. Hal ini sering dilakukan dalam tayangan komedi situasi, dan menggambarkan relasi antar karakter. Dalam berbagai panggilan dalam AAS telah disiapkan berbagai posisi, dan ketika sang karakter merespon panggilan tersebut maka seketika itu juga ia telah menjadi subyek.

Interpelasi seperti yang dilakukan di atas memang merubah individu menjadi subyek, namun tidak berarti berbicara dominasi. Interpelasi berbicara mengenai posisi. Interpelasi menghasilkan dua posisi yang tidak simetris dan satu relasi yang menghubungkan keduanya:

- 1) Sang subjek yang diinterpelasi. Ini adalah posisi yang ditawarkan kepada individu yang bereaksi pada pemanggilan yang dilakukan, peran yang di dalamnya dia diajak mengenal dirinya sendiri
- 2) Sang subyek yang menginterpelasi. Ini adalah posisi si pemanggil.
- 3) Relasi *phatic* yang menghubungkan subjek yang diinterpelasi dengan subjek yang menginterpelasi. Relasi ini adalah relasi komunitas

... ..

diinterpelasi melalui relasi umum mereka dengan subjek yang menginterpelasi (Thwaites, Davis & Mules, 2009, 245-246).

Pembentukan relasi komunitas subjek yang diinterpelasi terjadi tepat saat individu-individu merespon pemanggilan yang dilakukan. Ketika saya dan orang-orang di pasar merespon pemanggilan maka tepat saat itulah terbentuk komunitas subjek yang diinterpelasi. Saya dan orang-orang di pasar tidak saling kenal kemudian interpelasi menyatukan kita semua sebagai "Anda yang berada disana". Komunitas itu juga berakhir secepat kita menyadari bahwa ternyata pemanggilan itu tidak ditujukan kepada kita (*ibid*)

#### **4. Identitas Budaya**

Identitas bila dilihat sekilas merupakan sebuah kata yang terlihat sederhana namun memiliki makna yang sangat dalam. Secara ringkas kita mengenal identitas sebagai sebuah karakteristik yang dimiliki individu dan membedakannya dengan yang lain sehingga membuat individu tersebut bisa dikenali. Ciri khas adalah kunci dari identitas. Namun ternyata pengertian identitas tersebut tidaklah cukup, karena identitas bukanlah sekedar ciri khas seseorang. Identitas lebih dari itu.

Identitas adalah suatu stabilisasi makna secara temporer, suatu proses menjadi ketimbang entitas yang bersifat tetap. Penyatuan atau perangkaian diskursus 'di luar' dengan proses 'internal' subyektivitas. Titik pelekatan temporer pada posisi subjek yang dikonstruksi oleh praktek diskursif untuk kita (Barker, 2006, 410)

Berdasarkan pengertian di atas kita bisa melihat bahwa identitas

dan merupakan proses menjadi. Maksudnya, identitas bukanlah konsep yang telah final namun terus berkembang dan tidak tetap. Ini adalah sebuah proses yang berlangsung terus menerus dan memiliki relasi kuat dengan diskursus dan subyektivitas.

Subyektivitas adalah kondisi dan proses menjadi seorang atau menjadi diri. Bagi *cultural studies*, subyektivitas seringkali dipandang, mengikuti Foucault, sebagai efek diskursus karena subyektivitas dibentuk oleh posisi subyek yang diwajibkan diskursus untuk kita lakukan. Karakteristik agensi dan identitas di mana posisi subjek diskursif mampu berbicara dengan subjek. (Barker, 2006, 419)

Konsep identitas dan subyektivitas memang tak bisa dipisahkan dan sangat terkait erat. Kita bisa memandang subyektivitas mengacu kepada kondisi dan proses menjadi seorang pribadi, yaitu bagaimana kita dibentuk sebagai subjek. Sebagai subjek atau pribadi kita terikat pada proses-proses sosial yang menciptakan kita sebagai subjek untuk diri kita dan orang lain. Konsepsi yang kita yakini tentang diri kita disebut dengan identitas diri, sementara itu harapan dan pendapat orang lain membentuk identitas sosial. (Barker, 2006, 173)

Subyektivitas dan identitas adalah produk kultural yang spesifik dan tidak abadi. Yang dimaksud dengan seorang pribadi adalah seluruh aspek sosial dan kultural. Jadi, identitas merupakan sebuah konstruksi sosial dan tidak mungkin eksis di luar representasi kultural. Identitas adalah suatu esensi yang dapat dimaknai melalui tanda-tanda selera,

Identitas sepenuhnya bersifat sosial dan kultural dikarenakan beberapa alasan yaitu, pandangan tentang bagaimana seharusnya menjadi seseorang adalah pertanyaan kultural. Misalnya, individualisme adalah ciri masyarakat modern dan bila ditarik dalam kondisi Indonesia maka sosialisme, gotong royong, tepo seliro adalah ciri hidup masyarakat desa. Kemudian sumber daya yang membentuk materi bagi proses identitas, yaitu bahasa dan praktek kultural, berkarakter sosial. Walhasil apa yang disebut sebagai anak-anak, orang tua dan bagaimana kita menjadi dewasa dibentuk secara berbeda. (Barker, 2006, 176).

Identitas sebagai sesuatu yang kita pikirkan tentang diri sebagai pribadi bukanlah kumpulan sifat yang kita miliki, ataupun benda yang kita tunjuk. Identitas merupakan salah satu cara berfikir tentang diri kita yang berubah dari satu situasi ke situasi yang lain menurut ruang dan waktu. Identitas mencakup siapa diri kita, bagaimana cara kita memandang diri kita sendiri, dan bagaimana penilaian orang lain terhadap diri kita (Giddens dalam Barker, 2006:567).

Identitas menurut Giddens disini merupakan sesuatu yang tidak dengan sendirinya ada, semua itu ada melainkan dari suatu proses kita memahami, berinteraksi, mengerti dan berpikir tentang sesuatu hal. Adanya pengontrolan dalam diri kita terhadap suatu hal yang ingin kita lakukan termasuk sudah bisa memperlihatkan bagaimana identitas budaya kita sebagai individu. Orang melihat dan memberikan penilaian terhadap kita disanalah peran identitas budaya sudah secara langsung melekat dalam diri kita. Contoh dalam hal ini, kita dibesarkan dari daerah yang memiliki watak yang keras, suatu saat kita berada disuatu tempat

yang memiliki pola sikap dan sifat yang berbeda dari budaya tempat kita berasal, maka disanalah makna penting pengontrolan diri dalam masing-masing kita, jika itu tidak bisa terjadi maka akan mengakibatkan kesalahpahaman yang berlarut dan akan membuat individu yang satu dengan yang lainnya akan merasa tidak nyaman dalam hal berinteraksi dan melakukan proses kehidupan.

Kemunculan identitas ini dianggap Giddens sebagai *proyek*. Yang dia maksud adalah bahwa identitas budaya adalah sesuatu yang kita ciptakan, sesuatu yang selalu dalam proses tidak pernah terbentuk secara *instan*, karena itu proyek identitas disini membentuk apa yang kita pikir tentang diri kita saat ini dari sudut situasi masa lalu dan masa yang akan datang tentunya bersamaan dengan apa yang kita pikirkan dan inginkan tentang harapan kita ke depan untuk bisa menjadi pribadi yang lebih baik. Identitas kita sebagai seorang individu yang dilahirkan untuk mempunyai jiwa sosial, maka dari itu identitas diri segalanya bermula dan terbentuk dari lingkungan keluarga, lingkungan teman bermain, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat kecil, hingga lingkungan masyarakat luas. Artinya, dimana dalam hal ini identitas dibentuk oleh budaya (Giddens dalam Trianton).

Identitas budaya atau identitas etnis sedikitnya dapat dilihat dari dua perspektif. Pertama, identitas budaya sebagai sebuah wujud, dan kedua, identitas budaya sebagai proses menjadi. Sudut pandang yang pertama, memosisikan identitas budaya sebagai suatu yang tampak dimiliki bersama oleh banyak orang yang memiliki akar sejarah yang sama. Identitas budaya merupakan representasi kesamaan kode budaya yang membentuk sekelompok

Sudut pandang yang kedua; memosisikan identitas sebagai proses menjadi. Artinya, identitas bukan hanya sesuatu yang telah dimiliki atau telah jadi. Identitas adalah proses meneguhkan jati diri, dari karakteristik turunan yang dibawa oleh sejarah menjadi identitas baru yang lebih kekinian. Identitas dalam perspektif ini selalu berubah mengikuti dominasi pengaruh kebudayaan tertentu yang ada di sekitarnya (Hall dalam Trianton, 2013:11).

### 5. Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan metode yang secara spesifik membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan tanda (*sign*) dan cara tanda-tanda itu bekerja. Semiotika itu sendiri memiliki tiga bidang studi utama, yaitu : tanda itu sendiri, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda dan kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja (John Fiske, 2007:60). Dalam ilmu semiotika Roland Barthes adalah orang yang pertama kali menyusun model sistematis untuk menganalisis negosiasi dan gagasan makna interaktif. Dimana inti teori Barthes adalah gagasan tentang dua tatanan pertandaan. Pada konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Peneliti menggunakan metode semiotika dari Barthes karena teori dari Barthes dalam menganalisis teks media berbeda dengan metode analisis lainnya, metode ini memiliki kedalaman dalam hal analisisnya terhadap mitos (makna-makna ideologis yang ditempelkan pada sebuah tanda) dimana hal ini menjadi aspek utama bagaimana makna, ide-ide dan nilai-nilai tertentu ditunjukkan dalam sitkom *Awas Ada Sule*. Roland

tokoh pengembang utama konsep semiologi dari Saussure. Metode analisis semiotika Roland Barthes dinilai lebih cocok untuk penelitian ini karena cakupannya yang cukup luas sampai batas mitos, sehingga atas dasar inilah peneliti memilih untuk menggunakan metode analisis data dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Metode analisis semiotika dari Roland Barthes mempunyai konsep dua tatanan pertandaannya atau signifikasi dua tahap (*two order signification*) sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Sistem Signifikasi Semiotika Dua Tahap Roland Barthes**

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
<i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
<i>Connotative Signifier</i> (penanda konotatif)	<i>Connotative Signified</i> (petanda konotatif)
<i>Connotative sign</i> (tanda konotatif)	

Sumber: Paul Colbey & Litza Jans, *Introducing Semiotics*, tahun 1999:51

“Dari peta Barthes tersebut terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Cobley dan Jansz, 1999:51).” (Sobur, 2003:69).

Tatanan pertandaan tahap pertama (*first order*) Barthes menyebut tahapan ini sebagai denotasi. Denotasi adalah tingkatan dasar, sederhana dan deskriptif dimana konsensus secara luas diterima dan disetujui oleh banyak orang. Denotasi juga merupakan makna yang objektif dan tetap, sedangkan konotasi sebagai makna subjektif dan bervariasi. Meski

kedua (*second order*), merupakan wilayah dimana konotasi lahir. Kemudian konsep ketiga yang dijelaskan Barthes adalah konsep mengenai mitos. Konsep mitos yang digunakan Barthes, yaitu merupakan proses berpikir dan mengkonseptualisasikan tentang suatu pengalaman sosial. Mitos membalik sesuatu yang sebenarnya bersifat historis dan budaya menjadi seolah-olah sesuatu yang natural atau alami. Bagi kebanyakan orang, istilah mitos seringkali diartikan sebagai sebuah kebohongan atau cerita palsu sebagaimana yang sering digunakan dalam dongeng atau cerita rakyat. Bagi Barthes, mitos merupakan cara berfikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu (Fiske:2004).

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotasi adalah juga penanda konotatif. Dengan kata lain hal tersebut merupakan unsur material. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2006:69).

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian menjadi sebuah pendekatan umum untuk menjawab permasalahan yang telah dirangkum dalam penelitian ini. Bagian ini akan

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi identitas budaya Banyumas dalam komedi situasi Awes Ada Sule. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah *deskriptif* dengan *paradigma kualitatif*. Penelitian *kualitatif* adalah penelitian yang memusatkan pada penganalisaan bagaimana makna disampaikan atau tidak. Secara umum penelitian *kualitatif* dapat didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjangkau informasi dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu objek. Penelitian ini ingin mencoba membongkar tanda untuk memaknai teks media menggunakan pendekatan analisa Semiotika Roland Barthes.

### 2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah tayangan Awes Ada Sule episode Sule Hamil dan Penampakan Tatang Sutarma. Karena pada episode tersebut *issue* mengenai identitas budaya Banyumas sangat menonjol. Peneliti akan memfokuskan penelitian hanya pada dua episode tersebut saja dengan alasan mempersempit masalah dan supaya permasalahan tidak melebar (*stay on the track*).

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data-data atau bahan-bahan objek penelitian sehingga dapat tersusun dan terkumpul secara sistematis. Berikut ini adalah teknik pengumpulan data

#### a. Teknik Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti merasa perlu menggunakan metode dokumentasi dalam teknik pengumpulan data. Untuk memperkaya data, peneliti menggunakan teks, foto, studi dokumentasi yang didapatkan dari tayangan ulang di GLOBAL TV pada pukul 12.00 WIB dan dari situs internet (You Tube) tentang sitkom Awes Ada Sule episode Sule Hamil dan episode Penampakan Tatang Sutarma, dan juga dokumentasi data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### b. Studi Pustaka

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka yakni suatu metode yang dilakukan dengan cara mencari data atau informasi penelitian melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi, literatur kepustakaan, dokumen pada situs internet dan bahan-bahan publikasi yang tersedia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pencatatan dan pengambilan dokumen yang memiliki relevansi dengan judul Representasi Identitas Budaya Banyumasan dalam Komedi Situasi Awes Ada Sule.

### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, studi pustaka dan lainnya untuk

menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Hal ini bertujuan agar data yang telah diperoleh lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes karena teknik tersebut sesuai dengan obyek penelitian mengenai media film.

Sinetron Komedi mempunyai daya tarik tersendiri, yaitu pengambilan gambar dari kamera yang dilakukan untuk membantu memudahkan menangkap pesan-pesan yang ditimbulkan, misal untuk menggambarkan emosi, keadaan, tempat atau waktu secara lebih jelas maka kamera menangkap objek dengan teknik-teknik tertentu. Selain teknik-teknik dalam kamera, tidak kalah pentingnya untuk menganalisis sebuah film adalah melalui analisis teknik *editing* dan analisis suara. Dalam proses penganalisaan dengan menggunakan metode semiotika Barthes, maka diperlukan alat bantu untuk membedah makna yang ada dalam teks pada sitkom *Awas Ada Sule* tersebut. Alat bantu tersebut merupakan beberapa teknik sinematografi yang akan mempermudah menganalisis data yang tertera pada hal-hal audio-visual yang ada.

Analisis yang digunakan adalah membagi sitkom dalam suatu struktur yaitu *scene* dan *shot*. *Scene* (Adegan) adalah satu segmen pendek dari keseluruhan cerita yang memperlihatkan satu aksi berkesinambungan yang diikat oleh ruang, waktu, isi (cerita), tema, karakter atau motif. Sedangkan *Shot* dalam produksi film memiliki arti

dihentikan (*off*) atau juga sering diistilahkan satu kali *take* (pengambilan gambar). Sementara *shot* setelah film selesai pasca produksi memiliki arti suatu rangkaian gambar utuh yang tidak terinterupsi oleh potongan gambar (*editing*) (Pratista, 2008:29). Dalam semiotika film dikenal *shot-shot* yang berfungsi sebagai penanda. Teknik-teknik kamera tersebut lebih jelasnya sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Camera Shot**

<b>Penanda-Camera Shot</b>	<b>Definisi</b>	<b>Petanda (Artinya)</b>
<i>Extreme Close Up (E.C.U)</i>	Sedekat mungkin dengan obyek (misalnya: hanya mengambil bagian dari bawah).	Kedekatan hubungan dengan cerita dan atau pesan-pesan film.
<i>Close Up (C.U)</i>	Wajah keseluruhan sebagai obyek.	Keintiman, tetapi tidak sangat dekat. Bisa juga menandakan bahwa obyek sebagai inti cerita.
<i>Medium Shot (M.S)</i>	Setengah badan	Hubungan personal antar tokoh dan menggambarkan kompromi yang baik.
<i>Long Shot (L.S)</i>	<i>Setting</i> dan karakter ( <i>shot</i> penentuan)	Konteks, skop, dan jarak publik.
<i>Full Shot (F.S)</i>	Seluruh badan obyek	Hubungan sosial

**Tabel 1.3**  
**Teknik Editing dan Gerakan Kamera**

<b>Penanda</b>	<b>Definisi</b>	<b>Petanda</b>
<i>Pan down</i>	Kamera mengarah ke atas	Menunjukkan kekuasaan dan kewenangan
<i>Pan up</i>	Kamera mengarah ke dalam	Memperlihatkan kelemahan, pengecilan
<i>Dolly in</i>	<i>Image</i> muncul dari gelap ke terang dan sebaliknya	Memperlihatkan sebuah observasi, fokus
<i>Fade in/ out</i>	<i>Image</i> muncul dari gelap ke terang dan sebaliknya	Permulaan dan akhir cerita
<i>Cut</i>	Perpindahan dari gambar satu ke gambar yang lain	Stimultan, kegairahan
<i>Wipe</i>	Gambar terhapus dari layar	"Penutupan' kesimpulan

Sumber : Arthur Asa Berger, 2000. *Media Analysis Techniques : Teknik-teknik Analisis Media*. Alih Bahasa Setio Budi HH. Penerbitan UAJY. Hal : 33-34.

**Tabel 1.4**  
**Sudut kamera (*camera angle*), *shot size*, *depth of field*, pencahayaan beserta makna konotasi yang dihasilkan**

<b>Aspek Formal</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Sudut Kamera ( <i>camera angle</i> ) Dari atas ( <i>high angle</i> ) Normal ( <i>eye level</i> ) Dari bawah ( <i>low angle</i> )	Posisi sub-ordinat (lemah) Netral (sesuai dengan pandangan normal) Posisi berkuasa, sosok pahlawan
Jarak obyek dari kamera ( <i>shot size</i> ) <i>Long shot (LS)</i> <i>Medium shot (MS)</i> <i>Close-up (CU)</i>	Memasukkan <i>scene</i> kedalam konteks Menempatkan <i>audience</i> pada jarak "aman", cukup dekat untuk mengamati namun tidak personal Posisi yang intim menandakan sebuah momen yang emosional
Ruang Ketajaman ( <i>Depth of field</i> ) Satu fokus penuh ( <i>deep focus</i> ) Fokus terpilih ( <i>selective focus</i> ) Fokus lembut ( <i>soft focus</i> )	Ekspresif, <i>miss-en-scene</i> sangat pasti Mengindikasikan apa yang penting dalam <i>scene</i> Nostalgia, romantisme
Pencahayaan ( <i>Lighting</i> ) Cahaya terang ( <i>high key</i> ) Cahaya remang-remang ( <i>low key</i> ) Cahaya pengisi/lembut ( <i>fill light</i> ) Cahaya dari belakang ( <i>back light</i> )	Optimistik Muram Natural, minimnya fill menciptakan kontras yang ekstrim antara cahaya dan gelap seperti film noir <i>Glamour</i>

Sumber : Nick Lacey. 1998, *Image and Representation Key Concept in Media Studies*. New York: St. Martin's Press. Hal. 72

Sitkom (Komedi situasi) *Awas Ada Sule* akan diinterpretasikan dengan cara mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam teks, untuk mengetahui makna yang diinterpretasikan, baik denotasi maupun konotasinya. Makna denotatif dari identitas yang ditampilkan dalam sitkom adalah apa yang tampak secara kasat mata beserta hal-hal lain yang mengidentifikasikan bahwa hal tersebut adalah bagian dari identitas budaya Banyumasan. Sementara makna konotatif dari tanda, simbol identitas budaya Banyumasan itu sendiri bisa berbentuk anggapan bahwa hal yang ditampilkan tersebut memiliki nilai sikap dan sebagainya.

Analisis semiotika dipergunakan dalam pembahasan tentang tanda yang dapat mengantarkan analisa pada pemahaman tentang makna serta arti atas apa yang tersimpan dalam tanda dan simbol yang ditampilkan dalam sitkom *Awas Ada Sule*. Analisa data merupakan tahap akhir dari analisis suatu data adalah mengadakan pemeriksaan kebenaran data.

## **5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dimulai dari BAB I yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan metodologi penelitian serta kerangka teori sebagai landasan awal penulis melakukan penelitian. Selanjutnya BAB II mengenai gambaran umum proyek penelitian dan dilanjutkan pada BAB III, akan memaparkan temuan data yang kemudian diolah dan dianalisis. Terakhir adalah BAB IV yaitu penutup berupa