

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengkaji fenomena translasi, yang dalam kepustakaan bahasa Indonesia biasa disebut terjemahan atau penerjemahan. Fenomena translasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah translasi budaya dalam film asing, yang mana fenomena ini melibatkan budaya barat dan budaya Arek Suroboyo. Translasi yang terjadi dalam film *The A-Team Suroboyoan* menarik untuk dikaji karena pengalihan pesan dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Suroboyoan sangat menyimpang dari teori sulih suara secara umum. Adaptasi ekstrim yang diterapkan dalam sulih suara film *The A-Team* membuat pesan yang diterima khalayak JTV menjadi berbeda dengan pesan aslinya. Pertanyaan penelitian berkaitan dengan masalah translasi budaya sebagai konsekuensi logis dari adaptasi ekstrim yang diterapkan untuk memaksakan budaya lokal Surabaya masuk ke dalamnya sehingga film ini menjadi sangat kental dengan warna budaya lokal Suroboyoan. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat adaptasi produksi budaya lokal yang terjadi sehingga mengetahui makna dan motif yang ada di balik adaptasi tersebut. Argumen yang hendak dibangun oleh tulisan ini adalah televisi lokal menciptakan batas-batas budaya global melalui adaptasi produk budaya global sehingga film ini dapat diterima oleh masyarakat lokal. Dengan menemukan arti dan makna glokalisasi dalam film ini, maka penulis dapat memahami bahwa tanda dan simbol

yang diadaptasi dari karakteristik budaya mempunyai kekuatan sebagai peluang efektif dalam berkomunikasi.

Saat ini pemikiran tentang budaya banyak sekali dipertanyakan. Berbagai bentuk keanekaragaman yang ada di dunia mulai tampak jelas setelah terjadinya globalisasi. Berbagai budaya dari segala penjuru dunia berbaur sehingga mengaburkan budaya aslinya. Terbukanya koridor-koridor akibat pengaruh teknologi dan transportasi komunikasi menjadi pemicu terjadinya peleburan budaya dari berbagai belahan dunia.

Revolusi dengan *globazing force* yang sangat kuat antardaerah dan antarnegara semakin kabur dan akan menuju ke suatu *global village* (Yuwono, Jati Diri dan Krisis Budaya, dalam <http://inawan.multiply.com/journal/item>). Terjadinya *global village* merupakan akibat revolusi 4T (*technology, telecommunication, transportation, tourism*). Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan teknologi komunikasi yang mampu menghubungkan manusia dari berbagai belahan dunia. Hal ini mengakibatkan masyarakat yang hidup di era globalisasi akan terus diserbu informasi dari segala penjuru dunia. Ini merupakan dampak dari informasi yang berkembang pesat pada penghujung dasawarsa 90-an. Berawal dari media cetak dan radio kemudian muncul televisi seiring dengan perkembangannya membuat masyarakat Indonesia mengalami banjir informasi. Berbagai macam informasi yang dibawa oleh globalisasi melalui jaringan informasi, media dan didukung oleh mesin kapitalisme, membawa identitas-identitas budaya dalam posisi defensif.

Adanya globalisasi menimbulkan berbagai masalah terhadap eksistensi budaya daerah, salah satunya adalah terjadinya penurunan rasa cinta terhadap kebudayaan yang merupakan jati diri suatu bangsa, erosi nilai-nilai budaya, terjadinya akulturasi budaya yang selanjutnya berkembang menjadi budaya massa. Budaya massa menciptakan penyempitan dimana terjadi homogenisasi yang mengakibatkan kesamaan selera. Pola budaya dominan Amerika seperti norma, nilai, gaya hidup, dan budaya materialistis disebarakan melalui globalisasi budaya.

Globalisasi budaya ini meningkat seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, globalisasi ekonomi, juga globalisasi di bidang tayangan televisi dan perfilman. Bahkan gencarnya perdagangan internasional program-program televisi dan film membuat globalisasi budaya semakin tak terbendung. Masyarakat dalam lingkaran globalisasi terus menerus disugahi tayangan film di televisi yang bermuara dari negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Korea, dan negara maju lainnya melalui stasiun televisi nasional. Fakta yang demikian memberikan bukti tentang betapa negara-negara penguasa teknologi mutakhir telah berhasil memegang kendali dalam globalisasi budaya khususnya di negara ketiga. Peristiwa transkultural seperti itu mau tidak mau akan berpengaruh terhadap kebudayaan lokal.

Film *The A-Team* merupakan sebuah produk budaya barat yang berasal dari Amerika dan diproduksi pada tahun 1980-an. Kekuatan yang dimiliki film ini adalah sifat humorisnya, dan meskipun diproduksi tahun 80-an film ini masih populer hingga tahun 2000-an bahkan diproduksi dalam versi barunya pada tahun 2010. Sebagai dampak dari globalisasi, film *The A-Team* populer di kalangan

masyarakat Indonesia pula. The A-Team pernah tayang di RCTI dan TVRI dengan versi aslinya yaitu berbahasa Inggris dengan diberi *subtitle* bahasa Indonesia pada tahun 1990-an.

Pada pertengahan tahun 2013, film The A-Team muncul lagi dengan format audiovisual di Jawa Pos Media Televisi (JTV) yang sarat dengan nilai-nilai budaya lokal Surabaya. Kehadiran film The A-Team di JTV menarik minat masyarakat dan menjadi salah satu acara unggulan di JTV. Film ini tampil dengan genre yang berbeda, yaitu dengan bahasa Suroboyoan. Film The A-Team versi Suroboyoan yang hadir di JTV merupakan perpaduan unsur gambar yang mencitrakan budaya barat di tahun 1980-an dan unsur suara dengan bahasa Suroboyoan membuat film tersebut lebih mudah dicerna oleh masyarakat lokal Surabaya. Namun demikian, struktur cerita film The A-Team sudah berbeda dengan konsep awal ketika film ini disiarkan dalam versi aslinya.

Film The A-Team Suroboyoan sangat menarik untuk dicermati dimana terdapat perubahan mendasar dari konsep film yang ditayangkan JTV dengan konsep asli dari penciptanya, yaitu Frank Lupo dan produser film Stephen J. Channel. Hal ini menimbulkan suatu dugaan terhadap adanya upaya adaptasi film asing tersebut agar dapat diterima oleh masyarakat lokal. Apabila dilihat dari sudut pandang kapitalisme, adaptasi yang terjadi dalam film ini dilakukan atas dasar kepentingan modal dari institusi dalam membiayai operasional perusahaan, dimana pertimbangan awal penayangan film impor adalah karena biaya produksinya yang murah. Agar dapat diterima oleh masyarakat lokal, film ini kemudian dipaksakan untuk bisa menyesuaikan dengan visi dan misi JTV sebagai

televisi lokal Jawa Timur. Menurut Norman Fairclough dalam Jorgense & Loise (2007:135), kondisi ini bisa dipandang sebagai refleksi dan daya dorong perubahan praktik sosial yang lebih luas dimana wacana pasar menjajah praktik kewacanaan lembaga-lembaga publik.

Berdasarkan pendapat Fairclough tersebut, praktik penyesuaian yang berorientasi pada khalayak bukanlah hal yang tidak mungkin terjadi pada tayangan film asing. Jika menyimak film *The A-Team* di JTV, maka kita akan menemukan beberapa perbedaan dengan yang pernah disiarkan di RCTI dan TVRI pada tahun 1990-an. Film ini pernah tayang di RCTI dan TVRI dalam versi aslinya, yaitu menggunakan bahasa Inggris dalam dialog antar tokoh. Sedangkan *The A-Team* yang tayang di JTV telah diubah ke dalam bahasa Suroboyoan. Perbedaan itu bukan sekedar penyesuaian bahasa, tetapi mengakibatkan perubahan genre film yang merepresentasi identitas lokal budaya Arek.

Jika dilihat dari sudut pandang globalisasi, budaya arek Suroboyo yang ditampilkan melalui bahasa Suroboyoan menjadi kekuatan dalam menetralkan daya tarik globalisasi budaya. Berkaitan dengan isinya, JTV telah melakukan upaya penyesuaian diri dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat. Kemunculan film asing berbahasa lokal di televisi merupakan salah satu bentuk usaha untuk menghasilkan budaya tandingan (*counter culture*) dari universalitas dalam berbagai performa informasi dan komunikasi media massa. Hal ini diiringi dengan hadirnya perspektif teori baru dalam media dan masyarakat, maka komunikasi tidak lagi masif dan berjalan

searah. Menurut perspektif postmodern akan selalu ada jalan lain untuk keluar dari masifikasi dan sentralisasi masyarakat.

Pada realitasnya, bahasa Suroboyoan yang digunakan dalam dialog film *The A-Team* merupakan bagian dari realitas faktual dan empirik yang dapat ditemukan dengan mudah dalam komunikasi sehari-hari masyarakat Surabaya. Simbolisasi kelokalan dari film *The A-Team* yang disulihsuara ke dalam bahasa Suroboyoan ini mewakili identitas masyarakat Surabaya yang ingin ditonjolkan dalam film ini. Namun tetap saja, visualisasi yang diperlihatkan dalam film ini adalah budaya Barat dengan berbagai atribut-atribut barat yang dikenakan.

Seperti yang dijelaskan oleh Roland Robertson bahwa arus budaya global sering kali memperbarui posisi, peran dan fungsi budaya lokal. Ia menolak anggapan bahwa globalisasi menciptakan homogenisasi budaya. Budaya lokal Surabaya masih berperan dalam tayangan televisi yang berada dalam lingkaran globalisasi. Televisi memilah dan memilih (*projection* atau *introjection*) bahan-bahan yang sesuai dengan ketertarikan dan kebutuhan pasar mereka untuk disesuaikan dengan pasar. Secara ekspresif televisi menyeleksi dan menginterpretasi kembali materi-materi budaya global agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan khalayaknya. Dengan demikian, film *The A-Team* Suroboyoan dalam penelitian ini berperan melakukan mediasi terhadap penetrasi budaya global dan budaya lokal.

Dalam film ini terlihat pula adanya tarikan budaya atau *pull of local culture*. Tarikan (*pull*) dicirikan oleh bahasa Suroboyoan yang secara aktif mengidentifikasi kultur masyarakat Surabaya. Film *The A-Team* Suroboyoan

sebenarnya bukan merupakan fenomena baru globalisasi. Karena pada dasarnya film *The A-Team Suroboyoan* adalah hasil dari glokalisasi, yaitu *global meet local*. Film *The A-Team* versi Suroboyoan adalah bentuk penyesuaian acara untuk disajikan kepada masyarakat tertentu.

Menurut Grossberg dkk (2006:69), media, masyarakat dan budaya merupakan tiga hal yang tidak terpisahkan. Media dipengaruhi dan mempengaruhi masyarakat dan budayanya. Dalam hal ini, JTV sebagai televisi lokal yang wilayah operasionalnya berada di daerah dan berinteraksi dengan masyarakat dan budaya mempunyai kewajiban untuk mengangkat budaya-budaya lokal. JTV sebagai salah satu media lokal komersial dilihat dari sisi regulasi dan dari program acara yang ditayangkan berada dalam persimpangan. Televisi lokal di satu sisi dituntut untuk mengedepankan kearifan lokal yang mencakup permasalahan daerah, baik dari isu yang dibawa maupun dari bahasa yang digunakan, sedang di sisi lain sebagai televisi lokal sebagai sebuah industri bisnis yang *profit oriented*. Dimana mereka harus mempertimbangkan keuntungan. Industri televisi lokal harus bertahan ditengah arus globalisasi dan ditengah persaingan bisnis dengan televisi-televisi nasional. Dilema ini tentu membawa dampak pada motif produksi acara yang dijelankannya.

Apabila dilihat dari sudut pandang kapitalis, reproduksi film *The A-Team* dengan mengubah genre film menyisipkan logika tertentu. JTV memiliki kepentingan ideologis dibalik fenomena impor film asing dan fenomena penggunaan bahasa Suroboyoan masyarakat lokal. Sebagai representasi masyarakat lokal Surabaya, JTV akan jeli dalam membaca minat dan tren

dimasyarakat. JTV memotretnya melalui kosakata khas Suroboyoan agar film ini menjadi menarik sehingga menjadi tayangan yang dinanti-nantikan oleh pemirsanya. JTV menyulap film era 80-an menjadi menarik dengan bahasa lokal sehingga mengundang tawa bagi yang menontonnya.

Perlu disadari bahwa minat masyarakat terhadap film-film asing merupakan gejala *westernisasi* sejak era 1980-an yang dibawa oleh globalisasi. Transfer nilai-nilai budaya Barat, pelabelan citra Amerika, serta penciptaan kesamaan selera terhadap budaya pop Amerika itu tidak hanya mengancam pembangunan ekonomi, tetapi juga eksistensi budaya dan identitas masyarakat lokal (Karthigesu, 1998:216-217). Dalam hal ini, peran media massa menjadi sangat penting dalam menentukan aspek-aspek kehidupan manusia. Apabila media global memiliki nilai dan pengaruh dari negara barat yang dominan, maka tak dapat dihindari pula pengaruhnya terhadap pemirsanya.

Dalam kasus tersebut, budaya Amerika diproduksi secara massal melalui film, namun ternyata hal ini tidak menenggelamkan budaya masyarakat lokal. Budaya *westernisasi* yang terdapat dalam film tidak begitu saja disuguhkan kepada khalayak, tetapi ditranslasikan ke dalam budaya lokal Surabaya. Pesan yang dihasilkan dari translasi tersebut sangat jauh berbeda dengan pesan asli yang sesungguhnya karena film ini mengalami proses adaptasi ekstrim untuk membuat film ini menjadi sangat khas dengan budaya Arek.

Tanda-tanda translasi yang paling mudah bisa dilihat dari keontentikan objek. Objek yang telah dikomodifikasi mengalami perubahan dari versi aslinya. Perubahan objek itu dilihat dari wacana kritis bukan sekedar penyesuaian bahasa,

tapi juga merupakan upaya perubahan ke arah budaya dimana penonton terperangkap dalam realitas virtual yang menjadikan nilai-nilai yang ada dalam film tersebut seolah-olah berjalan secara alami dan dikonsumsi tanpa ada telaah kritis. Translasi budaya westernisasi ini kemudian membuat film asing *The A-Team* mudah diterima oleh masyarakat Surabaya.

Penemuan awal terhadap perubahan pada genre film *The A-Team* di JTV menjadi film bernuansa budaya dan identitas lokal mengindikasikan terjadinya transformasi budaya massa ke dalam budaya tradisional, namun demikian hal ini tentu saja tidak bisa dijadikan landasan untuk mengambil kesimpulan telah terjadi translasi budaya pada film tersebut. Perlu dilakukan penggalian data secara mendalam yang bisa ditelusuri dari proses terjadinya reproduksi film asing yang akan membawa pada kesimpulan akhir. Berpegang pada tradisi kritis yang dikemukakan Horkheimer dan Adorno dalam Craig dan Muller, bahwa teknologi membawa pengaruh pada industri budaya. Pertimbangan utama standar produksi media didasarkan pada kebutuhan konsumen untuk meminimalisir penolakan (Horkheimer dkk, 2007:437). Selanjutnya penulis akan melihat, bagaimana kemudian produksi budaya barat dalam film *The A-Team* diadaptasikan ke dalam budaya Arek.

Penelitian ini tentunya tidak hanya mengkaji teks yang hanya berupa naskah-naskah film, melainkan juga teks-teks terkait yang juga berasal dari produser film dan budaya masyarakat. Hubungan dan keterkaitan antar teks ini penting dilakukan untuk memahami suatu wacana (*discourse*) media. Hubungan ini mengacu pada bagaimana makna dari suatu teks atau *image* tidak hanya

bergantung ada apa yang ditampilkan oleh suatu teks media saja, melainkan juga bergantung pada teks-teks lain yang mendukung bagaimana suatu makna dipahami sesuai dengan konteksnya pada saat itu. Hubungan inilah yang kemudian disebut dengan *intertextuality*.

Metodologi yang penulis gunakan sebagai pisau analisis untuk melihat upaya translasi budaya westernisasi ke dalam budaya Arek yang dilakukan oleh JTV adalah wacana kritis Norman Fairclough. Dengan menggunakan metode tersebut, diharapkan penulis mampu memperoleh makna tersembunyi di balik teks yang berupa naskah film sesuai konteks historis wacana itu terjadi. Selain itu, metode analisis wacana kritis diharapkan penulis dapat membongkar motif atas proses pewacanaan budaya masyarakat Surabaya yang ada dalam praktik translasi dan adaptasi budaya dalam film *The A-Team Suroboyoan*.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana budaya barat ditranslasikan ke dalam budaya Arek dalam film *The A-Team Suroboyoan*?
2. Bagaimana produksi budaya barat dalam film *The A-Team* diadaptasikan ke dalam budaya Arek?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk:

1. Mengungkapkan translasi budaya barat ke dalam budaya Arek dalam film The A-Team Suroboyoan.
2. Mengungkapkan adaptasi budaya Arek terhadap produksi budaya barat dalam film The A-Team.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian analisis wacana kritis terhadap film, serta menyediakan seperangkat analisis yang berbentuk eksplorasi tentang translasi dan adaptasi budaya global ke dalam budaya lokal yang terjadi di era globalisasi.
2. Secara praktis penelitian ini memberikan pengetahuan bagi industri televisi lokal dalam memproduksi program acara televisi untuk konsumsi masyarakat lokal. Selanjutnya diharapkan dapat memberi masukan dan referensi bagi industri televisi lokal sehingga mampu memberikan tayangan yang mencerminkan nilai-nilai lokal masyarakat.