

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa representasi etnis Tionghoa yang digambarkan melalui video *Cina Banget* di *Youtube*. Video ini menjadi objek utama untuk diteliti karena terdapat nilai-nilai stereotip terkait etnis Tionghoa di dalamnya yang belum pernah diteliti oleh orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mendeskripsikan bagaimana penggambaran etnis Tionghoa yang divisualisasikan oleh Cameo Project dalam video *YouTube Cina Banget*. Sehingga dengan begitu penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti lain yang hendak mengkaji bidang media studis terkait topik tersebut.

Seiring analisa yang dilakukan terhadap video *Cina Banget* ini, peneliti akan mengaitkan sejumlah teori yang berkenaan dengan teori komunikasi dalam tradisi sosiopsikologis guna membantu mendeskripsikan perilaku dalam adegan. Adapun teori prasangka turut pula menjadi rujukan peneliti untuk menganalisa stereotip yang digambarkan. Serta peneliti juga tidak lupa untuk mengimplementasikan teori-teori tersebut ke dalam analisa dengan menggunakan metode semiotik C.S. Pierce, yang menitikberatkan klasifikasi tanda berupa ikon, indeks, simbol yang kemudian dimasukkan ke dalam salah satu elemen segitiga makna.

Pada akhirnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa video *Youtube Cina Banget* merepresentasikan sebagian besar stereotip orang Tionghoa yang sampai saat ini masih berlaku di masyarakat. Pun demikian, di sisi lain video *Cina Banget* juga menunjukkan adanya perspektif baru yang mengatakan bahwa apa yang menjadi stereotip orang Tionghoa selama ini, kini tidak lagi relevan dengan kondisi masyarakat Tionghoa saat ini. Bahwa stereotip yang menyebut orang Tionghoa pelit, selalu berbahasa Mandarin, dan tidak dapat bermain musik ternyata tidak sepenuhnya benar, terutama apabila kita memandang hal tersebut melalui sudut pandang yang berbeda. Sehingga melalui video *Cina Banget*, masyarakat ditunjukkan suatu pandangan baru terkait orang Tionghoa saat ini.

Kata kunci : representasi, semiotik, Tionghoa, stereotip, *Youtube*.

## ABSTRACT

This study analyzes the representation of Tionghoa ethnic depicted through *Cina Banget* video on *Youtube*. This video became the main object to be researched because there are stereotypical values related to Tionghoa ethnic which have never been studied by others. In this research the researcher try to describe how the Tionghoa ethnic depiction visualized by Cameo Project in *Cina Banget* video. So with this research is expected to be one of reference material for other researchers who want to study the field of media studies related to the topic.

As an analysis of the *Cina Banget* video, researcher will link some of theories relating to the theory of communication in the sociopsychology tradition to describe the behavior in the scenes. The theory of prejudiced also became a researcher's reference to analyze the stereotypes described. And researcher also implement these theories into the analysis by using Charles Sanders Peirce's semiotic that emphasizes the classification of symbols in the form of icon, index and symbol which is then inserted into one of the elements of meaning triangle.

The results of this study indicate that the *Cina Banget* video represents most of the stereotypes pf Chinese people that still prevail in the community. On the other hand, the *Cina Banget* video also shows a new perspective which says that the stereotypes of Chinese people are no longer relevant to the current condition of Chinese society. That the stereotypes that call Chinese people are stingy, always speaking Mandarin, and not beingable to pplay music are not entirely true, especially when we look at them through different perspectives. So that through the *Cina Banget* video showed a new perspectives related to the Chinese people nowadays.

Keywords : representation, semiotics, Tionghoa, stereotype, *Youtube*.