

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengeksplorasi gambaran identitas remaja yang ditampilkan dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*. Dipilihnya sinetron sebagai media representasi dalam penelitian ini karena sinetron adalah salah satu produk media massa televisi yang memiliki peranan penting dalam mengkonstruksi realitas khususnya dalam kehidupan audiensnya. Hamad (2004) menyatakan bahwa segala upaya „menceritakan“ (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda adalah sebuah usaha untuk mengonstruksi realitas. Dalam hal ini, sinetron merupakan produk media massa yang juga menceritakan berbagai peristiwa yang ada kaitannya dengan kehidupan manusia yang menjadi audiensnya. Eriyanto (2002) menyebutkan bahwa pekerjaan media pada hakekatnya adalah mengonstruksi realitas, dan isi yang ditampilkan oleh media adalah hasil karya para pekerja media terhadap realitas yang dipilihnya. Seperti yang diungkapkan oleh Fiske (1987:2):

But we start by considering television as a cultural agent, particularly as a provoker and circulator of meaning. It attempts to control and focus this meaningfulness into a more singular preferred meaning that performs the work of the dominant ideology.

Hal yang menjadi problema adalah realitas yang diberikan oleh media sering dianggap sebagai sebuah „kebenaran“ oleh audiensnya, apalagi audiens yang berasal dari kalangan remaja. Mengutip pernyataan Erikson (1989:37) pada

masa remaja, seorang individu mengalami pencarian jati diri, identitas, dan citra diri, sehingga apa yang disajikan oleh media mampu menyajikan sebuah citra diri dan identitas melalui tokoh-tokoh idola yang ditampilkan di media. Sejalan dengan teori „belajar sosial“ milik Bandura yang menyatakan bahwa seorang individu cenderung meniru perilaku yang diamatinya; stimuli menjadi teladan untuk perilakunya (Rakhmat, 2007: 242).

Di usia remaja, banyak bahasa-bahasa baru (*slang words*) yang tersebar luas dikarenakan mengikuti adegan-adegan yang ditayangkan di televisi. Tidak hanya dari segi bahasa, cara berpakaian para pelakon di televisi pun tidak jarang dijadikan cermin bagi para remaja untuk berdandan. Segala hal yang dianggap bagus dan menarik akan diadaptasi ke dalam kehidupan nyata, namun yang mengesankan adalah segala sesuatu yang menarik tersebut belum tentu baik. Bisa saja suatu hal yang buruk menjadi sesuatu yang menantang bagi para remaja untuk diadaptasikan dalam hidupnya. Sehingga, berdasarkan hal ini peneliti melihat perlu adanya tinjauan substansi dari produk yang disajikan media terutama dari berbagai simbol yang dikandungnya. Inilah yang menjadi urgensi dari penelitian ini, yaitu untuk melihat bagaimana salah satu sinetron yang sangat populer mengonstruksi realitas mengenai identitas remaja yang merupakan audiens utamanya.

Saat melihat suatu tontonan di televisi, tanpa disadari kita digiring oleh definisi yang ditampilkan oleh media massa tersebut. Seperti yang terjadi dengan peristiwa eksekusi mati yang dilakukan pada tersangka narkoba Bali 9 beberapa saat yang lalu. Berbagai sisi pemberitaan dimunculkan oleh media. Beberapa

menampilkan para tersangka dari sudut pandang kesalahannya, dengan memperlihatkan korban-korban yang berjatuh karena narkoba, yang menimbulkan emosi berupa amarah masyarakat dan memunculkan dukungan terhadap hukuman mati. Di sisi lain pemberitaan, para tersangka ditayangkan sebagai sosok yang mengalami perubahan selama masa penahanan di penjara, yang memperlihatkan aktivitas para tersangka seperti mengajari tahanan lainnya kegiatan positif seperti melukis, yang kemudian membentuk emosi masyarakat yang iba dan tidak setuju dengan hukuman mati.

Satu peristiwa lain yang menunjukkan betapa pentingnya representasi oleh media terjadi di Riau, dimana pada bulan Mei 2015, seorang anak SD secara tidak sengaja menyebabkan temannya meninggal dunia karena mengikuti adegan-adegan yang ditampilkan dalam sinetron 7 Manusia Harimau (undas.co). Hal ini menunjukkan bahwa setiap gambaran yang diberikan media atau representasi terhadap suatu hal tidak dapat dianggap remeh, sejalan dengan pernyataan De Fleur (dalam Mulyana, 2008:90) yang menyebutkan bahwa media massa, termasuk sinetron, berkuasa mendefinisikan norma budaya buat khalayaknya.

Fiske (1987:4) menyebutkan bahwa televisi merupakan salah satu agen budaya, dimana produk televisi sebagai media dapat memengaruhi pola hidup seseorang melalui teks-teks yang ditampilkan baik secara verbal maupun nonverbal. Dikutip dari bukunya *Media Matters*, Fiske (2006) menyatakan bahwa media *post-modern* tidak lagi menyajikan „representasi realitas kedua; namun media memengaruhi dan memproduksi realitas yang mereka medikan“. Apapun yang ditampilkan lewat televisi dianggap „lebih *real*“ oleh khalayak, sehingga

tidak jarang secara reguler audiens menerima nasihat dan bantuan yang ditayangkan lewat media massa dalam mengatasi problem yang mereka hadapi di dunia realitas.

Opera sabun (*soap opera*) atau yang di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan sinetron menjadi salah satu alat yang menggunakan kekuatan media (khususnya media massa, televisi) dalam mengkonstruksi realitas sosial, dimana melalui kekuatan itu, media memindahkan realitas sosial ke dalam pesan media, dengan atau setelah diubah citranya, kemudian media memindahkannya lagi melalui replikasi citra ke dalam realitas sosial yang baru di masyarakat, seakan realitas itu sedang hidup di masyarakat (Burhan, 2011:9). Melalui penggunaan bahasa dan gambar sebagai sistem simbol yang utama, para pengelola televisi mampu menciptakan, memelihara, mengembangkan, dan bahkan meruntuhkan suatu realitas (Mulyana, 2008:12).

Sinetron merupakan salah satu bentuk komunikasi massa visual yang memegang peranan besar dalam meramaikan dunia pertelevisian saat ini. Sinetron menjadi salah satu wadah yang mengkonstruksi realitas dan juga menjadi sebuah medium yang membawa banyak pesan dari produsen kepada audiens. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini termasuk dalam bidang penelitian komunikasi, dimana terdapat unsur-unsur utama dari komunikasi yaitu komunikator, pesan dan komunikan.

Sinetron yang ditayangkan oleh media televisi merupakan salah satu produk media yang cukup lekat dengan keseharian masyarakat Indonesia yang

ditunjukkan lewat survei yang dilakukan oleh Nielsen tahun 2013 mengenai data audiens yang menonton sinetron di Indonesia.

Dari survei yang dilakukan Nielsen menunjukkan bahwa televisi merupakan medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia dengan persentase mencapai 95% (www.agbnielsen.com). Di antara sekian banyak media komunikasi, yang memiliki efek paling besar adalah media pandang-dengar seperti televisi, film dan video dikarenakan media-pandang dengar lebih mampu menembus alam bawah sadar manusia, dan menggerakkan manusia untuk melakukan berbagai aksi, baik dalam arti positif maupun dalam arti negatif (Mulyana, 2008:95).

Menurut data yang dipublikasikan oleh Nielsen (2008), saat ini, remaja (15-19 tahun) termasuk pengonsumsi terbesar dari televisi (22%) seperti halnya orang dewasa usia 20-29 tahun. Di antara para remaja penonton TV ini, sebagian besar berhasil ditangkap oleh SCTV (rata-rata 134 ribu orang atau rating 2.3), RCTI (104 ribu orang atau rating 1.8), dan TRANS (104 ribu orang atau 1.8) selama bulan Oktober (Nielsen, 2008).

Ganteng – Ganteng Serigala *Returns* adalah salah satu sinetron yang ber-*genre* remaja yang ditayangkan di stasiun televisi SCTV. Sinetron ini dikategorikan sebagai sinetron remaja karena konten film secara spesifik ditujukan bagi para remaja. Krishna Sen (2000: 153 dalam Noviani, 2011) menyatakan bahwa film remaja pada umumnya tergantung pada konstruksi remaja baik secara visual, sosial maupun linguistik. Sehingga dari apa yang ditampilkan

dalam sinetron remaja dapat dijadikan sebagai kaca mata awam dalam melihat bagaimana realitas remaja saat ini dikonstruksikan dalam produk media.

Sebagai salah satu sinetron yang mengangkat kehidupan remaja menjadi inti cerita, *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* dianggap sebagai salah satu sinetron fenomenal yang menuai popularitas di dunia pertelevisian. Sejak kemunculan musim pertamanya di bulan April 2014, pada bulan Juni, menginjak masa dua bulan sejak penayangan perdana, data yang dimuat oleh Forum Lautan Indonesia menunjukkan bahwa rating sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala* menempati posisi pertama.

Bahkan berdasarkan data terbaru per 8 Agustus 2015 yang dikumpulkan oleh Nielsen (www.agbnielsen.com), *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* masuk dalam 10 sinetron dengan rating tertinggi bersama dengan *Anak Jalanan*, *Pangeran*, *Tukang Bubur Naik Haji*, *Perempuan di Pinggir Jalan*, *Ashoka*, *Tukang Ojek Pengkolan*, *Cinta di Langit Taj mahal*, *Tujuh Manusia Harimau* dan *Cansu Hazal*.

Tabel 1.1. 10 Sinetron dengan Rating Tertinggi per 8 Agustus 2015

Judul Sinetron	Stasiun	TVR	Share
Anak Jalanan	SCTV	5,0	23,1%
Pangeran	RCTI	4,0	17,3%
Tukang Bubur Naik Haji	SCTV	3,8	16,1%
Tukang Ojek Pengkolan	RCTI	3,7	22,1%
Perempuan di Pinggir Jalan	RCTI	3,6	17,4%
Ganteng-Ganteng Serigala Returns	RCTI	3,2	14,6%

Shehrazat	ANTV	3,1	15,9%
Canzu & Hazal	ANTV	3,1	13,7%
Ashoka	ANTV	2,9	12,3%
7 Manusia Harimau	RCTI	2,5	16,3%

(Sumber: [www. Agbnelsen.com](http://www.Agbnelsen.com))

Ganteng-Ganteng Serigala *Returns* merajai dunia serial dengan menggabungkan kisah tentang kehidupan sehari-hari dan dunia supranatural. Sinetron ini menjadikan remaja sebagai segmentasi utama dan subjek inti dalam sinetron. GGS Returns merupakan sekuel lanjutan dari Ganteng-Ganteng Serigala *Series* yang mengakhiri musim pertama dengan 420 episode. Namun, berakhirnya sinetron di musim pertama menuai beragam protes dari penonton setianya, hingga kemudian dibuatlah musim kedua yaitu *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*. Melebihi kesuksesan musim pertama, baru saja menayangkan episode pertamanya, *GGS Returns* langsung meraih rating pertama untuk kategori sinetron remaja. Perbedaan dari musim pertamanya, jika sebelumnya plot cerita didominasi oleh kisah pertarungan antara serigala dan *vampire* yang penuh dengan cerita supranatural, pada musim keduanya, *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* lebih terfokus pada kehidupan sehari-hari mereka yang hidup di dunia manusia (sekolah, pergaulan, dan sebagainya).

Dalam proses operasinya, televisi memiliki sebuah masa yang disebut dengan *prime time* yang berarti waktu utama penayangan dimana jumlah penonton jauh lebih banyak dibanding jam-jam lainnya. Saat ini, *prime time* yang dimiliki oleh televisi adalah pukul 18.00-23.00 (Nielsen.co.id), sehingga acara-

acara yang tayang dalam waktu tersebut merupakan tayangan dengan jumlah audiens yang lebih banyak dibandingkan dengan tayangan lainnya. *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* memiliki jam tayang pukul 20.30-22.00 WIB (durasi 90 menit) dimana masuk dalam masa penayangan *prime time*.

Remaja kerap kali dijadikan objek penelitian dalam pembahasan media massa seperti yang ditorehkan ke dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh IGAK Satrya Wibawa pada tahun 2004 dengan judul „Remaja dan Gaya Hidup dalam Film Indonesia“, bahwa ada kesenjangan antara realitas buatan yang diciptakan lewat produk media dengan kenyataan atau realitas yang sesungguhnya sehingga tayangan-tayangan remaja dianggap tidak mencerminkan kehidupan dan gaya hidup remaja, dan pada akhirnya ada nilai-nilai yang ditransferkan oleh produsen yang seharusnya tidak sesuai untuk diterapkan oleh remaja.

Selain itu, penelitian yang menjadikan remaja sebagai objek juga dilakukan oleh Dyastari Dyanutami (2008) yang melihat representasi remaja dari segi feminitas dan seksualitas dalam film Indonesia dan penelitian milik Merdina Nesta (UK Petra Surabaya, 2013) yang melihat perbandingan representasi gaya hidup remaja perkotaan dalam film Indonesia tahun 1987 dan 2011. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka peneliti juga memiliki ketertarikan dalam menjadikan remaja sebagai objek penelitian namun yang membedakan adalah dalam penelitian ini keingintahuan yang besar muncul atas konstruksi media terhadap identitas remaja masa kini yang digambarkan dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*.

Ganteng-Ganteng Serigala *Returns* dianggap menjadi salah satu sinetron yang fenomenal, terbukti dari sejumlah nominasi dan penghargaan yang diraih dari beberapa acara penghargaan televisi nasional seperti Program Paling Ngetop SCTV Awards 2014, Sinetron Terpopuler SCTV Awards, Aktor Utama Paling Ngetop, Aktris Utama Paling Ngetop, *Celebrity of the Year Infotainment Awards* 2015 dan banyak lagi penghargaan yang didapatkan baik dari segi sinetron keseluruhan maupun aktor dan aktrisnya (www.kompasiana.com).

Tidak hanya itu, saat produser mengeluarkan rumor untuk mengakhiri penayangan sinetron, ribuan remaja menyatakan protes bahkan histeris dan menangis agar sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* tetap dilanjutkan penayangannya (www.tempo.com). Hal ini menunjukkan bahwa sinetron *Ganteng – Ganteng Serigala* mendapat posisi penting di mata audiens yang didominasi oleh para remaja.

Hal lain yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* sebagai objek penelitian adalah teguran yang kerap kali dilayangkan oleh KPI terhadap tayangan ini bahkan sempat diadakan penghentian tayang selama 3 hari, yaitu 21, 22 dan 23 Oktober 2015. Dalam siaran pers yang diadakan oleh KPI (merdeka.com), dijelaskan bahwa sanksi tersebut dijatuhkan oleh KPI, karena adanya pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 & SPS),

"Pada episode tersebut sinetron ini menayangkan adegan seorang remaja perempuan melompat ke dalam api serta adegan remaja laki-laki dan remaja perempuan yang mengenakan seragam sekolah berpelukan di lingkungan sekolah. Padahal, adegan bernesraan dan berpelukan dengan menggunakan seragam sekolah di lingkungan sekolah ini sudah sering diberi peringatan," (merdeka.com).

Berdasarkan kasus-kasus tersebut, maka peneliti melihat bahwa representasi remaja dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* memang mengandung kontroversi sehingga peneliti tertarik untuk memaknai tanda-tanda yang ditayangkan lewat episode-episode sinetron.



Gambar 1.1. Salah satu adegan yang dikritisi oleh KPI
Sumber: <http://beritapetang.com/4620/mendapat-teguran-kpi-ggs-season-2-terpaksa-dihentikan-sementara/>

Dikarenakan penelitian ini membahas mengenai konstruksi realitas akan kehidupan sosial maka fokus dari penelitian ini erat kaitannya dengan representasi, yang menurut Stuart Hall (dalam Ida, 2014:49) merupakan penelitian yang mempertanyakan praktik-praktik kehidupan sosial yang memproduksi budaya dan „peristiwa“ atau kejadian yang disebut sebagai sirkuit atau pusaran budaya (*circuit of culture*) yang menggambarkan hubungan-hubungan antara representasi dengan identitas, regulasi, konsumsi dan produksi. Dalam buku *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Hall (1997:5) menguraikan bahwa:

Representation is the production of the meaning of the concepts in our minds through language. It is the link between concepts and language which enables us to refer to either the real world of objects, people or events or indeed to imaginary worlds of fictional objects, people and events.

Dari pernyataan Hall tersebut, representasi adalah sebuah proses yang mengaitkan tiga hal yaitu, (1) hal yang ingin dimaknai (*things*); (2) konsep (*concepts*); dan (3) tanda (*sign*) yang dihubungkan dengan pemaknaan melalui bahasa. Representasi kemudian menjadi bagian yang sangat penting dimana makna (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antar anggota kelompok dalam suatu budaya (*culture*).

Representasi menjadi penghubung antara konsep mental yang terbentuk dalam pikiran individu dengan penggunaan bahasa (*language*) yang memungkinkan individu untuk mengartikan benda, manusia, dan kejadian nyata atau realita maupun yang tidak nyata atau fiktional (Hall, 1997:78). Representasi seakan membawa kita pada pemaknaan terhadap sesuatu sesuai dengan apa yang disajikan oleh media untuk kita lihat. Penyajian tersebut dapat berupa kata-kata, gambar, sekuen, cerita, emosi dan fakta (Fitriana, 2014).

Teori inilah yang kemudian menjadi dasar penelitian, dimana peneliti akan berusaha memaknai objek-objek dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* yang memiliki hubungan dengan identitas remaja. Dalam konteks penelitian ini, sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* membentuk gambaran-gambaran tertentu melalui representasi yang menghadirkan gambaran identitas remaja. Gambaran-gambaran representasi terlihat dari aspek visual pada fisik pemeran sinetron serta segala atribut dan *setting* cerita yang melibatkan sekolah.

Penelitian ini berfokus pada gambaran media terhadap identitas remaja yang direpresentasikan dalam sinetron Indonesia, yaitu *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* yang memiliki segmentasi audiens remaja. Remaja merupakan

sebuah masa peralihan yang terjadi diantara masa kanak-kanak dan dewasa, dimana seorang anak tidak hanya mengalami perkembangan fisik namun juga perkembangan psikis (Darajad, 1995:23).

Sedangkan identitas atau *identity* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai *ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang; jati diri*. Identitas merupakan komponen penting yang menunjukkan identitas personal individu (Marcia, 1993:4). Dalam perjalanan hidup seorang individu, dia akan mengalami fase-fase perubahan identitas. Seperti yang diuraikan oleh Erikson (dalam Cote, 2002) dalam sebuah tabel mengenai perkembangan identitas manusia, *chronological age* atau kronologis usia memengaruhi identitas seseorang.

Dalam tabel 1.2. tampak bahwa perkembangan identitas yang paling kompleks terjadi saat seorang individu beranjak pada usia remaja atau *adolescence*. Di tabel tersebut ditunjukkan bahwa pada fase remaja atau *adolescence*, jika dibandingkan dengan fase kehidupan manusia yang lainnya, memiliki poin-poin identitas yang lebih banyak dari yang lainnya. Tahapan balita, masa kanak-kanak, masa bermain, hingga usia dewasa pun hanya memiliki satu atau dua poin perubahan identitas yang menonjol. Namun di fase remaja, pembentukan identitas lebih rumit.

Hal ini menunjukkan bahwa di usia remaja, pembentukan identitas sangat kompleks dan hal-hal berupa pendirian seksualitas sebagian besar ditentukan di masa remaja, sehingga identitas manusia dalam tahap remaja menjadi menarik untuk diteliti dan nantinya digunakan peneliti sebagai landasan untuk melihat representasi identitas remaja dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*.

Tabel 1.2. Chronological Age – Ericson

VIII Old Age								Integrity Vs Despair
VII Adulthood								Generativity Vs Stagnation
VI Young Adulthood								Intimacy Vs Isolation
V Adolescence	Temporal Perspective Vs Time Confusion	Self Certainty Vs Self Consciousness	Role Experimentation Vs Work Paralysis	Apprenticeship Vs Work Paralysis	Identity Vs Identity Confusion	Sexual Polarization Vs Bisexual Confusion	Leader Followership Vs Authority Confusion	Ideological Commitment Vs Confusion Of Value
IV School Age				Industry Vs Inferiority	Task Identification Vs Sense Of Futility			
III Play Age			Initiative Vs Guilt		Anticipation Of Roles Vs Role Inhibition			
II Early Childhood		Autonomy Vs Shame Doubt			Will To Be Oneself Vs Self Doubt			
I Infancy	Trust Vs Mistrust				Mutual Recognition Vs Autistic Isolation			
	1	2	3	4	5	6	7	8

(Erikson, Erik. 1989. Identitas dan Siklus Hidup Manusia)

Kita dapat „mengidentifikasi“ identitas sebagai suatu kesadaran yang dipertajam mengenai diri sendiri dan sebagai suatu kesatuan yang unik yang memelihara kesinambungan arti masa lampaunya sendiri bagi orang lain dan bagi dirinya sendiri; yang mengintegrasikan segala gambaran diri yang dihadiahkan atau dipaksakan kepadanya oleh orang lain bersama dengan perasaan-perasaannya sendiri tentang siapakah dia dan apakah yang dapat dibuatnya (Erickson, 1989:183).

Ericson (1989) memaparkan beberapa aspek yang menyusun identitas diri, yaitu: **(1)** Identitas sosial, yakni keanggotaan dalam suatu kelompok dan peran dalam sebuah kelompok. Kelompok, dalam artian ini adalah teman sebaya, atau teman satu regu. Selanjutnya, **(2)** Identitas fisik, **(3)** Kepribadian yang menonjol dari diri, **(4)** *Familial Identity*, berupa peran seseorang dalam lingkup keluarga,

serta (5) *Moral-Ethical Identity*, yaitu prinsip dan nilai-nilai hidup yang dipegang seseorang dalam menjalankan kesehariannya. Aspek-aspek ini kemudian menjadi dasar peneliti dalam memilih 5 episode dari keseluruhan sinetron yang akan dianalisis. Episode yang dipilih masing-masing mewakili 5 aspek penyusun identitas yang dikemukakan oleh Ericson (1989). Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk melihat representasi atau konstruksi media terhadap identitas remaja dalam sinetron Indonesia, yaitu *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* dengan menggunakan metode semiotika milik John Fiske yaitu *Three Levels of Representation*.

Berdasarkan penjabaran lima aspek identitas yang dikemukakan oleh Ericson dan dihubungkan dengan metode analisis semiotik *Three Levels of Code* milik Fiske yang terdiri dari tiga level yaitu realitas, representasi dan ideologi, maka dalam penelitian ini, peneliti mengkategorikan pembatasan identitas sebagai berikut: pertama, **aspek realitas** yang akan dilihat dari atribut fisik yang dilekatkan pada sosok remaja sebagai sebuah identitas serta *gesture* yang mengiringi, kedua, **aspek representasi** yang melihat dari segi teknis seperti pengambilan gambar, *lighting*, dan maknanya serta aspek ketiga, yaitu **ideologi** yang muncul dari setiap adegan dalam sinetron *GGG Returns*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif eksploratif dengan tujuan untuk mengeksplorasi tanda-tanda dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* yang memberikan gambaran mengenai identitas remaja dalam tiga poin yang dijabarkan sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan dengan metode analisis semiotik milik John Fiske terhadap adegan-adegan dalam sinetron

Ganteng-Ganteng Serigala Returns. Fiske (1987:5) menemukan sebuah metode untuk menganalisis tanda-tanda yang disebut dengan *Three Levels of Social Codes* yang terdiri dari *Reality Level*, *Representation Level* dan *Ideology Level*. Metode analisis semiotik digunakan karena semiotik merupakan ilmu yang khusus mempelajari tanda-tanda (*signs*).

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah: „*Bagaimana media menggambarkan identitas remaja melalui sinetron Ganteng-Ganteng Serigala Returns?*“

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi seperti apa identitas remaja direpresentasikan dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi akademisi

- a. Memberi kontribusi terhadap kajian studi media yang mempelajari potret sinetron di media yang merepresentasikan realitas sosial.

- b. Menyediakan data atau analisis mengenai gambaran atau representasi identitas remaja dalam sinetron „Ganteng-Ganteng Serigala *Returns*“:

1.4.2. Bagi masyarakat

- a. Memberikan wawasan yang baru atau menambah pengetahuan pembaca mengenai bagaimana identitas remaja direpresentasikan dalam sinetron Indonesia dan menghubungkannya dengan realitas sesungguhnya sehingga dapat melihat konstruksi realitas yang selalu memiliki dua sisi, membangun atau menghancurkan sehingga dapat lebih bijak dalam menanggapi produk-produk visual.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Aspek-Aspek Penting Identitas

Identitas menurut Stuart Hall (2003:4),

“are never unified and, in late modern times, increasingly fragmented and fractured; never singular but multiply constructed across different, often intersecting and antagonistic, discourses, practises and positions.”

Hal ini diperjelas De Levita (1994) dalam studi kritisnya tentang teori Erickson yang menyatakan bahwa aspek-aspek penting yang menjelaskan mengenai identitas adalah sebagai berikut:

1. Identitas sebagai **intisari seluruh kepribadian** yang tetap sama walaupun seseorang bertumbuh menjadi semakin tua
2. Identitas sebagai **keserasian peran sosial** yang pada prinsipnya dapat berubah dan selalu berubah-ubah.
3. Identitas sebagai **“gaya hidupku sendiri”** yang berkembang dalam beberapa tahap dan menentukan bagaimana peran sosial tersebut harus diwujudkan.
4. Identitas sebagai **suatu perolehan khusus** pada tahap remaja dan sesudah tahap remaja akan berubah dan dibaharui.
5. Identitas sebagai **pengalaman subjektif** akan kesamaan serta kesinambungan batiniahnya sendiri dalam ruang dan waktu.
6. Identitas sebagai kesinambungan dengan diri sendiri dalam **pergaulan dengan orang lain**.

Untuk memahami pengertian dari identitas, nama Erik Erikson muncul sebagai pelopor penelitian mengenai individu manusia. Erikson merupakan salah seorang pengajar di Vienna. Pertama kali istilah „identitas“ digunakan oleh Erikson pada saat ditanyai mengenai keadaan psikologis tentara-tentara yang baru kembali dari Perang Dunia II. Dalam bukunya *Identity Development*, Jane Kroger menuliskan pernyataan pertama Erikson yang menyebutkan istilah „identitas“ sebagai berikut:

What impressed me the most was the loss in these men of a sense of identity. They knew who they were; they had personal identity. But it was as if, subjectively, their lives no longer hung together-and never would again...This sense of identity provides the ability to experience one'sself as something that has continuity and sameness and to act accordingly (Ericson, in Kroger 2006:7)

Erikson berpegang dengan sebuah fakta dasar bahwa setiap manusia berusaha membenarkan penegasannya bahwa “Aku adalah Seseorang”. “Menjadi seseorang” berarti bahwa manusia mengalami diri sebagai “Aku”, selaku oknum yang sentral, mandiri, dan unik, yang mempunyai suatu kesadaran akan kesatuan batiniahnya sendiri (identitas). Tapi “menjadi seseorang” juga berarti bahwa dirinya diakui sebagai “seorang pribadi” oleh orang lain dan masyarakat, yang berarti bahwa dia memiliki satu peran yang jelas dan berarti dalam masyarakat yang diakui dan dihargai oleh orang lain dan masyarakat. Orang yang sedang mencari identitasnya adalah orang yang ingin menentukan siapakah (*who*) dan apakah (*what*) dia pada saat sekarang ini dan siapakah atau apakah yang dia inginkan pada masa mendatang (Erickson, 1989:182).

Berdasarkan hal tersebut, Erikson kemudian menjelaskan bahwa identitas adalah keterlibatan perasaan yang bersifat subjektif mengenai *self-likeness* dan *continuity* seiring berjalannya waktu. Di tempat dan situasi yang berbeda, seorang individu tetap memiliki *sense of being one person*. Hal ini menimbulkan keberlangsungan (*continuity*) karakter, yang memengaruhi orang-orang di sekitar untuk merespon karakter tersebut.

Erikson (dalam Kroger, 2006:8) juga menyatakan bahwa identitas berbicara mengenai proses baik yang disadari maupun tidak disadari—menyadari identitas individual, namun tidak menyadari keberlangsungan sebuah karakter personal. Selanjutnya dijelaskan mengenai tiga hal yang memengaruhi identitas, yaitu karakteristik biologis, karakteristik psikologis, dan budaya tempat individu tersebut menetap.

Erikson (1989:15) pun memaparkan aspek-aspek yang menyusun identitas diri, yaitu: (1) Identitas sosial, yakni keanggotaan dalam suatu kelompok dan peran dalam sebuah kelompok. Kelompok, dalam artian ini adalah teman sebaya, atau teman satu regu. Selanjutnya, (2) Identitas fisik, (3) Kepribadian yang menonjol dari diri, (4) *Familial Identity*, berupa peran seseorang dalam lingkup keluarga, serta (5) *Moral-Ethical Identity*, yaitu prinsip dan nilai-nilai hidup yang dipegang seseorang dalam menjalankan kesehariannya.

Representasi mengonstruksi identitas bagi kelompok yang bersangkutan. Identitas adalah „pemahaman“ kita tentang kelompok yang direpresentasikan – sebuah pemahaman mendasar mengenai siapa mereka, bagaimana mereka dinilai, dan bagaimana mereka dilihat oleh orang lain (Burton, 2000:243). Pemahaman tersebut bisa secara umum dimiliki oleh anggota kelompok itu dan oleh orang lain di luar kelompok. Walaupun demikian, pemahaman yang menyeluruh tentang identitas kelompok oleh anggota dalam kelompok tersebut kemungkinan berbeda dengan pandangan yang dikonstruksikan oleh mereka yang ada di luar kelompok.

Dengan demikian, menurut Burton (2000:244) identitas merupakan sebuah konsep yang sulit dipegang, bermakna berbeda untuk orang yang berbeda. Identitas adalah sesuatu yang ada dalam kesadaran, diartikulasikan dalam komunikasi, dan dihidupkan dalam sebuah konteks budaya.

1.5.2. Pengertian Remaja

Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Remaja merupakan sebuah masa peralihan yang terjadi diantara masa kanak-kanak dan dewasa, dimana seorang anak tidak hanya mengalami perkembangan fisik namun juga perkembangan psikis (Darajad, 1995:23). Remaja sering kali didefinisikan sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak ke masa dewasa, atau masa usia belasan tahun, atau seseorang yang menunjukkan tingkah laku tertentu seperti susah diatur, mudah terangsang perasaannya dan sebagainya. Kartono menyebutkan bahwa (1995: 148) „masa remaja disebut pula sebagai penghubung antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa“. Pada periode ini terjadi perubahan-perubahan besar dan esensial mengenai kematangan fungsi-fungsi rohaniyah dan jasmaniah, terutama fungsi seksual. World Health Organization (WHO) mendefinisikan remaja dalam (Sarwono, 2006: 7) adalah suatu masa ketika:

- a. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.

- b. Individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
- c. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Berdasarkan beberapa pengertian remaja yang telah dikemukakan para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja adalah individu yang sedang berada pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dan ditandai dengan perkembangan yang sangat cepat dari aspek fisik, psikis dan sosial.

Terdapat batasan usia pada masa remaja yang difokuskan pada upaya meninggalkan sikap dan perilaku kekanak-kanakan untuk mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku dewasa. Menurut Kartini Kartono (1995: 36) dibagi tiga yaitu:

a. Remaja Awal (12-15 Tahun)

Pada masa ini, remaja mengalami perubahan jasmani yang sangat pesat dan perkembangan intelektual yang sangat intensif, sehingga minat anak pada dunia luar sangat besar dan pada saat ini remaja tidak mau dianggap kanak-kanak lagi namun belum bisa meninggalkan pola kekanak-kanakannya. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.

b. Remaja Pertengahan (15-18 Tahun)

Kepribadian remaja pada masa ini masih kekanak-kanakan tetapi pada masa remaja ini timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniah sendiri. Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis. Maka dari perasaan yang penuh keraguan pada masa remaja awal ini rentan akan timbul kemantapan pada diri sendiri. Rasa percaya diri pada remaja menimbulkan kesanggupan pada dirinya untuk melakukan penilaian terhadap tingkah laku yang dilakukannya. Selain itu pada masa ini remaja menemukan diri sendiri atau jati dirinya.

c. Remaja Akhir (18-21 Tahun)

Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya.

Remaja merupakan tahap terakhir dari tahap masa kanak-kanak namun proses remaja baru akan berakhir jika individu menempatkan segala identifikasi baru, yang tercapai dalam sebuah kebersamaan. Maka periode remaja adalah masa dimana individu sangat terlibat dalam proses menentukan diri

1.5.3. Identitas Remaja

Identitas remaja, menurut Marcia (1993:11) didasari oleh dua hal inti, yaitu krisis dan komitmen. Krisis terjadi pada periode dimana seorang remaja mengambil keputusan yang berhubungan dengan pembentukan identitas dimana remaja melalui proses berpikir dalam membentuk identitasnya, sedangkan komitmen bertindak sebagai investasi pribadi terhadap sebuah pilihan atau keputusan yang telah diambil. Marcia (1993) kemudian merumuskan 4 status dari identitas remaja:

1. *Identity Achievement*

Dalam tingkatan ini, seorang remaja sudah mengalami krisis dan membawanya kepada komitmen. Seseorang yang berada pada pencapaian identitas sudah memikirkan secara matang identitas dan pilihan masa depannya, serta memiliki komitmen terhadap keputusannya tersebut. Sebagai contoh: seorang remaja sejak di bangku SMA merasa cocok dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan *public speaking*, dan memutuskan untuk melanjutkan kuliah di bidang ilmu komunikasi. Dalam hal ini remaja tersebut sudah melalui masa kritis, saat ia tetap melanjutkan kuliah hingga mendapatkan gelar sarjana, disitulah terjadi proses komitmen.

2. *Foreclosure*

Pada tingkatan ini, remaja menjalani komitmen tanpa melalui krisis sebelumnya. Untuk melanjutkan contoh sebelumnya: seorang

remaja terpaksa menjalani kuliah di bidang Kedokteran karena pilihan dari orang tuanya.

3. *Moratorium*

Pada tingkatan ini, seorang remaja telah mengalami krisis namun belum mencapai komitmen.

4. *Identity Diffusion*

Pada kondisi ini, seorang remaja sama sekali belum mengalami proses krisis dan komitmen.

Dalam tabel 1.2. mengenai *Chronological Age* di pembahasan mengenai Latar Belakang Masalah, disebutkan mengenai 8 titik perkembangan identitas seseorang dari masa ke masa. Di tingkat perkembangan remaja, penanda-penanda tersebut adalah *Temporal Perspective vs Time Confusion* yaitu di masa remaja perspektif terhadap suatu hal sangat labil sehingga penentuan identitas sangat mudah berubah seiring dengan berjalannya waktu, *Self Certainty vs Self Consciousness* di masa remaja kesadaran terhadap „aku“ menentukan bagaimana seorang remaja melihat dirinya dan menjadikannya sebagai sebuah identitas, *Role Experimentation vs Work Paralysis* yaitu setiap peranan yang dimainkan seorang remaja dapat mempengaruhi identitasnya, *Apprenticeship & Work Paralysis* yaitu remaja dapat terjebak antara masa belajar dan kebuntuan untuk belajar, *Identity vs Identity Confusion* yang berarti bahwa identitas seorang remaja masih dapat dipertanyakan karena kemudahan pemikirannya untuk goyah, *Sexual Polarization vs Bisexual Confusion* di

masa remaja sisi seksualitas cenderung mengambil porsi yang besar sehingga pengotakkan seksualitas individu sebagian besar terjadi di masa remajanya, *Leader Followership vs Authority Confusion* yaitu di masa remaja penentuan identitas sangat ditentukan oleh figur-figur yang berada disekitarnya, dan *Ideological Commitment vs Confusion of Value* yang membahas tentang ideologi dan nilai-nilai yang dipegang oleh individu dapat menentukan identitasnya di masyarakat.

1.5.4. Representasi dan Konstruksi Realitas di Televisi

Mengawali penjelasannya mengenai representasi, Hall (1997:16) dalam bukunya *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* menuliskan definisi representasi yang diambil dari *Shorter Oxford English Dictionary*, yaitu:

1. *To represent something is to describe or depict it, to call it up in the mind by description or portrayal or or imagination; to place a likeness of it before us in our mind or in the senses; as for example, in the sentence, „This picture represents the murder of Abel by Cain“.* (Terjemahan: Merepresentasikan sesuatu adalah mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu, untuk membentuk sebuah konsep dalam pikiran dengan deskripsi, gambaran atau imajinasi; untuk mengemukakan sebuah kemiripan terhadap sesuatu sebelum kita memikirkannya; sebagai kalimat contoh, „Gambar ini

merepresentasikan pembunuhan Habel yang dilakukan oleh Kain“.

2. *To represent also means to symbolize, stand for, to be a specimen of, or to substitute for; as in the sentence, „In Christianity, the cross represents the suffering and crucifixion of Christ“.* (Terjemahan: Merepresentasikan juga berarti melambangkan, mewakili, atau untuk menggantikan, sebagai contoh: „Dalam Kekristenan, salib merepresentasikan penderitaan dan penyaliban Kristus“)

Representasi, menurut Hall (1997), merupakan produksi dari pemaknaan konsep dalam pikiran kita melalui adanya bahasa. Selain itu, representasi juga merupakan salah satu praktek utama yang memiliki kaitan erat dengan budaya. Budaya sendiri erat kaitannya dengan „*shared meaning*“, dan bahasa menjadi medium yang membuat kita „*make sense*“ terhadap sesuatu, dimana makna diproduksi dan dipertukarkan. Bahasa itulah yang kemudian bekerja melalui representasi. Jadi, dapat dikatakan bahwa elemen – elemen diatas merupakan bagian dari sebuah sistem, yaitu Sistem Representasi.

Menurut Hall (dalam Ida, 2014:51) *Representation means using language to say something meaningful about, or to represent, the world meaningfully, to other people.* Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda, dan gambar-gambar yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu. Hall (dalam Ida, 2014) menyatakan bahwa

sistem representasi meliputi objek (*object*), orang (*people*), dan kejadian atau peristiwa (*event*) yang berhubungan dengan seperangkat konsep-konsep yang ada dalam benak setiap individu. Tanpa itu, manusia tidak mampu meninterpretasikan dunia secara bermakna. Tidak semua realitas dalam dapat ditampilkan secara utuh kedalam sebuah film. Penguasa atau orang-orang tertentu dapat memilih realitas mana yang mau ditampilkan atau tidak ditampilkan. Realitas yang terjadi di masyarakat dibentuk dan "dihadirkan kembali" oleh film berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayannya.

Menurut Stuart Hall (1997) ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang „sesuatu“ yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, „bahasa“ yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam „bahasa“ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan.

Televisi saat ini merupakan media utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia dengan persentase mencapai 95% (www.nielsen.com). Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh

masyarakat Indonesia pernah merasakan dan melihat langsung produk media televisi. Televisi selalu menggunakan realitas untuk menghasilkan sebuah produk yang dapat dianggap sebagai „jualan“ medianya, namun seiring berjalannya waktu dan bertambahnya kreatifitas, pihak produsen mulai menciptakan bahkan mengkonstruksi keadaan yang dianggap realitas oleh masyarakat. Melalui penggunaan bahasa dan gambar sebagai sistem simbol yang utama, para pengelola televisi mampu menciptakan, memelihara, mengembangkan, dan bahkan meruntuhkan suatu realitas (Mulyana, 2008:12).

Saat melihat suatu tontonan di televisi, tanpa disadari kita digiring oleh definisi yang ditampilkan oleh media massa tersebut. Sebagai salah satu media utama, secara langsung terbentuk *power* atau kuasa yang dapat memengaruhi audiensnya dengan segala tayangan di televisi. Fiske (1987:4) menyebutkan bahwa televisi merupakan salah satu agen budaya, dimana produk televisi sebagai media dapat memengaruhi pola hidup seseorang melalui teks-teks yang ditampilkan baik secara verbal maupun nonverbal. Para produsen produk-produk media dapat mentransmisikan pesan apapun kepada masyarakat yang menjadi audiens produknya.

Gagasan tentang pengelompokan sosial mengacu pada hampir setiap cara pengkategorian sejumlah besar orang sebagai suatu kelompok. Anak-anak, remaja, orang dewasa adalah sebuah kategori. Namun, karena televisi memanufaktur ragam setiap orang serta apa pun yang terkait dengan masyarakat dan budaya, istilah representasi juga mencakup

institusi. Dengan demikian, terdapat perbedaan penting antara representasi ditinjau dari segi penampilan fisik dan dari segi makna. Dalam bukunya „*Talking Television*“, Graeme Burton (2000) memberikan sebuah contoh mengenai apa yang direpresentasikan dalam drama seri *Queer as Folk*, sebagian besar merupakan penampilan fisik dan perilaku kaum gay, dan representasi ini digunakan untuk mendefinisikan mereka. Namun, hal yang lebih penting adalah, program tersebut merepresentasikan gagasan para gay, yang dimaksudkan untuk mengarahkan bagaimana pemahaman audiens terhadap mereka. Itulah mengapa konsep tentang representasi menjadi begitu penting dan terkait dengan pemahaman di kepala kita.

Dalam sebuah artian yang luas, semua komunikasi mengonstruksi representasi. Bahkan dalam percakapan sehari-hari dalam sebuah kelompok, kita akan menggunakan dan memperkuat gagasan yang telah ada. Akan tetapi, televisi harus dipandang secara berbeda dikarenakan kemampuan pencapaian audiensnya jauh lebih luas, dan ada sesuatu yang spesial mengenai setiap program yang ditampilkan dalam televisi terkait dengan representasi suatu kelompok sosial (Burton, 2000: 240).

Dalam penelitian ini, program televisi *Ganteng-Ganteng Serigala Returns* merupakan opera sabun atau sinetron yang ber-*genre*-kan remaja. Walaupun sinetron ini ditonton secara keseluruhan atau hanya sepintas, pengalaman yang didapatkan oleh audiensnya saat melihat tayangan dalam sinetron akan memberikan kontribusi pada gagasan penonton mengenai „remaja“. Sebagian audiens akan mengingat representasi fisik yang

berkaitan dengan penampilan – busana, rambut, dan sebagainya. Sebagian audiens juga akan terkait dengan hal-hal yang menyangkut perilaku – seperti percintaan.

Dalam paham determinisme (marxisme) dijelaskan bahwa, secara tidak sadar, produser mengonstruksi representasi yang makna-maknanya bekerja berdasarkan kecenderungan mereka yang mengontrol masyarakat dan kerap kali berlawanan dengan kepentingan mereka yang dikontrol dan direpresentasikan. Media mengonstruksi gagasan audiens perihal realitas, karena media mengonstruksikan kata-kata dan gambar yang setidaknya menjadi bagian dari realitas itu (Burton, 2011:241).

1.5.5. Studi Semiotika

Studi semiotika merupakan studi yang mempelajari tentang tanda. Studi ini memudahkan peneliti dalam memahami tanda-tanda yang dimunculkan oleh teks-teks dalam sinetron yang menjadi produk media. Menurut Roland Barthes (dalam Sobur, 2004:126), Semiotik adalah ilmu mengenai bentuk (*form*). Studi ini mengkaji signifikansi yang terpisah dari isinya (*content*). Semiotik tidak hanya meneliti mengenai signifier dan signified, tetapi juga hubungan yang mengikat mereka yaitu tanda yang berhubungan secara keseluruhan. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, dalam Sobur, 2004:15). Menurut Alex Sobur dalam bukunya *Semiotika Komunikasi*, suatu tanda menandakan

sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (meaning) adalah hubungan antara suatu objek atau ide dan suatu tanda.

Kata Semiotic berasal dari bahasa Yunani yaitu „Semeion“ yang diartikan sebagai *a sign by which something is known* (Pawito, 2007:156). John Locke (dalam Pawito, 2007) mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana manusia memahami sesuatu melalui lambang-lambang, yang dimunculkan dalam karyanya *Essay Concerning Human Understanding*. Studi tentang tanda, atau yang lebih dikenal dengan semiotik pertama kali dikenalkan oleh Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistic dari Swiss, dan Charles Peirce asal Amerika. Mereka menamakan teori-teori yang dihasilkan dengan sebutan „*semiology*“ dan „*semiotics*“, yang berasal dari bahasa Yunani, „*semeion*“ yang berarti tanda.

Menilik sejarahnya, tradisi semiotika berkembang dari dua tokoh utama: Charles Sanders Peirce yang mewakili tradisi Amerika dan Ferdinand de Saussure yang mewakili tradisi Eropa. Keduanya tidak pernah bertemu bahkan satu kali pun, sehingga walaupun keduanya sering disebut memiliki kemiripan gagasan, penerapan konsep-konsep dari masing-masing keduanya seringkali mempunyai perbedaan penting. Hal ini mungkin dikarenakan keduanya berangkat dari disiplin yang berbeda; Peirce adalah seorang guru besar filsafat dan logika, sementara Saussure adalah seorang ahli linguistik asal Swiss (Aart van Zoest dalam Sujiman dan van Zoest: 1991: 1). Istilah semiotika sendiri diperkenalkan oleh Peirce, sedangkan Saussure menamai pemikirannya dengan istilah

semiologi. Dalam praktik analisis kedua istilah itu seringkali dipertukarkan tanpa membedakan artinya.

Semiotik merupakan sebuah studi tentang bagaimana bahasa menjadi pengaruh dominan yang membentuk persepsi manusia dan pikiran manusia tentang dunia. Semiotik juga merupakan alat untuk menganalisis gambar-gambar (*images*) yang luar biasa, sehingga menjadikan semiotik sebagai disiplin yang penting dalam pembahasan mengenai bahasa media.

Saussure, seorang ahli linguistik asal Swiss menyarankan bahwa studi tentang bahasa selayaknya menjadi bagian dari area yang pada saat itu masih disebut dengan „*semiology*“. Saussure (dalam Pawito, 2007) mendasarkan pemikiran demikian pada keyakinan bahwa studi tentang bahasa pada dasarnya adalah studi tentang sistem lambang-lambang. Dalam hal ini, Saussure menggunakan istilah *semiology* dengan makna suatu *science that studies the life of the signs within society* (ilmu yang mempelajari seluk-beluk lambang yang ada atau digunakan dalam masyarakat). Bagi Saussure, lambang-lambang pada dasarnya adalah berkenaan dengan *the relation of a concept (not a thing) and a sound of image (not a name)*. Makna dari lambang, menurut Saussure, terletak pada perbedaan dengan lambang-lambang lain.

Penjelasan ini tertulis dalam buku Pawito (2007) mengenai Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Komunikasi, yaitu bahwa dalam semiotic Saussure, hubungan antara *signifier* dan *signified* bersifat ditentukan atau dipelajari (*arbitrary*)-pemberian makna terhadap lambang merupakan hasil

dari proses belajar. Selanjutnya, *signifier* linguistic (seperti kata-kata dan ucapan) dapat berubah dari waktu ke waktu. Hal tersebut dianggap berbeda dengan *signifier* visual, yang relatif tidak berubah

Berger (dalam Sobur, 2004:18) menyatakan bahwa:

“Semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu, semiotika pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk mengatakan sesuatu kebohongan, sebaliknya, tidak bisa digunakan untuk mengatakan kebenaran”

Dalam penelitian ini, produk media massa yaitu sinetron mengandung sangat banyak tanda-tanda. Sehingga, saat seorang audiens menonton salah satu episode dari sinetron dimana didalamnya terdapat bahasa verbal maupun nonverbal, maka akan memungkinkan munculnya sesuatu yang lebih dari sekedar tampilan yang dimunculkan dari adegan-adegan sinetron tersebut.

Penelitian sinetron ini menggunakan sudut pandang semiotik, dimana peneliti berusaha untuk melihat bagaimana seluruh teks dalam sinetron yang mengandung ribuan tanda, diinterpretasi maknanya, karena sejalan dengan semiotik sebagai ilmu tentang tanda, dan tanda tersebut dapat diwujudkan dari bahasa atau teks dalam sinetron.

1.5.5.1. Analisis Semiotik John Fiske: *Three Levels of Codes*

Dalam menganalisis sinetron, peneliti menggunakan semiotik milik Fiske (1990:40) sebagai pisau analisis yang terdiri dari tiga level analisis yaitu:

1. *Reality Level* (Realitas)

Realitas yang dimaksudkan dalam level ini berupa penampilan fisik (*physical appearance*), seperti pakaian dan tata rias yang digunakan oleh pemain, serta lingkungan, perilaku, ekspresi, bahasa tubuh, ucapan, dialog, dan segala hal yang dipahami sebagai kode budaya yang ditangkap secara elektronik melalui kode-kode teknis. Karena realita merupakan produk budaya, maka dalam realita terdapat kode-kode budaya yang dihasilkan dari proses *encoding* terhadap realita tersebut. Karenanya, realita tidak akan pernah dianggap sebagai sebuah hal yang mentah dan untuk dapat memahami realita, maka diperlukan pemahaman mengenai kode-kode budaya tersebut.

2. *Representation Level* (Representasi)

Pada level ini meliputi pergerakan kamera, pencahayaan, proses pengeditan, *background music*, dan suara, yang ditransmisikan sebagai kode-kode representasi yang sifatnya konvensional. Dengan kata lain, urusan teknis pada pembuatan sinetron berperan dalam pembentukan representasi (Fiske, 1987:4) karena masing-masing *shot* menunjukkan makna yang berbeda (Gambar 1.1).

3. *Ideology Level* (Ideologi)

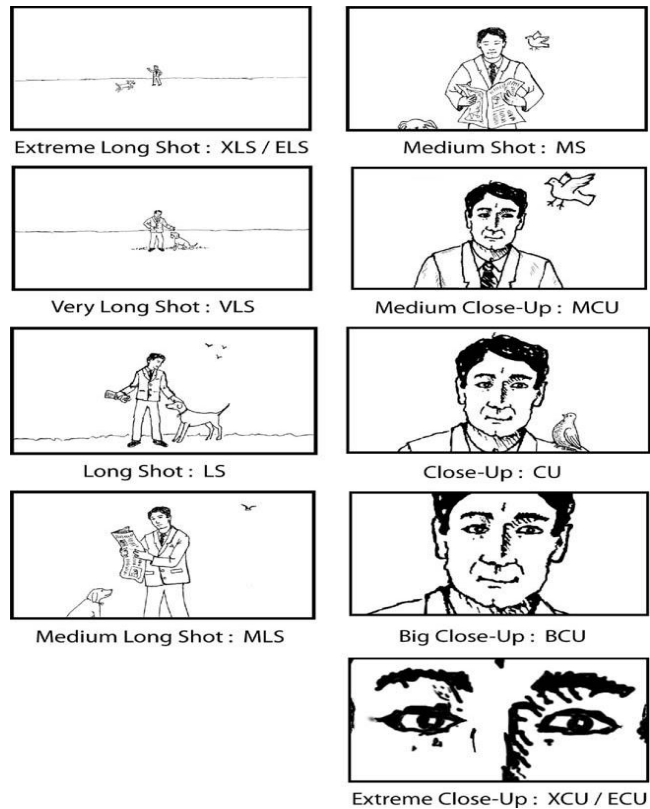
Ideologi terorganisasikan di dalam sebuah kesatuan (*coherence*) dan penerimaan sosial (*social acceptability*) seperti individualisme, kelas, gender, ras, patriarki, materialisme, kapitalisme.

Menurut Fiske (1987:4), representasi tidak hanya berupa tanda-tanda yang *real* terlihat oleh mata, namun segala bentuk teknis pada pembuatan produk media khususnya *moving images production* (produksi gambar bergerak) pun berperan dalam pembentukan representasi, seperti *angle* kamera saat pengambilan gambar, pencahayaan, tata suara dan musik serta proses *editing*.

Seperti pernyataan Berger dalam jurnalnya (1982:37) bahwa penerapan semiotik pada produksi gambar bergerak seperti sinetron, harus memperhatikan aspek medium film yang berfungsi sebagai tanda seperti jenis pengambilan kamera (*shot*) dan cara kerja kamera.

Dalam memaknai teknik pengambilan kamera terdapat tatanan-tatanan yang diuraikan oleh Bowen dan Thompson (2009) dalam bukunya *Grammar of The Shot*, seperti berikut:

Gambar 1.2. Macam-macam Shot



(Sumber: Grammar of The Shot, Bowen dan Thompson, 2009: 13)

Kegunaan dari jenis shot tersebut adalah:

Tabel 1.3. Jenis Shot & Kegunaannya

Jenis Shot	Fungsi
<i>Extreme Long Shot (ELS)</i>	Digunakan untuk mengambil gambar dengan setting outdoor (pemandangan, perkotaan, pedesaan, dll)
<i>Very Long Shot (VLS)</i>	Digunakan untuk mengambil gambar dengan setting outdoor maupun indoor dengan wujud objek (manusia, hewan, benda, dll lebih tampak)
<i>Long Shot (LS)</i>	Juga disebut sebagai <i>Full Body Shot</i> karena objek lebih terlihat secara detail
<i>Medium Long Shot (MLS)</i>	Gambar yang ditampakkan hanya

	separuh badan sehingga ekspresi wajah dan gestur lebih dapat diamati
<i>Medium Shot (MS)</i>	Wujud dari objek semakin jelas, meliputi pakaian, ekspresi, dll
<i>Medium Close-Up (MCU)</i>	Digunakan untuk menangkap ekspresi wajah objek yang menjadi fokus utama
<i>Close-Up (CU)</i>	Juga disebut sebagai <i>Head Shot</i> , yang digunakan untuk berfokus pada ekspresi wajah
<i>Big Close-Up (BCU)</i>	Ekspresi wajah terlihat detail yang bertujuan untuk memperkuat emosi audiens

(Sumber: Bowen & Thompson, 2009: 12-20)

Dalam sebuah produk visual seperti sinetron, *shot* yang digunakan bermacam-macam seperti yang tampak pada tabel 1.3. di atas. Masing-masing *shot* memiliki makna tersendiri yang dapat membantu proses pengutaraan cerita. Beberapa pemaknaan dari jenis-jenis *shot* dapat dilihat dalam tabel 1.4. berikut:

Tabel 1.4. Jenis Shot dan Pemaknaannya

Shot	Definisi	Makna
Close Up	Hanya Wajah	Keintiman
Medium Shot	Hampir Seluruh Tubuh	Hubungan Personal
Long Shot	Setting dan Karakter	Konteks, Scope, Jarak Publik
Full Shot	Seluruh Tubuh	Hubungan Pribadi

(Sumber: Berger, Artur Asa, Teknik-Teknik Analisis Media, 2000)

Jenis *shot* pertama adalah *Close-Up* yaitu *shot* yang berfokus pada wajah saja. Jenis *shot* ini memiliki makna keintiman, yang digunakan pada adegan-

adegan yang memiliki peran krusial dalam sebuah plot cerita. Shot berikutnya adalah *Medium Shot* yang mengambil gambar dari tubuh aktor namun tidak seluruh tubuh. Jenis shot ini menggambarkan sebuah hubungan personal antar aktor yang ditampilkan dalam shot tersebut. Selanjutnya *Long Shot* yang berfokus pada setting tempat, waktu, dan karakter yang menjelaskan konteks kejadian adegan, sehingga penonton dapat mengerti jalannya cerita karena mengetahui dengan jelas lingkup cerita. Yang terakhir adalah *Full Shot*, yaitu shot yang mengambil gambar dari seluruh tubuh, dan bermakna hubungan pribadi.

1.5.6. Teori Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial adalah teori yang dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor, yang bertujuan untuk mengidentifikasi proses penyingkapan dan intimasi dalam sebuah hubungan (Bahan Ajar Komunikasi Antar Persona, 2013-2014). Dalam teori ini menjelaskan empat tingkatan penyingkapan dalam sebuah hubungan, yang terdiri dari *orientation*, *exploratory affective exchange*, *affective exchange* dan *stable exchange*.

1.6. Metodologi Penelitian

Metodologi dapat dikatakan sebagai rangkuman cara berpikir yang digunakan peneliti untuk menemukan jawaban atas pertanyaan – pertanyaan dalam penelitian (Pawito, 2007). Bodgan dan Taylor (dalam Pawito, 2007) menyatakan metodologi sebagai, *the process, principles, and procedures by which we approach problems and seek answers* (proses, prinsip, dan prosedur mengenai bagaimana kita memandang permasalahan dan mencari jawabannya). Penelitian

ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Bodgan & Taylor, dalam Pawito, 2007).

1.6.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotik yaitu cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna terhadap lambang-lambang yang terdapat pada suatu paket lambang pesan dan teks (Pawito, 2007:155). Teks yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala bentuk serta sistem lambang (*signs*) yang terdapat dalam sinetron Ganteng – Ganteng Serigala. Metode analisis yang digunakan adalah semiotik milik John Fiske yang terdiri dari tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi.

1.6.2. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan studi eksploratif dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menggali lebih dalam (eksplorasi) mengenai suatu hal; mengenai suatu gejala dan fenomena sosial yang ada (Kotler dalam Seliyana, 2012:44).

1.6.3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah sinetron Ganteng-Ganteng Serigala *Returns* yang merupakan bagian dari sinetron fenomenal Ganteng-Ganteng Serigala *Series*, yang berfokus pada identitas remaja dalam sinetron.

1.6.4. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh sistem tanda dan lambang yang berkaitan dengan kehidupan remaja khususnya pada para pemeran inti yang merupakan dua kelompok dalam sinetron Ganteng – Ganteng Serigala *Returns*, dan sesuai dengan metode analisis semiotik milik Fiske (1987:5), maka unit analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Dalam *reality level*: *appearance* (penampilan), *dress* (pakaian), *make-up* (tata rias), *environment* (lingkungan), *behaviour* (perilaku), *speech* (dialog), *gesture* (bahasa tubuh), *expression* (ekspresi), *sound* (suara).
2. Dalam *representation level*: *angle and camera shot*, *lighting*, *editing*, *background music*.
3. Dalam *ideology level*: seluruh tanda yang memunculkan ideologi-ideologi yang berkaitan dengan kehidupan remaja.

1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian akan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari seluruh *signs* yang berkaitan dengan identitas remaja dalam sinetron Ganteng-Ganteng Serigala *Returns* dengan cara mengunduh dari internet episode-episode Ganteng-Ganteng Serigala *Returns* yang akan diteliti. Dari 55 episode, peneliti memilih 5 episode dengan jumlah *viewers* tertinggi yang datanya dilansir langsung di *official* website milik SCTV yaitu saluran resmi yang menayangkan sinetron Ganteng-Ganteng Serigala *Returns*. Tidak hanya berdasarkan

viewers tertinggi, peneliti memilih episode yang akan dianalisis dengan melihat porsi identitas remaja yang ditampilkan dalam tiap episodanya. Episode yang mengandung porsi yang lebih besar terkait dengan kehidupan remaja dipilih peneliti untuk kemudian dianalisis. Sesuai dengan aspek penyusun identitas menurut Erikson (1989) yaitu: Keanggotaan sosial (peran dalam kelompok pertemanan), identitas fisik, kemandirian dan kekerasan (karakter), *familial identity* (keberadaan dalam keluarga) serta *moral-ethical identity*.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut, lima episode yang menjadi bahan analisis penelitian ini adalah episode 1, dimana dalam episode ini merupakan awal pengenalan setiap tokoh, dan porsi penampilan fisik sangat besar. Keseluruhan episode menceritakan betapa diagungkannya para pemeran inti dikarenakan fisik yang tampan dan rupawan. Selanjutnya episode 4 yang bertema kelompok sosial, dimana porsi yang ditampilkan mengenai remaja dan teman kelompoknya menjadi fokus cerita dalam episode ini, yaitu mengisahkan pertemanan kedua kelompok dan sejarah pertemanan mereka dari kecil hingga beranjak dewasa serta romansa yang mulai muncul antar tokoh dalam cerita. Episode selanjutnya adalah episode 10 yang mewakili tema *familial identity*, dimana fokus cerita dalam episode ini adalah kisah mengharukan keluarga Prilly dan apa makna keluarga sebenarnya. Untuk tema *moral-ethical identity*, peneliti memilih episode 14 dimana porsi cerita dalam episode ini fokus pada nilai-nilai yang dipegang Tristan dan kelompoknya yang tetap bersedia

membantu kelompok lain yang merupakan musuh mereka. Pada episode ini juga sangat ditekankan tentang arti mementingkan kepentingan bersama lebih daripada kepentingan pribadi (terkait dengan nilai dan norma). Dan episode terakhir yang dipilih peneliti adalah episode 17 dimana keseluruhan cerita diwarnai kekerasan dan menunjukkan sifat atau karakter remaja yang penuh dengan pemberontakan.

Selain data primer dari unduhan episode-episode tersebut, peneliti kemudian mencari data sekunder yang didapatkan dari literatur-literatur baik dari buku, internet, penelitian sebelumnya dan jurnal-jurnal yang dapat mendukung pemahaman mengenai data primer.

1.6.6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dilakukan dengan meng“capture” adegan-adegan yang berkaitan dengan representasi identitas remaja, yang kemudian akan dianalisis dengan metode semiotik milik Fiske yang terdiri dari tiga level yaitu realitas, representasi dan ideologi dan memindahkan hasil analisis tersebut ke dalam tulisan.

1.6.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan metode semiotik *Three Levels of Codes* milik John Fiske untuk memaknai seluruh *signs* yang ada dari hasil *capture* gambar-gambar yang diambil dari adegan dalam sinetron *Ganteng-Ganteng Serigala Returns*. Gambar-gambar yang dipilih untuk dianalisis disesuaikan dengan aspek-aspek pembentuk identitas yang dipaparkan oleh Erikson (1989). Misalnya, ada gambar yang

menjadikan penampilan fisik sebagai fokusnya baik dari segi pengambilan gambar, tampilan realitas serta dialog, maka gambar tersebut dipilih untuk kemudian dianalisis.

Analisis juga dilakukan terhadap hasil pengamatan dari menonton objek penelitian serta studi pustaka yang telah dibaca. Analisis selanjutnya menggunakan semiotik *Three Levels of Social Codes* milik John Fiske (1987) yang terdiri dari 3 (tiga) level, yaitu realitas, representasi, dan ideologi.

1. Level Realitas yaitu *appearance* (penampilan), *outfit* (pakaian), *make-up* (tata rias), *environment* (lingkungan), *behaviour* (perilaku), *speech* (dialog), *gesture* (bahasa tubuh), *expression* (ekspresi) dan *sound* (suara).
2. Level Representasi yaitu *camera (angle, shot)*, *lighting* (teknik pencahayaan), *editing*, *music*.
3. Level Ideologi yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan ideologi-ideologi tertentu seperti kelas, materialisme, kapitalisme, ras, dan sebagainya.

Kemudian dalam tahapan analisis data penelitian, hasil temuan akan diklasifikasikan ke dalam kelompok-kelompok tertentu agar memudahkan dilakukannya interpretasi atas hasil temuan.

Selanjutnya, masuk pada tahapan-tahapan interpretasi dari setiap episode yang meliputi level realitas, representasi dan ideologi yang sebelumnya telah dijabarkan.

Kemudian dilanjutkan dengan interpretasi dan analisis terhadap objek penelitian yang dilakukan berdasarkan *Field of Experience (FoE)* dan *Frame of Reference (FoR)* dari peneliti untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian. Tidak hanya menggunakan interpretasi pribadi, peneliti juga menyertakan data-data yang menjadi acuan berupa literatur-literatur ilmiah, penelitian-penelitian sebelumnya juga teori-teori yang dapat mendukung ataupun juga memberi penjelasan mendalam mengenai hasil analisis sehingga hasil penelitian ini tidak bersifat subjektif.