

TESIS

**FEMAKNAAN DAN KONSTRUKSI IDENTITAS
KOTA SURABAYA DALAM *MERCHANDISE*
SAWOONG**



Oleh :

ANDRI SURYANDARI

071046017

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2012**

B

**PEMAKNAAN DAN KONSTRUKSI IDENTITAS
KOTA SURABAYA DALAM *MERCHANDISE*
SAWOONG**



Untuk memperoleh Gelar Magister
Dalam Program Studi Media Komunikasi
Pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Oleh :

ANDRI SURYANDARI
071046017

**PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2012**

Lembar Persetujuan

PENULISAN TESIS INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 3 Februari 2012

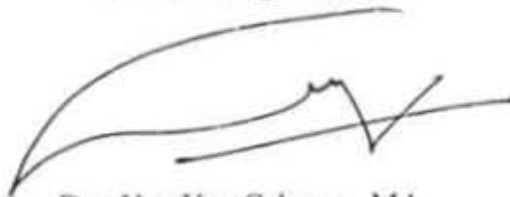
Oleh :

Pembimbing Ketua



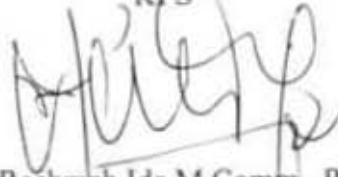
Prof. Dr. Musta'in Mashud, Drs., MSi.
NIP 196001201986041001

Pembimbing Kedua



Drs. Yan Yan Cahyana, MA
NIP 1955051986032001

Mengetahui
KPS



Dra. Rachmah Ida M. Comm., Ph.D.
NIP 196905241 993032001

**HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI
PENULISAN TESIS**

**Telah diuji pada
Tanggal 5 Maret 2012**

PANITIA PENGUJI PENULISAN TESIS

Ketua :
Dra. Rachmah Ida M.Comm., Ph.D

Anggota :
1. Prof. Dr. Musta'in Mashud, Drs., M.Si.
2. Yuyun W.I. Surya, S.Sos, MA
3. Drs.Yan Yan Cahyana, MA

Bagian atau keseluruhan isi Penulisan Tesis ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila ditulis dengan format kutipan dalam isi Penulisan Proposal Tesis.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 3 Februari 2012

METERAI
TEMPEL
84910AAF91855000
6000 DJP

(Andri Suryandari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia dan rahmat-Nya sehingga studi lanjut ini dapat diselesaikan penulis. Semua tahap dan proses belajar yang dilalui penulis akan senantiasa menjadi pengalaman berharga dalam sejarah kehidupan penulis. Penulis yakin jika pengalaman ini akan membawa perbaikan dalam kualitas keilmuan penulis yang akan dituangkan dalam sikap dan perilaku konstruktif dan produktif bagi pengembangan bangsa dan negara.

Penulis menyadari bahwa segala hal yang menyangkut penulisan tesis ini adalah berkat pertolongan Allah SWT. Selain itu, bantuan dan peran berbagai pihak juga turut menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan tugas ini.

Terima kasih atas bimbingan Prof. Dr. Mustain Mashud, Drs. M.Si. dan Drs. Yan Yan Cahyana MA yang telah membimbing dan memberikan masukan serta saran yang sangat berharga dalam penyempurnaan tulisan ini. Terima kasih atas waktu yang telah disediakan di tengah kesibukan yang padat dan juga atas semua kesabaran untuk membaca dan memberikan tanggapan yang cepat dalam setiap kemajuan proses penulisan.

Terima kasih kepada KPS Media dan Komunikasi, Dra. Rachmah Ida, M.Comms., Ph.D atas bimbingan dan arahnya sehingga studi penulis dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh dosen di PS Media Komunikasi atas semua kontribusi ilmu yang telah diberikan baik melalui perkuliahan maupun seminar yang diadakan.

Belajar tidak akan menyenangkan tanpa ditemani oleh teman-teman sekelas yang baik dan kompak. Terima kasih untuk semua rekan *ranger* untuk senyum, tawa, *traktiran* makan, *nunutan*, diskusi, *curhat*, dan pinjaman bukunya. Pengalaman bersama kalian sangatlah indah untuk dilupakan.

Penulis juga berterima kasih kepada Pimpinan dan rekan di Politeknik Elektronika Negeri Surabaya yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan semangat kepada penulis untuk melaksanakan studi lanjut.

Segala upaya dan hasil yang penulis capai tidak akan ada artinya tanpa orang-orang terkasih yang selalu mendukung penulis dalam suka dan duka. Merupakan kebahagiaan bagi penulis karena suami dan anak-anak tercinta telah menemani dalam usaha dan do'a dengan penuh kerelaan. Terima kasih juga untuk kasih sayang dan perhatian Papa dan Mama baik di Malang maupun Surabaya yang dengan ikhlas mendo'akan dan mendukung studi penulis. Tak lupa juga penulis berterima kasih atas motivasi dan dorongan yang diberikan oleh semua kakak, adik yang walaupun memiliki kesibukan masing-masing menyempatkan untuk tetap mendo'akan penulis. Semoga Allah SWT memberkati kita semua.

Akhir kata, sebagai sebuah penelitian tentu saja tulisan ini belum bisa dikatakan sempurna. Namun, penulis berharap agar penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan memperkaya cakrawala pemikiran kita semua.

SUMMARY

Berangkat dari banyaknya identitas yang melekat pada kota Surabaya, kota Surabaya yang terkenal dengan julukannya sebagai kota Pahlawan meninggalkan banyak bangunan cagar budaya. Bangunan dan kawasan cagar budaya yang seharusnya dilindungi ini satu-persatu menghilang seiring dilakukannya pembangunan dan penataan kota. Di samping itu, terbatasnya informasi dan wawasan mengenai bangunan dan kawasan cagar budaya tersebut memungkinkan rendahnya peran aktif masyarakat, terutama generasi muda dalam pelestarian bangunan Cagar Budaya. Sementara, di banyak kota besar bangunan dan kawasan cagar budaya cenderung dirawat dan kemudian dikembangkan sebagai penunjang sektor wisata.

Studi ini bermaksud untuk mengungkapkan bagaimana sebuah media dimanfaatkan sebagai saluran distribusi konten simbolis. Konten yang berupa sebuah desain visual yang melekat pada *merchandise* keluaran CV. SAWOONG Kreatif. Selain itu, studi ini juga bermaksud untuk meninjau sebuah upaya penyelamatan warisan budaya kota yang dilakukan oleh CV. SAWOONG Kreatif baik melalui strategi penjualannya maupun produk-produknya.

Sebagai penelitian *cultural studies* yang berusaha untuk melihat sebuah teks yang tidak dapat dilepaskan dari konteks sosialnya, studi ini merujuk pada metode analisis tekstual, dengan menggunakan perspektif semiotika sebagai alat analisis. Semiotika dipahami sebagai suatu pendekatan teoritis yang sekaligus berorientasi pada kode (system) dan pesan (tanda-tanda dan maknanya), tanpa mengabaikan konteks dan pihak pembaca (audiens). Peneliti akan memilih 7 desain yang melekat pada *merchandise* Sawoong. Desain tersebut akan dibaca sebagai teks, dan diletakkan dalam konteks sosialnya agar analisis tidak hanya berhenti pada teks saja, melainkan juga kepada makna yang lebih dalam (konotasi). Berikutnya, mitos atau konotasi yang memiliki efek ideologis tersebut kemudian digunakan sebagai landasan untuk mengetahui ideologi apa yang berperan di balik representasi dalam *merchandise* Sawoong. Kemudian, desain tersebut akan dibandingkan dengan gambar dan potret asli yang memuat sejarah maupun pengetahuan seputar bangunan cagar budaya yang diperoleh dari literatur.

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa desain-desain *merchandise* Sawoong berusaha memperkuat citra-citra tertentu yang positif mengenai kota Surabaya, terutama sebagai kota kenangan melalui visualisasi dan konotasi positif yang memadukan berbagai ikon, gambar serta kata-kata. Konotasi-konotasi tersebut hadir sedemikian rupa sehingga nampak natural dan seolah-olah tak terbantahkan identitas kota Surabaya antara lain sebagai kota yang nyaman, indah, teratur, bahkan sebagai

kota kenangan dikonstruksi melalui representasi yang diatur sedemikian rupa untuk menimbulkan makna seperti yang diinginkan Sawoong.

Merchandise Sawoong berfungsi sebagai alat ideologis karena produk tersebut bisa dibaca sebagai sebuah konsep yang nyata dan diterima sebagai fakta secara bulat oleh mereka yang merasa menjadi bagian dari sistem makna yang dibangun oleh produsen merchandise Sawoong tersebut. Dibalik representasi mengenai kota Surabaya yang diciptakan oleh Sawoong terdapat sebuah kepentingan demi berputarnya roda ekonomi dan budaya yang akan menghasilkan keuntungan bagi Sawoong. Analisis data mengungkap makna tanda-tanda visual dan simbolisasi *heritage* yang terdapat dalam desain *merchandise* Sawoong dapat mengokohkan citra positif mengenai kota Surabaya yang nyaman, indah dan teratur, sebagai kota kenangan. Identitas kota Surabaya sebagai kota kenangan diharapkan akan semakin mantap. Kunjungan wisatawan pun akan meningkat seiring dengan meningkatnya peluang Sawoong untuk memasarkan merchandisenya sebagai cinderamata.

Representasi yang dilakukan Sawoong melalui produk Sawoong yang bernuansa *tempo doeloe*, membawa nostalgia akan masa kolonial, mengangkat memori kolonial sebagai bagian dari sejarah identitas Surabaya. Memori akan masa kolonial kini tidak hanya diartikulasikan sebagai masa penjajahan dan penderitaan saja, namun juga merupakan masa lalu yang manis untuk dikenang. Dengan mengonsumsi produk Sawoong tersebut, masyarakat seolah telah merangkul masa-masa kolonial sebagai bagian dari dirinya di masa lalu. Memori akan masa kolonial yang bersinggungan dengan keseharian pada masa itu kini menjadi komoditas yang laris dijual.

Sawoong berusaha mengkomunikasikan artefak budaya dalam sebuah desain. Penggambaran artefak budaya dalam desain visual *heritage* Sawoong akan bertahan lebih lama dalam bentuk yang berbeda, meski artefak aslinya sudah tidak dapat ditemukan, misalnya pada *merchandise* Sawoong berupa tas dengan desain Stasiun Semut. Upaya yang dilakukan Sawoong menunjukkan bahwa Sawoong berusaha melakukan penyelamatan warisan budaya, seiring dengan perubahan sosial yang terjadi di Surabaya.